

# 2023-2029年中国化妆品市场深度研究与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

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

## 一、报告报价

《2023-2029年中国化妆品市场深度研究与战略咨询报告》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/R1201/202309/22-565789.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

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国化妆品市场深度研究与战略咨询报告》共二十章。

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：

### 第一章&nbsp;化妆品的相关概述

#### 1.1&nbsp;化妆品的介绍

##### 1.1.1&nbsp;化妆品的定义

##### 1.1.2&nbsp;化妆品的主要作用

##### 1.1.3&nbsp;化妆品的分类

#### 1.2&nbsp;中国化妆品行业的发展历程

##### 1.2.1&nbsp;古代化妆品

##### 1.2.2&nbsp;现代化妆品

#### 1.3&nbsp;化妆品产业特性分析

##### 1.3.1&nbsp;化妆品的产品特性

##### 1.3.2&nbsp;中国化妆品的监督管理特性

#### 1.4&nbsp;化妆品产业链发展分析

##### 1.4.1&nbsp;产业链简况

##### 1.4.2&nbsp;上游行业的影响

##### 1.4.3&nbsp;下游行业的影响

### 第二章&nbsp;2019-2022年国际化妆品市场分析

#### 2.1&nbsp;国际化妆品市场概述

##### 2.1.1&nbsp;国际化妆品市场规模分析

##### 2.1.2&nbsp;全球化妆品市场竞争格局

- 2.1.3&emsp;国际化妆品销售渠道变化
- 2.1.4&emsp;国际高端化妆品市场格局
- 2.1.5&emsp;国际化妆品原料市场趋势
- 2.1.6&emsp;国际化妆品产品研发潮流
- 2.2&emsp;美国
  - 2.2.1&emsp;美国化妆品市场综述
  - 2.2.2&emsp;美国化妆品市场规模
  - 2.2.3&emsp;抗衰老护肤品发展迅猛
  - 2.2.4&emsp;行业法规管理概述
  - 2.2.5&emsp;产品标签要求严格
- 2.3&emsp;欧洲
  - 2.3.1&emsp;欧洲彩妆市场发展概况
  - 2.3.2&emsp;欧盟化妆品行业法规解读
  - 2.3.3&emsp;欧盟禁令对市场的影响
  - 2.3.4&emsp;欧盟提高市场进入门槛
  - 2.3.5&emsp;意大利化妆品市场发展
- 2.4&emsp;日本
  - 2.4.1&emsp;日本化妆品市场总体概况
  - 2.4.2&emsp;日本化妆品市场规模分析
  - 2.4.3&emsp;日本化妆品行业发展趋势
  - 2.4.4&emsp;日本男士化妆品发展迅速
  - 2.4.5&emsp;日企加快布局中国市场
  - 2.4.6&emsp;日本化妆品市场管制概述
- 2.5&emsp;韩国
  - 2.5.1&emsp;韩国化妆品出口规模
  - 2.5.2&emsp;天然化妆品市场火热
  - 2.5.3&emsp;加快开拓中国市场
  - 2.5.4&emsp;行业主要OEM工厂
  - 2.5.5&emsp;行业成功经验借鉴
  - 2.5.6&emsp;市场发展趋势分析
- 2.6&emsp;其他国家或地区
  - 2.6.1&emsp;印度化妆品市场分析

