

# 2021-2027年中国化妆品O DM行业发展趋势与前景趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

# 一、报告报价

《2021-2027年中国化妆品ODM行业发展趋势与前景趋势报告》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/202101/200446.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

中企顾问网发布的《2021-2027年中国化妆品ODM行业发展趋势与前景趋势报告》共十二章。首先介绍了化妆品ODM行业市场发展环境、化妆品ODM整体运行态势等，接着分析了化妆品ODM行业市场运行的现状，然后介绍了化妆品ODM市场竞争格局。随后，报告对化妆品ODM做了重点企业经营状况分析，最后分析了化妆品ODM行业发展趋势与投资预测。您若想对化妆品ODM产业有个系统的了解或者想投资化妆品ODM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：

第一部分行业发展现状

第一章中国化妆品ODM行业发展概述1

第一节化妆品ODM行业发展情况1

一、化妆品发展阶段分析1

二、化妆品ODM企业发展情况2

三、化妆品ODM产业发展情况3

第二节最近3-5年中国化妆品ODM行业经济指标分析4

一、赢利性4

二、成长速度7

三、附加值的提升空间10

四、进入壁垒 / 退出机制10

五、风险性11

六、行业周期13

七、竞争激烈程度指标13

八、当前行业发展所属周期阶段的判断14

第三节关联产业发展分析15

一、香水产业发展分析15

二、珍珠产业发展分析16

- 三、中草药产业发展分析19
- 四、油质原料介绍20
- 五、相关产业经济指标分析23

## 第二章中国化妆品ODM行业的国际比较分析26

### 第一节中国化妆品ODM行业竞争力指标分析26

### 第二节中国化妆品ODM行业经济指标国际比较分析27

#### 一、中国化妆品ODM市场销售额分析27

#### 二、日本化妆品ODM市场销售额分析27

#### 三、美国化妆品ODM市场销售额分析27

#### 四、欧洲化妆品ODM市场销售额分析28

#### 五、俄罗斯化妆品ODM市场销售额分析29

### 第三节全球化妆品ODM行业市场需求分析29

#### 一、市场规模现状29

#### 二、需求结构分析31

#### 三、重点需求客户31

#### 四、市场前景展望32

### 第四节全球化妆品ODM行业市场供给分析36

#### 一、产能规模分布36

#### 二、市场价格走势36

#### 三、重点厂商分布37

## 第二部分市场需求分析

## 第三章应用领域及行业供需分析39

### 第一节需求分析39

#### 一、化妆品ODM行业需求市场39

#### 二、化妆品ODM行业客户结构39

### 第二节供求平衡分析及未来发展趋势42

#### 一、化妆品ODM行业的需求预测42

#### 二、化妆品ODM行业的供应预测44

#### 三、供求平衡分析44

#### 四、供求平衡预测44

## 第四章化妆品ODM产业链的分析45

### 第一节主要环节的增值空间45

#### 一、区域市场增值空间45

#### 二、原料环节市场增值空间45

#### 三、产品研发环节增值空间47

### 第二节行业进入壁垒50

### 第三节上下游行业影响及趋势分析51

#### 一、老年人化妆品需求分析51

#### 二、农村下游市场需求趋势分析53

#### 三、高校下游市场需求趋势分析54

## 第五章区域市场情况深度研究56

### 第一节长三角区域市场情况分析56

#### 一、市场概况分析56

#### 二、市场优势分析56

#### 三、市场劣势分析58

### 第二节珠三角区域市场情况分析59

#### 一、市场概况分析59

#### 二、市场优势分析59

#### 三、市场劣势分析61

### 第三节化妆品ODM行业主要市场大区发展状况及竞争力研究62

#### 一、华北地区市场分析62

#### 二、华中地区市场分析62

#### 三、华南地区市场分析62

#### 四、华东地区市场分析63

#### 五、东北地区市场分析64

#### 六、西南地区市场分析64

#### 七、西北地区市场分析64

## 第六章2021-2027年需求预测分析65

### 第一节2021-2027年化妆品ODM行业领域需求产品（服务）市场格局预测65

- 一、全球化妆品市场的发展趋势探析65
- 二、绿色与有机化妆品成未来发展方向65
- 三、未来化妆品包装向环保化发展66
- 第二节2021-2027年中国化妆品投资面临的问题及建议分析67
- 二、化妆品行业投资风险因素67
- 三、化妆品企业投资经营策略68
- 四、中药化妆品的投资策略69

