

2021-2027年中国中低端化 妆品市场深度评估与市场调查预测报告

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

《2021-2027年中国中低端化妆品市场深度评估与市场调查预测报告》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/202103/206769.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

2017 年全球化妆品行业 CR10 合计占比为 44.9%：欧莱雅是全球市占率排名第一的公司，市场份额为 9.7%。资生堂市占率排名第九，市场份额为 2.2%，是前十排名公司中排名第一的亚洲企业。2017 年全球高端化妆品行业 CR10 合计占比为 57.8%，高端市场头部公司市场份额更为集中：欧莱雅和雅诗兰黛是全球高端市场市占率排名第一和第二的公司，市场份额分别为 14.7%和 13.6%。资生堂市占率排名第三，市场份额为 6.3%，是高端市场前三公司排名中唯一的亚洲企业。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国中低端化妆品市场深度评估与市场调查预测报告》共十四章。首先介绍了中低端化妆品相关概念及发展环境，接着分析了中国中低端化妆品规模及消费需求，然后对中国中低端化妆品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国中低端化妆品面临的机遇及发展前景。您若想对中国中低端化妆品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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。

报告目录：

第.1章 中低端化妆品综合概述

1.1 中低端化妆品概述

1.1.1 中低端化妆品概念

1.1.2 中低端化妆品特性

1.1.3 中低端化妆品分类

1.2 中低端化妆品行业特性分析

1.2.1 中低端化妆品市场特点

1.2.2 中低端化妆品行业经济特性

1.2.3 中低端化妆品行业成熟度分析

1.3 中低端化妆品行业产业链分析

1.3.1 中低端化妆品产业链上游分析

1.3.2 中低端化妆品产业下游分析

1.3.3 中低端化妆品成本构成

第2章 2019年中国中低端化妆品行业市场发展环境分析

2.1 2019年全球环境分析

2.1.1 经济环境分析

2.1.2 社会环境分析

2.1.3 政策环境分析

2.1.4 研发环境

2.2 2019年中国经济环境分析

2.2.1 国民经济运行情况分析

2.2.2 消费价格指数cpi、ppi分析

2.2.3 全国居民收入情况解读

2.2.4 2013-2019年恩格尔系数分析

2.2.5 2013-2019年工业发展形势走势

2.2.6 固定资产投资情况

2.2.7 2013-2019年对外贸易进出口分析

2.3 2019年中国中低端化妆品行业政策环境分析

2.3.1 与中低端化妆品相关的监管机构

2.3.2 与中低端化妆品相关的政策法规

2.3.3 其中低端化妆品相关的法律法规

2.3.4 国外中低端化妆品政策法规

2.4 2019年中国中低端化妆品行业社会环境分析

2.4.1 人口环境分析

2.4.2 教育情况分析

2.4.3 文化环境分析

2.4.4 生态环境分析

2.4.5 中国城镇化率

2.4.6 居民消费观念和习惯分析

2.5 2019年中国中低端化妆品行业技术环境分析

第3章 全球中低端化妆品所属行业发展分析

3.1 全球中低端化妆品行业市场发展分析

3.1.1 中低端化妆品市场现状分析

3.1.2 中低端化妆品全球市场规模分析

- 3.1.3 中低端化妆品消费结构分析
- 3.1.4 全球中低端化妆品的研发分析
- 3.1.5 全球中低端化妆品市场未来展望
- 3.2 美国中低端化妆品产业运行概况
 - 3.2.1 美国中低端化妆品市场现状
 - 3.2.2 美国中低端化妆品进出口分析
 - 3.2.3 美国中低端化妆品市场品牌分析
 - 3.2.4 美国中低端化妆品市场发展趋势
- 3.3 德国中低端化妆品产业运行概况
 - 3.3.1 德国中低端化妆品市场现状
 - 3.3.2 德国中低端化妆品进出口分析
 - 3.3.3 德国中低端化妆品市场品牌分析
 - 3.3.4 德国中低端化妆品市场发展趋势
- 3.4 英国中低端化妆品产业运行概况
 - 3.4.1 英国中低端化妆品市场现状
 - 3.4.2 英国中低端化妆品进出口分析
 - 3.4.3 英国中低端化妆品市场品牌分析
 - 3.4.4 英国中低端化妆品市场发展趋势
- 3.5 法国中低端化妆品产业运行概况
 - 3.5.1 法国中低端化妆品市场现状
 - 3.5.2 法国中低端化妆品进出口分析
 - 3.5.3 法国中低端化妆品市场品牌分析
 - 3.5.4 法国中低端化妆品市场发展趋势
- 3.6 日本中低端化妆品产业运行概况
 - 3.6.1 日本中低端化妆品市场现状
 - 3.6.2 日本中低端化妆品进出口分析
 - 3.6.3 日本中低端化妆品市场品牌分析
 - 3.6.4 日本中低端化妆品市场发展趋势
- 3.7 韩国中低端化妆品产业运行概况
 - 3.7.1 韩国中低端化妆品市场现状
 - 3.7.2 韩国中低端化妆品进出口分析
 - 3.7.3 韩国中低端化妆品市场品牌分析