- 2.6.2&emsp;东南亚化妆品市场分析
- 2.6.3&emsp;中东北方化妆品市场发展
- 2.6.4&emsp;泰国化妆品市场前景广阔

### 第三章&emsp;2019-2022年中国化妆品市场分析

- 3.1&emsp;中国化妆品行业总体概况
  - 3.1.1&emsp;市场政策动态分析
  - 3.1.2&emsp;市场总体发展态势
  - 3.1.3&emsp;OEM生产节奏加快
  - 3.1.4&emsp;终端零售市场特点
  - 3.1.5&emsp;高端市场发展特点
  - 3.1.6&emsp;行业风险投资分析
- 3.2&emsp;2019-2022年中国化妆品市场发展态势分析
  - 3.2.1&emsp;市场发展特征
  - 3.2.2&emsp;产品特点现状
  - 3.2.3&emsp;零售市场规模
  - 3.2.4&emsp;细分市场规模
  - 3.2.5&emsp;零售价格分析
  - 3.2.6&emsp;零售渠道分析
  - 3.2.7&emsp;市场竞争分析
- 3.3&emsp;2022年中国化妆品市场发展动态分析
  - 3.3.1&emsp;2022年市场并购动态
  - 3.3.2&emsp;国内日化企业IPO动态
  - 3.3.3&emsp;企业综艺广告投放分析
  - 3.3.4&emsp;市场“双11”动态分析
  - 3.3.5&emsp;消费税新政利好彩妆市场
- 3.4&emsp;中国化妆品电子商务市场分析
  - 3.4.1&emsp;化妆品电商优缺点
  - 3.4.2&emsp;电商市场规模
  - 3.4.3&emsp;跨境电商逐步打开
  - 3.4.4&emsp;消费者行为分析
  - 3.4.5&emsp;市场竞争格局

- 3.4.6&nbsp;发展趋势展望
- 3.5&nbsp;化妆品市场消费分析
  - 3.5.1&nbsp;化妆品市场消费特征
  - 3.5.2&nbsp;人均化妆品消费规模
  - 3.5.3&nbsp;化妆品市场消费者构成
  - 3.5.4&nbsp;女性消费群体特征
  - 3.5.5&nbsp;女性化妆品消费心理
  - 3.5.6&nbsp;网络消费者购买行为
  - 3.5.7&nbsp;高端化妆品消费分析
- 3.6&nbsp;化妆品包装发展分析
  - 3.6.1&nbsp;化妆品包装的特性
  - 3.6.2&nbsp;化妆品包装市场亮点
  - 3.6.3&nbsp;民族特色包装受欢迎
  - 3.6.4&nbsp;化妆品包装新规解析
  - 3.6.5&nbsp;化妆品包装发展走向
- 3.7&nbsp;中国化妆品市场存在的问题
  - 3.7.1&nbsp;企业经营困境
  - 3.7.2&nbsp;市场亟需整合
  - 3.7.3&nbsp;产品质量有待提高
  - 3.7.4&nbsp;行业发展制约因素
- 3.8&nbsp;中国化妆品市场发展的对策
  - 3.8.1&nbsp;促进行业发展
  - 3.8.2&nbsp;培育品牌力度
  - 3.8.3&nbsp;规范产品标识
  - 3.8.4&nbsp;提升行业地位

#### 第四章&nbsp;中国化妆品制造所属行业财务状况

- 4.1&nbsp;中国化妆品制造所属行业经济规模
  - 4.1.1&nbsp;2019-2022年化妆品制造业销售规模
  - 4.1.2&nbsp;2019-2022年化妆品制造业利润规模
  - 4.1.3&nbsp;2019-2022年化妆品制造业资产规模
- 4.2&nbsp;中国化妆品制造所属行业盈利能力指标分析

- 4.2.1&emsp;2019-2022年化妆品制造业亏损面
- 4.2.2&emsp;2019-2022年化妆品制造业销售毛利率
- 4.2.3&emsp;2019-2022年化妆品制造业成本费用利润率
- 4.2.4&emsp;2019-2022年化妆品制造业销售利润率
- 4.3&emsp;中国化妆品制造所属行业营运能力指标分析
- 4.3.1&emsp;2019-2022年化妆品制造业应收账款周转率
- 4.3.2&emsp;2019-2022年化妆品制造业流动资产周转率
- 4.3.3&emsp;2019-2022年化妆品制造业总资产周转率
- 4.4&emsp;中国化妆品制造所属行业偿债能力指标分析
- 4.4.1&emsp;2019-2022年化妆品制造业资产负债率
- 4.4.2&emsp;2019-2022年化妆品制造业利息保障倍数
- 4.5&emsp;中国化妆品制造所属行业财务状况综合评价
- 4.5.1&emsp;化妆品制造业财务状况综合评价
- 4.5.2&emsp;影响化妆品制造业财务状况的经济因素分析

