

# 2022-2028年中国化妆品行业分析与市场需求预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国化妆品行业分析与市场需求预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202111/246428.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

化妆品 (huàzhuāng pǐn)：为了美化、保留或改变人的外表(例如为了表演)而用于人体的调剂(除肥皂),或为了净、染、擦、矫正或保护皮肤、头发、指甲、眼睛或牙齿而用的调剂。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国化妆品行业分析与市场需求预测报告》共九章。首先介绍了化妆品行业市场发展环境、化妆品整体运行态势等，接着分析了化妆品行业市场运行的现状，然后介绍了化妆品市场竞争格局。随后，报告对化妆品做了重点企业经营状况分析，最后分析了化妆品行业发展趋势与投资预测。您若想对化妆品产业有个系统的了解或者想投资化妆品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第1章：中国化妆品行业发展综述

#### 1.1化妆品行业概述

##### 1.1.1化妆品行业概念及分类

(1) 化妆品行业的定义

(2) 化妆品行业产品分类

##### 1.1.2化妆品行业统计标准

(1) 行业统计部门和口径

(2) 行业统计方法

##### 1.1.3化妆品行业地位分析

(1) 化妆品行业在国民经济中的地位

(2) 化妆品行业在日化行业中的地位

##### 1.1.4化妆品行业产业链分析

(1) 产业链上游市场分析

(2) 产业链下游市场分析

#### 1.2化妆品行业发展环境分析

##### 1.2.1行业政策环境分析

(1) 化妆品行业标准分析

(2) 化妆品行业相关政策

(3) 化妆品行业发展规划

#### 1.2.2行业经济环境分析

(1) 中国GDP增长状况

(2) 居民收入水平分析

(3) 居民消费水平分析

(4) 经济水平对化妆品行业的影响分析

#### 1.2.3行业社会环境分析

(1) 消费群体变化分析

(2) 消费观念变化分析

(3) 不同人口特征城市居民化妆品购买比例

1) 不同性别居民的化妆品购买分析

2) 不同年龄居民的化妆品购买分析

3) 不同学历居民的化妆品购买分析

4) 不同收入居民的化妆品购买分析

(4) 不同媒介接触频率居民化妆品消费情况

1) 不同电视媒介接触频率居民化妆品消费情况

2) 不同广播媒介接触频率居民化妆品消费情况

3) 不同报纸媒介接触频率居民化妆品消费情况

4) 不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费情况

5) 不同网络媒介接触频率居民化妆品消费情况

(5) 城市居民接触各类化妆品广告排名情况

#### 1.2.4行业技术环境分析

(1) 行业技术水平

(2) 行业研发投入

(3) 行业技术趋势

#### 1.3化妆品行业发展机遇与威胁分析

### 第2章：全球化妆品行业发展状况分析

#### 2.1全球化妆品行业发展分析

##### 2.1.1全球化妆品市场规模分析

### 2.1.2全球化妆品竞争格局分析

### 2.1.3全球化妆品产品结构分析

### 2.1.4全球化妆品区域市场分析

- (1) 全球化妆品区域分布结构
- (2) 亚太化妆品市场分析
- (3) 西欧化妆品市场分析
- (4) 北美化妆品市场分析
- (5) 拉美化妆品市场分析
- (6) 东欧化妆品市场分析
- (7) 非洲及中东化妆品市场分析

### 2.1.5全球化妆品销售渠道分析

## 2.2主要国家化妆品行业分析

### 2.2.1美国化妆品行业发展分析

- (1) 美国化妆品行业发展历程
- (2) 美国化妆品行业市场规模
- (3) 美国化妆品行业产品结构
- (4) 美国化妆品行业竞争格局
- (5) 美国化妆品行业前景预测

### 2.2.2法国化妆品行业发展分析

- (1) 法国化妆品行业发展历程
- (2) 法国化妆品行业市场规模
- (3) 法国化妆品行业产品结构
- (4) 法国化妆品行业竞争格局
- (5) 法国化妆品行业前景预测

