

2018年中国高端化妆品行业分析报告- 市场深度调研与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国高端化妆品行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/340743340743.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、国际品牌在高端市场优势显著，国产品牌主要发力中低端市场

国内化妆品消费人群分布广泛，市场需求区域多样化，从顶级奢侈品到大众护肤品都有相应的目标客群。从当前行业竞争格局看，护肤品单品售价在 300 元以上的高端化妆品市场被欧美和日韩的高端品牌牢牢占据，国内仅有佰草集凭借高端系列在这一领域有所涉猎。纵观广大国产品牌，护肤品价格主要集中在100-300元/件的中端市场和100元/件以下的低端市场。在国内市场销售领先的国产品牌韩束、百雀羚、自然堂和珀莱雅等主力产品均定位于中端市场，同时兼顾低端市场。而新晋互联网品牌包括膜法世家和御泥坊推出的护肤品则主要针对 100 元以下的低端市场。从面膜品类看，国内外品牌价格差异更加明显，国产品牌除佰草集以外单片面膜价格普遍介于5-7元之间，而海外品牌除悦诗风吟外单片面膜定价为 10-150 元不等。激烈的价格战反映出国内面膜品牌差异性不强，市场仍处于粗放式生长阶段。

图表：2016年主要化妆品品牌中国市场产品零售价比较（护肤品包含水乳和精华）

图表来源：公开资料整理

国际品牌高端产品销售火爆，低端品牌发展受阻，采取高档品牌优先战略。国际品牌在国内一直是高端化妆品的代名词，消费者购买国际品牌的化妆品时更愿意购买档次高的产品，而不是低价产品，因此国际品牌在国内也往往采取高档品牌优先的战略。以资生堂为例：近年来，资生堂在中国市场上取得了不俗的业绩，2017 年增长率达 20%，远高于集团整体增长率，除了电商之外，高端品牌的急速增长也是重要的牵引力。根据资生堂最新的“新三年计划”（2018 年~2020 年），将以高端品牌优先战略为核心，实现在高端市场的飞跃发展，同时还将加速数字化建设及 EC 的成长。

二、国产护肤品新品升级趋势明显，迎合国人消费升级需求

近年来，国产品牌通过推出升级新品的方式，逐步推动品牌定位提升：例如佰草集传统主力产品新玉润系列的价格区间为 200-270 元，其在 2016 年 4 季度推出高端御五行焕肌系列新品，2017 年 3 月发布定价在 320-580 元区间的高端凝臻白如玉系列美白产品，充分彰显进军高端化妆品市场的决心。又如珀莱雅的主力产品水漾系列精华液定价非常亲民为 188 元，而 2018 年公司推出了抗衰老高端产品线赋能鲜颜系列，其定价也提升至 298 元。百雀羚、自然堂等国产品牌也都在传统平价主力产品的基础上推出了定价更高的新品系列。在我国居民消费升级的大背景下，高端产品线的推出能更好地迎合国人消费需求，助力国产品牌实现转型升级。

图表：国产护肤品新品升级趋势明显

图表来源：公开资料整理

对比国际巨头，国产品牌产品线亟待完善。国际知名化妆品牌大多采取全品类多品

牌运营策略，子品牌数量普遍在30-40个，覆盖的领域涵盖护肤、彩妆、个人护理等。以雅诗兰黛为例，其2016年收入结构中化妆品占比43%甚至超过了护肤品的38%。反观国产品牌，品牌数量大多在10个以下，收入结构较为单一，仅上海家化子品牌数量和品类布局较为丰富，珀莱雅护肤品高达99%，御家汇尚没有开拓美妆产品线。国产品牌的产品线亟待完善，这也是许多国产品牌努力的方向，珀莱雅于2012年推出少女彩妆品牌“猫语玫瑰”，标志着其正式进军彩妆市场，未来新品类发展前景可期。

图表：2017年主要化妆品集团旗下品牌和品类布局

图表来源：公开资料整理

图表：国产品牌产品线亟待完善

图表来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国高端化妆品行业分析报告-市场深度调研与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国高端化妆品行业发展概述

第一节 高端化妆品行业发展情况概述

- 一、高端化妆品行业相关定义
- 二、高端化妆品行业基本情况介绍
- 三、高端化妆品行业发展特点分析
- 第二节 中国高端化妆品行业上下游产业链分析
 - 一、产业链模型原理介绍
 - 二、高端化妆品行业产业链条分析
 - 三、中国高端化妆品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业
- 第三节 中国高端化妆品行业生命周期分析
 - 一、高端化妆品行业生命周期理论概述
 - 二、高端化妆品行业所属的生命周期分析
- 第四节 高端化妆品行业经济指标分析
 - 一、高端化妆品行业的赢利性分析
 - 二、高端化妆品行业的经济周期分析
 - 三、高端化妆品行业附加值的提升空间分析
- 第五节 国中高端化妆品行业进入壁垒分析
 - 一、高端化妆品行业资金壁垒分析
 - 二、高端化妆品行业技术壁垒分析
 - 三、高端化妆品行业人才壁垒分析
 - 四、高端化妆品行业品牌壁垒分析
 - 五、高端化妆品行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球高端化妆品行业市场发展现状分析

