

2020-2026年中国化妆品行业 分析与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国化妆品行业分析与发展前景预测报告》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.cction.com/report/202006/167893.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

目前，中国已成为全球最大化妆品市场之一，化妆品年销售额达2000多亿元，约占全球化妆品市场的15.45%，仅次于美国。据了解，面对蓬勃发展的市场需求，化妆品行业的监管以及消费者对化妆品市场的认知成为社会各界关注的焦点。 2010-2019年中国化妆品行业零售市场规模 资料来源：中企顾问网整理

2019年我国化妆品行业零售规模约2514亿元，其中，护肤品规模约1135亿元，彩妆规模约300亿元，洗发产品规模约313亿元，护发产品规模约105亿元，沐浴产品规模约177亿元，香水规模约214亿元。 2010-2019年中国化妆品行业细分市场规模情况 资料来源：中企顾问网整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国化妆品行业分析与发展前景预测报告》共十二章。首先介绍了中国化妆品行业市场发展环境、中国化妆品整体运行态势等，接着分析了中国化妆品行业市场运行的现状，然后介绍了中国化妆品市场竞争格局。随后，报告对中国化妆品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国化妆品行业发展趋势与投资预测。您若想对化妆品产业有个系统的了解或者想投资化妆品行业，本报告是您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，商务部采集数据等化妆品。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化妆品及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测化妆品。

报告目录：

第一部分 化妆品行业发展环境 1

第一章 化妆品行业发展综述 1

第一节 化妆品行业相关界定 1

一、化妆品行业基本定义 1

二、化妆品行业分类情况 1

第二节 化妆品行业基本特性分析 3

一、化妆品行业周期性分析 3

二、化妆品行业区域性分析 4

三、化妆品行业季节性分析 4

第三节 化妆品行业经营方式分析 4

一、化妆品行业生产方式分析 4

二、化妆品行业销售方式分析	4
1、化妆品行业线下渠道分析	4
2、化妆品行业线上渠道分析	6
3、化妆品行业线上线下渗透分析	7
第四节 化妆品行业产业链分析	8
一、化妆品行业与上游行业的关联分析	8
二、化妆品行业与下游行业的关联分析	8

第二章 化妆品行业发展环境分析 13

第一节 化妆品行业政策环境分析 13

一、化妆品行业管理体制分析	13
二、化妆品行业重要政策汇总	14
三、化妆品行业相关发展规划	17

第二节 化妆品行业经济环境分析 26

一、国际经济运行情况分析	26
二、国内经济运行情况分析	29

第三节 化妆品行业消费环境分析 34

一、消费区域差异分析	34
二、产品消费偏好分析	34
三、品牌的忠诚度分析	35
四、与消费者联系分析	35

第四节 化妆品行业技术环境分析 36

一、化妆品行业技术水平分析	36
二、化妆品行业技术特点分析	36

第二部分 化妆品行业发展现状 37

第三章 全球化妆品行业发展状况分析 37

第一节 全球化妆品行业发展现状分析 37

一、全球化妆品行业发展现状分析	37
二、全球化妆品行业市场规模分析	39
三、全球化妆品行业区域分布情况	40
四、全球化妆品产品竞争格局分析	41

跨国公司的霸主地位依然无法撼动，其凭借强大的研发能力、品牌影响力及营销能力，牢牢占据化妆品产业领先地位，排名前列的公司依次是欧莱雅、宝洁、联合利华、雅诗兰黛和资生堂，合计约占全球市场份额的43.9%。欧美日企业引领全球美容理念和产业发展方向，在可预见的将来这一格局仍将延续。成熟市场的品牌集中度很高，如加拿大化妆品市场，宝洁、欧莱雅和露华浓三大品牌合计占比达到80%。 2011-2019年全球化妆品产业TOP5销售收入（十亿美元） 资料来源：中企顾问网整理

