

2020-2026年中国化妆品市场深度分析与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国化妆品市场深度分析与前景趋势报告》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/202006/169343.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

2019年4月份化妆品消费收入196亿元，与去年同期增长15.1%。2019年1-4月中国化妆品累计消费收入达856亿元，同比增加15.9% 2017-2019年化妆品消费收入及同比增速走势2017-2019年化妆品累计收入及同比增速走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国化妆品市场深度分析与前景趋势报告》共十五章。首先介绍了中国化妆品行业市场发展环境、化妆品整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国化妆品行业，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。一部分产业环境透视

第。一章 化妆品行业发展概述

第。一节 行业概述

一、行业定义

二、行业分类

1、作用

2、产品生产工艺和特点

3、按使用年龄

4、使用目的

5、化妆品卫生管理分类

三、行业特点

第二节 行业发展基本特征研究

一、行业沿革与生命周期

二、行业企业竞争格局

三、行业发展周期及波动性分析

四、行业关键成功要素分析

五、行业成熟度分析

第三节 行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 化妆品行业产业链分析

一、化妆品行业上游供应市场分析

二、化妆品下游产品需求市场状况

第五节 2014-2017年行业发展现状分析

一、现状分析

二、存在问题分析

三、问题成因及对策

第二章 2014-2017年中国化妆品行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境分析

一、国际宏观经济运行分析

二、国内宏观经济运行分析

三、宏观经济对产业影响分析

四、2020-2026年宏观经济发展预测分析

第二节 化妆品行业政策环境分析

一、化妆品行业的管理体制

1、行政主管部门

2、行政监管体制

二、化妆品行业主要政策内容

三、产业政策风险

四、政策环境对行业的影响分析

第三节 化妆品行业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

七、社会环境对行业的影响分析

1、广泛性

2、深刻性

第三章 2017年化妆品行业市场供求分析

第一节 2017年化妆品行业产品供给分析

一、产品产量

二、区域分布

三、供给影响因素分析

第二节 2017年化妆品行业产品需求分析

一、产品市场需求量

二、区域市场分布

三、下游需求构成分析

第三节 化妆品行业供需格局影响因素分析

一、价格走势及影响因素分析

二、替代品对供需格局影响分析

第四章 2017年化妆品行业市场竞争格局分析

第一节 化妆品行业发展状况分析

一、化妆品行业发展阶段

二、化妆品行业发展总体概况

三、化妆品行业发展特点分析

第二节 化妆品行业发展现状

一、化妆品行业市场规模

二、化妆品行业发展分析 2019年1-4月中国化妆品收入同比增加15.9%,高于同期社会消费品零

售总额增速6.2个百分点。2017-2019年中国化妆品收入总额增速与社会消费品累计零售总额增速比较

三、化妆品企业发展分析

第三节 化妆品服务市场分析

一、化妆品服务特色

二、化妆品服务市场规模及增速

三、化妆品服务市场前景预测

第四节 化妆品营销渠道分析

一、批发渠道

1、渠道结构与特征

2、渠道发展应用现状

3、渠道销售规模与占有率

二、零售（直营）渠道

1、渠道结构与特征

2、渠道发展应用现状

3、渠道销售规模与占有率

三、电商渠道

1、渠道结构与特征

2、渠道发展应用现状

3、渠道销售规模与占有率

四、渠道问题与选择建议

1、渠道问题及选择对策

2、渠道结构发展趋势

第二部分行业深度分析

第五章 我国化妆品行业运行现状分析

第一节 2014-2017年化妆品行业发展现状

一、2014-2017年我国化妆品行业市场规模

1、我国化妆品行业产值规模分析

2、我国化妆品行业营收规模分析

3、我国化妆品行业投资规模分析

二、2014-2017年我国化妆品行业发展分析

三、2014-2017年中国化妆品企业发展分析

第二节 2014-2017年化妆品市场情况分析

一、市场发展概况

二、发展热点回顾

三、市场存在的问题及策略分析

第三节 2014-2017年化妆品行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节 2020-2026年化妆品行业市场发展趋势

第六章我国化妆品行业产业结构分析

第一节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第二节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国化妆品行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第三节 化妆品行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第四节 化妆品上游行业分析