### 2.2.3日本化妆品行业发展分析

- (1) 日本化妆品行业发展历程
- (2) 日本化妆品行业市场规模
- (3) 日本化妆品行业产品结构
- (4) 日本化妆品行业竞争格局
- (5) 日本化妆品行业前景预测

### 2.2.4韩国化妆品行业发展分析

- (1) 韩国化妆品行业发展历程

- (2) 韩国化妆品行业市场规模
- (3) 韩国化妆品行业产品结构
- (4) 韩国化妆品行业竞争格局
- (5) 韩国化妆品行业前景预测

#### 2.2.5德国化妆品行业发展分析

- (1) 德国化妆品行业发展历程
- (2) 德国化妆品行业市场规模
- (3) 德国化妆品行业产品结构
- (4) 德国化妆品行业竞争格局
- (5) 德国化妆品行业前景预测

#### 2.2.6其他国家化妆品行业发展分析

- (1) 印度化妆品行业分析
- (2) 巴西化妆品行业分析
- (3) 英国化妆品行业分析
- (4) 俄罗斯化妆品行业分析

#### 2.3全球化妆品巨头发展分析

##### 2.3.1法国欧莱雅 (L'ORÉAL)

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业总体经营情况
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 主要化妆品品牌经营情况
- (5) 企业销售区域分布
- (6) 化妆品市场地位分析
- (7) 企业在华业务布局
- (8) 企业在华经营情况

##### 2.3.2英国联合利华 (UNILEVER)

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业总体经营情况
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 主要化妆品品牌经营情况
- (5) 企业销售区域分布
- (6) 化妆品市场地位分析

(7) 企业在华业务布局

(8) 企业在华经营情况

### 2.3.3美国宝洁 (P&G)

(1) 企业发展概况

(2) 企业总体经营情况

(3) 企业产品结构分析

(4) 主要化妆品品牌经营情况

(5) 企业销售区域分布

(6) 化妆品市场地位分析

(7) 企业在华业务布局

(8) 企业在华经营情况

### 2.3.4美国雅诗兰黛 (THE ESTÉE LAUDER)

(1) 企业发展概况

(2) 企业总体经营情况

(3) 企业产品结构分析

(4) 主要化妆品品牌经营情况

(5) 企业销售区域分布

(6) 化妆品市场地位分析

(7) 企业在华业务布局

(8) 企业在华经营情况

### 2.3.5日本资生堂 (SHISEIDO)

(1) 企业发展概况

(2) 企业总体经营情况

(3) 企业产品结构分析

(4) 主要化妆品品牌经营情况

(5) 企业销售区域分布

(6) 化妆品市场地位分析

(7) 企业在华业务布局

(8) 企业在华经营情况

### 2.3.6德国拜尔斯道夫 (BEIERSDORF)

(1) 企业发展概况

(2) 企业总体经营情况

- (3) 企业产品结构分析
- (4) 主要化妆品品牌经营情况
- (5) 企业销售区域分布
- (6) 化妆品市场地位分析
- (7) 企业在华业务布局
- (8) 企业在华经营情况

