

# 2019-2025年中国化妆品行 货产业深度调研与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2019-2025年中国化妆品行货产业深度调研与投资方向研究报告》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.chinairr.org/report/R12/R1201/201903/11-289049.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](mailto: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

2017年中国化妆品正品行货（不含水货、灰色海淘、海外购物等）含税零售额约2838亿元，同比约+22.6%，增速强劲反弹，其中护肤品增速+20%~+25%、彩妆增速+45%~+50%、香水增速+30%~+35%。

### 中国化妆品行货零售额及增速

中国产业研究报告网发布的《2019-2025年中国化妆品行货产业深度调研与投资方向研究报告》共十四章。首先介绍了化妆品行货相关概念及发展环境，接着分析了中国化妆品行货规模及消费需求，然后对中国化妆品行货市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国化妆品行货面临的机遇及发展前景。您若想对中国化妆品行货有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

- 第一章 化妆品行货行业发展综述
  - 1.1 化妆品行货行业定义及分类
    - 1.1.1 行业定义
    - 1.1.2 行业产品/服务分类
    - 1.1.3 行业主要商业模式
  - 1.2 化妆品行货行业特征分析
    - 1.2.1 产业链分析
    - 1.2.2 化妆品行货行业在产业链中的地位
    - 1.2.3 化妆品行货行业生命周期分析
      - (1) 行业生命周期理论基础
      - (2) 化妆品行货行业生命周期
    - 1.3 最近3-5年中国化妆品行货行业经济指标分析
      - 1.3.1 赢利性
      - 1.3.2 成长速度
      - 1.3.3 附加值的提升空间
      - 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
      - 1.3.5 风险性
      - 1.3.6 行业周期
      - 1.3.7 竞争激烈程度指标
      - 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析
- 第二章 化妆品行货行业运行环境（PEST）分析
  - 2.1 化妆品行货行业政治法律环境分析
    - 2.1.1 行业管理体制分析
    - 2.1.2 行业主要法律法规
    - 2.1.3 行业相关发展规划
  - 2.2 化妆品行货行业经济环境分析
    - 2.2.1 国际宏观经济形势分析
    - 2.2.2 国内宏观经济形势分析
    - 2.2.3 产业宏观经济环境分析
  - 2.3 化妆品行货行业社会环境分析
    - 2.3.1 化妆品行货产业社会环境
    - 2.3.2 社会环境对行业的影响
    - 2.3.3 化妆品行货产业发展对社会发展的影响
  - 2.4 化妆品行货行业技术环境分析
    - 2.4.1 化妆品行货技术分析
    - 2.4.2 化妆品行货技术发展水平
    - 2.4.3 行业主要技术发展趋势
- 第三章 我国化妆品行货行业运行分析
  - 3.1 我国化妆品行货行业发展状况分析
    - 3.1.1 我国化妆品行货行业发展阶段
    - 3.1.2 我国化妆品行货行业发展总体概况
    - 3.1.3 我国化妆品行货行业发展特点分析
  - 3.2 2015-2017年化妆品行货行业发展现状
    - 3.2.1 2015-2017年我国化妆品行货行业市场规模
    - 3.2.2 2015-2017年我国化妆品行货行业规模（亿元）及构成
    - 3.2.3 2015-2017年我国化妆品行货行业发展分析
  - 3.3 2015-2017年中国化妆品行货企业发展分析
    - 3.3.1 区域市场分析
    - 3.3.2 2015-2017年重点省市市场分析
  - 3.4 化妆品行货细分产品/服务市场分析
    - 3.4.1 细分产品/服务特色
    - 3.4.2 2015-2017年细分产品/服务市场规模及增速
    - 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
  - 3.5 化妆品行货产品/服务价格分析
    - 3.5.1 2015-2017年化妆品行货价格走势
    - 3.5.2 影响化妆品行货价格的关键因素分析
      - (1) 成本
      - (2) 供需情况
      - (3) 关联产品
      - (4) 其他
    - 3.5.3 2019-2025年化妆品