第二节 全球主要国家化妆品行业发展分析 42

一、美国化妆品行业发展状况分析 42

据Euromonitor统计：Estée Lauder Cos Inc是美国市场第.一大护肤品生产商，占美国市场份额占比达到13%。旗下主要品牌有Estée Lauder，Clinique Origins，and La Mer brands，当中倩碧Clinique市场份额占比达到7%。美国护肤品市场主要生厂商 序号 生产商 1 Estée Lauder Cos Inc 2 L Brands Inc 3 L'Oréal USA Inc 4 Procter & Gamble Co 资料来源：Euromonitor

根据美国海关统计数据：2016年美国化妆品进口总金额为125.54亿美元；2015年出口金额为120.49亿美元。2019年美国化妆品进口总金额为135.70亿美元；2019年出口金额为129.48亿美元。2009-2019年美国化妆品（HS：33）进出口数据统计 2010 进口 \$8,242,517,917 2010 出口 \$9,094,028,878 2011 进口 \$9,140,577,114 2011 出口 \$9,633,632,802 2012 进口 \$9,755,252,714 2012 出口 \$10,452,105,120 2013 进口 \$10,774,900,850 2013 出口 \$11,133,098,893 2014 进口 \$11,546,996,441 2014 出口 \$11,551,622,120 2015 进口 \$12,083,749,572 2015 出口 \$11,808,302,041 2016 进口 \$12,554,157,414 2016 出口 \$12,048,707,083 2017 进口 \$13,569,643,430 2017 出口 \$12,948,113,590 资料来源：美国海关

美国仍是世界上最大的化妆品生产国和销售国，其化妆品市场被众多品牌占有，目前全美有500多家生产化妆品的企业，生产经营清洁类、护肤类、护发类、香水美容灯和特殊用途化妆品五大类约25000多种。美容类产品的细分专门程度高以外，美国化妆品市场的另一大特点就是大众化，美容产品深入走进了美国人的生活。 2010-2019年美国化妆品市场规模（单位：亿欧元） 资料来源：中企顾问网整理

二、日本化妆品行业发展状况分析 44

日本是全球化妆品市场的重要组成部分，据日本经产省统计，2019年日本国内化妆品市场为1.637万亿日元。2009-2019年日本化妆品行业产销量统计 年份 产量：千克 销量：千个

销量：千克 销售：百万日元 2009年 380,311,019 2,573,804 451,579,210 1,390,243 2010年 378,623,899 2,592,026 452,988,949 1,421,959 2011年 379,745,279 2,693,456 437,394,697 1,404,813 2012年 357,242,909 2,714,101 427,660,547 1,404,803 2013年 374,539,003 2,738,548 426,007,400 1,427,028 2014年 411,009,971 2,907,279 459,838,064 1,488,085 2015年 403,513,085 2,614,879 451,746,718 1,507,008 2016年 422,039,550 2,921,463 436,069,893 1,525,087 2019年 434,499,680 3,037,349 451,025,906 1,637,026 资料来源：日本产经省2009-2019年日本护肤品行业产销量统计 年份 产量：千克 销量：千个 销量：千克 销售：百万日元 2009年 86,931,346 771,673 85,601,960 608,490 2010年 94,760,135 827,768 91,616,355 638,182 2011年 99,001,049 881,116 93,762,255 627,106 2012年 94,220,193 917,019 94,908,112 638,407 2013年 97,082,123 924,028 95,011,948 645,625 2014年 103,483,041 1,007,493 101,272,672 680,702 2015年 107,736,089 1,056,964 110,379,532 706,093 2016年 116,187,816 1,097,193 116,335,918 718,812 2019年 125,772,073 1,156,920 125,826,070 780,418 资料来源：日本产经省

根据日本产经省发布的统计数据：2013年日本面膜行业产量为1849.86吨，年度销量为1833.48吨（折合4285.2万个），年度销售金额达到282.87亿日元。2014年该国面膜产量增长至2133.85吨，销量为4908.8万个，销售金额为283.99亿日元。2016年该国面膜产量增长至3380.03吨，销量为7091.8万个，销售金额为341.73亿日元。2019年日本面膜产量增长至3380.03吨，销量为7871万个，销售金额为382.31亿日元