一、化妆品产品成本构成

二、上游行业发展现状

三、2020-2026年上游行业发展趋势

四、上游供给对化妆品行业的影响

第五节 化妆品下游分析

一、化妆品下游分布

二、下游重点区域分析

三、2020-2026年下游发展趋势

四、下游需求对化妆品行业的影响

第三部分市场全景调研

第七章化妆品行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 化妆品行业进出口市场分析

一、化妆品行业进出口综述

1、中国化妆品进出口的特点分析

2、中国化妆品进出口地区分布状况

3、中国化妆品进出口的贸易方式及经营企业分析

二、化妆品行业出口市场分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口规模分析

3、行业出口需求分析

4、行业出口产品结构

三、化妆品行业进口市场分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口规模分析

3、行业进口需求分析

4、行业进口产品结构

第二节 中国化妆品出口面临的挑战及对策

一、中国化妆品出口面临的挑战

二、中国化妆品行业未来出口展望

三、中国化妆品产品出口对策

第三节 2014-2017年化妆品行业发展影响因素

一、政策因素

二、技术因素

三、化妆品行业变革驱动因素

四、企业竞争因素

五、价格因素

第八章中国化妆品行业细分领域需求分析

第。一节 清洁化妆品市场需求分析

一、清洁化妆品行业发展状况分析

二、清洁化妆品需求规模分析

三、清洁化妆品需求前景预测

第二节 护肤化妆品市场需求分析

一、护肤化妆品发展状况分析

二、护肤化妆品需求规模分析

三、护肤化妆品需求前景预测

第三节 营养化妆品市场需求分析

一、营养化妆品发展状况分析

二、营养化妆品需求规模分析

三、营养化妆品需求前景预测

第四节 美化化妆品市场需求分析

一、美化化妆品发展状况分析

二、美化化妆品需求规模分析

三、美化化妆品需求前景预测

第五节 特殊用途化妆品市场需求分析

一、特殊用途化妆品发展状况分析

二、特殊用途化妆品需求规模分析

三、特殊用途化妆品需求前景预测

第四部分 竞争格局分析

第九章 2020-2026年化妆品行业竞争形势及策略

第。一节 化妆品的竞争结构分析

一、化妆品的进入威胁和进入壁垒

二、替代威胁及“业态”的多样化

第二节 行业总体市场竞争状况分析

一、化妆品行业竞争结构分析

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

二、化妆品行业企业间竞争格局分析

三、化妆品行业集中度分析

四、化妆品行业SWOT分析

第三节 中国化妆品行业竞争格局综述

一、化妆品行业竞争概况

二、中国化妆品行业竞争力分析

三、中国化妆品竞争力优势分析

四、化妆品行业主要企业竞争力分析

第四节 化妆品行业竞争格局分析

一、国内外化妆品竞争分析

二、我国化妆品市场竞争分析

三、我国化妆品市场集中度分析

四、国内主要化妆品企业动向

第五节 化妆品市场竞争格局总结

一、化妆品具有较强竞争力

二、化妆品竞争战略模式的探析

三、化妆品实行差异化竞争

四、提高化妆品企业竞争力的有力措施

六、提高化妆品企业竞争力的几点建议

七、化妆品提高核心竞争力的建议

第六节 化妆品市场竞争策略分析

一、2017年化妆品行业增长潜力分析

二、2017年化妆品行业主要潜力品种分析

三、现有化妆品产品竞争策略分析

四、潜力化妆品品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第十章 化妆品行业相关企业经营形势分析

第。一节 联合利华

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第二节 雅诗兰黛

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第三节 科蒂

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第四节 欧莱雅

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第五节 资生堂

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第六节 爱茉莉太平洋

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第七节 上海家化

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第八节 天夏智慧

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第九节 霸王国际

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第十节 保洁

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、未来前景展望

第五部分发展前景展望

第十一章 2020-2026年化妆品行业前景及趋势预测

第。一节 2020-2026年化妆品市场发展前景

一、2020-2026年化妆品市场发展潜力

二、2020-2026年化妆品市场发展前景展望

三、2020-2026年化妆品细分行业发展前景分析

第二节 2020-2026年化妆品市场发展趋势预测

- 一、2020-2026年化妆品行业发展趋势
- 二、2020-2026年化妆品售市场规模预测
- 三、2020-2026年化妆品行业需求规模预测
- 四、2020-2026年细分市场发展趋势预测

第三节 2020-2026年中国化妆品行业供需预测

- 一、2020-2026年供给预测
- 二、2020-2026年下游需求预测
- 三、2020-2026年整体供需格局预测
- 四、2020-2026年中国化妆品投资规模预测
- 五、2020-2026年中国化妆品行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 六、影响企业融资渠道的关键因素

第十二章 2020-2026年化妆品行业投资机会与风险防范

第一节 化妆品行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、化妆品行业投资现状分析

第二节 2020-2026年化妆品行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、化妆品行业投资机遇

第三节 2020-2026年化妆品行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节 中国化妆品行业投资建议

