

2021年中国口红市场分析报告- 行业深度分析与投资前景预测

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《2021年中国口红市场分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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/531180531180.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

1、政策环境

口红行业属于化妆品行业，2020年6月29日，国务院公布《化妆品监督管理条例》，并将于2021年1月1日起施行。根据《条例》规定，禁止用于化妆品生产的原料目录由国务院药品监督管理部门制定、公布；特殊化妆品经国务院药品监督管理部门注册后方可生产、进口，特殊化妆品注册证有效期为5年。生产经营的化妆品的标签存在瑕疵但不影响质量安全且不会对消费者造成误导的，由负责药品监督管理的部门责令改正；拒不改正的，处2000元以下罚款。

《化妆品监督管理条例》颁布不到一个月，7月21日，国家药监局发布了新条例的两大配套管理法规——《化妆品注册管理办法(征求意见稿)》和《化妆品生产经营监督管理办法(征求意见稿)》，这两部管理办法对新条例中的相关规定进一步细化和完善。

近年来，随着人均收入的提高和消费升级的需要，化妆品市场需求不断增长，成为增速最快的消费品子行业之一。在化妆品行业迅速崛起的同时，行业监管持续加强，利好政策不断助力行业发展。如：食品药品监管总局曾在2018年印发《化妆品分类规范(征求意见稿)》——该规范以产品功能宣称、作用部位、产品剂型和使用人群为依据细化分类，实施编码原则。

2、经济环境

经济环境是指企业在提供服务或生产运营中直接面临的经济条件、经济关系和经济特征等经济方面的客观因素。经济环境主要包括经济周期、人均收入、人口、价格和基础设施等方面的因素。从总体上来看，近年来国内经济环境正逐渐进入一个新的经济周期，现正逐步走出经济低谷。此期间国内经济运行均保持在合理的区间范围，结构调整取得积极进展，经济结构转型进一步加快。目前，国内GDP不再保持高速增长，经济发展已进入新常态，调结构已成为当前发展所必需。国内人均收入稳步提高，居民消费价格涨幅控制在较低指标，就业形势总体基本稳定。自08年金融危机以来，全球多年处于“低利率、低增长、低通胀”的态势，但自2017年全球主要经济出现同步增长态势，2019年全球经济仍保持良好发展态势，2020年新冠病毒对全球经济造成了一定的影响，但国内由于采取了良好的应对措施，虽然仍受到了一定的影响，但总体上来说对经济影响不重大。对国内来说，政府实行积极的财政政策，推进供给侧改革，这些措施使得国内经济依旧保持较高增速，这对我国的企业的发展提供有力的支撑。且随着我国新型工业化、信息化和城镇化的推进发展，为我国的消费行业的发展提供了广阔的增长空间，由于目前居民的人均收入不断上升，对生活品质的要求也不断增加，当代青少年对形象的重视以及开始化妆的年龄不断降低，对我国口红行业的需求有很大的提升作用。当前我国正处于稳增长、调结构的战略转型时期，国家政府确保经济发展处于合理的增长区间。从整体趋势上来看，虽然因为新冠疫情期间国内经济发展增速放缓，但由于调控及时，对口红行业影响有限。

2015-2020年中国人均可支配收入 数据来源：国家统计局、观研天下数据中心整理

3、社会环境

社会文化环境是指企业生存和发展过程中面临的社会风俗和习惯、人口规模与地理分布、社会结构、宗教信仰、文化传统等因素的形成和变动。任何企业的营销活动都会受到其所处社会文化环境的影响，社会文化环境对企业营销的影响也是最复杂、最重要的。企业在决定未来投资方向、改进与革新产品等重大决策问题时，必须慎重考虑人口规模、风俗习惯对消费者偏好的影响、社会人口年龄结构等等因素。

一个企业所面临的社会环境也会对企业产生巨大的影响，主要因素有劳动力资源结构、消费倾向、受教育程度及文化背景等。中国拥有庞大的人口基数，造就了世界上最大的人口消费市场，随着城市化进程和居民收入的持续增长，加上当代女性对形象的重视程度上升，口红消费人群的低龄化，国内对口红产品的需求迅速扩张，相对其它国家有不可比拟的优势。

2020年中国口红消费人群结构 数据来源：市场调研、观研天下数据中心整理

2014-2019年我国人口总数（万人） 数据来源：国家统计局、观研天下数据中心整理

2014-2019年中国城镇化率 数据来源：国家统计局、观研天下数据中心整理

4、技术环境

近几年口红行业引入了ERP、OA等系统，优化了企业内部运行以及管理流程，提高了企业效率。

ERP系统是企业资源计划 (Enterprise Resource Planning) 的简称，是指建立在信息技术基础上，集信息技术与先进管理思想于一身，以系统化的管理思想，为企业员工及决策层提供决策手段的管理平台。

它是从MRP（物料需求计划）发展而来的新一代集成化管理信息系统，它扩展了MRP的功能，其核心思想是供应链管理。它跳出了传统企业边界，从供应链范围去优化企业的资源，优化了现代企业的运行模式，反映了市场对企业合理调配资源的要求。它对于改善企业业务流程、提高企业核心竞争力具有显著作用。

