

2014-2020年中国化妆品市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2020年中国化妆品市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/rihua1408/O628534T9J.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-08-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国化妆品市场深度调研与投资前景研究报告》共二十二章，报告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、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国香料香精化妆品工业协会、博思数据研究中心以及国内外行业杂志等提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国化妆品市场进行了分析研究。报告对我国化妆品行业的需求、市场竞争格局、行业结构情况作了详细的分析，报告还详细研究了我国重点化妆品企业的发展状况，以及化妆品市场发展趋势和竞争格局。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为化妆品投资与生产者在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。报告同时对于产业研究规律、产业政策制定和欲进入的投资集团提供了准确的情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

中国美容化妆品行业是全世界最大的新兴市场，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了一个初具规模、极富生机活力的产业大军。化妆品企业如雨后春笋般越来越多，名目繁多的化妆品品牌层出不穷，市场竞争愈演愈烈。国内亦涌现出一批以美加净、六神、郁美净、隆力奇、明茎等为代表的优秀民族化妆品品牌。“十一五”期间，中国化妆品行业得到了长足进步。从2006年开始，我国化妆品销售额达到了每年1000亿元人民币以上，即便在全球金融危机的恶劣环境下，依然保持着持续平稳增长。中国香料香精化妆品工业协会统计数据显示，2010年全国化妆品销售总额达到1530亿元，与2005年的960亿元相比，每年平均增长近10%，五年来无论是国内消费还是出口市场都保持稳定增长，化妆品行业逐渐融入世界。

随着化妆品品牌的增多，消费群体的细分更加明确。不论是在哪个细分市场中，奢侈品与高价位产品的消费数量是暴涨，预示了中国消费者高消费时代的到来。中国化妆品业市场一直被人比喻为“暴利下的围城”，直面中国的化妆品业，高端市场已被欧莱雅、雅诗兰黛、资生堂等外资品牌占领，中国化妆品市场的销售额平均以每年13%的速度在递增。目前，国际知名化妆品生产企业已凭借品牌、产品质量优势，占据了国内化妆品高端市场，并向二三线市场渗透。外资化妆品产品已占据了国内市场40%的销售份额。国内化妆品品牌主要占据中低端市场，产品附加值低。隆力奇尽管销量惊人，但是市场定位还是低端产品；尽管欧莱雅也有低端产品，但是消费者对它的定位是国际知名品牌。品牌积累很重要，但只是一个过程，从中国目前的情况看，先从低端入手，完成原始积累，品牌不是靠广告，需要消费者认可。

2010年开始我国化妆品市场销售总额增长速度,每年将以13%的平均递增速度快速推进,限额以上批发零售贸易企业化妆品零售额将以15%以上的速度递增。“十二五”期间,我国化妆品行业将通过优化产业结构、增强创新能力、培育自主品牌等措施,力争敲开2300亿元的销售市场、培育2-3个具有国际知名度和竞争力的品牌及更多的名牌产品、出口额力争达到25亿美元左右。国内外化妆品生产已采用了多项高新技术,像生物技术、植物萃取技术等,低碳、环保等高新技术也与化妆品生产相伴,企业在产品研发和生产上应从高科技、健康入手,加大资源整合力度,注重节能降耗和清洁生产,提高核心竞争力。

第一部分 行业发展现状

第一章 化妆品的相关概述 1

第一节 化妆品的介绍 1

一、化妆品的定义 1

二、化妆品的主要作用 1

三、化妆品的分类 2

第二节 中国化妆品行业的发展沿革 4

一、古代化妆品 4

二、现代化妆品 4

第三节 化妆品产业特性分析 5

一、化妆品的产品特性 5

二、中国化妆品的监督管理特性 7

第二章 2013年国际化妆品市场营运形势分析 9

第一节 2013年国际化妆品市场的总体概况分析 9

一、国际化妆品的区域市场发展综述 9

二、国际化妆品原料市场的新趋势 9

三、国际化妆品产品研发潮流 11

第二节 美国 14

一、美国化妆品市场综述 14

二、美国化妆品销售市场发展近况 14

三、美国化妆品市场规模及发展趋势分析 15

四、美国化妆品行业法规管理概述 16

五、美国对化妆品标签有着严格要求 20

第三节 欧洲 22

- 一、欧洲化妆品市场总体发展状况 22
- 二、欧盟化妆品行业的新法规解读 23
- 三、德国化妆品行业天然产品发展态势良好 26
- 四、法国化妆品行业发展分析 26
- 五、俄罗斯化妆品市场容量分析 27

第四节 日本 27

- 一、日本化妆品市场的总体概况 27
- 二、日本化妆品企业大力开拓中老年消费市场 30
- 三、日本化妆品的政府管制概述 31
- 四、日本化妆品行业的发展趋势 32