## 2.4全球化妆品市场前景分析

### 2.4.1全球化妆品市场发展趋势

- (1) 全球化妆品产品发展趋势
- (2) 全球化妆品技术发展趋势
- (3) 全球化妆品竞争趋势分析
- (4) 全球化妆品市场发展趋势

### 2.4.2全球化妆品市场前景预测

- (1) 全球化妆品市场规模预测
- (2) 全球化妆品产品结构预测
- (3) 全球化妆品区域分布预测

## 第3章：中国化妆品行业发展现状分析

### 3.1中国化妆品行业发展状况分析

#### 3.1.1中国化妆品行业发展历程

#### 3.1.2中国化妆品行业状态描述总结

#### 3.1.3中国化妆品行业经济特性分析

#### 3.1.4中国化妆品行业发展特点分析

- (1) 区域分布不均衡
- (2) 高端产品市场被外资垄断
- (3) 零售渠道日益多元化

### 3.2中国化妆品行业供需形势分析

#### 3.2.1中国化妆品零售规模分析

- (1) 全部化妆品企业零售总额
- (2) 限额以上化妆品企业零售总额
- (3) 规模以上化妆品企业销售规模

#### 3.2.2中国化妆品行业供给情况分析



- (1) 中国化妆品行业总产值分析
- (2) 中国化妆品行业产成品分析
- (3) 各地区化妆品行业供给情况分析

### 3.2.3中国化妆品行业需求情况分析

- (1) 中国化妆品行业销售产值分析
- (2) 中国化妆品行业销售收入分析
- (3) 各地区化妆品行业需求情况分析

## 3.3中国化妆品行业经营情况分析

### 3.3.1中国化妆品行业经营效益分析

### 3.3.2中国化妆品行业经营能力分析

- (1) 行业盈利能力分析
- (2) 行业运营能力分析
- (3) 行业偿债能力分析
- (4) 行业发展能力分析

### 3.3.3中国化妆品行业盈利水平分析

### 3.3.4中国化妆品所属行业价格走势分析

## 3.4中国化妆品所属行业进出口市场分析

### 3.4.1中国化妆品所属行业进出口总体态势分析

### 3.4.2中国化妆品所属行业出口分析

- (1) 中国化妆品所属行业出口整体情况
- (2) 中国化妆品所属行业出口产品结构
- (3) 中国化妆品所属行业出口前景及建议

### 3.4.3中国化妆品所属行业进口分析

- (1) 中国化妆品所属行业进口整体情况
- (2) 中国化妆品所属行业进口产品结构
- (3) 中国化妆品所属行业进口前景及建议

## 第4章：中国化妆品行业市场竞争分析

### 4.1中国化妆品行业竞争格局分析

#### 4.1.1中国化妆品行业市场竞争分析

- (1) 行业竞争层次分析
- (2) 行业竞争格局分析

(3) 不同档次化妆品竞争格局

#### 4.1.2中国化妆品行业五力模型分析

(1) 行业现有竞争者分析

(2) 行业潜在进入者威胁

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 行业供应商议价能力分析

(5) 行业购买者议价能力分析

(6) 行业竞争情况总结

#### 4.2外资化妆品企业在华竞争力分析

##### 4.2.1外资化妆品企业在华拓展情况

(1) 外资化妆品企业在华拓展历程

(2) 外资化妆品企业在华拓展力度

(3) 外资化妆品企业在华拓展方向

##### 4.2.2外资化妆品企业在华竞争力分析

(1) 外资化妆品企业在华竞争优势

(2) 外资化妆品企业把控高端市场

##### 4.2.3外资化妆品企业在华市场份额

(1) Top10外资品牌在华市场份额

(2) 主要外资化妆品品牌市场份额

(3) 外资化妆品品牌在百货渠道的市场份额

(4) 外资化妆品品牌在电商渠道的市场份额

##### 4.2.4外资化妆品企业在华竞争策略

##### 4.2.5外资化妆品企业在华竞争趋势

##### 4.2.6外资化妆品企业对国内企业的影响

#### 4.3中国化妆品行业关注度分析

##### 4.3.1中国化妆品行业关注指数

##### 4.3.2中国化妆品行业关注内容

##### 4.3.3化妆品网民关注的肌肤问题

##### 4.3.4化妆品网民关注的品牌等级

#### 4.4行业投资兼并重组整合分析

##### 4.4.1国际投资兼并重组分析

(1) 全球化妆品行业投资并购规模分析