2009-2019年日本面膜产品产销量统计 年份 产量：千克 销量：千个 销量：千克 销售：百万日元 2009年 1,197,856 30,396 1,170,717 23,092 2010年 1,276,564 31,444 1,211,458 24,338 2011年 1,749,478 43,602 1,633,044 26,184 2012年 1,627,271 41,675 1,652,031 24,967 2013年 1,849,856 42,852 1,833,481 28,287 2014年 2133854 49088 2179274 28399 2015年 3242382 64256 3284634 32617 2016年 3477805 70918 3380335 34173 2019年 4199635 78713 4387869 38231 资料来源：日本产经省

三、法国化妆品行业发展状况分析 46

四、德国化妆品行业发展状况分析 53

五、巴西化妆品行业发展状况分析 54

六、印度化妆品行业发展状况分析 57

七、非洲化妆品行业发展状况分析 58

八、俄罗斯化妆品行业发展状况分析 59

第三节 全球主要化妆品企业经营状况分析 60

一、法国欧莱雅集团 60

1、集团发展概况	60
2、总体经营情况	60
3、品牌经营状况	62
4、销售区域分布	63
5、企业在华竞争	64
二、美国宝洁集团	64
1、集团发展概况	64
2、总体经营情况	65
3、品牌经营状况	66
4、销售区域分布	67
5、企业经营战略	67
6、企业在华竞争	67
三、英国联合利华集团	68
1、集团发展概况	68
2、总体经营情况	69
3、品牌经营状况	69
4、销售区域分布	70
5、企业经营战略	70
6、企业在华竞争	72
四、美国强生集团	73
1、集团发展概况	73
2、总体经营情况	74
3、品牌经营状况	74
4、企业在华竞争	74
第四节 全球化妆品行业发展趋势预测	75
一、全球化妆品行业发展前景展望	75
二、全球化妆品行业发展趋势预测	76
第五节 全球化妆品行业对中国的启示	77
一、政府引导规范化妆品行业的发展	77
二、实施“走出去”战略，提高竞争力	79
三、化妆品企业要开发多种消费市场	79