第五节 韩国 34

- 一、韩国化妆品行业发展概述 34
- 二、韩国化妆品企业加快在中国的发展 36
- 三、韩国天然化妆品产业发展势头强劲 37

第三章 2013年中国化妆品市场发展格局分析 39

第一节 2013年中国化妆品行业总体概况分析 39

- 一、“十一五”期间中国化妆品行业发展综述 39
- 二、我国化妆品行业OEM生产节奏加快 39
- 三、我国化妆品零售终端市场呈现新特点 40

第二节 2009-2013年中国化妆品市场发展分析 41

- 一、2011年中国化妆品行业销售状况分析 41
- 二、2012年我国化妆品市场掀起营养护肤新潮 42
- 三、2012年国内药店化妆品市场生存现状 44
- 四、2013年国内外企业争相布局有机化妆品市场 47

第三节 2013年中国化妆品市场消费分析 49

- 一、化妆品市场消费者的构成 49
- 二、女性购买化妆品的心理因素研究 49
- 三、化妆品网络消费者的类型及购买行为 53
- 四、2012年化妆品网络消费状况透析 55
- 五、化妆品消费的新趋势分析 57

第四节 2013年中国化妆品包装发展分析 58

一、化妆品包装的特性 58

二、国内美容化妆品包装分析 61

三、化妆品包装需标注所有成分 61

四、美容化妆品包装的发展走向 62

第五节 2013年中国化妆品市场存在的问题分析 64

一、中国化妆品市场面临的难题 64

二、国内美容化妆品市场的薄弱方面 65

三、国内化妆品市场亟待整合 67

四、本土化妆品企业存在的深层次问题 68

第六节 2013年中国化妆品市场发展的对策分析 70

一、中国化妆品市场发展的建议 70

二、国内化妆品市场的发展对策 72

三、化妆品企业发展要集体补标识规范课 74

四、化妆品行业地位提升的对策探讨 76

第二部分 国内行业市场分析

第四章 2007-2013年中国化妆品制造行业主要数据监测分析 81

第一节 2007-2013年中国化妆品制造行业规模分析 81

一、企业数量增长分析 81

二、从业人数增长分析 81

三、资产规模增长分析 81

第二节 2007-2013年中国化妆品制造行业产值分析 82

一、产成品增长分析 82

二、工业销售产值分析 82

三、出口交货值分析 83

第三节 2007-2013年中国化妆品制造行业成本费用分析 84

一、销售成本分析 84

二、费用分析 84

第四节 2007-2013年中国化妆品制造行业盈利能力分析 85

一、主要盈利指标分析 85

二、资产规模增长分析 85

第五节 我国化妆品行业进出口数据分析 86

一、2012年1-12月我国美容品或化妆品及护肤品的进出口数据分析 86

二、2012年1-12月我国香水及花露水的进出口数据分析89

三、2012年1-12月我国护发品的进出口数据分析 93

第五章 中国化妆品网络市场调查分析 98

第一节 2012年我国化妆品网络市场调查状况 98

一、总体分析 98

二、化妆品品牌属性与品牌等级情况 98

三、化妆品产品分类情况 98

四、化妆品网民特征透析 101

第二节 2013年我国化妆品网络市场调查状况 103

一、总体分析 103

二、化妆品品牌等级情况 103

三、化妆品网民特征透析 103

第三节 2013年我国化妆品网络市场调查状况 104

一、总体分析 104

二、化妆品品牌等级情况 105

三、化妆品产品分类情况 105

第六章 2013年中国护肤品市场发展态势分析 108

第一节 2013年中国护肤品行业营运综述 108

一、中国护肤品品牌发展的四个阶段 108

二、中国护肤品市场总体概况 109

三、国产“老字号”护肤品市场销售现况 112

四、中小护肤品企业发展对策分析 114

第二节 2009-2013年中国护肤品市场走势分析 115

一、2011年我国护肤品市场发展形态分析 115

二、2012年我国护肤品市场持续快速增长 116

三、2013年护肤品市场植物护肤品异军突起 119

四、2013年精油护肤品市场呈火爆发展态势 121

五、2012-2013年护肤品进出口分析 121

第三节 2013年中国护肤品市场竞争格局分析 150

- 一、我国护肤品市场竞争态势分析 150
- 二、国内主要护肤品竞争手段分析 152
- 三、2013年中国高端特殊护肤品市场竞争激烈 154
- 四、品牌成为护肤品竞争突破点 156

第四节 2013年中国护肤品市场营销分析 157

- 一、国内护肤品销售渠道分析 157
- 二、国内护肤品营销策略分析 158
- 三、护肤品营销模式创新 161
- 四、星纯护肤品的营销案例解析 164

第五节 2014-2020年中国护肤品行业发展前景分析 166

- 一、绿色生态护肤品市场前景看好 166
- 二、花朵美容护肤品有望成为新宠 168
- 三、茶护肤品发展前景分析 168
- 四、未来最有潜力的护肤品市场 170

