2018-2023年中国化妆品市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制
www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国化妆品市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/I09165T2TN.html

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元
【出版日期】2018-05-25
【交付方式】Email电子版/特快专递
【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630
博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国化妆品市场监测及投资前景研究报告》介绍了化妆品行业相关概述、中国化妆品产业运行环境、分析了中国化妆品行业的现状、中国化妆品行业竞争格局、对中国化妆品行业做了重点企业经营状况分析及中国化妆品产业发展前景与投资预测。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。

化妆品是人们所熟知的一种化学工业品，它属于精细化工领域，主要是指以涂抹、喷洒等方法，均匀分布于人体表面的任何部位，如头发、脸部、脖子、腋下、指甲、唇齿等，以达到清洁、保养、美容、修饰、改变外观等为目的，使人保持良好状态为目的的化学工业品或精细化工产品。

据博思数据发布的《2018-2023年中国化妆品市场监测及投资前景研究报告》表明：2018年我国化妆品类商品累计零售值达2619亿元，比上年累计增长9.6%。 指标 2018年12月 2018年11月 2018年10月 2018年9月 2018年8月 2018年7月 化妆品类商品零售类值当期值(亿元) 247.2 280 218.2 222.1 203.1 184.4 化妆品类商品零售类值累计值(亿元) 2619 2374.7 2094.1 1868.3 1653.9 1455.9 化妆品类商品零售类值同比增长(%) 1.9 4.4 6.4 7.7 7.8 7.8 化妆品类商品零售类值累计增长(%) 9.6 10.5 11.4 12 12.6 13.3

近现代化妆品行业起源西欧，从18世纪传承古老技艺进行家庭式生产的香水作坊，到如今工厂化生产、品牌化运营的1860亿欧元（2016年）全球市场，化妆品已经成为一个品牌驱动型、集团运营为主的全球化产业。新兴市场同时保持着让人兴奋的增长势头，亚太市场已成为全球最大的化妆品消费市场，占全球同期总量的36.9%，西欧、北美、拉美地区分列其后。

从产品品类看，化妆品行业中护肤品市场规模最大。2016年全球护肤品市场规模达676.1亿欧元，占化妆品市场总量的36.3%；护发用品市场规模为426.3亿欧元，占比22.9%；彩妆市场规模为339.2亿欧元，占比为18.2%；香水市场规模为221.5亿欧元，占比12.0%；卫生用品市场规模为196.9亿欧元，占比为10.6%。

报告目录：

第一章化妆品行业发展综述 1
1.1 化妆品行业定义及分类 1
1.1.1 行业定义 1
1.1.2 行业分类 1

1.1.3 产业链结构 3
1.2 化妆品行业统计标准 4
1.2.1 统计部门和统计口径 4
1.2.2主要统计方法介绍 4
1.2.3 行业涵盖数据种类介绍 7
1.3 最近3-5年中国化妆品行业经济指标分析 7
1.3.1 赢利性 7
1.3.2 成长速度 7
1.3.3 附加值的提升空间 8
1.3.4 进入壁垒／退出机制 8
1.3.5 风险性 9
1.3.6 行业周期 9
1.3.7 竞争激烈程度指标 9
1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析 9

第二章化妆品行业运行环境分析 10
2.1 化妆品行业政治法律环境分析 10
2.1.1 行业管理体制分析 10
2.1.2 行业主要法律法规 12
2.1.3 行业相关发展规划 15
2.2 化妆品行业经济环境分析 18
2.2.1 国际宏观经济形势分析 18
2.2.2 国内宏观经济形势分析 18
2.2.3 产业宏观经济环境分析 26
2.3 化妆品行业社会环境分析 26
2.3.1 化妆品产业社会环境 26
2.3.2 社会环境对行业的影响 30
2.3.3 化妆品产业发展对社会发展的影响 30
2.4 化妆品行业技术环境分析 30
2.4.1 化妆品技术分析 30
2.4.2 化妆品技术发展水平 32
2.4.3 行业主要技术发展趋势 33

第三章我国化妆品行业运行分析 35
3.1 我国化妆品行业发展状况分析 35
3.1.1 我国化妆品行业发展阶段 35
3.1.2 我国化妆品行业发展总体概况 35
3.1.3 我国化妆品行业发展特点分析 35
3.2 2014-2017年化妆品行业发展现状 36
3.2.1 2014-2017年我国化妆品行业市场规模 36
2011-2017年中国化妆品市场规模分析