第四章 中国化妆品行业发展状况分析 81

第一节 化妆品行业发展状况分析 81

一、化妆品行业发展历程分析 81

二、化妆品行业发展现状分析 81

三、化妆品行业市场特点分析 82

四、化妆品行业市场规模分析 83

第二节 化妆品行业经济运行分析 84

一、化妆品行业资产规模分析 84

二、化妆品行业负债规模分析 85

三、化妆品行业产成品分析 85

四、化妆品行业销售收入分析 86

五、化妆品行业利润总额分析 86

第三节 化妆品行业经营情况分析 87

一、化妆品行业盈利能力分析 87

二、化妆品行业偿债能力分析 87

三、化妆品行业营运能力分析 88

四、化妆品行业成长能力分析 88

第四节 化妆品行业进出口分析 89

一、化妆品行业进出口形势分析 89

二、化妆品行业出口市场分析 90

三、化妆品行业进口市场分析 92

第五节 化妆品行业关注度分析 95

一、化妆品行业整体关注度分析 95

1、化妆品行业整体检索趋势分析 95

2、化妆品行业的检索内容及趋势 97

3、化妆品行业品类检索趋势分析 98

4、化妆品行业品牌检索趋势分析 98

二、化妆品行业品类关注度分析 100

1、护肤产品关注度分析 100

2、彩妆产品关注度分析 102

3、香氛产品关注度分析 105

4、美发护发关注度分析 106

第五章 中国化妆品店市场调研分析 108

第一节 化妆品店调查取样分析 108

一、化妆品店店铺门店数量比例 108

二、化妆品店店铺类型分布比例 109

三、化妆品店店铺面积比例分布 109

四、化妆品店店铺零售规模比例 110

第二节 化妆品店经营概况分析 110

一、化妆品店店铺零售环境评价 110

二、化妆品店店铺收入增长分析 111

三、化妆品店店铺利润增长分析 111

四、化妆品店店铺的投资及盈利 112

五、化妆品店店铺竞争对手分析 112

六、化妆品店店铺KPI导向指示 113

七、化妆品店店铺会员消费占比 114

第三节 化妆品店成本结构分析 114

一、化妆品店店铺租金水平分析 114

二、化妆品店店铺人工成本分析 115

1、化妆品店店长工资分析 115

2、化妆品店普通员工工资分析 115

3、化妆品店后台人员工资分析 116

4、化妆品店员工流失率分析 116

5、化妆品店的广告及促销费用 117

6、化妆品店店铺管理费用占比 117

第四节 化妆品店绩效指标分析 118

一、化妆品店的客单价分析 118

二、化妆品店平均坪效分析 118

三、化妆品店平均品效分析 119

四、化妆品店平均人效分析 119

五、化妆品店产品价格分析 120

第五节 化妆品店品类情况分析 120

一、护肤产品分析 120

二、彩妆产品分析	121
三、洗护产品分析	121
四、面膜产品分析	122
五、男士产品分析	123
六、进口产品分析	123
七、特色小品类分析	124
第六节 化妆品店店铺管理分析	125
一、化妆品店店铺压力类型分析	125
二、化妆品店连锁扩张影响因素	125
三、化妆品店身边店铺影响分析	126
四、化妆品店店铺模式喜好分析	126
五、化妆品店店铺业绩影响因素	127
六、化妆品店店铺经营品类分析	127
七、化妆品店店铺引流方式类型	128
八、化妆品店店铺O2O态度分析	128
九、化妆品店店铺推广方式分析	129
十、化妆品店店铺挑选员工标准	129
十一、化妆品店店铺团队提升分析	130
十二、化妆品店店铺联盟抱团态度	131
十三、化妆品店店铺的代理商和供应商分析	131

第三部分 化妆品市场领航调研 133

第六章 中国化妆品行业细分市场发展分析 133

第一节 护肤品行业发展状况分析 133

一、护肤品行业发展状况分析 133

1、护肤品行业发展现状分析 133

2、护肤品行业市场规模分析 136

3、护肤品行业技术发展分析 137

4、护肤品行业营销策略分析 139

二、护肤品行业主要产品分析 139

1、面膜行业发展状况分析 139

2、面霜行业发展状况分析 144

3、唇膏行业发展状况分析	144
4、精华液行业发展状况分析	145
5、洗面奶行业发展状况分析	145
6、爽肤水行业发展状况分析	146
7、卸妆水行业发展状况分析	146
8、祛痘护肤品行业发展状况分析	146
三、护肤品行业发展趋势分析	152
1、护肤品行业发展前景分析	152
2、护肤品行业发展趋势分析	153
第二节 彩妆行业发展状况分析	154
一、彩妆行业发展状况分析	154
1、彩妆行业发展现状分析	154
2、彩妆行业市场规模分析	154
3、彩妆行业市场结构分析	155
二、彩妆行业主要产品分析	156
1、眼妆行业发展状况分析	156
2、唇彩行业发展状况分析	156
3、美甲行业发展状况分析	157
三、彩妆行业发展趋势分析	158
1、彩妆行业发展前景分析	158
2、彩妆行业发展趋势分析	158
第三节 洗护行业发展状况分析	159
一、洗护行业发展现状分析	159
二、洗护行业主要产品分析	162
1、洗发产品市场发展分析	162
2、护发产品市场发展分析	164
3、美发产品市场发展分析	165
4、沐浴产品市场发展分析	166
三、洗护行业发展趋势分析	166
1、洗护行业发展前景分析	166
2、洗护行业发展趋势分析	168
第四节 口腔护理用品行业发展状况分析	169