第七章 2013年中国防晒用品市场运行格局分析 171

第一节 防晒用品的概述 171

- 一、防晒化妆品的常识综述 171
- 二、防晒化妆品的种类 173
- 三、防晒化妆品的识别及应用 174

第二节 各类防晒产品主要成分分析 175

- 一、化学性防晒成分（含紫外线吸收剂） 175
- 二、物理性防晒成分（含紫外线散乱剂） 176
- 三、纯天然防晒成分 178

第三节 2013年全球防晒品市场的发展分析 179

- 一、全球防晒品市场发展概述 179
- 二、2013年美国出台实施防晒品监管新规 183
- 三、韩国市场防晒霜受消费者青睐 184

第四节 2013年中国防晒品市场的发展分析 186

- 一、夏防晒品市场终端分析 186
- 二、防晒化妆品市场发展状况 186

- 三、2013年防晒品终端市场竞争激烈 188
- 四、未来防晒护肤品发展趋势 190
- 五、专用防晒化妆品市场发展潜力分析 191

第八章 2013年中国洗面奶和美白用品市场分析 193

第一节 洗面奶市场 193

- 一、洗面奶相关介绍 193
- 二、中国洗面奶零售渠道分析 193

第二节 美白产品市场 193

- 一、美白用品市场的特点 193
- 二、2013年美白产品销售热潮提前到来 194

第三节 祛斑产品市场 196

- 一、祛斑护肤品主要特点 196
- 二、中国祛斑产品市场发展的三大趋势 197
- 三、祛斑护肤品消费者购买因素分析 197

第九章 2013年中国发用化妆品市场发展分析 199

第一节 2013年中国发用品产业总体概述 199

- 一、护发品定义及类别 199
- 二、洗发护发销售特点及趋势变化 200
- 三、中药洗护发产品成市场竞争新热点 203
- 四、新兴护发用品市场发展前景展望 205

第二节 洗发水 207

- 一、洗发水市场步入繁荣阶段 207
- 二、中国高端洗发水市场的发展形态剖析 208
- 三、洗发水市场细分以及定位策略 209
- 四、洗发水市场品牌营销分析 210
- 五、我国洗发水市场本土品牌突破实例分析 211
- 六、洗发水市场的发展方向 212

第三节 护发素 213

- 一、护发素的介绍 213
- 二、护发化妆品的总体概况 213

三、护发素市场的品牌分析 214

第四节 染发剂 215

一、中国染发剂市场概况 215

二、中国染发剂产品市场有待创新 215

三、染发剂市场发展趋势的特点 216

第十章 2013年中国男士化妆品市场营运局势分析 218

第一节 2013年中国男士化妆品的市场概况分析 218

一、催生男士化妆品发展的三大要素 218

二、男性化妆品市场进入快速增长期 219

三、男士化妆品市场发展的趋势剖析 221

四、本土企业在男士专用化妆品市场有机可寻 222

第二节 2013年中国男士化妆品开发分析 223

一、开发男士化妆品对企业的意义 223

二、男士化妆品开发的可能性 224

三、男士化妆品品种开发设想 225

四、男士化妆品品牌开发 225

第三节 2013年中国男士化妆品市场营销分析 228

一、中国男士化妆品消费者的心理与行为特征 228

二、中国男士化妆品市场营销的问题分析 230

三、针对我国男士心理与行为特点的化妆品营销策略 232

第十一章 2013年中国儿童化妆品市场发展局势分析 234

第一节 儿童化妆品市场产品介绍 234

一、个人护理用品 234

二、按摩油系列 234

三、其他儿童化妆品 235

第二节 2013年中国儿童化妆品市场发展概况分析 236

一、儿童化妆品市场成长缓慢的原因分析 236

二、中国儿童化妆品市场逐渐走向繁荣 236

三、儿童化妆品消费趋势特点 237

四、儿童化妆品市场的产品和营销攻略 237

第三节 2014-2020年中国儿童化妆品市场趋势分析 239

- 一、中国儿童化妆品市场发展潜力大 239
- 二、儿童化妆品市场前景展望 239
- 三、未来儿童化妆品市场生机勃勃 240
- 四、中国儿童化妆品的渠道趋势 241

第十二章 2013年中国中老年化妆品市场营运分析 243

第一节 2013年中国中老年人化妆品市场发展概况分析 243

- 一、老年化妆品的种类 243
- 二、老年人化妆品市场发展综述 244
- 三、抗衰老化妆品受中老年女性的青睐 244
- 四、老年化妆品市场有待发展开拓 246