## 第五章&emsp;中国化妆品所属行业进出口数据分析

- 5.1&emsp;中国化妆品所属行业进出口总量数据分析
- 5.1.1&emsp;2019-2022年中国化妆品进口分析
- 5.1.2&emsp;2019-2022年中国化妆品出口分析
- 5.1.3&emsp;2019-2022年中国化妆品贸易现状分析
- 5.1.4&emsp;2019-2022年中国化妆品贸易顺逆差分析
- 5.2&emsp;2019-2022年主要贸易国化妆品所属行业进出口情况分析
- 5.2.1&emsp;2019-2022年主要贸易国化妆品进口市场分析
- 5.2.2&emsp;2019-2022年主要贸易国化妆品出口市场分析
- 5.3&emsp;2019-2022年主要省市化妆品所属行业进出口情况分析
- 5.3.1&emsp;2019-2022年主要省市化妆品进口市场分析
- 5.3.2&emsp;2019-2022年主要省市化妆品出口市场分析

## 第六章&emsp;2019-2022年中国化妆品网络市场调查分析

- 6.1&emsp;2019-2022年中国化妆品总体调查分析
- 6.1.1&emsp;行业搜索指数趋势
- 6.1.2&emsp;行业搜索词特征

- 6.1.3&emsp;品牌关注度分析
- 6.1.4&emsp;品类检索趋势概况
- 6.2&emsp;2019-2022年化妆品细分品类关注度分析
  - 6.2.1&emsp;护肤类产品
  - 6.2.2&emsp;彩妆类产品
  - 6.2.3&emsp;香氛类产品
  - 6.2.4&emsp;美发护发类产品
- 6.3&emsp;2022年化妆品消费者行为特征分析
  - 6.3.1&emsp;化妆品主要用户群
  - 6.3.2&emsp;消费者行为偏好分析
  - 6.3.3&emsp;消费者集中区域分析
  - 6.3.4&emsp;男士化妆品用户特征

## 第七章&emsp;2019-2022年护肤品市场分析

- 7.1&emsp;中国护肤品市场综述
  - 7.1.1&emsp;品牌发展阶段
  - 7.1.2&emsp;市场总体概况
  - 7.1.3&emsp;市场增长态势
  - 7.1.4&emsp;市场消费特征
  - 7.1.5&emsp;中小企业定位
- 7.2&emsp;2019-2022年中国护肤品市场格局分析
  - 7.2.1&emsp;市场发展规模
  - 7.2.2&emsp;市场消费需求
  - 7.2.3&emsp;消费行为分析
  - 7.2.4&emsp;国产品牌崛起
  - 7.2.5&emsp;网络广告投放
- 7.3&emsp;2019-2022年护肤品市场竞争分析
  - 7.3.1&emsp;市场竞争特征分析
  - 7.3.2&emsp;国外巨头竞争实力
  - 7.3.3&emsp;品牌竞争格局分析
  - 7.3.4&emsp;市场产品格局分析
  - 7.3.5&emsp;市场竞争态势分析