3.7.4 韩国中低端化妆品市场发展趋势

第4章 中国中低端化妆品发展现状分析

4.1 中低端化妆品行业发展概况

4.1.1 中国中低端化妆品行业的现状

4.1.2 中国中低端化妆品行业发展的阶段

4.1.3 中国中低端化妆品行业存在的问题

4.1.4 中国中低端化妆品行业的发展趋势

4.1.5 中低端化妆品行业的最新动态

4.2 2019年中国中低端化妆品行业发展状况

4.2.1 2019年中国中低端化妆品行业发展回顾

4.2.2 2019年中低端化妆品行业发展特点分析

4.2.3 2019年中国中低端化妆品行业市场分析2017年大众美妆市场（CR20）市占率变化 品牌

所属公司

2017（%）

市占率变化

百雀羚

上海百雀羚日化有限公司

4.5

1.9

玫琳凯

杭州玫琳凯有限公司

3.6

-1.8

巴黎欧莱雅

欧莱雅中国有限公司

3.3

-1.4

自然堂

珈蓝集团有限公司

3.1

0.8

Olay

宝洁（广州）有限公司

2.8

-1.8

韩束

上海上美化妆品有限公司

2.7

1.1

兰蔻

欧莱雅中国有限公司

2.5

0.4

雅诗兰黛

雅诗兰黛（上海）商贸有限公司

2.5

0.5

萃雅

无限极（中国）有限公司

2.1

0.6

一叶子

上海上美化妆品有限公司

2.0

1.1

佰草集

上海家化联合有限公司

1.8

-0.4

完美

完美（中国）有限公司

1.8

-0.5

珀莱雅

珀莱雅化妆品有限公司

1.8

-0.4

欧珀莱

资生堂中国有限公司

1.7

-0.1

韩后

韩后化妆品有限公司

1.6

0.9

悦诗风吟

爱茉莉太平洋化妆品有限公司

1.5

1.1

雅姿

安利（中国）有限公司

1.5

-1.0

相宜本草

上海相宜本草化妆品有限公司

1.5

-0.5

屈臣氏

屈臣氏（香港）集团有限公司

1.1

-0.2

水密码

丹姿集团有限公司

1.1

0.0

雅漾

皮尔法伯集团

1.0

0.1

SK-II

宝洁（广州）有限公司

1.0

0.4

隆力奇

江苏隆力奇集团有限公司

1.0

-0.3

御泥坊

湖南御家汇互联网有限公司

1.0

0.6

Dior

克里斯汀迪奥香水及化妆品有限公司

1.0

0.2

丸美

广东丸美生物技术有限公司

1.0

-0.1

欧莱雅男士

欧莱雅中国有限公司

0.9

0.0

兰芝

爱茉莉太平洋化妆品有限公司

0.8

-0.1

后

LG生活健康贸易有限公司

0.7

0.5

欧瑞莲

欧瑞莲化妆品（中国有限公司）

0.7

0.6

其他

其他

46.8

-2.5

4.3 中国中低端化妆品所属行业要素分析

4.3.1 2013-2019年中国中低端化妆品行业企业数量分析

4.3.2 2013-2019年中低端化妆品行业从业人员分析

4.3.3 2013-2019年中国中低端化妆品行业资产规模分析

4.3.4 中国中低端化妆品供需分析

4.3.5 中国中低端化妆品行业品牌分析

4.4 2019年中国中低端化妆品行业经营分析

4.4.1 中低端化妆品行业收入结构分析

4.4.2 中低端化妆品行业成本费用分析

4.4.3 中低端化妆品行业盈利分析

4.5 中低端化妆品行业发展动态聚焦

第5章 2019年中低端化妆品对外贸易形态分析

5.1 中低端化妆品贸易概述分析

5.1.1 对外贸易现状