(2) 全球化妆品行业投资并购动因分析

(3) 全球化妆品行业投资并购事件汇总

#### 4.4.2国内投资兼并重组分析

(1) 国内化妆品行业投资并购规模分析

(2) 国内化妆品行业投资并购动因分析

(3) 国内化妆品行业投资并购事件汇总

#### 4.5中国化妆品行业融资情况分析

##### 4.5.1中国化妆品行业融资规模

##### 4.5.2中国化妆品行业融资主体

##### 4.5.3中国化妆品行业融资领域

##### 4.5.4中国化妆品行业融资案例

##### 4.5.5中国化妆品行业融资趋势

### 第5章：化妆品行业细分产品市场分析

#### 5.1按产品功能划分细分市场分析

##### 5.1.1护肤品市场分析

(1) 护肤品市场规模分析

(2) 护肤品品牌竞争格局

(3) 护肤品产品结构分析

(4) 护肤品消费者关注情况

1) 护肤品关注指数

2) 护肤品关注内容

3) 护肤品品牌关注度

4) 护肤品产品用途关注度

(5) 护肤品价格走势分析

(6) 护肤品市场发展趋势

##### 5.1.2护发用品市场分析

(1) 护发用品市场规模分析

(2) 护发用品品牌竞争格局

(3) 护发用品产品结构分析

(4) 护发用品消费者关注情况

1) 护发用品关注指数

- 2) 护发用品关注内容
- 3) 护发用品品牌关注度
- 4) 护肤品产品用途关注度
  - (5) 护发用品价格走势分析
  - (6) 护发用品市场发展趋势

#### 5.1.3彩妆市场分析

- (1) 彩妆市场规模分析
- (2) 彩妆品牌竞争格局
- (3) 彩妆产品结构分析
- (4) 彩妆消费者关注情况

##### 1) 彩妆关注指数

- 2) 彩妆关注内容
- 3) 彩妆品牌关注度
- 4) 彩妆产品用途关注度
  - (5) 彩妆价格走势分析
  - (6) 彩妆市场发展趋势

#### 5.1.4香水市场分析

- (1) 香水市场规模分析
- (2) 香水品牌竞争格局
- (3) 香水产品结构分析
- (4) 香水消费者关注情况

##### 1) 香水关注指数

- 2) 香水关注内容
- 3) 香水品牌关注度
- 4) 香水产品用途关注度
  - (5) 香水价格走势分析
  - (6) 香水市场发展趋势

### 5.2按产品档次划分细分市场分析

#### 5.2.1高端化妆品市场分析

- (1) 高端化妆品市场规模分析
- (2) 高端化妆品品牌竞争格局
- (3) 高端化妆品消费者关注情况

(4) 高端化妆品营销策略与渠道

(5) 高端化妆品价格走势分析

(6) 高端化妆品市场发展趋势

#### 5.2.2 大众化妆品市场分析

(1) 大众化妆品市场规模分析

(2) 大众化妆品品牌竞争格局

(3) 大众化妆品消费者关注情况

(4) 大众化妆品营销策略与渠道

(5) 大众化妆品价格走势分析

(6) 大众化妆品市场发展趋势

#### 5.3 潜力产品细分市场分析与前景预测

##### 5.3.1 儿童化妆品市场分析

(1) 儿童化妆品市场规模分析

(2) 儿童化妆品品牌竞争格局

(3) 儿童化妆品消费者关注情况

(4) 儿童化妆品营销策略与渠道

(5) 儿童化妆品价格走势分析

(6) 儿童化妆品市场发展趋势

##### 5.3.2 男性化妆品市场分析

(1) 男性化妆品市场规模分析

(2) 男性化妆品品牌竞争格局

(3) 男性化妆品消费者关注情况

(4) 男性化妆品营销策略与渠道

(5) 男性化妆品价格走势分析

(6) 男性化妆品市场发展趋势

##### 5.3.3 中老年化妆品市场分析

(1) 中老年化妆品市场规模分析

(2) 中老年化妆品品牌竞争格局

(3) 中老年化妆品消费者关注情况

(4) 中老年化妆品营销策略与渠道

(5) 中老年化妆品价格走势分析

(6) 中老年化妆品市场发展趋势

## 5.4热点产品细分市场分析 with 前景预测

### 5.4.1药妆市场分析

- (1) 药妆市场规模分析
- (2) 药妆品牌竞争格局
- (3) 药妆消费者关注情况
- (4) 药妆营销策略与渠道
- (5) 药妆价格走势分析
- (6) 药妆市场发展趋势