## 7.4&nbsp;2019-2022年国内滋润护肤品市场发展分析

### 7.4.1&nbsp;面部滋润产品销售规模

### 7.4.2&nbsp;面部滋润产品消费者分析

### 7.4.3&nbsp;唇部滋润产品发展现状

### 7.4.4&nbsp;护手霜市场发展现状

## 7.5&nbsp;护肤品市场营销分析

### 7.5.1&nbsp;典型销售渠道

### 7.5.2&nbsp;销售渠道创新

### 7.5.3&nbsp;营销模式分析

### 7.5.4&nbsp;营销策略分析

### 7.5.5&nbsp;营销案例解析

## 7.6&nbsp;护肤品行业发展前景分析

### 7.6.1&nbsp;市场前景预测

### 7.6.2&nbsp;绿色生态护肤品

### 7.6.3&nbsp;花朵美容护肤品

### 7.6.4&nbsp;茶系列护肤品

### 7.6.5&nbsp;精华液护肤品

### 7.6.6&nbsp;未来发展趋势

## 第八章&nbsp;2019-2022年彩妆市场分析

### 8.1&nbsp;2019-2022年彩妆市场发展综述

#### 8.1.1&nbsp;市场发展规模

#### 8.1.2&nbsp;市场销售渠道

#### 8.1.3&nbsp;市场需求分析

#### 8.1.4&nbsp;市场份额分析

### 8.2&nbsp;2019-2022年彩妆市场格局分析

#### 8.2.1&nbsp;主要阵营分析

#### 8.2.2&nbsp;区域市场格局

#### 8.2.3&nbsp;品牌竞争格局

#### 8.2.4&nbsp;企业动态分析

#### 8.2.5&nbsp;大众品牌格局

### 8.3&nbsp;2019-2022年彩妆市场细分产品市场分析

- 8.3.1&emsp;细分产品规模
- 8.3.2&emsp;细分产品格局
- 8.3.3&emsp;线上底妆产品销售额
- 8.3.4&emsp;线上气垫产品热销
- 8.3.5&emsp;眼部产品市场
- 8.3.6&emsp;唇彩市场分析
- 8.4&emsp;彩妆行业存在的问题及发展建议
  - 8.4.1&emsp;企业发展障碍
  - 8.4.2&emsp;市场较为混乱
  - 8.4.3&emsp;加强市场监管
  - 8.4.4&emsp;本土品牌发展建议
- 8.5&emsp;彩妆行业发展前景分析
  - 8.5.1&emsp;产品发展方向
  - 8.5.2&emsp;产品创新趋势
  - 8.5.3&emsp;个性化趋势
  - 8.5.4&emsp;年轻化趋势
  - 8.5.5&emsp;营销模式改变

## 第九章&emsp;2019-2022年防晒用品市场分析

- 9.1&emsp;防晒用品的概述
  - 9.1.1&emsp;防晒化妆品综述
  - 9.1.2&emsp;防晒化妆品的种类
  - 9.1.3&emsp;防晒化妆品的识别及应用
- 9.2&emsp;各类防晒产品主要成分分析
  - 9.2.1&emsp;化学性防晒成分（含紫外线吸收剂）
  - 9.2.2&emsp;物理性防晒成分（含紫外线散乱剂）
  - 9.2.3&emsp;纯天然防晒成分
- 9.3&emsp;全球防晒品市场发展分析
  - 9.3.1&emsp;市场销售状况
  - 9.3.2&emsp;市场需求分析
  - 9.3.3&emsp;市场发展特征
  - 9.3.4&emsp;市场监管分析