行货产品/服务价格变化趋势3.5.4 主要化妆品行货企业价位及价格策略 第四章 我国化妆品行货所属行业整体运行指标分析4.1 2015-2017年中国化妆品行货所属行业总体规模分析4.1.1 企业数量结构分析4.1.2 人员规模状况分析4.1.3 行业资产规模分析4.1.4 行业市场规模分析4.2 2015-2017年中国化妆品行货所属行业运营情况分析4.2.1 我国化妆品行货所属行业营收分析4.2.2 我国化妆品行货所属行业成本分析4.2.3 我国化妆品行货所属行业利润分析4.3 2015-2017年中国化妆品行货所属行业财务指标总体分析4.3.1 行业盈利能力分析4.3.2 行业偿债能力分析4.3.3 行业营运能力分析4.3.4 行业发展能力分析 第五章 我国化妆品行货行业供需形势分析5.1 化妆品行货行业供给分析5.1.1 2015-2017年化妆品行货行业供给分析5.1.2 2019-2025年化妆品行货行业供给变化趋势5.1.3 化妆品行货行业区域供给分析5.2 2015-2017年我国化妆品行货行业需求情况5.2.1 化妆品行货行业需求市场5.2.2 化妆品行货行业客户结构5.2.3 化妆品行货行业需求的地区差异5.3 化妆品行货市场应用及需求预测5.3.1 化妆品行货应用市场总体需求分析（1）化妆品行货应用市场需求特征（2）化妆品行货应用市场需求总规模5.3.2 2019-2025年化妆品行货行业领域需求量预测（1）2019-2025年化妆品行货行业领域需求产品/服务功能预测（2）2019-2025年化妆品行货行业领域需求产品/服务市场格局预测5.3.3 重点行业化妆品行货产品/服务需求分析预测 第六章 化妆品行货行业产业结构分析6.1 化妆品行货产业结构分析6.1.1 市场细分充分程度分析6.1.2 各细分市场领先企业排名6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析6.2.1 产业价值链的构成6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析6.3 产业结构发展预测6.3.1 产业结构调整指导政策分析6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素6.3.3 中国化妆品行货行业参与国际竞争的战略市场定位6.3.4 化妆品行货产业结构调整方向分析6.3.5 建议 第七章 我国化妆品行货行业产业链分析7.1 化妆品行货行业产业链分析7.1.1 产业链结构分析7.1.2 主要环节的增值空间7.1.3 与上下游行业之间的关联性7.2 化妆品行货上游行业分析7.2.1 化妆品行货产品成本构成7.2.2 2015-2017年上游行业发展现状7.2.3 2019-2025年上游行业发展趋势7.2.4 上游供给对化妆品行货行业的影响7.3 化妆品行货下游行业分析7.3.1 化妆品行货下游行业分布7.3.2 2015-2017年下游行业发展现状7.3.3 2019-2025年下游行业发展趋势7.3.4 下游需求对化妆品行货行业的影响 第八章 我国化妆品行货行业渠道分析及策略8.1 化妆品行货行业渠道分析8.1.1 渠道形式及对比8.1.2 各类渠道对化妆品行货行业的影响8.1.3 主要化妆品行货企业渠道策略研究8.1.4 各区域主要代理商情况8.2 化妆品行货行业用户分析8.2.1 用户认知程度分析8.2.2 用户需求特点分析8.2.3 用户购买途径分析8.3 化妆品行货行业营销策略分析8.3.1 中国化妆品行货营销概况8.3.2 化妆品行货营销策略探讨8.3.3 化妆品行货营销发展趋势 第九章 我国化妆品行货行业竞争形势及策略9.1 行业总体市场竞争状况分析9.1.1 化妆品行货行业竞争结构分析（1）现有企业间竞争（2）潜在进入者分析（3）