第二节 2013年中国中老年人化妆品市场的问题及对策分析 246

- 一、老年人化妆品市场发展的制约因素分析 246
- 二、我国老年专用护肤品市场存在空白 248
- 三、开发老年人化妆品市场的对策建议 248
- 四、中老年人化妆品的广告营销策略 250

第三部分 行业竞争与市场营销分析

第十三章 2013年中国天然化妆品市场运行格局分析 253

第一节 2013年国际天然化妆品市场发展概况分析 253

- 一、全球四大天然化妆品品牌介绍 253
- 二、全球天然有机化妆品市场发展状况 253
- 三、美国天然化妆品进入标准化时代 254

第二节 2013年中国绿色化妆品发展概述 254

- 一、绿色化妆品的介绍 254
- 二、建立并完善绿色化妆品产业制度的意义 255
- 三、中国绿色化妆品产业法律制度完善的建议 255

第三节 2014-2020年中国天然化妆品市场发展趋势分析 258

- 一、天然成分化妆品市场的发展趋势 258
- 二、绿色化妆品在中国大有市场 259
- 三、绿色化妆品专卖店投资前景可观 259

第十四章 2013年中国其他热点化妆品市场发展分析 261

第一节 香水 261

- 一、中国香水市场发展现状分析 261
- 二、我国香水消费与国外消费存在差异 261
- 三、我国香水市场的发展建议 262
- 四、香水市场消费新的走势 264
- 五、香水市场的发展方向 265

第二节 护体化妆品 266

- 一、美体产品的作用 266
- 二、护体化妆品市场的品牌概述 267

第三节 纳米化妆品 268

- 一、纳米技术在化妆品中的应用 268
- 二、纳米化妆品具有的优势 268
- 三、纳米美容化妆品的开发概况 270

第十五章 2013年中国化妆品原料与成分分析 271

第一节 化妆品原料构成 271

- 一、油性原料（油、脂、蜡） 271
- 二、表面活性剂 271
- 三、保湿剂 272
- 四、香精 272
- 五、防腐剂 272

第二节 化妆品成分简析 272

- 一、化妆品成分概述 272
- 二、应当避免的化妆品成分 273
- 三、质量好的化妆品应含有的成分 276

第三节 化妆品成分安全性研究 278

- 一、除皱产品主打成分 278
- 二、美白产品主打成分 278

第十六章 2013年中国主要地区化妆品市场营运分析 280

第一节 广东 280

- 一、广东化妆品行业发展概述 280
- 二、广东化妆品专营店竞争局势透析 281
- 三、中山市强化化妆品产业监管 286
- 四、广东化妆品业亟需出“大腕” 288
- 第二节 浙江 290
 - 一、浙江省化妆品专营店发展迅猛 290
 - 二、杭州市化妆品行业发展概况 292
 - 三、义乌市化妆品行业发展势头迅猛 293
 - 四、2013年上半年丽水龙泉化妆品出口形势良好 294
- 第三节 上海 295
 - 一、上海化妆品市场老牌产品受青睐 295
 - 二、上海护肤品市场国货热销 295
 - 三、上海男性化妆品市场份额不断扩大 297
 - 四、上海出台管理规范促进化妆品专卖店发展 298
- 第四节 武汉 300
 - 一、武汉化妆品市场中外顶级品牌扎堆 300
 - 二、2013年夏季武汉欧美系高端化妆品小幅提价 301
 - 三、武汉中高端化妆品市场发展空间广阔 302
- 第五节 其他地区 303
 - 一、北京化妆品市场“一站式”零售探析 303
 - 二、重庆化妆品市场消费形态分析 304

第十七章 2013年中国化妆品市场竞争格局分析 305

- 第一节 2013年中国化妆品市场竞争概况分析 305
 - 一、同质化导致化妆品市场竞争日益激烈 305
 - 二、化妆品行业竞争加剧挤压新品牌生存空间 307
 - 三、我国化妆品专营店市场竞争格局解析 308
 - 四、中国化妆品B2C市场竞争格局透析 309
- 第二节 2013年中国本土化妆品企业的SWOT分析 311
 - 一、优势 311
 - 二、劣势 311
 - 三、机会 312