### 5.4.2有机/天然化妆品市场分析

- (1) 有机/天然化妆品市场规模分析
- (2) 有机/天然化妆品品牌竞争格局
- (3) 有机/天然化妆品消费者关注情况
- (4) 有机/天然化妆品营销策略与渠道
- (5) 有机/天然化妆品价格走势分析
- (6) 有机/天然化妆品市场发展趋势

## 第6章：中国化妆品行业营销策略分析

### 6.1化妆品行业传统渠道策略分析

#### 6.1.1传统销售渠道概述

#### 6.1.2商场专柜渠道分析

- (1) 渠道概况
- (2) 品牌分析
- (3) 进入壁垒
- (4) 成本构成
- (5) 收益分析

#### 6.1.3超市卖场渠道分析

- (1) 渠道概况
- (2) 品牌分析
- (3) 进入壁垒
- (4) 成本构成
- (5) 收益分析

#### 6.1.4专营店渠道分析

- (1) 渠道概况
- (2) 运营策略
- (3) 进入壁垒
- (4) 成本构成
- (5) 收益分析

#### 6.1.5 加盟专卖渠道分析

- (1) 渠道概况
- (2) 品牌分析
- (3) 运营策略
- (4) 成本构成
- (5) 收益分析

#### 6.1.6 药店零售渠道分析

- (1) 渠道概况
- (2) 品牌分析
- (3) 进入壁垒
- (4) 成本构成
- (5) 收益分析

#### 6.1.7 美容院零售渠道分析

- (1) 渠道概况
- (2) 品牌分析
- (3) 进入壁垒
- (4) 成本构成
- (5) 收益分析

#### 6.1.8 电视购物渠道分析

- (1) 渠道概况
- (2) 品牌分析
- (3) 进入壁垒
- (4) 成本构成
- (5) 收益分析

#### 6.2 化妆品行业电子商务渠道分析

##### 6.2.1 化妆品电商渠道销售规模

##### 6.2.2 化妆品电商渠道特性分析

### 6.2.3化妆品电商渠道优劣势分析

- (1) 三方平台
- (2) 自有平台

### 6.2.4化妆品电商渠道与传统渠道关联

- (1) 利好关联
- (2) 不利关联
- (3) 解决方案

### 6.2.5化妆品电商渠道经营策略

### 6.2.6化妆品电商渠道广告投放

- (1) 2021年时尚网站行业数据
- (2) 2021年热门行业品牌网络广告投放
- (3) 2021年化妆护肤品网络广告投放费用
- (4) 2021年化妆护肤品网络广告投放媒体类别