9.3.5&emsp;市场趋势预测

9.4&emsp;中国防晒品市场发展概述

9.4.1&emsp;市场推动因素

9.4.2&emsp;产品趋势特征

9.4.3&emsp;产品消费诉求

9.4.4&emsp;市场销售渠道

9.4.5&emsp;市场开发潜力

9.5&emsp;2019-2022年中国防晒品市场发展分析

9.5.1&emsp;防晒产品销售额

9.5.2&emsp;隔离防晒霜兴起

9.5.3&emsp;市场竞争态势分析

9.5.4&emsp;市场发展前景展望

第十章&emsp;2019-2022年洗面奶和美白用品市场分析

10.1&emsp;洁面乳市场

10.1.1&emsp;洁面乳相关介绍

10.1.2&emsp;洁面乳市场概述

10.1.3&emsp;洁面乳销售规模

10.1.4&emsp;洁面乳网络销售额

10.1.5&emsp;洁面乳消费者分析

10.2&emsp;美白产品市场

10.2.1&emsp;美白护肤品市场特点分析

10.2.2&emsp;美白护肤品竞争阵营透析

10.2.3&emsp;美白护肤品行业监管分析

10.2.4&emsp;美白护肤产品市场态势

10.3&emsp;祛斑产品市场

10.3.1&emsp;祛斑产品主要特点

10.3.2&emsp;祛斑行业发展趋势

10.3.3&emsp;消费者行为分析

第十一章&emsp;2019-2022年发用化妆品市场分析

11.1&emsp;发用品市场概述

- 11.1.1&emsp;护发品定义及类别
- 11.1.2&emsp;洗发护发产品市场特征
- 11.1.3&emsp;洗护发市场竞争格局
- 11.1.4&emsp;高端洗护发市场态势
- 11.1.5&emsp;洗护发网络销售格局
- 11.2&emsp;洗发水
  - 11.2.1&emsp;市场格局演变
  - 11.2.2&emsp;品牌阵营分析
  - 11.2.3&emsp;本土品牌发展困境
  - 11.2.4&emsp;细分市场发展机遇
  - 11.2.5&emsp;市场销售结构分析
  - 11.2.6&emsp;市场销售渠道
  - 11.2.7&emsp;市场细分及定位策略
  - 11.2.8&emsp;洗发水品牌营销分析
  - 11.2.9&emsp;洗发水市场发展方向
- 11.3&emsp;护发素
  - 11.3.1&emsp;护发素总类介绍
  - 11.3.2&emsp;护发用品市场概况
  - 11.3.3&emsp;护发素品牌分析
- 11.4&emsp;染发剂
  - 11.4.1&emsp;染发剂市场概况
  - 11.4.2&emsp;染发剂市场创新
  - 11.4.3&emsp;染发剂发展趋势

## 第十二章&emsp;2019-2022年男士化妆品市场分析

- 12.1&emsp;2019-2022年全球男士化妆品市场发展分析
  - 12.1.1&emsp;全球销售情况
  - 12.1.2&emsp;印度市场分析
  - 12.1.3&emsp;德国市场分析
  - 12.1.4&emsp;中国市场格局
  - 12.1.5&emsp;市场日渐升温
  - 12.1.6&emsp;发展趋势分析