四、威胁 312

第三节 2013年中国化妆品企业品牌战略分析 313

一、品牌在市场营销中的功能 313

二、品牌化经营是化妆品企业生存根本之道 314

三、中国化妆品企业的品牌战略 316

第四节 2013年中国化妆品的包装策略分析 319

一、化妆品的心理价位 319

二、消费者的购买行为方式 320

三、化妆品包装策略 320

第五节 2013年中国中小化妆品企业竞争战略分析 320

一、中小企业的市场策略 320

二、中小企业产品开发策略 322

三、中小企业发展策略 323

第十八章 2013年中国化妆品市场营销分析 325

第一节 2013年中国化妆品行业市场渠道分析 325

一、批发市场 325

二、零售终端市场 325

三、专业市场 326

第二节 2013年中国化妆品市场营销概况分析 328

一、化妆品市场营销的十大趋势透析 328

二、化妆品市场微博营销悄然升温 332

三、迪彩创新体验营销模式成化妆品行业翘楚 334

四、化妆品软文营销的三大关键点 337

第三节 2013年中国化妆品网络营销分析 338

一、化妆品网络营销的特征和优势 338

二、中国化妆品网络营销发展概况 341

三、我国化妆品SNS社区营销异军突起 342

第四节 2013年中国化妆品直销分析 344

一、化妆品直销的概述 344

二、化妆品直销企业“反周期”规律深度思考 345

三、我国化妆品网上直销市场销售通路的主流趋势 347

第五节 2013年中国化妆品专卖店经营分析 348

一、中国化妆品专卖店市场发展现状 348

二、化妆品专卖店成行业发展新趋势 350

三、化妆品专卖店的运营策略探讨 352

四、化妆品专卖店发展的前景剖析 353

第六节 2013年中国化妆品梯度营销渠道的策略分析 355

一、化妆品实行梯度营销的必要性 355

二、渠道梯度 356

三、目标消费者梯度 358

第四部分 行业企业分析

第十九章 2013年国外化妆品企业及品牌经营情况分析 383

第一节 法国欧莱雅（LOREAL） 383

一、集团简介 383

二、欧莱雅经营状况 384

三、卡尼尔 384

四、美宝莲 385

五、巴黎欧莱雅 385

六、兰蔻 386

七、薇姿 386

第二节 美国宝洁公司（PROCTER&GAMBLE） 387

一、公司简介 387

二、宝洁经营状况 387

三、玉兰油 388

四、SKII 388

五、沙宣 389

六、舒肤佳 389

第三节 美国安利公司（AMWAY） 390

一、公司简介 390

二、雅姿 390

三、丝婷 390

四、雅蜜 391

第四节 雅诗兰黛 (ESTEELAUDER) 391

一、公司简介 391

二、雅诗兰黛旗下品牌 392

三、雅诗兰黛公司经营状况 394

第五节 美国雅芳 (AVON) 395

一、公司简介 395

二、雅芳经营状况 396

三、雅芳品牌在华销售情况分析 396

第六节 日本资生堂 (SHISEIDO) 396

一、公司简介 396

二、资生堂经营状况 397

三、欧珀莱 397

四、思魅欧珀莱 397

五、UNO (吾诺) 398

六、Za 398

七、URARA悠莱 398

第七节 爱茉莉集团 399

一、公司简介 399

二、爱茉莉集团经营状况 399

三、IOPE 400

四、兰芝 401

五、爱丽 401

六、雪花秀 402

第八节 英国联合利华 (UNILEVER) 402

一、公司简介 402

二、联合利华公司经营状况 403

三、旁氏 404

四、力士 404

第二十章 2013年国内化妆品重点企业关键性数据分析 406

第一节 上海家化联合股份有限公司 406

一、企业概况 406

二、企业经营情况分析 407

三、企业成长能力分析 412

第二节 索芙特股份有限公司 413

一、企业概况 413

二、企业经营情况分析 414

三、企业成长能力分析 418

第三节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司 419

一、企业概况 419

二、企业经营情况分析 419

三、企业成长能力分析 420

第四节 雅芳(中国)有限公司 421

一、企业概况 421

二、企业经营情况分析 421

三、企业成长能力分析 422

第五节 天津郁美净集团有限公司 422

一、企业概况 422

二、企业经营情况分析 423

三、企业成长能力分析 423

第六节 妮维雅(上海)有限公司 424

一、企业概况 424

二、企业经营情况分析 425

三、企业成长能力分析 425

第七节 四川可采实业有限公司 426

一、企业概况 426

二、企业经营情况分析 426

三、企业成长能力分析 427

第八节 江苏东洋之花化妆品有限公司 428

一、企业概况 428

二、企业经营情况分析 428

三、企业成长能力分析 428

第五部分 发展趋势及投资分析

第二十一章 2014-2020年中国化妆品投资可行性分析 361

第一节 投资基本概况 361

- 一、化妆品的产业特性 361
- 二、化妆品产业的赢利模式剖析 362
- 三、化妆品项目投资的主要优势 362
- 四、中国渐成化妆品投资的热点市场 365

第二节 2014-2020年中国化妆品的投资前景分析 366

- 一、我国化妆品市场投资存在的商机 366
- 二、我国化妆品行业口服美容产品投资潜力大 367
- 三、药妆美护肤品市场投资前景看好 368
- 四、芦荟化妆品的前景和开发 370

