

2024-2029年中国化妆品行业产销格局与投资机会预测报告

报告简介

化妆品是指以涂抹、喷洒或者其他类似方法，散布于人体表面的任何部位，如皮肤、毛发、指趾甲、唇齿等，以达到清洁、保养、美容、修饰和改变外观，或者修正人体气味，保持良好状态为目的的化学工业品或精细化工产品。

按照各品牌商品的平均价位，可以将化妆品品牌分为低端、中端、中高端和高端，低端品牌的价位通常低于100元，中端品牌的价位通常介于100-200元之间，中高端品牌通常位于200-400元，高端品牌的价位通常要高于400元。从化妆品公司的市场占有率来看，中国的化妆品行业集中度相比于美国、日本、韩国等发达国家处于较低水平。2014年，中国CR10的化妆品公司市场总体份额为43.9%，比上一年还减少了1.2%。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国化妆品行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国化妆品行业发展状况和特点，以及中国化妆品行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球化妆品行业发展态势作了详细分析，并对化妆品行业进行了趋向研判，是化妆品生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前化妆品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 化妆品行业相关概述

第一节 化妆品行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 化妆品行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 “十四五” 豆油行业经济指标分析

- 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

第四节 化妆品行业相关政策

- 一、国家“十四五”产业政策
- 二、化妆品标准
- 三、其他相关政策
- 四、出口关税政策

第二章 化妆品市场宏观环境分析

第一节 国内宏观经济环境

- 一、GDP历史变动轨迹
- 二、固定资产投资历史变动轨迹
- 三、进出口贸易历史变动轨迹
- 四、2024-2029年我国宏观经济发展预测

第二节 中国化妆品产业发展环境分析

- 一、我国宏观经济环境分析
- 二、中国化妆品行业政策环境分析
- 三、中国化妆品产业社会环境发展分析
 - 1、人口环境分析
 - 2、教育环境分析
 - 3、文化环境分析

4、生态环境分析

5、消费观念分析

第二部分 行业深度分析

第三章 化妆品行业全球发展分析

第一节 全球化妆品市场总体情况分析

一、全球化妆品行业的发展特点

二、2019-2023年全球化妆品市场结构

三、2019-2023年全球化妆品行业发展分析

四、2019-2023年全球化妆品行业竞争格局

五、2019-2023年全球化妆品市场区域分布

第二节 全球主要国家(地区)市场分析

一、欧洲

1、欧洲化妆品行业发展概况

2、2019-2023年欧洲化妆品市场结构

3、“十四五”期间欧洲化妆品行业发展前景预测

二、北美

1、北美化妆品行业发展概况

2、2019-2023年北美化妆品市场结构

3、“十四五”期间北美化妆品行业发展前景预测

三、日本

1、日本化妆品行业发展概况

2、2019-2023年日本化妆品市场结构

3、“十四五”期间日本化妆品行业发展前景预测

第三节 其他国家

第四章 中国化妆品行业整体运行现状分析

第一节 化妆品行业产业链概况

一、化妆品行业上游发展现状

二、化妆品行业上游发展趋势

三、化妆品行业下游发展现状

四、化妆品行业下游发展趋势

第二节 化妆品行业市场供需情况分析

一、市场供给情况分析

二、行业供给趋势分析

三、国内市场需求情况分析

四、市场需求发展情况分析

第三节 中国化妆品行业供需平衡指标

一、化妆品行业供给指标

二、化妆品行业需求指标

三、化妆品行业产销率

第四节 2019-2023年国内化妆品行业发展现状

一、化妆品行业价格现状

二、化妆品行业产销状况分析

三、化妆品行业市场盈利能力分析

第五章 2019-2023年中国化妆品行业进出口市场分析

第一节 化妆品进出口市场分析

一、进出口产品构成特点

二、2019-2023年进出口市场发展分析

第二节 化妆品行业进出口数据统计

一、2019-2023年化妆品进口量统计

二、2019-2023年化妆品出口量统计

第三节 化妆品进出口区域格局分析

一、进口地区格局

二、出口地区格局

第四节 2024-2029年化妆品进出口预测

一、2024-2029年化妆品进口预测

二、2024-2029年化妆品出口预测

第六章 化妆品区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年消费者的偏好分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年消费者的偏好分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年消费者的偏好分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年消费者的偏好分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年消费者的偏好分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年消费者的偏好分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2019-2023年行业发展现状分析

