

2024-2029年中国化妆品行业战略投资研究报告

报告简介

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、中国工信部、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及化妆品专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国化妆品的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、区域市场发展情况等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对化妆品的发展进行详尽深入的分析，并根据化妆品行业的政策经济发展环境对化妆品行业潜在的风险和防范建议进行分析。最后提出研究者对化妆品行业的研究观点，以供投资决策者参考。

报告目录

第一章 化妆品的相关概述

第一节 化妆品简介

一、化妆品的定义

二、化妆品的作用

三、化妆品的分类

第二节 化妆品的发展历程

一、世界化妆品的发展阶段

二、中国古代化妆品发展分析

三、现代化妆品行业发展历程

第三节 化妆品行业特性分析

一、化妆品的产品特性分析

二、化妆品行业的生命周期

三、行业所处产业链中地位

四、化妆品行业的经营特征

第二章 全球化妆品市场运行概况

第一节 全球化妆品市场总体概况

一、全球化妆品行业发展概况

二、全球名牌化妆品特点分析

三、全球知名化妆品品牌分析

第二节 全球化妆品行业运行现状

一、全球化妆品行业市场规模

二、地区化妆品行业发展概况

三、全球化妆品销售渠道分析

四、世界主要化妆品企业情况

第三节 全球化妆品行业发展前景

第三章 中国化妆品行业发展环境分析

第一节 2019-2023年中国宏观经济环境分析

一、中国gdp增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、全国居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国化妆品行业政策环境分析

一、中国化妆品行业监管体制

二、中国化妆品行业法律法规

三、中国化妆品行业产业政策

四、中国化妆品监管对象及特点

五、中国化妆品监管领域问题

第三节 中国化妆品行业技术环境分析

一、中国化妆品行业技术特征

二、中国化妆品行业的新技术

三、中国化妆品行业的新原料

四、中国化妆品技术开发研究方向

第四节 中国化妆品行业社会环境分析

一、人口及城镇化率

二、中国女性人口特征

三、女性化妆品消费观念变革

四、男性化妆品消费观念建立

第五节 中国日化行业发展分析

一、中国日化行业发展概述

二、中国日化行业发展概况

三、中国日化行业发展趋势

四、日化行业发展机遇与挑战

第四章 2019-2023年中国化妆品行业经济运行状况

第一节 2019-2023年中国化妆品制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第二节 2019-2023年中国化妆品制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、主要费用统计

第三节 2019-2023年中国化妆品制造行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第五章 2019-2023年中国化妆品市场发展分析

第一节 中国化妆品市场总体概况

一、中国化妆品市场规模分析

二、中国化妆品市场竞争特点

三、高档化妆品市场规模分析

四、化妆品区域市场结构分析

第二节 中国化妆品市场区域分析

一、华东地区化妆品市场分析

二、华中地区化妆品市场分析

三、华南地区化妆品市场分析

四、华北东北地区化妆品市场分析

五、西部地区化妆品市场分析

第三节 中国化妆品电商市场发展概况

一、化妆品电商市场概况

二、化妆品线上渠道分类

第四节 中国化妆品市场存在的问题

一、中国化妆品市场总体问题分析

二、中国化妆品市场的卫生问题

三、中国化妆品市场薄弱环节

四、中国化妆品行业发展不利因素

第五节 中国化妆品市场发展的对策分析

- 一、中国化妆品市场发展总体对策
- 二、中国化妆品市场卫生问题的对策
- 三、中国化妆品行业地位提升的对策
- 四、中国化妆品市场营销策略分析

第六章 2019-2023年中国化妆品进出口状况分析

第一节 2019-2023年美容品或化妆品及护肤品进出口分析

- 一、美容品或化妆品及护肤品进口分析
 - (一)美容品或化妆品及护肤品进口数量分析
 - (二)美容品或化妆品及护肤品进口金额分析
 - (三)美容品或化妆品及护肤品进口均价分析
- 二、美容品或化妆品及护肤品出口分析
 - (一)美容品或化妆品及护肤品出口数量分析
 - (二)美容品或化妆品及护肤品出口金额分析
 - (三)美容品或化妆品及护肤品出口均价分析