第三节 2014-2020年中国化妆品投资面临的问题及建议分析 371

- 二、化妆品行业投资风险因素 371
- 三、化妆品企业投资经营策略 372
- 四、中药化妆品的投资策略 373

第二十二章 博思数据关于化妆品行业发展前景预测分析 375

第一节 2014-2020年中国化妆品行业的发展趋势 375

- 一、全球化妆品市场的发展趋势探析 375
- 二、绿色与有机化妆品成未来发展方向 375
- 三、未来化妆品包装向环保化发展 376

第二节 2014-2020年中国化妆品市场的发展潜力及预测 377

- 一、农村市场将逐渐成为重要的需求来源 377
- 二、高校化妆品市场的发展潜力巨大 378
- 三、2014-2020年中国化妆品制造行业预测分析 380
- 四、“十二五”时期中国化妆品行业发展目标 381

图表目录：

图表：消费购买行为分类 54

图表：中国化妆品制造行业从业人数 81

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业产成品增长情况 82

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业工业销售情况 82

图表：2008-2013年我国化妆品制造业总产值 82

图表：2008-2013年我国护肤品制造业总产值 83

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业出口交货值 83

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业销售成本 84

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业费用分析 84

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业主要盈利指标分析 85

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业资产规模增长情况 85

图表：2009年1月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 86

图表：2009年2月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 86

图表：2009年3月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 86

图表：2009年4月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 86

图表：2009年5月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 86

图表：2009年6月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 87

图表：2009年7月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 87

图表：2009年8月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 87

图表：2009年9月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 87

图表：2009年10月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 87

图表：2009年11月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 87

图表：2009年12月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 87

图表：2009年1月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 88

图表：2009年2月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 88

图表：2009年3月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 88

图表：2009年4月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 88

图表：2009年5月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 88

图表：2009年6月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 88

图表：2009年7月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 89

图表：2009年8月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 89

图表：2009年9月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 89

图表：2009年10月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 89

图表：2009年11月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 89

图表：2009年12月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 89

图表：2009年1月我国香水及花露水的进口数据分析 90

图表：2009年2月我国香水及花露水的进口数据分析 90

图表：2009年3月我国香水及花露水的进口数据分析 90

图表：2009年4月我国香水及花露水的进口数据分析 90

图表：2009年5月我国香水及花露水的进口数据分析 90

图表：2009年6月我国香水及花露水的进口数据分析 90

图表：2009年7月我国香水及花露水的进口数据分析 90

图表：2009年8月我国香水及花露水的进口数据分析 91

图表：2009年9月我国香水及花露水的进口数据分析 91

图表：2009年10月我国香水及花露水的进口数据分析 91

图表：2009年11月我国香水及花露水的进口数据分析 91

图表：2009年12月我国香水及花露水的进口数据分析 91

图表：2009年1月我国香水及花露水的出口数据分析 91

图表：2009年2月我国香水及花露水的出口数据分析 92

图表：2009年3月我国香水及花露水的出口数据分析 92

图表：2009年4月我国香水及花露水的出口数据分析 92

图表：2009年5月我国香水及花露水的出口数据分析 92

图表：2009年6月我国香水及花露水的出口数据分析 92

图表：2009年7月我国香水及花露水的出口数据分析 92

图表：2009年8月我国香水及花露水的出口数据分析 92

图表：2009年9月我国香水及花露水的出口数据分析 93

图表：2009年10月我国香水及花露水的出口数据分析 93

图表：2009年11月我国香水及花露水的出口数据分析 93

图表：2009年12月我国香水及花露水的出口数据分析 93

图表：2009年1月我国护发品的进口数据分析 93

图表：2009年2月我国护发品的进口数据分析 93

图表：2009年3月我国护发品的进口数据分析 94

图表：2009年4月我国护发品的进口数据分析 94

图表：2009年5月我国护发品的进口数据分析 94

图表：2009年6月我国护发品的进口数据分析 94

图表：2009年7月我国护发品的进口数据分析 94