二、2019-2023年市场需求情况分析

三、2019-2023年市场规模情况分析

四、2019-2023年消费者的偏好分析

五、2024-2029年行业发展趋势分析

第三部分 竞争格局分析

第七章 中国化妆品市场格局分析

第一节 中国化妆品行业竞争现状分析

第二节 波特五力模型分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 中国化妆品行业集中度分析

一、中国市场集中度分析

二、中国企业集中度分析

三、中国区域集中度分析

第四节 化妆品企业竞争策略分析

一、化妆品行业竞争格局的影响因素分析

二、2024-2029年我国化妆品市场竞争趋势

三、2024-2029年化妆品行业竞争策略分析

四、2024-2029年化妆品企业竞争策略分析

第八章 2019-2023年中国化妆品行业重点企业竞争力分析

第一节 欧莱雅(中国)有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第二节 宝洁(中国)有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第三节 上海家化联合股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第四节 妮维雅(上海)有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第五节 北京爱博信化妆品商贸有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第六节 上海百雀羚日用化学有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第七节 爱茉莉太平洋贸易有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第八节 上海相宜本草化妆品股份有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第九节 上海韩束化妆品有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第十节 雅芳(中国)有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第四部分 行业发展前景分析

第九章 未来化妆品行业发展预测分析

第一节 2024-2029年化妆品行业市场预测

一、产品消费预测

二、行业产值预测

三、市场规模预测

第二节 2024-2029年中国化妆品行业供需预测

一、中国化妆品供给预测

二、中国化妆品产量预测

三、中国化妆品需求预测

四、中国化妆品供需平衡预测

第三节 2024-2029年化妆品行业发展前景

一、行业市场消费取向分析

二、行业未来发展方向分析

三、行业发展趋势分析

第十章 2024-2029年中国消费市场发展趋势分析

第一节 中国经济发展趋势

一、经济增长阶段分析

二、现阶段消费模式分析

三、经济发展方向分析

第二节 中国消费市场发展趋势

一、国民收入增长趋势分析

二、国民消费水平增长趋势

三、国民消费结构趋势分析

四、未来可能影响消费的经济波动因素

第三节 消费市场对化妆品行业的影响

一、国民消费观念对行业的影响

二、国民收入水平对行业的影响

三、消费政策对行业的影响

第十一章 中国化妆品市场消费者偏好调查

第一节 化妆品市场产品的品牌市场调查

一、消费者对市场品牌认知度宏观调查

二、消费者对市场产品的品牌偏好调查

三、消费者对市场品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、化妆品市场品牌忠诚度调查

六、化妆品市场品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第二节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第五部分 投资战略分析

第十二章 2024-2029年中国化妆品行业投资风险分析

第一节 2024-2029年化妆品市场投资风险展望

一、宏观调控风险

二、市场竞争风险

三、供需波动风险

四、技术风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第二节 2024-2029年化妆品市场投资机会

一、产品投资机会

二、出口投资机会

三、企业多元化投资机会

第十三章 2024-2029年中国化妆品行业发展策略及投资建议

第一节 2024-2029年中国化妆品行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第二节 化妆品行业投资风险分析

一、市场风险

二、成本风险

三、贸易风险

第三节 化妆品行业投资建议

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

第十四章 化妆品行业发展建议分析

第一节 化妆品行业研究结论及建议

第二节 化妆品细分行业研究结论及建议

第三节 化妆品行业竞争策略总结及建议

图表目录

图表：化妆品产业链分析

图表：全球化妆品市场规模

图表：全球化妆品生命周期

图表：2019-2023年我国化妆品行业主要经济指标

图表：2019-2023年中国化妆品行业需求总量

图表：2019-2023年中国化妆品行业需求总量预测

图表：2019-2023年中国化妆品行业需求集中度

图表：2019-2023年中国化妆品行业需求增长速度

图表：2019-2023年中国化妆品行业市场饱和度

图表：2019-2023年中国化妆品行业供给总量

图表：2019-2023年中国化妆品行业供给增长速度

图表：2019-2023年中国化妆品行业供给量预测

图表：2019-2023年中国化妆品行业供给集中度

图表：2019-2023年中国化妆品行业销售量

图表：2019-2023年化妆品销售收入

图表：2019-2023年化妆品销售收入增长趋势图

图表：2019-2023年化妆品不同规模企业销售额

图表：2019-2023年化妆品不同所有制企业销售额

图表：2019-2023年化妆品利润总额

图表：2019-2023年化妆品利润总额增长趋势图

图表：2019-2023年化妆品不同规模企业利润总额

图表：2019-2023年化妆品不同所有制企业利润总额

图表：2019-2023年化妆品资产总额

图表：2019-2023年化妆品总资产增长趋势图

图表：2024-2029年中国化妆品发展能力分析

图表：2024-2029年中国化妆品竞争力分析

图表：2024-2029年行业发展规模分析

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170212/37442.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)