第二节 2019-2023年护发品进出口分析

- 一、护发品进口分析
 - (一)护发品进口数量分析
 - (二)护发品进口金额分析
 - (三)护发品进口均价分析
- 二、护发品出口分析
 - (一)护发品出口数量分析
 - (二)护发品出口金额分析
 - (三)护发品出口均价分析

第三节 2019-2023年香水及花露水进出口分析

一、香水及花露水进口分析

(一)香水及花露水进口数量分析

(二)香水及花露水进口金额分析

(三)香水及花露水进口均价分析

二、香水及花露水出口分析

(一)香水及花露水出口数量分析

(二)香水及花露水出口金额分析

(三)香水及花露水出口均价分析

第七章 中国护肤品市场发展分析

第一节 中国护肤品行业发展概况

一、中国护肤品行业简况

二、中国护肤品品牌发展历程

三、中国护肤品行业产品概况

第二节 中国护肤品市场运行分析

一、护肤品市场规模分析

二、护肤品市场结构分析

三、中国护肤品市场热点透视

四、中国护肤品市场消费特点

五、中国护肤品市场总体特征

第三节 中国护肤品市场竞争分析

一、中国护肤品企业竞争格局

二、中国护肤品品牌竞争格局

第四节 中国护肤品市场营销分析

一、中国护肤品企业的战略营销模型

二、中国护肤品企业战略营销模式

第五节 中国护肤品行业存在的问题与对策分析

一、中国护肤品市场存在的问题

二、中国护肤品企业竞争力提升策略

第六节 2024-2029年中国护肤品市场规模预测

一、中国护肤品市场发展趋势

二、中国护肤品市场规模预测

第八章 中国洗浴用品市场发展分析

第一节 中国洗浴用品市场运行分析

一、中国洗浴用品市场规模

二、中国洗浴用品市场结构

三、中国洗浴用品市场消费特点

第二节 中国洗浴用品市场竞争分析

一、中国洗浴用品企业竞争格局

二、中国洗浴用品品牌竞争格局

第三节 2024-2029年中国洗浴用品市场规模预测

第九章 中国发用化妆品市场发展分析

第一节 中国发用化妆品市场运行分析

一、中国发用化妆品市场规模

二、中国发用化妆品市场结构

三、中国发用化妆品市场消费特点

第二节 中国发用化妆品市场竞争分析

一、中国发用化妆品企业竞争格局

二、中国发用化妆品品牌竞争格局

第三节 2024-2029年发用化妆品市场规模预测

第十章 中国彩妆市场发展分析

第一节 彩妆用品概述

一、彩妆用品分类

二、彩妆品牌简介

第二节 中国彩妆市场运行分析

一、中国彩妆市场规模

二、中国彩妆市场结构

三、中国彩妆市场消费特点

第三节 中国彩妆市场竞争分析

一、中国彩妆企业竞争格局

二、中国彩妆品牌竞争格局

第四节 2024-2029年中国彩妆市场规模预测

第十一章 中国口腔护理用品市场发展分析

第一节 中国口腔护理用品市场运行分析

一、中国口腔护理用品市场规模

二、中国口腔护理用品市场结构

三、中国牙刷市场分析

第二节 中国口腔护理用品市场竞争分析

一、中国口腔护理用品企业竞争格局

二、中国口腔护理用品品牌竞争格局

第三节 2024-2029年中国口腔护理用品市场规模预测

第十二章 中国香水市场发展分析

第一节 中国香水市场分析

一、中国香水市场规模

二、中国香水市场结构

第二节 2024-2029年中国香水市场规模预测

第十三章 中国防晒品市场发展分析

第一节 防晒品的概述

一、防晒品的基本常识

二、防晒品的分类及成分

第二节 中国防晒品市场运行分析

一、世界防晒品市场现状及特点

二、中国防晒化妆品市场规模

三、中国防晒化妆品市场结构

四、中国防晒品市场消费特点

第三节 中国防晒品市场竞争分析

一、中国防晒品企业竞争格局

二、中国防晒品品牌竞争格局

第四节 2024-2029年中国防晒品市场规模预测

一、中国防晒品行业发展趋势

二、中国防晒品市场规模预测

第十四章 2019-2023年中国化妆品品牌消费调研分析

第一节 中国化妆品总体关注度分析

一、化妆品关注总体趋势

二、化妆品行业关注内容

三、化妆品关注品牌来源

第二节 中国化妆品品牌关注度分析

一、高端和大众化妆品差距

二、高端和大众品牌关注度

第三节 中国化妆品细分市场关注度

一、中国护肤品关注度

二、中国彩妆关注度

三、中国香氛产品关注度

四、中国美发护发关注度

第四节 中国男士化妆品关注度分析

一、男士化妆品关注内容

二、男士化妆品关注品类

三、男士化妆品产品关注度

四、男士化妆品品牌关注度

第十五章 中国化妆品市场营销分析

第一节 化妆品直复营销分析

一、直复营销的概念

二、直复营销的特征

三、直复营销的类型

四、化妆品直复营销的优势

五、中外品牌化妆品直复营销对比

六、中国化妆品企业直营swot分析

第二节 化妆品网络营销分析

一、网络营销定义及分类

二、网络营销的理论及特点优势

三、中国化妆品网络营销的现状

四、中国化妆品业网络化的特点

第三节 化妆品直销分析

一、直销的定义

二、中国化妆品业直销现状概述

三、中国化妆品直销五大竞争阵地

四、中国化妆品行业直销案例分析

(一)雅芳直销案例分析

(二)安利直销案例分析

(三)完美直销案例分析

(四)玫琳凯直销案例分析

第四节 化妆品业连锁经营分析

一、化妆品业连锁经营的必然性

二、化妆品业连锁经营的优势分析

三、中国化妆品业连锁经营的问题

四、中国化妆品业连锁经营的重新构建

五、化妆品企业建立连锁经营组织的步骤

第五节 化妆品梯度营销分析

一、化妆品行业梯度营销的必要性

二、渠道梯度

三、目标消费者梯度

四、品牌梯度

五、价格梯度

六、促销梯度

七、服务梯度

第十六章 世界化妆品企业及品牌分析

第一节 欧莱雅(l'oreal)

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业在华经营情况

五、企业在华布局情况

第二节 宝洁(p&g , procter & gamble)

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业在华经营情况

五、在华营销策略分析

第三节 联合利华(unilever)