办公自动化（Office Automation，简称OA），是将计算机、通信等现代化技术运用到传统办公方式，进而形成的一种新型办公方式。办公自动化利用现代化设备和信息化技术，代替办公人员传统的部分手动或重复性业务活动，优质而高效地处理办公事务和业务信息，实现对信息资源的高效利用，进而达到提高生产率、辅助决策的目的，最大限度地提高工作效率和质量、改善工作环境。（lyz）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国口红市场分析报告-行业深度分析与投资前景预测》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。

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家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 2017-2020年中国口红行业发展概述

第一节 口红行业发展情况概述

- 一、口红行业相关定义
- 二、口红行业基本情况介绍
- 三、口红行业发展特点分析
- 四、口红行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、口红行业需求主体分析

第二节 中国口红行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、口红行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国口红行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国口红行业生命周期分析

一、口红行业生命周期理论概述

二、口红行业所属的生命周期分析

第四节 口红行业经济指标分析

一、口红行业的赢利性分析

二、口红行业的经济周期分析

三、口红行业附加值的提升空间分析

第五节 中国口红行业进入壁垒分析

一、口红行业资金壁垒分析

二、口红行业技术壁垒分析

三、口红行业人才壁垒分析

四、口红行业品牌壁垒分析

五、口红行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球口红行业市场发展现状分析

第一节 全球口红行业发展历程回顾

第二节 全球口红行业市场区域分布情况

第三节 亚洲口红行业地区市场分析

一、亚洲口红行业市场现状分析

二、亚洲口红行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲口红行业市场前景分析

第四节 北美口红行业地区市场分析

一、北美口红行业市场现状分析

二、北美口红行业市场规模与市场需求分析

三、北美口红行业市场前景分析

第五节 欧洲口红行业地区市场分析

一、欧洲口红行业市场现状分析

二、欧洲口红行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲口红行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界口红行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球口红行业市场规模预测

第三章 中国口红产业发展环境分析

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、全社会消费品口红总额
- 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 中国口红行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国口红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 中国口红行业运行情况

第一节 中国口红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 中国口红行业市场规模分析

第三节 中国口红行业供应情况分析

第四节 中国口红行业需求情况分析

第五节 我国口红行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国口红行业供需平衡分析

第七节 中国口红行业发展趋势分析

第五章 中国口红所属行业运行数据监测

第一节 中国口红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 中国口红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 中国口红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 2017-2020年中国口红市场格局分析

第一节 中国口红行业竞争现状分析

一、中国口红行业竞争情况分析

二、中国口红行业主要品牌分析

第二节 中国口红行业集中度分析

一、中国口红行业市场集中度影响因素分析

二、中国口红行业市场集中度分析

第三节 中国口红行业存在的问题

第四节 中国口红行业解决问题的策略分析

第五节 中国口红行业钻石模型分析

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 2017-2020年中国口红行业需求特点与动态分析

第一节 中国口红行业消费市场动态情况

第二节 中国口红行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 口红行业成本结构分析

第四节 口红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 中国口红行业价格现状分析

第六节 中国口红行业平均价格走势预测

- 一、中国口红行业价格影响因素
- 二、中国口红行业平均价格走势预测
- 三、中国口红行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国口红行业区域市场现状分析

第一节 中国口红行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区口红市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区口红市场规模分析
- 四、华东地区口红市场规模预测

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、华中地区口红市场规模分析
- 四、华中地区口红市场规模预测

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、华南地区口红市场规模分析
- 四、华南地区口红市场规模预测

第九章 2017-2020年中国口红行业竞争情况

第一节 中国口红行业竞争结构分析（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 中国口红行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国口红行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 口红行业企业分析（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
- 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

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

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

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国口红行业发展前景分析与预测

第一节 中国口红行业未来发展前景分析

一、口红行业国内投资环境分析

二、中国口红行业市场机会分析

三、中国口红行业投资增速预测

第二节 中国口红行业未来发展趋势预测

第三节 中国口红行业市场发展预测

一、中国口红行业市场规模预测

二、中国口红行业市场规模增速预测

三、中国口红行业产值规模预测

四、中国口红行业产值增速预测

五、中国口红行业供需情况预测

第四节 中国口红行业盈利走势预测

一、中国口红行业毛利润同比增速预测

二、中国口红行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国口红行业投资风险与营销分析

第一节 口红行业投资风险分析

一、口红行业政策风险分析

二、口红行业技术风险分析

三、口红行业竞争风险分析

四、口红行业其他风险分析

第二节 口红行业应对策略

- 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 2021-2026年中国口红行业发展战略及规划建议

第一节 中国口红行业品牌战略分析

- 一、口红企业品牌的重要性
- 二、口红企业实施品牌战略的意义
- 三、口红企业品牌的现状分析
- 四、口红企业的品牌战略
- 五、口红品牌战略管理的策略

第二节 中国口红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 中国口红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

第四节 口红行业竞争力提升策略

- 一、口红行业产品差异性策略
- 二、口红行业个性化服务策略
- 三、口红行业的促销宣传策略
- 四、口红行业信息智能化策略
- 五、口红行业品牌化建设策略
- 六、口红行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国口红行业发展策略及投资建议

第一节 中国口红行业产品策略分析

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 中国口红行业营销渠道策略

一、口红行业渠道选择策略

二、口红行业营销策略

第三节 中国口红行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国口红行业重点投资区域分析

二、中国口红行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/531180531180.html>