- 第一节 全球高端化妆品行业发展历程回顾
- 第二节 全球高端化妆品行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲高端化妆品行业地区市场分析
 - 一、亚洲高端化妆品行业市场现状分析
 - 二、亚洲高端化妆品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲高端化妆品行业市场前景分析
- 第四节 北美高端化妆品行业地区市场分析
 - 一、北美高端化妆品行业市场现状分析
 - 二、北美高端化妆品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美高端化妆品行业市场前景分析
- 第五节 欧盟高端化妆品行业地区市场分析

- 一、欧盟高端化妆品行业市场现状分析
- 二、欧盟高端化妆品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟高端化妆品行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界高端化妆品行业分布走势预测
- 第七节 2018-2024年全球高端化妆品行业市场规模预测

第三章 中国高端化妆品产业发展环境分析

第一节 我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、全社会消费品高端化妆品总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 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 中国高端化妆品行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国高端化妆品产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、消费观念分析

第四章 中国高端化妆品行业运行情况

第一节 中国高端化妆品行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国高端化妆品行业市场规模分析

第三节 中国高端化妆品行业供应情况分析

第四节 中国高端化妆品行业需求情况分析

第五节 中国高端化妆品行业供需平衡分析

第六节 中国高端化妆品行业发展趋势分析

第五章 中国高端化妆品所属行业运行数据监测

第一节 中国高端化妆品所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国高端化妆品所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国高端化妆品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国高端化妆品市场格局分析

第一节 中国高端化妆品行业竞争现状分析

一、中国高端化妆品行业竞争情况分析

二、中国高端化妆品行业主要品牌分析

第二节 中国高端化妆品行业集中度分析

一、中国高端化妆品行业市场集中度分析

二、中国高端化妆品行业企业集中度分析

第三节 中国高端化妆品行业存在的问题

第四节 中国高端化妆品行业解决问题的策略分析

第五节 中国高端化妆品行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国高端化妆品行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国高端化妆品行业消费特点

第二节 中国高端化妆品行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 高端化妆品行业成本分析

第四节 高端化妆品行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国高端化妆品行业价格现状分析

第六节 中国高端化妆品行业平均价格走势预测

- 一、中国高端化妆品行业价格影响因素
- 二、中国高端化妆品行业平均价格走势预测
- 三、中国高端化妆品行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国高端化妆品行业区域市场现状分析

第一节 中国高端化妆品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区高端化妆品市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区高端化妆品市场规模分析
- 四、华东地区高端化妆品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区高端化妆品市场规模分析
- 四、华中地区高端化妆品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区高端化妆品市场规模分析

第九章 2016-2018年中国高端化妆品行业竞争情况

第一节 中国高端化妆品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 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

第二节 中国高端化妆品行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国高端化妆品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 高端化妆品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第一节中国高端化妆品行业未来发展前景分析

一、高端化妆品行业国内投资环境分析

二、中国高端化妆品行业市场机会分析

三、中国高端化妆品行业投资增速预测

第二节中国高端化妆品行业未来发展趋势预测

第三节中国高端化妆品行业市场发展预测

一、中国高端化妆品行业市场规模预测

二、中国高端化妆品行业市场规模增速预测

三、中国高端化妆品行业产值规模预测

四、中国高端化妆品行业产值增速预测

五、中国高端化妆品行业供需情况预测

第四节中国高端化妆品行业盈利走势预测

一、中国高端化妆品行业毛利润同比增速预测

二、中国高端化妆品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国高端化妆品行业投资风险与营销分析

第一节 高端化妆品行业投资风险分析

一、高端化妆品行业政策风险分析

二、高端化妆品行业技术风险分析

三、高端化妆品行业竞争风险分析

四、高端化妆品行业其他风险分析

第二节 高端化妆品行业企业经营发展分析及建议

一、高端化妆品行业经营模式

二、高端化妆品行业销售模式

三、高端化妆品行业创新方向

第三节 高端化妆品行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国高端化妆品行业发展策略及投资建议

第一节 中国高端化妆品行业品牌战略分析

一、高端化妆品企业品牌的重要性

二、高端化妆品企业实施品牌战略的意义

三、高端化妆品企业品牌的现状分析

四、高端化妆品企业的品牌战略

五、高端化妆品品牌战略管理的策略

第二节中国高端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

第三节中国高端化妆品行业战略综合规划分析

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

第十四章 2018-2024年中国高端化妆品行业发展策略及投资建议

第一节中国高端化妆品行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节中国高端化妆品行业定价策略分析

第三节中国高端化妆品行业营销渠道策略

一、高端化妆品行业渠道选择策略

二、高端化妆品行业营销策略

第四节中国高端化妆品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国高端化妆品行业重点投资区域分析

二、中国高端化妆品行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/340743340743.html>