图表：2009年8月我国护发品的进口数据分析 94

图表：2009年9月我国护发品的进口数据分析 94

图表：2009年10月我国护发品的进口数据分析 95

图表：2009年11月我国护发品的进口数据分析 95

图表：2009年12月我国护发品的进口数据分析 95

图表：2009年1月我国护发品的出口数据分析 95

图表：2009年2月我国护发品的出口数据分析 95

图表：2009年3月我国护发品的出口数据分析 95

图表：2009年4月我国护发品的出口数据分析 96

图表：2009年5月我国护发品的出口数据分析 96

图表：2009年6月我国护发品的出口数据分析 96

图表：2009年7月我国护发品的出口数据分析 96

图表：2009年8月我国护发品的出口数据分析 96

图表：2009年9月我国护发品的出口数据分析 96

图表：2009年10月我国护发品的出口数据分析 96

图表：2009年11月我国护发品的出口数据分析 97

图表：2009年12月我国护发品的出口数据分析 97

图表：2009年护肤品牌搜索指数 99

图表：2009年护肤品牌关注度排行 99

图表：2009年TOP5护肤品牌分月检索量 100

图表：2009年护肤品产品类型关注排行 101

图表：2009年护肤品TOP5分月检索量 101

图表：原料厂商环节 企业分布情况 106

图表：2014-2020年中国护肤品行业工业总产值预测 109

图表：2008-2013年我国护肤品产量 109

图表：2011我国化妆品行业各分支比重数据 110

图表：2007-2013年中国化妆品市场销售额 110

图表：2006-2013年我国彩妆市场销售额 111

图表：2010-2013年护肤品牌TOP10市场份额 112

图表：2010-2013年中国彩妆品牌TOP10市场份额 112

图表：2008-2010年我国化妆品的市场零售额 116

图表：化妆品产业链的确定及各环节 企业分布情况 116

图表：2012年1-12月我国护肤品进出口金额 121

图表：2012年1季度我国护肤品进出口金额 122

图表：2012年1月我国护肤品进出口金额 122

图表：2012年2月我国护肤品进出口金额 122

图表：2012年3月我国护肤品进出口金额 122

图表：2012年2季度我国护肤品进出口金额 122

图表：2012年4月我国护肤品进出口金额 122

图表：2012年5月我国护肤品进出口金额 122

图表：2012年6月我国护肤品进出口金额 122

图表：2012年3季度我国护肤品进出口金额 123

图表：2012年7月我国护肤品进出口金额 123

图表：2012年8月我国护肤品进出口金额 123

图表：2012年9月我国护肤品进出口金额 123

图表：2012年4季度我国护肤品进出口金额 123

图表：2012年10月我国护肤品进出口金额 123

图表：2012年11月我国护肤品进出口金额 123

图表：2012年12月我国护肤品进出口金额 123

图表：2012年1-12月我国护肤品进出口数量 124

图表：2012年1季度我国护肤品进出口数量 124

图表：2012年1月我国护肤品进出口数量 124

图表：2012年2月我国护肤品进出口数量 124

图表：2012年3月我国护肤品进出口数量 124

图表：2012年2季度我国护肤品进出口数量 124

图表：2012年4月我国护肤品进出口数量 124

图表：2012年5月我国护肤品进出口数量 124

图表：2012年6月我国护肤品进出口数量 124

图表：2012年3季度我国护肤品进出口数量 125

图表：2012年7月我国护肤品进出口数量 125

图表：2012年8月我国护肤品进出口数量 125

图表：2012年9月我国护肤品进出口数量 125

图表：2012年4季度我国护肤品进出口数量 125

图表：2012年10月我国护肤品进出口数量 125

图表：2012年11月我国护肤品进出口数量 125

图表：2012年12月我国护肤品进出口数量 125

图表：2012年1-12月我国护肤品进口金额 126

图表：2012年1季度我国护肤品进口金额 126

图表：2012年1月我国护肤品进口金额 126

图表：2012年2月我国护肤品进口金额 126

图表：2012年3月我国护肤品进口金额 126

图表：2012年2季度我国护肤品进口金额 126

图表：2012年4月我国护肤品进口金额 126

图表：2012年5月我国护肤品进口金额 127

图表：2012年6月我国护肤品进口金额 127

图表：2012年3季度我国护肤品进口金额 127

图表：2012年7月我国护肤品进口金额 127

图表：2012年8月我国护肤品进口金额 127

图表：2012年9月我国护肤品进口金额 127

图表：2012年4季度我国护肤品进口金额 127

图表：2012年10月我国护肤品进口金额 127

图表：2012年11月我国护肤品进口金额 128

图表：2012年12月我国护肤品进口金额 128

图表：2012年1-12月我国护肤品进口数量 128

图表：2012年1季度我国护肤品进口数量 128

图表：2012年1月我国护肤品进口数量 128

图表：2012年2月我国护肤品进口数量 128

图表：2012年3月我国护肤品进口数量 128

图表：2012年2季度我国护肤品进口数量 128

图表：2012年4月我国护肤品进口数量 129

图表：2012年5月我国护肤品进口数量 129

图表：2012年6月我国护肤品进口数量 129

图表：2012年3季度我国护肤品进口数量 129

图表：2012年7月我国护肤品进口数量 129

图表：2012年8月我国护肤品进口数量 129

图表：2012年9月我国护肤品进口数量 129

图表：2012年4季度我国护肤品进口数量 129

图表：2012年10月我国护肤品进口数量 130

图表：2012年11月我国护肤品进口数量 130

图表：2012年12月我国护肤品进口数量 130

图表：2012年1-12月我国护肤品出口金额 130

图表：2012年1季度我国护肤品出口金额 130

图表：2012年1月我国护肤品出口金额 130

图表：2012年2月我国护肤品出口金额 130

图表：2012年3月我国护肤品出口金额 131

图表：2012年2季度我国护肤品出口金额 131

图表：2012年4月我国护肤品出口金额 131

图表：2012年5月我国护肤品出口金额 131

图表：2012年6月我国护肤品出口金额 131

图表：2012年3季度我国护肤品出口金额 131

图表：2012年7月我国护肤品出口金额 131

图表：2012年8月我国护肤品出口金额 131

图表：2012年9月我国护肤品出口金额 132

图表：2012年4季度我国护肤品出口金额 132

图表：2012年10月我国护肤品出口金额 132

图表：2012年11月我国护肤品出口金额 132

图表：2012年12月我国护肤品出口金额 132

图表：2012年1-12月我国护肤品出口数量 132

图表：2012年1季度我国护肤品出口数量 132

图表：2012年1月我国护肤品出口数量 132

图表：2012年2月我国护肤品出口数量 133

图表：2012年3月我国护肤品出口数量 133

图表：2012年2季度我国护肤品出口数量 133

图表：2012年4月我国护肤品出口数量 133

图表：2012年5月我国护肤品出口数量 133

图表：2012年6月我国护肤品出口数量 133

图表：2012年3季度我国护肤品出口数量 133

图表：2012年7月我国护肤品出口数量 133

图表：2012年8月我国护肤品出口数量 134

图表：2012年9月我国护肤品出口数量 134

图表：2012年4季度我国护肤品出口数量 134

图表：2012年10月我国护肤品出口数量 134

