

2019-2025年中国草本化妆品行业 市场监测与投资决策咨询报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2019-2025年中国草本化妆品行业市场监测与投资决策咨询报告》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.chinairr.org/report/R12/R1201/201812/14-281999.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

中国产业研究报告网发布的《2019-2025年中国草本化妆品行业市场监测与投资决策咨询报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中国产业研究报告网是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 草本化妆品行业概述

第一节 行业界定

- 一、草本化妆品的定义
- 二、草本化妆品和一般化妆品的区别
- 三、草本化妆品同药品的区别

第二节 相关阐释

- 一、草本化妆品的类别
- 二、草本化妆品的功能
- 三、开发草本化妆品的流程

第二章 2012 -2017年中国草本化妆品行业发展环境分析

第一节 经济环境

- 一、全球经济形势
- 二、中国经济形势
- 三、经济发展趋势

第二节 政策环境

- 一、草本化妆品监管相关措施
- 二、中药化妆品税收制度
- 三、中药化妆品申报审批制度

第三节 产业环境

一、化妆品市场现状

二、化妆品消费水平

三、化妆品行业格局

第四节 社会环境

一、人口环境

二、消费升级

三、文化环境

四、生态环境

第五节 研发环境

一、我国中药原料丰富

二、中医理论基础雄厚

三、企业创新体系不足

四、专业研发机构缺乏

第三章 国外草本化妆品行业的发展经验分析

第一节 国外草本化妆品行业总体概况

一、国外草本化妆品市场趋向成熟

二、国外草本化妆品品的研究状况

三、全球草本化妆品市场规模现状

四、国外草本化妆品行业管理情况

第二节 日本草本化妆品行业分析

一、日本草本化妆品行业现状概述

二、日本草本化妆品店的商业模式

三、日本草本化妆品店的经验借鉴

四、日本草本化妆品店的成功案例

第三节 其他国家及地区

一、法国草本化妆品行业概述

二、美国草本化妆品行业概述

三、台湾草本化妆品行业概述

第四章 2012-2017年中国草本化妆品行业总体发展分析

第一节 中国草本化妆品行业整体概述

- 一、我国草本化妆品发展历史
- 二、国内草本化妆品研究现状
- 三、我国草本化妆品发展迅速
- 四、药企纷纷转战草本化妆品

第二节 2012-2017年中国草本化妆品业现状分析

- 一、中国草本化妆品市场规模
- 二、中国草本化妆品市场需求
- 三、中国草本化妆品市场争议
- 四、中国草本化妆品行业探索

第三节 中国草本化妆品行业的发展瓶颈

- 一、概念模糊与标准缺失
- 二、发展较为缓慢
- 三、剑走偏锋
- 四、沦为“非主流”