## 12.2&nbsp;2019-2022年中国男士护肤品市场分析

### 12.2.1&nbsp;市场销售规模

### 12.2.2&nbsp;市场竞争格局

### 12.2.3&nbsp;行业集中度分析

### 12.2.4&nbsp;市场发展态势

### 12.2.5&nbsp;市场消费行为

### 12.2.6&nbsp;直销市场分析

### 12.2.7&nbsp;发展瓶颈因素

## 12.3&nbsp;2019-2022年国内男士化妆品关注度分析

### 12.3.1&nbsp;行业检索量持续上升

### 12.3.2&nbsp;产品及品牌关注度分析

### 12.3.3&nbsp;用户重点关注内容分析

### 12.3.4&nbsp;三四线城市关注度上升

### 12.3.5&nbsp;男士护肤品关注度分析

## 12.4&nbsp;男士化妆品开发分析

### 12.4.1&nbsp;市场现状

### 12.4.2&nbsp;市场潜力

### 12.4.3&nbsp;可行性分析

### 12.4.4&nbsp;开发品种分析

### 12.4.5&nbsp;品牌开发策略

## 12.5&nbsp;男士化妆品市场营销分析

### 12.5.1&nbsp;消费心理与行为特征

### 12.5.2&nbsp;市场消费特点

### 12.5.3&nbsp;营销问题分析

### 12.5.4&nbsp;营销策略分析

## 第十三章&nbsp;2019-2022年儿童化妆品市场分析

### 13.1&nbsp;儿童化妆品市场产品介绍

#### 13.1.1&nbsp;个人护理用品

#### 13.1.2&nbsp;驱虫产品

#### 13.1.3&nbsp;按摩油系列

#### 13.1.4&nbsp;其他儿童化妆品

## 13.2&emsp;2019-2022年儿童化妆品市场发展概况

### 13.2.1&emsp;市场竞争格局

### 13.2.2&emsp;市场渠道竞争

### 13.2.3&emsp;申报审评指南

### 13.2.4&emsp;行业利好政策

### 13.2.5&emsp;市场挑战分析

### 13.2.6&emsp;市场定位与营销策略

## 13.3&emsp;儿童化妆品市场趋势

### 13.3.1&emsp;市场潜力

### 13.3.2&emsp;发展方向

### 13.3.3&emsp;未来趋势

### 13.3.4&emsp;渠道趋势

## 第十四章&emsp;2019-2022年中老年化妆品市场分析

### 14.1&emsp;2019-2022年中老年人化妆品市场发展概况

#### 14.1.1&emsp;老年化妆品种类

#### 14.1.2&emsp;市场发展综述

#### 14.1.3&emsp;运行特点解析

#### 14.1.4&emsp;市场潜力巨大

### 14.2&emsp;中老年人化妆品市场的问题及对策

#### 14.2.1&emsp;制约因素

#### 14.2.2&emsp;产品缺失

#### 14.2.3&emsp;开发策略

#### 14.2.4&emsp;营销策略

## 第十五章&emsp;2019-2022年天然化妆品市场分析

### 15.1&emsp;国际天然化妆品市场发展分析

#### 15.1.1&emsp;市场销量分析

#### 15.1.2&emsp;主要品牌介绍

#### 15.1.3&emsp;市场并购分析

#### 15.1.4&emsp;美国市场分析

#### 15.1.5&emsp;英国市场分析

- 15.1.6&emsp;日本市场分析
- 15.2&emsp;绿色化妆品发展概述
  - 15.2.1&emsp;绿色化妆品介绍
  - 15.2.2&emsp;绿色化妆品产业特点
  - 15.2.3&emsp;建立产业制度的意义
  - 15.2.4&emsp;完善产业制度的建议
- 15.3&emsp;中国天然活性化妆品品牌关注度分析
  - 15.3.1&emsp;市场价值凸显
  - 15.3.2&emsp;品牌关注度排行
  - 15.3.3&emsp;消费者关注度分析
- 15.4&emsp;天然化妆品市场前景展望
  - 15.4.1&emsp;发展趋势
  - 15.4.2&emsp;前景预测
  - 15.4.3&emsp;市场潜力
  - 15.4.4&emsp;投资前景

## 第十六章&emsp;2019-2022年中国化妆品市场营销分析

- 16.1&emsp;中国化妆品行业主要市场渠道
  - 16.1.1&emsp;销售渠道介绍
  - 16.1.2&emsp;批发市场
  - 16.1.3&emsp;零售终端市场
  - 16.1.4&emsp;专业市场
- 16.2&emsp;化妆品市场营销概述
  - 16.2.1&emsp;化妆品市场营销特点
  - 16.2.2&emsp;连锁店成专营渠道主流
  - 16.2.3&emsp;化妆品软文营销的关键点
- 16.3&emsp;化妆品品牌营销渠道选择
  - 16.3.1&emsp;核心销售渠道
  - 16.3.2&emsp;品牌功效渠道
  - 16.3.3&emsp;互动体验渠道
- 16.4&emsp;化妆品网络营销
  - 16.4.1&emsp;化妆品网络营销特征和优势

- 16.4.2&emsp;化妆品网络营销发展历程
- 16.4.3&emsp;产品网络营销体系日渐完善
- 16.4.4&emsp;化妆品网络营销存在的问题
- 16.4.5&emsp;化妆品网络营销策略建议
- 16.4.6&emsp;化妆品网络营销发展趋势
- 16.5&emsp;化妆品专卖店经营
- 16.5.1&emsp;化妆品专卖店市场现状
- 16.5.2&emsp;化妆品专卖成发展趋势
- 16.5.3&emsp;化妆品专卖店运营策略
- 16.5.4&emsp;化妆品专卖店前景展望
- 16.6&emsp;化妆品市场营销对策及建议
- 16.6.1&emsp;营销方式创新
- 16.6.2&emsp;做好渠道选择
- 16.6.3&emsp;推进内容营销
- 16.6.4&emsp;打造微关系营销
- 16.6.5&emsp;关注农村市场
- 16.7&emsp;化妆品梯度营销渠道策略分析
- 16.7.1&emsp;梯度营销的必要性
- 16.7.2&emsp;渠道梯度
- 16.7.3&emsp;目标消费者梯度