替代品威胁分析(4) 供应商议价能力(5) 客户议价能力(6) 竞争结构特点总结

### 9.1.2 化妆品行货行业企业间竞争格局分析

### 9.1.3 化妆品行货行业集中度分析

### 9.1.4 化妆品行货行业SWOT分析

## 9.2 中国化妆品行货行业竞争格局综述

### 9.2.1 化妆品行货行业竞争概况(1) 中国化妆品行货行业竞争格局(2) 化妆品行货行业未来竞争格局和特点(3) 化妆品行货市场进入及竞争对手分析

### 9.2.2 中国化妆品行货行业竞争力分析(1) 我国化妆品行货行业竞争力剖析(2) 我国化妆品行货企业市场竞争的优势(3) 国内化妆品行货企业竞争能力提升途径

### 9.2.3 化妆品行货市场竞争策略分析

## 第十章 化妆品行货行业领先企业经营形势分析

### 10.1 欧莱雅(中国)有限公司

#### 10.1.1 企业概况

#### 10.1.2 企业优势分析

#### 10.1.3 产品/服务特色

#### 10.1.4 2015-2017年经营状况

#### 10.1.5 2019-2025年发展规划

### 10.2 宝洁(中国)有限公司

#### 10.2.1 企业概况

#### 10.2.2 企业优势分析

#### 10.2.3 产品/服务特色

#### 10.2.4 2015-2017年经营状况

#### 10.2.5 2019-2025年发展规划

### 10.3 上海家化联合股份有限公司

#### 10.3.1 企业概况

#### 10.3.2 企业优势分析

#### 10.3.3 产品/服务特色

#### 10.3.4 2015-2017年经营状况

#### 10.3.5 2019-2025年发展规划

### 10.4 妮维雅(上海)有限公司

#### 10.4.1 企业概况

#### 10.4.2 企业优势分析

#### 10.4.3 产品/服务特色

#### 10.4.4 2015-2017年经营状况

#### 10.4.5 2019-2025年发展规划

### 10.5 江苏谢馥春国妆股份有限公司

#### 10.5.1 企业概况

#### 10.5.2 企业优势分析

#### 10.5.3 产品/服务特色

#### 10.5.4 2015-2017年经营状况

#### 10.5.5 2019-2025年发展规划

### 10.6 上海百雀羚日用化学有限公司

#### 10.6.1 企业概况

#### 10.6.2 企业优势分析

#### 10.6.3 产品/服务特色

#### 10.6.4 2015-2017年经营状况

#### 10.6.5 2019-2025年发展规划

## 第十一章 2019-2025年化妆品行货行业投资前景

### 11.1 2019-2025年化妆品行货市场发展前景

#### 11.1.1 2019-2025年化妆品行货市场发展潜力

#### 11.1.2 2019-2025年化妆品行货市场发展前景展望

#### 11.1.3 2019-2025年化妆品行货细分行业发展前景分析

### 11.2 2019-2025年化妆品行货市场发展趋势预测

#### 11.2.1 2019-2025年化妆品行货行业发展趋势

#### 11.2.2 2019-2025年化妆品行货市场规模预测

#### 11.2.3 2019-2025年化妆品行货行业应用趋势预测

#### 11.2.4 2019-2025年细分市场发展趋势预测

### 11.3 2019-2025年中国化妆品行货行业供需预测

#### 11.3.1 2019-2025年中国化妆品行货行业供给预测

#### 11.3.2 2019-2025年中国化妆品行货行业需求预测

#### 11.3.3 2019-2025年中国化妆品行货供需平衡预测

### 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

#### 11.4.1 市场整合成长趋势

#### 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

#### 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

#### 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

#### 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2019-2025年化妆品行货行业投资机会与风险

### 12.1 化妆品行货行业投融资情况

#### 12.1.1 行业资金渠道分析

#### 12.1.2 固定资产投资分析

#### 12.1.3 兼并重组情况分析

### 12.2 2019-2025年化妆品行货行业投资机会

#### 12.2.1 产业链投资机会

#### 12.2.2 细分市场投资机会

#### 12.2.3 重点区域投资机会

### 12.3 2019-2025年化妆品行货行业投资风险及防范

#### 12.3.1 政策风险及防范

#### 12.3.2 技术风险及防范

#### 12.3.3 供求风险及防范

#### 12.3.4 宏观经济波动风险及防范

#### 12.3.5 关联产业风险及防范

#### 12.3.6 产品结构风险及防范

#### 12.3.7 其他风险及防范

## 第十三章 化妆品行货行业投资战略研究

### 13.1 化妆品行货行业发展战略研究

#### 13.1.1 战略综合规划

#### 13.1.2 技术开发战

略13.1.3 业务组合战略13.1.4 区域战略规划13.1.5 产业战略规划13.1.6 营销品牌战略13.1.7 竞争战略规划13.2 对我国化妆品行货品牌的战略思考13.2.1 化妆品行货品牌的重要性13.2.2 化妆品行货实施品牌战略的意义13.2.3 化妆品行货企业品牌的现状分析13.2.4 我国化妆品行货企业的品牌战略13.2.5 化妆品行货品牌战略管理的策略13.3 化妆品行货经营策略分析13.3.1 化妆品行货市场细分策略13.3.2 化妆品行货市场创新策略13.3.3 品牌定位与品类规划13.3.4 化妆品行货新产品差异化战略13.4 化妆品行货行业投资战略研究13.4.1 2017年化妆品行货行业投资战略13.4.2 2019-2025年化妆品行货行业投资战略13.4.3 2019-2025年细分行业投资战略 第十四章 研究结论及投资建议 ( ZYYF ) 14.1 化妆品行货行业研究结论14.2 化妆品行货行业投资价值评估14.3 化妆品行货行业投资建议14.3.1 行业发展策略建议14.3.2 行业投资方向建议14.3.3 行业投资方式建议 图表目录：图表1：化妆品行货行业生命周期图表2：化妆品行货行业产业链结构图表3：2015-2017年全球化妆品行货行业市场规模图表4：2015-2017年中国化妆品行货行业市场规模图表5：2015-2017年化妆品行货行业重要数据指标比较图表6：2015-2017年中国化妆品行货市场占全球份额比较图表7：2015-2017年化妆品行货行业工业总产值图表8：2015-2017年化妆品行货行业销售收入图表9：2015-2017年化妆品行货行业利润总额图表10：2015-2017年化妆品行货行业资产总计图表11：2015-2017年化妆品行货行业负债总计图表12：2015-2017年化妆品行货行业竞争力分析图表13：2015-2017年化妆品行货市场价格走势图14：2015-2017年化妆品行货行业主营业务收入图表15：2015-2017年化妆品行货行业主营业务成本图表16：2015-2017年化妆品行货行业销售费用分析图表17：2015-2017年化妆品行货行业管理费用分析图表18：2015-2017年化妆品行货行业财务费用分析图表19：2015-2017年化妆品行货行业销售毛利率分析图表20：2015-2017年化妆品行货行业销售利润率分析图表21：2015-2017年化妆品行货行业成本费用利润率分析图表22：2015-2017年化妆品行货行业总资产利润率分析图表23：2015-2017年化妆品行货行业集中度图表24：2019-2025年中国化妆品行货行业供给预测图表25：2019-2025年中国化妆品行货行业需求预测图表26：2019-2025年中国化妆品行货行业市场容量预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/201903/11-289049.html>