第四节 中国草本化妆品业的发展对策

- 一、注重顾客需求
- 二、着力市场培养
- 三、人才培养和和专业服务
- 四、产品渠道和开发推广

第五章2012 -2017年中国草本化妆品市场竞争态势分析

第一节 中国草本化妆品业的波特五力模型分析

- 一、供应商讨价还价能力
- 二、消费者讨价还价能力
- 三、替代者威胁
- 四、新进入者的威胁
- 五、行业内竞争

第二节 中国草本化妆品业的市场竞争格局分析

- 一、中外品牌竞争
- 二、线下渠道竞争
- 三、线上电商竞争

第三节 日本草本化妆品在华发展态势分析

一、在华发展受阻

二、退出中国市场

三、线上渠道发力

第四节 本土品牌竞争力缺乏

一、信念信心缺失

二、教条经验作祟

三、心态韧劲不足

四、系统建设断层

五、市场引导乏力

第六章 2012-2017年中国草本化妆品市场消费特征分析

第一节 中国化妆品消费特征分析

一、消费者总体构成

二、消费者行为分析

三、女性消费者分析

四、网络消费者分析

第二节 草本化妆品消费群体特征分析

一、青年草本化妆品消费群体

二、中年草本化妆品消费群体

第三节 年轻草本化妆品消费群体心理分析

一、感性成分多

二、尝试性购买

三、解决皮肤问题

第四节 中年草本化妆品消费群体心理分析

一、注重使用价值

二、消费情绪复杂

三、延缓衰老的需求

第五节 白领女性对草本化妆品的消费特征

一、非理性消费

二、情绪化消费

三、不言悔消费

第七章 2012-2017年中国草本化妆品行业销售渠道分析

第一节 国内草本化妆品销售主要渠道

- 一、“健与美”业态
- 二、草本化妆品店
- 三、其他渠道

第二节 中国草本化妆品销售渠道的现状

- 一、草本化妆品没有集成供应商
- 二、终端渠道定位不明确
- 三、OTC渠道能力需提升
- 四、草本化妆品亟待拓展新渠道

第三节 “健与美零售连锁”草本化妆品发展态势

- 一、发展规模
- 二、产品经营
- 三、服务优势

第四节 我国草本化妆品店发展态势分析

- 一、草本化妆品店的类型
- 二、经营现状分析
- 三、经营困境分析
- 四、发展策略分析

第五节 草本化妆品销售渠道拓展的路径

- 一、医疗诊治渠道
- 二、服务营销渠道
- 三、商业零售渠道
- 四、借助联盟渠道

第八章 2012-2017年中国草本化妆品行业营销分析

第一节 国外草本化妆品营销模式特点概述

- 一、法国
- 二、美国
- 三、日本

第二节 日本草本化妆品针对女性的营销模式

一、研究女性消费心理及特征

二、鲜明的广告与有力的促销

三、合理促销与品种丰富

四、自有品牌高品质与贴心服务

第三节 草本化妆品品牌的差异化营销分析

一、产品差异化

二、定位差异化

三、文化差异化

第四节 本土草本化妆品企业营销不足分析

一、草本化妆品定义缺位

二、缺乏核心差异

三、消费教育之难

四、目标战略失重

第五节 本土草本化妆品品牌营销的关键点

一、聚焦核心单品

二、把握消费者心理

三、紧抓中药概念

四、创新传播营销

五、草本化妆品营销之忌

第九章 国内草本化妆品市场主要品牌分析

第一节 欧莱雅公司

一、理肤泉

二、薇姿

三、兰蔻

四、卡尼尔

第二节 雅诗兰黛公司

一、全新鲜活营养系列

二、Osiao

第三节 联合利华公司

一、旁氏

二、其他产品

第四节 上海家化公司

- 一、美加净系列
- 二、六神系列
- 三、佰草集系列

第五节 日本草本化妆品品牌

- 一、芙丽芳丝
- 二、肌研
- 三、芙玫
- 四、娜芙
- 五、蒂珂

第六节 其他国外品牌

- 一、清妍
- 二、宝洁公司
- 三、露华浓
- 四、露得清

第七节 国内其他品牌

- 一、片仔癀
- 二、同仁堂
- 三、瑞美迪
- 四、隆力奇
- 五、葆春堂

第十章 中国草本化妆品行业投资分析

第一节 化妆品产业投资特性分析

- 一、产业特性
- 二、赢利模式
- 三、投资优势

第二节 草本化妆品行业投资机遇分析

- 一、投资前景看好
- 二、市场潜力大
- 三、新兴的“蓝海”市场
- 四、准入门槛相对较低

第三节 草本化妆品行业投资风险分析

- 一、政策风险
- 二、渠道风险
- 三、盈利隐忧
- 四、其他风险

第十一章 草本化妆品行业前景趋势分析（ZYZF）

第一节 全球草本化妆品市场前景预测

- 一、市场规模预测
- 二、企业趋势
- 三、产品趋势
- 四、销售渠道趋势
- 五、消费者趋势

第二节 中国草本化妆品行业前景展望

- 一、草本化妆品市场潜力巨大
- 二、草本化妆品行业前景广阔
- 三、草本化妆品行业发展趋向
- 四、草本化妆品产品发展方向

第三节 中国草本化妆品店的前景分析

- 一、未来前景看好
- 二、细分及多元化
- 三、工商联合趋势
- 四、经营趋势分析（ZYZF）

部分图表目录：

图表：中药化妆品的申报审批流程

图表：2017年年末人口数及其构成

图表：2017年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：世界化妆品市场分割图

图表：2012-2017年全球草本化妆品市场规模

图表：2012-2017年草本化妆品市场规模

图表：2019-2025年全球草本化妆品市场规模预测单位：亿元

图表：2019-2025年我国草本化妆品市场规模预测单位：亿元

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/201812/14-281999.html>