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业在华经营情况

五、在华发展策略分析

第四节 雅芳(avon)

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业在华经营情况

第五节 资生堂(shiseido)

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业在华经营情况

第六节 安利(amway)

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业在华经营情况

五、在华营销策略分析

第七节 雅诗兰黛(estée lauder)

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业在华经营情况

第八节 如新(nuskin)

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业在华经营情况

第九节 花王株式会社(kao corporation)

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业在华经营情况

第十节 爱茉莉(amore)

一、企业基本情况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业在华经营情况

第十七章 中国化妆品行业重点企业竞争分析

第一节 上海家化联合股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第二节 珀莱雅化妆品股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第三节 拉芳家化股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第四节 青岛金王应用化学股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第五节 御家汇股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第六节 名臣健康用品股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第七节 霸王国际(集团)控股有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

五、企业发展战略分析

第八节 中国儿童护理有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

五、企业发展战略分析

第九节 广东丸美生物技术股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第十节 广东幸美化妆品股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

五、企业发展战略分析

第十一节 深圳市兰亭科技股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

五、企业发展战略分析

第十二节 广州栋方生物科技股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第十三节 上海乐宝日化股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

五、企业发展战略分析

第十四节 上海萧雅生物科技股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

第十五节 江苏易肌雪生物科技股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

第十六节 江苏谢馥春国妆股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

五、企业发展战略分析

第十七节 金奇孕婴童生活科技股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第十八节 苏州蜜思肤化妆品股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络分析
- 五、企业发展战略分析

第十九节 广东芭薇生物科技股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业销售网络分析
- 五、企业竞争优势分析
- 六、企业发展战略分析

第二十节 上海相宜本草化妆品股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售网络分布
- 五、企业竞争优势分析

第二十一节 广州科玛生物科技股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业竞争优势分析
- 五、企业发展战略分析

第二十二节 江苏隆力奇集团有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售网络分布
- 五、企业竞争优势分析

第二十三节 联合利华(中国)有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析
- 五、企业发展战略分析

第二十四节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略分析

第二十五节 上海卓多姿中信化妆品有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略分析

第二十六节 新生活集团(中国)有限公司

- 一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

第二十七节 天津郁美净集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第二十八节 资生堂丽源化妆品有限公司