资料来源：公开资料、博思数据整理
3.2.2 2014-2017年我国化妆品行业发展分析 37
3.2.3 2014-2017年中国化妆品企业发展分析 37
3.3 区域市场调研 38
3.3.1 区域市场分布总体情况 38
3.3.2 2014-2017年重点省市市场调研 38
3.4 化妆品细分产品/服务市场调研 39
3.4.1 细分产品/服务特色 39
3.4.2 2014-2017年细分产品/服务市场规模及增速 40
3.4.3 重点细分产品/服务市场趋势分析 43
3.5 化妆品产品/服务价格分析 43
3.5.1 2014-2017年化妆品价格走势 43
3.5.2 影响化妆品价格的关键因素分析 43
1、原料和生产成本 43
2、流通渠道费用 44
3、品牌营销费用 44
4、包装费用 44
3.5.3 2018-2024年化妆品产品/服务价格变化趋势 45
3.5.4 主要化妆品企业价位及价格策略 45

第四章我国化妆品行业整体运行指标分析 50
4.1 2014-2017年中国化妆品行业总体规模分析 50

4.1.1 企业数量结构分析 50
4.1.2 人员规模状况分析 51
4.1.3 行业资产规模分析 52
4.1.4 行业市场规模分析 53
4.2 2014-2017年中国化妆品行业产销情况分析 54
4.2.1 我国化妆品行业总产值 54
4.2.2 我国化妆品行业销售收入 55
4.3 2014-2017年中国化妆品行业财务指标总体分析 55
4.3.1 行业盈利能力分析 55
4.3.2 行业偿债能力分析 56
4.3.3 行业营运能力分析 56
4.3.4 行业发展能力分析 56

第五章我国化妆品行业供需形势分析 57
5.1 化妆品行业供给分析 57
5.1.1 2014-2017年化妆品行业供给分析 57
5.1.2 2018-2024年化妆品行业供给变化趋势 57
5.1.3 化妆品行业区域供给分析 58
5.2 2014-2017年我国化妆品行业需求情况 58
5.2.1 化妆品行业需求市场 58
5.2.2 化妆品行业客户结构 59
5.2.3 化妆品行业需求的地区差异 59
5.3 化妆品市场应用及需求预测 60
5.3.1 化妆品应用市场总体需求分析 60
1、化妆品应用市场需求特征 60
2、化妆品应用市场需求总规模 65
5.3.2 2018-2024年化妆品行业领域需求预测 66
1、2018-2024年化妆品行业领域需求产品/服务功能预测 66
2、2018-2024年化妆品行业领域需求产品/服务市场格局预测 66
5.3.3 重点行业化妆品产品/服务需求分析预测 67

第六章化妆品行业产业结构分析 68

6.1 化妆品产业结构分析 68
6.1.1 市场细分充分程度分析 68
6.1.2 各细分市场领先企业排名 68
6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例 69
6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构） 70
6.2 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 70
6.2.1 产业价值链条的构成 70
6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析 71
6.3 产业结构发展预测 71
6.3.1 产业结构调整指导政策分析 71
6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素 72
6.3.3 中国化妆品行业参与国际竞争的战略市场定位 73
6.3.4 化妆品产业结构调整方向分析 73
6.3.5建议 74

第七章我国化妆品行业产业链分析 76
7.1 化妆品行业产业链分析 76
7.1.1 产业链结构分析 76
7.1.2 主要环节的增值空间 76
7.1.3 与上下游行业之间的关联性 77
7.2 化妆品上游行业调研 77
7.2.1 化妆品产品成本构成 77
7.2.2 2014-2017年上游行业发展现状 78
7.2.3 2018-2024年上游行业发展趋势 79
7.2.4 上游供给对化妆品行业的影响 79
7.3 化妆品下游行业调研 79
7.3.1 化妆品下游行业分布 79
7.3.2 2014-2017年下游行业发展现状 80
7.3.3 2018-2024年下游行业发展趋势 81
7.3.4 下游需求对化妆品行业的影响 81