一、口腔护理用品行业发展现状分析	169
二、口腔护理用品行业主要产品分析	171
1、牙膏行业发展状况分析	171
2、洗漱水行业发展状况分析	173
3、口腔清洁剂行业发展状况分析	174
三、口腔护理用品行业发展趋势分析	174
1、口腔护理用品行业发展前景分析	174
2、口腔护理用品行业发展趋势分析	176
第五节 男士护理用品行业发展状况分析	177
一、男士护理用品行业发展现状分析	177
1、男士护理用品行业基本分类情况	177
2、男士护理用品行业发展特点分析	177
3、男士护理用品行业市场规模分析	178
4、男士护理用品市场消费特点分析	179
5、男士护理用品行业竞争格局分析	179
6、男士护理用品行业渠道格局分析	182
二、男士护理用品行业消费调查分析	182
1、男士护理用品消费习惯调查分析	182
2、男士护理用品使用需求调查分析	183
3、男士护理用品消费原因调查分析	183
4、男士护理用品消费选择因素分析	184
5、男士护理用品的品牌忠诚度分析	184
6、男士护理用品新品牌的购买因素	185
7、男士护理用品品牌消费来源分析	185
三、男士护理用品行业发展趋势分析	186
1、男士护理用品行业发展前景分析	186
2、男士护理用品行业发展趋势分析	186
第六节 儿童化妆品行业发展状况分析	187
一、儿童化妆品行业发展现状分析	187
1、儿童化妆品行业总体发展现状	187
2、儿童化妆品行业品牌现状分析	188
3、儿童化妆品行业消费市场分析	189

4、儿童化妆品行业市场竞争分析	190
5、儿童化妆品行业营销组合分析	190
6、儿童化妆品行业价格策略分析	191
二、儿童化妆品行业市场格局分析	192
1、儿童化妆品行业市场规模分析	192
2、儿童化妆品行业竞争格局分析	192
3、儿童化妆品行业渠道格局分析	193
三、儿童化妆品行业发展趋势分析	193
1、儿童化妆品行业发展前景分析	193
2、儿童化妆品行业发展趋势分析	194
第七节香水行业发展状况分析	195
一、香水行业发展现状分析	195
1、香水行业发展特点分析	195
2、香水行业市场规模分析	196
3、香水行业市场竞争分析	196
4、香水行业消费市场分析	197
二、香水行业消费调查分析	202
1、香水行业调查样本分析	202
2、香水消费频率调查分析	203
3、香水消费原因调查分析	204
4、香水消费香调调查分析	204
5、香水消费规格调查分析	205
6、香水消费品牌调查分析	206
三、香水行业发展趋势分析	206
1、香水行业发展前景分析	206
2、香水行业发展趋势分析	207
第八节防晒用品行业发展状况分析	209
一、防晒用品行业发展现状分析	209
1、防晒用品行业发展现状分析	209
2、防晒用品行业市场规模分析	210
3、防晒用品行业竞争格局分析	211
二、防晒类化妆品中防晒剂使用分析	220

- 1、防晒类化妆品产品类别分布情况 220
- 2、防晒类化妆品中防晒剂使用频率 222
- 3、防晒剂的复配使用变化情况分析 223
- 三、防晒用品行业发展趋势分析 224
- 1、防晒用品行业发展前景分析 224
- 2、防晒剂行业发展趋势分析 227
- 3、防晒用品行业发展趋势分析 227