## 第十七章&emsp;国外主要化妆品企业运营分析

- 17.1&emsp;法国欧莱雅（L'Oreal）
- 17.1.1&emsp;企业发展概况
- 17.1.2&emsp;企业经营状况
- 17.1.3&emsp;重点品牌介绍
- 17.1.4&emsp;中国市场布局
- 17.1.5&emsp;加强本地产品开发
- 17.2&emsp;美国宝洁公司（Procter&Gamble）
- 17.2.1&emsp;企业发展概况
- 17.2.2&emsp;企业经营状况
- 17.2.3&emsp;重点品牌介绍



17.2.4&emsp;中国市场布局

17.2.5&emsp;加强本地产品开发

17.3&emsp;雅诗兰黛 ( Estelauder )

17.3.1&emsp;企业发展概况

17.3.2&emsp;企业经营状况

17.3.3&emsp;重点品牌介绍

17.3.4&emsp;中国市场布局

17.3.5&emsp;加强本地产品开发

17.4&emsp;美国雅芳 ( AVON )

17.4.1&emsp;企业发展概况

17.4.2&emsp;企业经营状况

17.4.3&emsp;重点品牌介绍

17.4.4&emsp;中国市场布局

17.4.5&emsp;加强本地产品开发

17.5&emsp;日本资生堂 ( Shiseido )

17.5.1&emsp;企业发展概况

17.5.2&emsp;企业经营状况

17.5.3&emsp;重点品牌介绍

17.5.4&emsp;中国市场布局

17.5.5&emsp;加强本地产品开发

第十八章&emsp;国内主要化妆品企业运营分析

18.1&emsp;霸王国际 ( 集团 ) 控股有限公司

18.1.1&emsp;企业发展概况

18.1.2&emsp;企业营销战略

18.1.3&emsp;经营效益分析

18.1.4&emsp;业务经营分析

18.1.5&emsp;财务状况分析

18.1.6&emsp;未来前景展望

18.2&emsp;中国儿童护理有限公司 ( 青蛙王子国际控股有限公司 )

18.2.1&emsp;企业发展概况

18.2.2&emsp;企业营销战略

18.2.3&emsp;经营效益分析

18.2.4&emsp;业务经营分析

18.2.5&emsp;财务状况分析

18.2.6&emsp;未来前景展望

18.3&emsp;上海家化联合股份有限公司

18.3.1&emsp;企业发展概况

18.3.2&emsp;企业营销战略

18.3.3&emsp;经营效益分析

18.3.4&emsp;业务经营分析

18.3.5&emsp;财务状况分析

18.3.6&emsp;未来前景展望

18.4&emsp;天夏智慧城市科技股份有限公司（原索芙特股份有限公司）

18.4.1&emsp;企业发展概况

18.4.2&emsp;企业营销战略

18.4.3&emsp;经营效益分析

18.4.4&emsp;业务经营分析

18.4.5&emsp;财务状况分析

18.4.6&emsp;未来前景展望

18.5&emsp;上海伽蓝（集团）股份有限公司

18.5.1&emsp;企业发展概况

18.5.2&emsp;企业营销战略

18.5.3&emsp;经营效益分析

18.5.4&emsp;业务经营分析

18.5.5&emsp;财务状况分析

18.5.6&emsp;未来前景展望

第十九章&emsp;2023-2029年中国化妆品市场投资潜力分析

19.1&emsp;化妆品市场投资概况

19.1.1&emsp;产业特性

19.1.2&emsp;风投现状

19.1.3&emsp;投资动态

19.1.4&emsp;赢利模式

- 19.1.5&emsp;投资优势
- 19.1.6&emsp;热点市场
- 19.2&emsp;化妆品市场投资前景
  - 19.2.1&emsp;投资商机
  - 19.2.2&emsp;药妆美肤品
  - 19.2.3&emsp;芦荟化妆品
  - 19.2.4&emsp;孕妇专用化妆品
- 19.3&emsp;化妆品投资风险及策略建议
  - 19.3.1&emsp;进入壁垒
  - 19.3.2&emsp;风险因素
  - 19.3.3&emsp;经营策略
  - 19.3.4&emsp;投资策略