## 6.3化妆品行业的产品策略分析

### 6.3.1行业领先产品策略分析

- (1) 品牌定位策略分析
- (2) 产品组合策略分析
- (3) 产品差异化策略分析
- (4) 新产品开发策略分析
- (5) 产品生命周期运用策略分析

### 6.3.2行业典型产品案例分析

## 6.4化妆品行业的定价策略分析

### 6.4.1行业领先定价策略分析

- (1) 结合产品品牌、产品定位
- (2) 结合产品组合、产品功效
- (3) 结合竞争对手的价格定价

### 6.4.2行业典型定价案例分析

## 6.5化妆品行业的促销策略分析

### 6.5.1行业促销策略概述

### 6.5.2行业领先促销策略分析

- (1) 广告促销策略
- (2) 活动促销策略



## 第7章：中国化妆品行业区域市场分析

### 7.1行业总体区域结构特征分析

#### 7.1.1行业市场分布情况

#### 7.1.2行业产值分布情况

### 7.2广东省化妆品行业发展现状及前景预测

#### 7.2.1广东省化妆品行业发展规划及配套措施

#### 7.2.2广东省化妆品行业在行业中的地位变化

#### 7.2.3广东省化妆品行业市场发展规模分析

##### (1) 行业产值增长情况

##### (2) 销售收入增长情况

### 7.3江苏省化妆品行业发展现状及前景预测

#### 7.3.1江苏省化妆品行业发展规划及配套措施

#### 7.3.2江苏省化妆品行业在行业中的地位变化

#### 7.3.3江苏省化妆品行业市场发展规模分析

##### (1) 行业产值增长情况

##### (2) 销售收入增长情况

### 7.4上海市化妆品行业发展现状及前景预测

#### 7.4.1上海市化妆品行业发展规划及配套措施

#### 7.4.2上海市化妆品行业在行业中的地位变化

#### 7.4.3上海市化妆品行业市场发展规模分析

##### (1) 行业产值增长情况

##### (2) 销售收入增长情况

### 7.5安徽省化妆品行业发展现状及前景预测

#### 7.5.1安徽省化妆品行业发展规划及配套措施

#### 7.5.2安徽省化妆品行业在行业中的地位变化

#### 7.5.3安徽省化妆品行业市场发展规模分析

##### (1) 行业产值增长情况

##### (2) 销售收入增长情况

### 7.6浙江省化妆品行业发展现状及前景预测

#### 7.6.1浙江省化妆品行业发展规划及配套措施

#### 7.6.2浙江省化妆品行业在行业中的地位变化

### 7.6.3浙江省化妆品行业市场发展规划分析

(1) 行业产值增长情况

(2) 销售收入增长情况

### 7.7北京市化妆品行业发展现状及前景预测

#### 7.7.1北京市化妆品行业发展规划及配套措施

#### 7.7.2北京市化妆品行业在行业中的地位变化

#### 7.7.3北京市化妆品行业市场发展规划分析

(1) 行业产值增长情况

(2) 销售收入增长情况

### 7.8湖北省化妆品行业发展现状及前景预测

#### 7.8.1湖北省化妆品行业发展规划及配套措施

#### 7.8.2湖北省化妆品行业在行业中的地位变化

#### 7.8.3湖北省化妆品行业市场发展规划分析

(1) 行业产值增长情况

(2) 销售收入增长情况

## 第8章：中国化妆品行业重点企业分析

### 8.1化妆品企业发展总体状况分析

#### 8.1.1化妆品企业整体排名

#### 8.1.2化妆品行业销售收入状况

#### 8.1.3化妆品行业资产总额状况

#### 8.1.4化妆品行业利润总额状况

### 8.2化妆品生产及研发上市企业个案分析

#### 8.2.1上海家化

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.2霸王国际

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.3诺斯贝尔

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.4创尔生物

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.5幸美股份

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.6赛莱拉

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.7双飞人

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.2.8栋方股份

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.3化妆品渠道及代理上市企业个案分析

##### 8.3.1唯品会

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业合作品牌情况

(4) 企业渠道布局情况

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

##### 8.3.2聚美优品

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业合作品牌情况

(4) 企业渠道布局情况

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

##### 8.3.3怡亚通

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业合作品牌情况
- (4) 企业渠道布局情况
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.3.4 青岛金王

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业合作品牌情况
- (4) 企业渠道布局情况
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.3.5 丽人丽妆

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业合作品牌情况
- (4) 企业渠道布局情况
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.3.6 天天美尚

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业合作品牌情况
- (4) 企业渠道布局情况
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.3.7 美易在线

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业合作品牌情况
- (4) 企业渠道布局情况
- (5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.3.8 克里爱

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业合作品牌情况

(4) 企业渠道布局情况

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.3.9 知我科技

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业合作品牌情况

(4) 企业渠道布局情况

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.3.10 若羽臣

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业合作品牌情况

(4) 企业渠道布局情况

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

### 8.4 外资化妆品巨头在华子公司个案分析

#### 8.4.1 宝洁(中国)有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.4.2 天津宝洁工业有限公司

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.4.3 苏州尚美国际化妆品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.4.4 宜昌新美国际化妆品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.4.5 美科化妆品（上海）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.4.6 联合利华（中国）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.4.7 资生堂丽源化妆品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.4.8 高丝化妆品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.4.9 玫琳凯(中国)化妆品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.4.10 安利(中国)日用品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