- 一、化妆品行业未来发展方向
- 二、化妆品行业主要投资建议
- 三、中国化妆品企业融资分析

第十三章 2020-2026年化妆品行业面临的困境及对策

第一节 2017年化妆品行业面临的困境

第二节 化妆品企业面临的困境及对策

- 一、重点化妆品企业面临的困境及对策
- 二、中小化妆品发展困境及机遇分析

第三节 中国化妆品行业存在的问题及对策

- 一、中国化妆品行业发展存在的问题
- 二、化妆品行业发展的建议对策
- 三、市场的重点客户战略实施
 - 1、实施重点客户战略的必要性
 - 2、合理确立重点客户
 - 3、重点客户战略管理
 - 4、重点客户管理功能

第四节 中国化妆品市场发展面临的挑战与对策

- 一、中国化妆品市场发展面临的挑战
- 二、中国化妆品市场发展对策分析

第六部分 发展战略研究

第十四章 化妆品行业发展战略研究

第一节 化妆品行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国化妆品品牌的战略思考

- 一、化妆品品牌的重要性
- 二、化妆品实施品牌战略的意义
- 三、化妆品企业品牌的现状分析
- 四、我国化妆品企业的品牌战略
- 五、化妆品品牌战略管理的策略
- 六、国内外化妆品品牌对比及策略建议

第三节 化妆品经营策略分析

- 一、化妆品市场细分策略
- 二、化妆品市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、化妆品新产品差异化战略

第四节 化妆品行业投资战略研究

- 一、2020-2026年化妆品行业投资战略
- 二、2020-2026年细分行业投资战略

第十五章 研究结论及发展建议

第一节 化妆品行业研究结论及建议

第二节 化妆品子行业研究结论及建议

第三节 化妆品行业发展建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2014-2017年中国化妆品行业市场规模

图表：2014-2017年化妆品行业重要数据指标比较

图表：2014-2017年中国化妆品市场占全球份额比较

图表：2014-2017年中国化妆品区域分布

图表：2014-2017年我国化妆品行业投资规模分析

图表：2014-2017年我国化妆品行业进口规模分析

图表：2014-2017年我国化妆品行业出口规模分析

图表：2014-2017年我国化妆品行业进口结构分析

图表：2014-2017年我国化妆品行业出口结构分析

图表：2014-2017年我国化妆品行业进口需求分析

图表：2014-2017年我国化妆品行业出口需求分析

图表：2014-2017年我国化妆品行业进口需求结构分析

图表：2014-2017年联合利华资产负债表

图表：2014-2017年联合利华利润表

图表：2014-2017年联合利华现金流量表

图表：2014-2017年联合利华每股指标

图表：2014-2017年联合利华成长能力指标

图表：2014-2017年联合利华盈利能力指标

图表：2014-2017年联合利华运营能力指标

图表：2014-2017年联合利华财务风险指标

图表：2014-2017年保洁资产负债表

图表：2014-2017年保洁利润表

图表：2014-2017年保洁现金流量表

图表：2014-2017年保洁每股指标

图表：2014-2017年保洁成长能力指标

图表：2014-2017年保洁盈利能力指标

图表：2014-2017年保洁运营能力指标

图表：2014-2017年保洁财务风险指标

图表：2014-2017年欧莱雅资产负债表

图表：2014-2017年欧莱雅利润表

图表：2014-2017年欧莱雅现金流量表

图表：2014-2017年欧莱雅每股指标

图表：2014-2017年欧莱雅成长能力指标
图表：2014-2017年欧莱雅盈利能力指标
图表：2014-2017年欧莱雅运营能力指标
图表：2014-2017年欧莱雅财务风险指标
图表：2014-2017年资生堂每股指标
图表：2014-2017年资生堂成长能力指标
图表：2014-2017年资生堂盈利能力指标
图表：2014-2017年资生堂运营能力指标
图表：2014-2017年资生堂财务风险指标
图表：2014-2017年安利资产负债表
图表：2014-2017年安利利润表
图表：2014-2017年安利现金流量表
图表：2014-2017年安利每股指标
图表：2014-2017年安利成长能力指标
图表：2014-2017年安利盈利能力指标
图表：2014-2017年安利运营能力指标
图表：2014-2017年安利财务风险指标
图表：2020-2026年化妆品行业进口规模预测
图表：2020-2026年化妆品行业出口规模预测
图表：2020-2026年中国化妆品行业市场规模预测
图表：2020-2026年中国化妆品投资规模预测
图表：2020-2026年中国化妆品投资规模预测
图表：2020-2026年中国化妆品供给预测
图表：2020-2026年中国化妆品下游需求预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/169343.html>