## 第二十章&emsp;2023-2029年中国化妆品行业前景预测

- 20.1&emsp;化妆品行业发展趋势分析
  - 20.1.1&emsp;全球趋势探析
  - 20.1.2&emsp;未来发展方向
  - 20.1.3&emsp;渠道趋势剖析
  - 20.1.4&emsp;消费市场趋势
  - 20.1.5&emsp;环保化趋势
- 20.2&emsp;中国化妆品市场发展潜力分析
  - 20.2.1&emsp;化妆品市场空间较大
  - 20.2.2&emsp;化妆品市场的流行趋势
  - 20.2.3&emsp;产品个性化定制趋势
  - 20.2.4&emsp;农村市场需求潜力大
  - 20.2.5&emsp;企业发展前景良好
  - 20.2.6&emsp;化妆品行业发展目标
- 20.3&emsp;2023-2029年中国化妆品制造行业预测分析
  - 20.3.1&emsp;中国化妆品制造行业发展因素分析
  - 20.3.2&emsp;2023-2029年中国化妆品制造行业收入预测
  - 20.3.3&emsp;2023-2029年中国化妆品制造行业利润预测
  - 20.3.4&emsp;2023-2029年中国化妆品制造行业规模预测

附录：

附录一：《化妆品生产企业卫生规范》

附录二：《化妆品监督管理条例（征求意见稿）》

附录三：化妆品标签管理办法（征求意见稿）

附录四：《进出口化妆品监督检验管理办法》

附录五：《儿童化妆品申报与审评指南》

部分图表目录：

图表1&emsp;中国化妆品产业链示意图

图表2&emsp;我国化妆品原料厂商分布

图表3&emsp;我国化妆品分销商环节企业分布

图表4&emsp;2019-2022年全球化妆品市场规模走势

图表5&emsp;2022年全球各区域化妆品市场规模对比

图表6&emsp;2019-2022年全球各区域化妆品市场规模变动趋势

图表7&emsp;2022年全球化妆品细分产品市场规模对比

图表8&emsp;2019-2022年全球化妆品各细分产品市场份额变动趋势

图表9&emsp;2019-2022年全球化妆品产业TOP5销售收入

图表10&emsp;2022年全球化妆品市场竞争格局

图表11&emsp;美国化妆品各类销售渠道占比

图表12&emsp;俄罗斯化妆品各类销售渠道占比

图表13&emsp;全球化妆品产业变化

图表14&emsp;2019-2022年全国大型零售企业及限额以上企业化妆品销售额增速

图表15&emsp;2019-2022年中国化妆品市场零售额

图表16&emsp;2022年中国化妆品零售额同比增速（按月份）

图表17&emsp;2019-2022年化妆品主要品类零售额增速

图表18&emsp;2022年中国化妆品零售价格统计表

图表19&emsp;2019-2022年化妆品零售渠道变化统计

图表20&emsp;2022年化妆品商超卖场渠道增速放缓

图表21&emsp;2022年化妆品商超渠道品类分销占比

图表22&emsp;2022年化妆品百货渠道销售额

图表23&emsp;2019-2022年退出中国市场的化妆品品牌统计

图表24&emsp;2019-2022年被外资收购的本土日化品牌统计

图表25&emsp;2019-2022年聚美优品和京东商城毛利率对比

图表26&emsp;2019-2022年中国化妆品网购市场交易规模

图表27&emsp;化妆品电商行业各平台交易占比情况

图表28&emsp;消费者网购化妆品考虑因素

图表29&emsp;消费者网购化妆品时担心的问题

图表30&emsp;2019-2022年中/美/日/韩四国人均化妆品消费对比

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/202309/22-565789.html>