一、企业基本情况分析

二、企业产品品牌分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

第二十九节 广州好迪集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业营销网络分析

五、企业竞争优势分析

第三十节 广州环亚化妆品科技有限公司

一、企业发展情况分析

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业销售网络分布

六、企业发展战略分析

第十八章 2024-2029年中国化妆品行业前景预测

第一节 中国化妆品行业的发展趋势

一、化妆品行业发展前景分析

二、化妆品行业发展趋势分析

三、化妆品需求市场发展趋势

四、化妆品产品发展趋势分析

五、化妆品营销渠道发展趋势

第二节 2024-2029年中国化妆品市场规模预测

一、中国化妆品市场规模预测

二、高档化妆品市场规模预测

第三节 2024-2029年中国化妆品各区域市场规模预测

一、华东地区

二、华中地区

三、华南地区

四、华北东北地区

五、西部地区

第十九章 2024-2029年中国化妆品行业投资分析

第一节 中国化妆品业投资概况分析

一、外行投资者看好化妆品行业

二、化妆品市场需求持续上升引发投资热潮

三、化妆品市场竞争环境趋于规范有利投资

四、化妆品利润空间大营造新的投资增长点

五、化妆品产业关联化带来新的投资点

六、化妆品市场热点清晰有助投资

七、化妆品行业环境不断完善将带来更多投资

第二节 2024-2029年中国化妆品行业投资前景分析

一、化妆品行业投资前景分析

二、男士化妆品投资前景分析

三、中药化妆品投资前景分析

第三节 中国化妆品行业投资的问题与策略

一、化妆品行业外行投资问题和建议

二、化妆品企业如何吸引风险投资

第二十章 中国化妆品企业投融资及IPO上市策略指导

第一节 化妆品企业融资渠道与选择分析

一、化妆品企业融资方法与渠道简析

二、利用股权融资谋划企业发展机遇

三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道

四、适度债权融资配置自身资本结构

五、关注民间资本和外资的投资动向

第二节 化妆品企业境内ipo上市目的及条件

一、化妆品企业境内上市主要目的

二、化妆品企业上市需满足的条件

(一)企业境内主板 ipo 主要条件

(二)企业境内中小板ipo主要条件

(三)企业境内创业板ipo主要条件

三、企业改制上市中的关键问题

第三节 化妆品企业ipo上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

(一)企业上市前综合评估

(二)企业的内部规范重组

(三)选择并配合中介机构

(四)应如何选择中介机构

第四节 化妆品企业ipo上市的规划实施

一、上市费用规划和团队组建

二、尽职调查及问题解决方案

三、改制重组需关注重点问题

四、企业上市辅导及注意事项

五、上市申报材料制作及要求

六、网上路演推介及询价发行

第五节 化妆品企业ipo上市审核工作流程

一、企业ipo上市基本审核流程

二、企业ipo上市具体审核环节

三、与发行审核流程相关的事项

图表目录：

图表：2019-2023年高端化妆品成本构成

图表：2019-2023年7国集团gdp增长率

图表：2019-2023年金砖国家及部分亚洲经济体gdp增长率

图表：全球及主要经济体制造业和服务业pmi

图表：全球及主要经济体制造业pmi新订单和出口新订单指数

图表：2019-2023年国内生产总值和增长速度

图表：2019-2023年gdp初步核算数据

图表：2019-2023年居民消费价格指数月度增长幅度

图表：2019-2023年局面消费价格指数较上一年涨跌幅度

图表：2019-2023年工业生产者出厂价格涨跌幅情况

图表：2019-2023年工业生产者购进价格涨跌幅情况

图表：2019-2023年生产资料出厂价格涨跌幅情况

图表：2019-2023年农村人均纯收入

图表：2019-2023年城镇人均可支配收入

图表：2019-2023年规模以上工业增加值增速

图表：2019-2023年建筑业增加值

图表：2019-2023年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2019-2023年固定资产累计投资增速

图表：2019-2023年分行业固定资产投资(不含农户)及其增长速度

图表：2019-2023年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2019-2023年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度

图表：社会消费品零售总额增速(月度同比)

图表：2019-2023年社会消费品零售总额环比增速

图表：2019-2023年全年社会消费品零售总额主要数据

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/sc/20190704/126539.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)