### 第三部分产业竞争格局分析

#### 第七章化妆品ODM市场竞争格局分析71

##### 第一节行业竞争结构分析71

- 一、现有企业间竞争71
- 二、潜在进入者分析72
- 三、替代品威胁分析72
- 四、供应商议价能力75
- 五、客户议价能力76

##### 第二节行业集中度分析77

- 一、市场集中度分析77
- 二、企业集中度分析77
- 三、区域集中度分析77

##### 第三节行业国际竞争力比较77

- 一、生产要素77
- 二、需求条件79
- 三、支援与相关产业80
- 四、企业战略、结构与竞争状态82
- 五、政府的作用88

##### 第四节化妆品ODM行业主要企业竞争力分析88

- 一、重点企业资产总计对比分析88
- 二、重点企业从业人员对比分析89
- 三、重点企业全年营业收入对比分析89
- 四、重点企业利润总额对比分析89

## 第八章主要生产企业的排名与产业结构分析90

### 第一节行业企业排名分析90

#### 一、全球十大领先企业90

#### 二、十大品牌旗下产品92

### 第二节产业结构分析97

#### 一、市场细分充分程度的分析97

#### 二、各领先品牌细分产品排名98

#### 三、主要细分市场对行业的影响106

#### 四、领先企业的结构分析（所有制结构）110

### 第三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111

#### 一、产业价值链的构成111

#### 二、产业链条的竞争优势与劣势分析111

### 第四节产业结构发展预测111

#### 一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）111

#### 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素151

#### 三、中国化妆品ODM行业参与国际竞争的战略市场定位151

## 第九章前十大领先企业分析153

### 第一节欧莱雅集团分析153

#### 一、主营业务及发展状况153

#### 二、企业规模、销售规模、产品分类159

#### 三、企业发展历程161

#### 四、公司荣誉165

#### 五、市场拓展战略与发展分析169

### 第二节资生堂分析175

#### 一、公司介绍及经营状况175

#### 二、企业规模、主要产品、发展状况176

#### 三、资生堂中国发展史180

#### 四、产品特色181

#### 五、市场拓展战略与发展分析182

### 第三节施贵宝分析183

#### 一、企业介绍183

二、施贵宝在中国发展史185

三、主要业务185

四、企业发展状况186

五、企业发展战略190

第四节雅诗兰黛分析193

一、公司介绍193

二、销售范围194

三、旗下品牌194

四、市场拓展战略与发展分析198

第五节宝洁分析200

一、公司介绍200

二、企业规模及旗下产品200

三、宝洁在中国201

四、市场拓展战略与发展分析202

第六节索芙特股份有限公司分析207

一、公司介绍及主营业务207

二、公司经营范围210

三、企业发展历程210

四、2019年企业财务分析212

五、2019年企业经营情况215

六、市场拓展战略与发展分析216

第七节欧诗漫分析217

一、公司介绍217

二、企业发展历程218

三、公司荣誉与优势分析221

四、市场拓展战略与发展分析222

第八节广州市浪奇实业股份有限公司分析224

一、公司介绍224

二、公司发展历程224

三、公司荣誉227

四、2019年企业财务分析229

五、2019年企业经营情况232

## 六、市场拓展战略与发展分析233

### 第九节上海家化联合股份有限公司分析234

#### 一、公司介绍及主要产品234

#### 二、公司旗下产品及荣誉235

#### 三、企业发展历程238

#### 四、2019年企业财务分析239

#### 五、2019年企业经营情况242

#### 六、公司发展分析243

### 第十节柳州两面针股份有限公司分析244

#### 一、公司介绍244

#### 二、公司经营范围245

#### 三、2019年企业财务分析245

#### 四、2019年企业经营情况248

#### 五、公司发展分析249

## 第四部分产业发展关键趋势与投资方向推荐

### 第十章2019年中国化妆品ODM所属行业整体运行指标分析251

#### 第一节中国化妆品ODM所属行业总体规模分析251

##### 一、企业数量结构分析251

##### 二、行业生产规模分析251

#### 第二节中国化妆品ODM所属行业产销分析251

##### 一、行业产成品情况总体分析251

##### 二、行业产品销售收入总体分析252

#### 第三节中国化妆品ODM所属行业财务指标总体分析252

##### 一、行业盈利能力分析252

##### 二、行业偿债能力分析253

##### 三、行业营运能力分析254

##### 四、行业发展能力分析254

### 第十一章影响企业生产与经营的关键趋势255

#### 第一节市场整合成长趋势255

##### 一、化妆品区域市场分析255

## 二、市场发展趋势分析255

### 第二节需求变化趋势及新的商业机遇预测261

#### 一、产品需求变化趋势分析261

#### 二、市场规模趋势分析262

#### 三、商业机遇分析262

### 第三节企业区域市场拓展的趋势266

### 第四节科研开发趋势及替代技术进展268

#### 一、科研开发趋势分析268

#### 二、替代技术进展分析272

### 第五节影响企业销售与服务方式的关键趋势274

#### 一、影响企业销售的关键趋势274

#### 二、影响企业服务方式的分析282

### 第六节中国化妆品ODM行业SWOT分析283

#### 一、优势283

#### 二、劣势284

#### 三、机会284

#### 四、威胁285

## 第十二章2021-2027年化妆品ODM行业投资价值评估分析286（ ）

### 第一节产业发展的有利因素与不利因素分析286

#### 一、产业发展的有利因素分析286

#### 二、产业发展的不利因素分析287

### 第二节产业发展的空白点分析288

#### 一、熟悉市场的环境288

#### 二、掌握新的技术289

#### 三、掌握市场脉动289

#### 四、将市场细分化289

### 第三节投资回报率比较高的投资方向289

### 第四节新进入者应注意的障碍因素290

#### 一、行业进入壁垒分析290

#### 二、电子商务渠道进入障碍分析293

### 第五节营销分析与营销模式推荐294

- 一、渠道构成294
- 二、销售贡献比率297 ( )
- 三、覆盖率297
- 四、销售渠道效果299

部分图表目录：

图表2014-2019年中国GDP及增长率统计

图表2019年国内生产总值统计

图表2014年-2019年工业经济增长情况

图表2011-2019年中国社会固定资产投资额以及增长率

图表2019年中国全社会固定资产投资统计

图表2019年年末中国人口数及其构成

图表2011-2019年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表2011-2019年中国研究与试验发展（R&D）经费支出

图表2011-2019年中国城镇新增就业人数

图表2011-2019年中国国家全员劳动生产率

图表化妆品ODM行业产业链

图表2014-2019年中国化妆品ODM行业总产值情况

图表2014-2019年中国化妆品ODM行业价格走势

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/200446.html>