第八章我国化妆品行业渠道分析及策略 83

8.1 化妆品行业渠道分析 83
8.1.1 渠道形式及对比 83
8.1.2 各类渠道对化妆品行业的影响 84
8.1.3 主要化妆品企业渠道策略研究 85
8.1.4 各区域主要代理商情况 86
8.2 化妆品行业用户分析 86
8.2.1 用户认知程度分析 86
8.2.2 用户需求特点分析 87
8.2.3 用户购买途径分析 90
8.3 化妆品行业营销策略分析 91
8.3.1 中国化妆品营销概况 91
8.3.2 化妆品营销策略探讨 92
8.3.3 化妆品营销发展趋势 94

第九章我国化妆品行业竞争形势及策略 95
9.1 行业总体市场竞争状况分析 95
9.1.1 化妆品行业竞争结构分析 95
1、现有企业间竞争 95
2、潜在进入者分析 95
3、替代品威胁分析 96
4、供应商议价能力 97
5、客户议价能力 97
6、竞争结构特点总结 97
9.1.2 化妆品行业企业间竞争格局分析 98
9.1.3 化妆品行业集中度分析 99
9.1.4 化妆品行业SWOT分析 100
9.2 中国化妆品行业竞争格局综述 102
9.2.1 化妆品行业竞争概况 102
1、中国化妆品行业竞争格局 102
2、化妆品行业未来竞争格局和特点 103
3、化妆品市场进入及竞争对手分析 103
9.2.2 中国化妆品行业竞争力分析 103

1、我国化妆品行业竞争力剖析 103
2、我国化妆品企业市场竞争的优势 104
3、国内化妆品企业竞争能力提升途径 104
9.2.3 化妆品市场竞争策略分析 106

第十章中国化妆品行业领先企业经营形势分析 109
10.1 上海家化联合股份有限公司 109
10.1.1 企业概况 109
10.1.2 企业优势分析 110
10.1.3 产品/服务特色 112
10.1.4 2015-2017年经营状况 113
10.1.5 2018-2024年发展规划 115
10.2 青岛金王应用化学股份有限公司 115
10.2.1 企业概况 115
10.2.2 企业优势分析 116
10.2.3 产品/服务特色 117
10.2.4 2015-2017年经营状况 120
10.2.5 2018-2024年发展规划 125
10.3 拉芳家化股份有限公司 126
10.3.1 企业概况 126
10.3.2 企业优势分析 128
10.3.3 产品/服务特色 128
10.3.4 2015-2017年经营状况 129
10.3.5 2018-2024年发展规划 131
10.4 惠州市肌缘生物科技股份有限公司 133
10.4.1 企业概况 133
10.4.2 企业优势分析 137
10.4.3 产品/服务特色 137
10.4.4 2015-2017年经营状况 141
10.4.5 2018-2024年发展规划 143
10.5 苏州蜜思肤化妆品股份有限公司 143
10.5.1 企业概况 143

10.5.2 企业优势分析 145
10.5.3 产品/服务特色 147
10.5.4 2015-2017年经营状况 148
10.5.5 2018-2024年发展规划 151
10.6 厦门美易在线科技股份有限公司 152
10.6.1 企业概况 152
10.6.2 企业优势分析 152
10.6.3 产品/服务特色 153
10.6.4 2015-2017年经营状况 154
10.6.5 2018-2024年发展规划 156
10.7 深圳市兰亭科技股份有限公司 157
10.7.1 企业概况 157
10.7.2 企业优势分析 158
10.7.3 产品/服务特色 159
10.7.4 2015-2017年经营状况 162
10.7.5 2018-2024年发展规划 163
10.8 上海潇雅生物科技股份有限公司 164
10.8.1 企业概况 164
10.8.2 企业优势分析 165
10.8.3 产品/服务特色 166
10.8.4 2015-2017年经营状况 169
10.8.5 2018-2024年发展规划 171
10.9 新疆伊帕尔汗香料股份有限公司 171
10.9.1 企业概况 171
10.9.2 企业优势分析 174
10.9.3 产品/服务特色 176
10.9.4 2015-2017年经营状况 180
10.9.5 2018-2024年发展规划 182
10.10 莱博实业（上海）股份有限公司 182
10.10.1 企业概况 182
10.10.2 企业优势分析 183
10.10.3 产品/服务特色 184