### 8.5 化妆品行业其他领先企业个案分析

#### 8.5.1 上海伽蓝(集团)股份有限公司

(1) 企业发展简况分析



- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.5.2江苏隆力奇集团有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.5.3丸美（中国）控股公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.5.4杭州珀莱雅控股股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

#### 8.5.5拉芳家化股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.5.6名臣健康用品股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.5.7上海相宜本草化妆品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.5.8广州环亚化妆品科技公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.5.9浙江欧诗漫集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

#### 8.5.10湖北丝宝股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

## 第9章：中国化妆品行业发展投资策略

### 9.1化妆品行业发展趋势与前景预测

#### 9.1.1行业发展趋势预测

- (1) 行业市场发展趋势预测
- (2) 行业产品发展趋势预测
- (3) 行业市场竞争趋势预测

#### 9.1.2行业发展因素分析

#### 9.1.3行业发展趋势预测

- (1) 化妆品总需求预测
- (2) 化妆品细分产品需求预测

### 9.2化妆品行业投资现状与风险分析

#### 9.2.1行业投资现状分析

#### 9.2.2行业进入壁垒分析

#### 9.2.3行业经营模式分析

#### 9.2.4行业投资风险预警

### 9.3化妆品行业投资策略与建议分析

#### 9.3.1行业投资价值分析

#### 9.3.2行业投资机会分析

- (1) 90后将带动行业消费增长
- (2) 渠道下沉扩大市场容量
- (3) 中国的高消费时代到来
- (4) 产业升级成本将会压缩
- (5) 网络市场加快市场开拓

#### 9.3.3行业发展策略分析

- (1) 行业并购策略分析
- (2) 行业营销策略分析
- (3) 行业研发策略分析

(4) 行业产品策略分析

(5) 行业生产策略分析

### 9.3.4行业投资策略建议

(1) 上市企业投资策略建议

(2) 非上市企业投资策略建议

(3) 潜在进入者投资策略建议

(4) 行业替补者投资策略建议

(5) 投资机构的投资策略建议

部分图表目录：

图表1：化妆品定义

图表2：化妆品行业代码表

图表3：化妆品行业产品分类

图表4：2017-2021年化妆品行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表5：2017-2021年中国化妆品产值及占日化行业产值比例（单位：%）

图表6：化妆品行业所处产业链示意图

图表7：2021年化妆品行业标准汇总

图表8：2021年化妆品行业相关政策汇总分析

图表9：2021年化妆品行业发展规划分析

图表10：2017-2021年中国GDP及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表11：2017-2021年中国城乡居民人均收入及增长情况（单位：元，%）

图表12：2017-2021年中国城乡居民人均消费支出及增长情况（单位：元，%）

图表13：2021年全国居民人均消费支出构成（单位：元，%）

图表14：中国消费者的主要分类（单位：%）

图表15：不同心理的女性消费者行为研究

图表16：男性消费者的购买动机形成分析

图表17：六大城市不同性别居民化妆品购买比例（单位：% ，人）

图表18：六大城市不同年龄居民化妆品的购买比例（单位：% ，人）

图表19：六大城市不同学历居民化妆品的购买比例（单位：% ，人）

图表20：中低收入消费者消费行为研究

图表21：六大城市不同收入居民化妆品的购买比例（单位：% ，人）

图表22：六大城市不同电视媒介接触频率居民化妆品消费情况（单位：% ，人）

图表23：六大城市不同广播媒介接触频率居民化妆品消费情况（单位：% ，人）

图表24：六大城市不同杂志媒介接触频率居民化妆品的购买比例（单位：% ，人）

图表25：六大城市不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费情况（单位：% ，人）

图表26：六大城市不同网络媒介接触频率居民化妆品消费情况（单位：% ，人）

图表27：不同化妆品消费人群接触各类广告的排名及比例（单位：% ，人）

图表28：2021年国际化妆品巨头研发投入排名（单位：亿元 ，%）

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202111/246428.html>