第七章 中国化妆品行业销售渠道及策略分析 230

第一节 化妆品行业销售渠道发展现状分析 230

一、化妆品行业销售渠道结构分析 230

二、超市及大卖场渠道分析 230

1、渠道概况 230

2、渠道比重 230

三、百货商场渠道 231

1、渠道概况 231

2、渠道比重 231

四、药妆店渠道 231

1、渠道概况 231

2、渠道比重 236

五、专营店渠道 236

1、渠道概况 236

2、渠道比重 245

六、个人护理店及便利店渠道 246

1、渠道概况 246

2、渠道比重 246

七、网络渠道 246

1、渠道概况 246

2、渠道比重 248

八、直销渠道 248

1、渠道概况 248

2、渠道比重 249

九、其他渠道	250
1、渠道概况	250
2、渠道比重	250
第二节 化妆品行业电子商务渠道分析	250
一、化妆品行业电子商务渠道现状	250
1、化妆品行业电子商务交易规模分析	250
2、化妆品行业电子商务渠道特性分析	251
3、化妆品行业电子商务渠道优势分析	252
4、化妆品行业电子商务渠道劣势分析	252
5、化妆品电子商务渠道与传统渠道的关联	253
6、化妆品行业电子商务渠道经营策略	254
7、化妆品行业网购用户属性分析	254
二、化妆品产品线上市场发展分析	255
1、清洁护肤类线上市场分析	255
2、化妆品类线上市场发展分析	255
三、化妆品行业电子商务发展前景分析	256
第三节 化妆品行业的产品策略分析	257
一、行业领先产品策略分析	257
二、行业典型产品案例分析	260
第四节 化妆品行业的定价策略分析	261
一、行业领先定价策略分析	261
二、行业典型定价案例分析	263
第五节 化妆品行业的促销策略分析	263
一、行业领先促销策略分析	263
二、行业典型促销案例分析	267
第四部分 化妆品行业竞争格局	272
第八章 中国化妆品行业竞争格局分析	272
第一节 化妆品行业竞争结构分析	272
一、化妆品行业现有企业间竞争	272
二、化妆品行业潜在进入者分析	272
三、化妆品行业替代品威胁分析	273

四、化妆品行业供应商议价能力	273
五、化妆品行业的客户议价能力	274
六、化妆品行业竞争情况总结	274
第二节 化妆品行业竞争格局分析	275
一、化妆品行业整体竞争格局分析	275
二、高档化妆品市场竞争格局分析	277
三、中档化妆品市场竞争格局分析	277
四、大众化妆品市场竞争格局分析	277
第三节 化妆品行业并购行为分析	278
一、国外企业在中国的并购行为分析	278
二、本土化妆品企业的并购行为分析	278
三、本土化妆品企业的并购实证分析	278
第四节 提高化妆品行业竞争力对策分析	279
一、从市场结构角度分析	279
二、从市场行为角度分析	279
三、从市场绩效角度分析	281

第九章 中国化妆品行业区域市场分析 283

第一节 华北地区化妆品行业经营状况分析	283
一、北京市化妆品行业经营状况分析	283
二、天津市化妆品行业经营状况分析	283
第二节 东北地区化妆品行业经营状况分析	284
一、黑龙江省化妆品行业经营状况分析	284
二、辽宁省化妆品行业经营状况分析	284
第三节 华东地区化妆品行业经营状况分析	284
一、上海市化妆品行业经营状况分析	284
二、江苏省化妆品行业经营状况分析	285
三、浙江省化妆品行业经营状况分析	285
四、安徽省化妆品行业经营状况分析	286
五、福建省化妆品行业经营状况分析	286
六、江西省化妆品行业经营状况分析	287
七、山东省化妆品行业经营状况分析	288

第四节 华中地区化妆品行业经营状况分析	288
一、河南省化妆品行业经营状况分析	288
二、湖北省化妆品行业经营状况分析	290
三、湖南省化妆品行业经营状况分析	291
第五节 华南地区化妆品行业经营状况分析	293
一、广东省化妆品行业经营状况分析	293
二、广西化妆品行业经营状况分析	294
三、海南省化妆品行业经营状况分析	296
第六节 西南地区化妆品行业经营状况分析	297
一、重庆市化妆品行业经营状况分析	297
二、四川省化妆品行业经营状况分析	298
三、贵州省化妆品行业经营状况分析	301
第七节 西北地区化妆品行业经营状况分析	302
一、陕西省化妆品行业经营状况分析	302
二、甘肃省化妆品行业经营状况分析	304