图表：2012年11月我国护肤品出口数量 134

图表：2012年12月我国护肤品出口数量 134

图表：2012年1-12月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 134

图表：2012年1季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 135

图表：2012年1月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 135

图表：2012年2月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 135

图表：2012年3月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 135

图表：2012年2季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 135

图表：2012年4月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 135

图表：2012年5月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 135

图表：2012年6月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 136

图表：2012年3季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 136

图表：2012年7月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 136

图表：2012年8月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 136

图表：2012年9月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 136

图表：2012年4季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 136

图表：2012年10月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 136

图表：2012年11月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 137

图表：2012年12月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 137

图表：2012年1-12月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 137

图表：2012年1季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 137

图表：2012年1月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 137

图表：2012年2月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 137

图表：2012年3月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 138

图表：2012年2季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 138

图表：2012年4月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 138

图表：2012年5月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 138

图表：2012年6月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 138

图表：2012年3季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 138

图表：2012年7月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 138

图表：2012年6月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数量 143

图表：2012年5月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量 148

图表：2012年6月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量 148

图表：2012年3季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量 149

图表：2012年7月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量 149

图表：2012年8月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量 149

图表：2012年9月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量 149

图表：2012年4季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量 149

图表：2012年10月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量 149

图表：2012年11月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量 149

图表：2012年12月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量 150

图表：2013年Q2男士化妆品日均检索量 227

图表：2013年男性肌肤问题关注度排行 227

图表：2013年男士护肤品牌关注度情况 227

图表：分销商环节 企业分布情况 282

图表：OEM厂商环节 企业分布情况 292

图表：化妆品厂商环节 企业分布情况 293

图表：上海家化联合股份有限公司偿债能力分析 408

图表：上海家化联合股份有限公司资本结构分析 408

图表：上海家化联合股份有限公司经营效率分析 409

图表：上海家化联合股份有限公司获利能力分析 409

图表：上海家化联合股份有限公司发展能力分析 410

图表：上海家化联合股份有限公司现金流量分析 410

图表：上海家化联合股份有限公司投资收益分析 411

图表：上海家化联合股份有限公司行业构成分析 411

图表：上海家化联合股份有限公司分地区业务分析 412

图表：2013年前三季度业绩情况 414

图表：索芙特股份有限公司偿债能力分析 414

图表：索芙特股份有限公司资本结构分析 415

图表：索芙特股份有限公司经营效率分析 415

图表：索芙特股份有限公司获利能力分析 416

图表：索芙特股份有限公司发展能力分析 416

图表：索芙特股份有限公司现金流量分析 417

图表：索芙特股份有限公司投资收益分析 417

图表：索芙特股份有限公司业务构成分析 417

图表：索芙特股份有限公司分地区业务分析 418

图表：索芙特股份有限公司业务产品构成 418

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1408/O628534T9J.html>