10.10.4 2015-2017年经营状况 189
10.10.5 2018-2024年发展规划 190

第十一章 2018-2024年化妆品行业行业前景调研 192
11.1 2018-2024年化妆品市场趋势预测 192
11.1.1 2018-2024年化妆品市场发展潜力 192
11.1.2 2018-2024年化妆品市场趋势预测展望 192
11.1.3 2018-2024年化妆品细分行业趋势预测分析 193
11.2 2018-2024年化妆品市场发展趋势预测 194
11.2.1 2018-2024年化妆品行业发展趋势 194
11.2.2 2018-2024年化妆品市场规模预测 196
11.2.3 2018-2024年化妆品行业应用趋势预测 196
11.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测 197
11.3 2018-2024年中国化妆品行业供需预测 198
11.3.1 2018-2024年中国化妆品行业供给预测 198
11.3.2 2018-2024年中国化妆品行业需求预测 199
11.3.3 2018-2024年中国化妆品供需平衡预测 200
11.4 影响企业生产与经营的关键趋势 200
11.4.1 市场整合成长趋势 200
11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测 201
11.4.3 企业区域市场拓展的趋势 201
11.4.4 科研技术发展趋势 202
11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势 202

第十二章 2018-2024年化妆品行业投资机会与风险 204
12.1 化妆品行业投融资情况 204
12.1.1 行业资金渠道分析 204
12.1.2 固定资产投资分析 206
12.1.3 兼并重组情况分析 206
12.2 2018-2024年化妆品行业投资机会 208
12.2.1 产业链投资机会 208
12.2.2 细分市场投资机会 209

12.2.3 重点区域投资机会 209
12.3 2018-2024年化妆品行业投资前景及防范 210
12.3.1 新产品研发风险及防范 210
12.3.2 技术风险及防范 210
12.3.3 市场竞争风险及防范 210
12.3.4 宏观经济波动风险及防范 210
12.3.5 互联网行业发展的风险及防范 211
12.3.6 产品质量和安全风险及防范 211
12.3.7 其他风险及防范 211

第十三章化妆品行业投资规划建议研究 213
13.1 化妆品行业投资前景研究 213
13.1.1 战略综合规划 213
13.1.2 技术开发战略 213
13.1.3 业务组合战略 214
13.1.4 区域战略规划 214
13.1.5 产业战略规划 215
13.1.6 营销品牌战略 216
13.1.7 竞争战略规划 216
13.2 对我国化妆品品牌的战略思考 217
13.2.1 化妆品品牌的重要性 217
13.2.2 化妆品实施品牌战略的意义 218
13.2.3 化妆品企业品牌的现状分析 219
13.2.4 我国化妆品企业的品牌战略 222
13.2.5 化妆品品牌战略管理的策略 223
13.3 化妆品经营策略分析 223
13.3.1 化妆品市场细分策略 223
13.3.2 化妆品市场创新策略 224
13.3.3 品牌定位与品类规划 225
13.3.4 化妆品新产品差异化战略 225
13.4 化妆品行业投资规划建议研究 226
13.4.1 2017年化妆品行业投资规划建议 226

13.4.2 2018-2024年化妆品行业投资规划建议 226
13.4.3 2018-2024年细分行业投资规划建议 227

第十四章研究结论及投资建议 229
14.1 化妆品行业研究结论 229
14.2 化妆品行业投资价值评估 229
14.3化妆品行业投资建议 230
14.3.1 行业投资策略建议 230
14.3.2 行业投资方向建议 231
14.3.3 行业投资方式建议 232

图表目录：

图表：2012-2017年国内生产总值及其增长速度 19
图表：2012-2017年三次产业增加值占国内生产总值比重 19
图表：2017年2017年人口数及其构成 20
图表：2017年居民消费价格月度涨跌幅度 20
图表：2017年居民消费价格比2015年涨跌幅度 21
图表：2012-2017年全社会消费品零售总额 21
图表：2012-2017年货物进出口总额 22
图表：2017年货物进出口总额及其增长速度 23
图表：2017年主要商品出口数量、金额及其增长速度 23
图表：2017年主要商品进口数量、金额及其增长速度 24
图表：2017年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 24
图表：2017年外商直接投资（不含银行、证券、保险）及其增长速度 25
图表：2017年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度 25
图表：2012-2017年全国居民人均可支配收入及其增长速度 27

详细请访问：http://www.bosidata.com/report/I09165T2TN.html