第十章 中国重点化妆品企业经营分析 308

第一节 化妆品重点生产企业经营分析 308

一、上海家化联合股份有限公司	308
1、企业发展简况分析	308
2、企业经营情况分析	309
3、企业经营优劣势分析	313
二、霸王国际集团（控股）有限公司	314
1、企业发展简况分析	314
2、企业经营情况分析	314
3、企业经营优劣势分析	318
三、资生堂（中国）投资有限公司	318
1、企业发展简况分析	318
2、企业经营情况分析	319
3、企业经营优劣势分析	320
四、妮维雅（上海）有限公司	321
1、企业发展简况分析	321

2、企业经营情况分析	321
3、企业经营优劣势分析	322
五、新生活集团（中国）有限公司	322
1、企业发展简况分析	322
2、企业经营情况分析	323
3、企业经营优劣势分析	323
六、广州好迪集团有限公司	324
1、企业发展简况分析	324
2、企业经营情况分析	325
3、企业经营优劣势分析	325
七、江苏谢馥春国妆股份有限公司	326
1、企业发展简况分析	326
2、企业经营情况分析	326
3、企业经营优劣势分析	327
八、江苏隆力奇生物科技股份有限公司	328
1、企业发展简况分析	328
2、企业经营情况分析	329
3、企业经营优劣势分析	329
九、欧莱雅（中国）有限公司	332
1、企业发展简况分析	332
2、企业经营情况分析	333
3、企业经营优劣势分析	334
十、联合利华（中国）有限公司	335
1、企业发展简况分析	335
2、企业经营情况分析	336
3、企业经营优劣势分析	337
第五部分 化妆品行业发展趋势	338
第十一章 中国化妆品行业发展趋势预测	338
第一节 2020-2026年化妆品行业发展影响因素	338
一、化妆品行业发展有利因素	338
二、化妆品行业发展不利因素	338

第二节 2020-2026年化妆品行业发展前景分析	339
一、化妆品行业发展空间分析	339
二、化妆品行业发展前景展望	340
第三节 2020-2026年化妆品行业发展趋势分析	341
一、化妆品行业市场规模预测	341
二、化妆品行业发展趋势分析	342
第六部分 化妆品行业投资战略规划	343
第十二章 中国化妆品行业投资战略规划	343
第一节 化妆品行业投资壁垒分析	343
一、化妆品行业品牌壁垒分析	343
二、化妆品行业营销网络壁垒	343
三、化妆品行业人才壁垒分析	343
四、化妆品行业技术研发壁垒	344
五、化妆品行业产品质量要求	344
六、化妆品行业管理能力要求	344
第二节 化妆品行业投资风险分析	344
一、化妆品行业政策风险分析	344
二、化妆品行业宏观经济风险	345
三、化妆品行业技术风险分析	345
四、化妆品行业供求风险分析	346
五、化妆品行业产品结构风险	346
六、化妆品行业企业内部风险	346
七、化妆品行业消费意识风险	347
八、化妆品行业其他风险分析	347
第三节 2020-2026年化妆品行业投资机会分析	348
一、化妆品行业投资环境分析	348
二、化妆品行业投资价值分析	348
三、化妆品行业投资机会分析	349
第四节 2020-2026年化妆品行业投资战略规划	349
一、化妆品行业总体投资战略	349
二、化妆品细分产品投资策略	350

三、化妆品区域市场投资策略 351

四、化妆品企业发展战略分析 352

图表目录：图表 2018-2024年中国GDP及增长率统计图表 2019年国内生产总值统计图表 2014年-2019年工业经济增长情况图表 2011-2019年中国社会固定资产投资额以及增长率图表 2019年中国全社会固定资产投资统计图表 2019年年末中国人口数及其构成图表 2011-2019年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数图表 2011-2019年中国研究与试验发展（R&D）经费支出图表 2011-2019年中国城镇新增就业人数图表 2011-2019年中国国家全员劳动生产率图表 化妆品行业产业链图表 2018-2024年中国化妆品行业总产值情况图表 2018-2024年中国化妆品行业价格走势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/167893.html>