

中国化妆品市场供需分析与未来前景评估报告 (2014-2019)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国化妆品市场供需分析与未来前景评估报告（2014-2019）》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/192501192501.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

中国报告网发布的《中国化妆品市场供需分析与未来前景评估报告(2014-2019)》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、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研究分析。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。

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。

第一章 2013-2014年中国化妆品行业发展概述

第一节 化妆品行业发展情况概述

- 一、化妆品的基本情况介绍
- 二、化妆品的发展特点分析

第二节 化妆品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、化妆品行业产业链分析

第三节 化妆品行业生命周期分析

- 一、行业生命周期理论概述
- 二、化妆品行业所属的生命周期分析

第四节 化妆品行业经济指标分析

- 一、化妆品行业的赢利性分析
- 二、化妆品行业附加值的提升空间分析
- 三、化妆品行业进入壁垒与退出机制分析

第二章 2013-2014年世界化妆品行业市场发展现状分析

第一节 全球化妆品市场发展分析

- 一、全球化妆品市场
- 二、欧洲化妆品市场
- 三、亚太地区和东盟地区化妆品市场
- 四、非洲化妆品市场

第二节 全球热门化妆品细分市场分析

- 一、香薰产品市场

二、天然婴儿护理品

三、全球化妆笔市场

第三节 主要国家化妆品市场分析

一、日本化妆品市场

二、法国化妆品市场

三、韩国化妆品市场

第四节 全球名牌化妆品分析

一、全球主要化妆品品牌

二、全球名牌化妆品特点

三、名牌化妆品销售策略

第三章 2013-2014年中国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、我国GDP历史变动轨迹分析

二、我国消费价格指数CPI、PPI分析

三、我国外汇储备情况分析

四、我国财政收入情况统计分析

五、工业发展形势（季度更新）

六、我国进出口总额统计分析

七、我国社会集资规模统计分析

八、全国居民收入情况统计分析

九、我国固定资产投资情况统计分析

十、2014-2015年中国宏观经济环境预测分析

第三节 中国化妆品行业政策环境分析

第四节 中国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 2013-2014年中国化妆品产业运行情况

第一节 中国化妆品业的OEM状况分析

一、化妆品业OEM现状

二、OEM加工存在的问题

三、OEM在国外状况分析

四、化妆品行业发展趋势

第二节 中国化妆品行业发展分析

- 一、中国化妆品行业发展分析
- 二、中国化妆品生产和消费现状
- 三、中国化妆品行业情况分析
- 四、中国化妆品行业广告投放分析

第五章 2013-2014年中国化妆品市场格局分析

第一节 2013-2014年中国化妆品行业竞争现状分析

第二节 2013-2014年中国化妆品行业集中度分析

- 一、2013-2014年中国化妆品行业市场集中度分析
- 二、2013-2014年中国化妆品行业企业集中度分析
- 三、2013-2014年中国化妆品行业区域集中度分析

第三节 2013-2014年中国化妆品行业存在的问题

第六章 中国化妆品区域市场

第一节 北京化妆品市场

- 一、北京化妆品行业发展
- 二、北京化妆品市场现状

第二节 上海化妆品市场

- 一、上海化妆品行业发展
- 二、上海化妆品市场现状

第三节 广东化妆品市场

- 一、广东化妆品行业发展
- 二、广东化妆品市场现状

第七章 2013-2014年中国化妆品行业竞争情况

第二节 2013-2014年中国化妆品行业竞争结构分析

- 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 2013-2014年中国化妆品行业SWOT分析

- 一、2013-2014年中国化妆品行业优势分析
- 二、2013-2014年中国化妆品行业劣势分析
- 三、2013-2014年中国化妆品行业机会分析
- 四、2013-2014年中国化妆品行业威胁分析

第四节 2013-2014年中国化妆品行业竞争力优势分析

- 一、2013-2014年中国化妆品行业整体竞争力评价
- 二、2013-2014年中国化妆品行业竞争力评价结果分析
- 三、2013-2014年中国化妆品行业竞争优势评价及构建建议

第八章2013年中国化妆品行业重点生产企业分析

第一节 上海家化联合股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 索芙特股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 福建泉州恒泉化妆品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第九章 化妆品消费者分析

第一节 化妆品消费市场调查分析

- 一、中国90后化妆品消费市场调查

二、中国互联网用户化妆品市场调查

三、中国护肤品细分领域市场调查分析

四、中国彩妆市场调查分析

五、中国男士化妆品市场情况调查分析

第二节 化妆品消费者分析

一、女性化妆品消费者调查

二、儿童化妆品消费者调查

三、上海化妆品消费者调查

第三节 护肤品消费者分析

第四节 防晒化妆品消费者分析

第五节 洗发水和染发类产品消费者分析

第十章 2014-2019年中国化妆品行业发展前景分析与预测

第一节 2014-2019年中国化妆品行业未来发展前景分析

一、2014-2019年中国化妆品行业国内投资环境分析

二、2014-2019年中国化妆品行业市场机会分析

三、2014-2019年中国化妆品行业投资增速预测

第二节 2014-2019年中国化妆品行业未来发展趋势预测

第三节 2014-2019年中国化妆品行业市场发展预测

一、2014-2019年中国化妆品行业市场规模预测

二、2014-2019年中国化妆品行业市场规模增速预测

三、2014-2019年中国化妆品行业产值规模预测

四、2014-2019年中国化妆品行业产值增速预测

第四节 2014-2019年中国化妆品行业供需情况预测

一、2014-2019年中国化妆品行业供需平衡预测

二、2014-2019年中国化妆品行业产量规模预测

三、2014-2019年中国化妆品行业产量增速预测

四、2014-2019年中国化妆品行业需求规模预测

五、2014-2019年中国化妆品行业需求增速预测

第五节 2014-2019年中国化妆品行业盈利走势预测

一、2014-2019年中国化妆品行业毛利润同比增速预测

二、2014-2019年中国化妆品行业利润总额同比增速预测

第六节 2014-2019年中国化妆品行业价格走势预测

第十一章 2014-2019年中国化妆品行业发展策略及投资建议

第一节 2014-2019年中国化妆品行业市场的重点客户战略实施

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

第一节 2014-2019年中国化妆品行业发展策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第三节 观研天下专家投资建议

一、2014-2019年中国化妆品行业投资区域分析

二、2014-2019年中国化妆品行业投资产品分析

图表详见正文

特别说明：报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/192501192501.html>