5.1.2 贸易结构分析

5.1.3 2019年对外贸易前景

5.2 2019年中低端化妆品进出口分析

5.2.1 中低端化妆品进口分析

5.2.2 中低端化妆品市场出口分析

5.2.3 投资前景调研

5.3 贸易政策分析

5.4 对外贸易最新动态分析

5.4.1 “十三五规划”对中低端化妆品对外贸易影响

第6章 中低端化妆品行业政策分析

6.1 现行发展政策分析

6.1.1 “十三五规划”对中低端化妆品行业的影响分析

6.1.2 “城镇化”对中低端化妆品行业影响分析

6.1.3 国家对中低端化妆品行业的规划分析

6.1.4 最新政策动向分析

6.2 中低端化妆品行业监管政策分析

6.2.1 现行的政策分析

6.2.2 现行政策的不足

6.2.3 行业监管分析

6.2.4 未来的政策趋势

第7章 中国中低端化妆品所属行业消费分析

7.1 中低端化妆品行业产品消费者分析

7.1.1 不同收入水平消费者偏好分析

7.1.2 不同年龄的消费者偏好分析

7.1.3 不同地区的消费者偏好分析

7.1.4 不同性别的偏好分析

7.2 中低端化妆品市场消费需求分析

7.2.1 中低端化妆品市场的消费需求变化

7.2.2 中低端化妆品行业的需求情况分析

7.2.3 2019年中低端化妆品品牌市场消费需求分析

7.3 中低端化妆品消费市场状况分析

7.3.1 中低端化妆品行业消费特点

7.3.2 中低端化妆品消费者分析

7.3.3 中低端化妆品消费结构分析

7.3.4 中低端化妆品消费的市场变化

7.3.5 中低端化妆品市场的消费方向

7.4 影响消费因素分析

7.4.1 价格敏感程度

7.4.2 品牌的影响

7.4.3 购买方便的影响

7.4.4 广告的影响程度

7.4.5 包装的影响程度

7.4.6 品牌忠诚度分析

第二部分 市场竞争格局分析

第8章 中国中低端化妆品所属行业市场分析

8.1 中国中低端化妆品行业市场综述

8.1.1 中国中低端化妆品行业市场现状

8.1.2 中国中低端化妆品行业市场结构分析

8.1.3 中低端化妆品行业市场规模分析

8.1.4 中低端化妆品行业趋势分析

8.1.5 2021-2027年中低端化妆品行业的市场空间预测

8.2 2013-2019年中低端化妆品行业市场分析

8.2.1 2013-2019年中低端化妆品行业市场供给分析

8.2.2 2013-2019年中低端化妆品行业市场需求分析

8.2.3 2013-2019年中低端化妆品行业市场规模分析

8.2.4 2019年市场结构格局分析

8.2.5 市场渠道分析

8.2.6 中低端化妆品行业市场投资策略

8.3 中低端化妆品行业市场动态解析

第9章 中低端化妆品行业竞争分析

9.1 行业竞争结构分析

9.1.1 现有企业间竞争

9.1.2 潜在进入者分析

9.1.3 替代品威胁分析

- 9.1.4 供应商议价能力
- 9.1.5 客户议价能力
- 9.2 行业集中度分析
 - 9.2.1 市场集中度分析
 - 9.2.2 企业集中度分析
 - 9.2.3 区域集中度分析
 - 9.2.4 品牌集中度分析
- 9.3 中国中低端化妆品行业竞争格局综述
 - 9.3.1 2019年中低端化妆品行业集中度
 - 9.3.2 2019年中低端化妆品行业竞争程度
 - 9.3.3 2019年中低端化妆品行业竞争格局
- 9.4 2021-2027年中国中低端化妆品行业竞争分析及预测
 - 9.4.1 2019年中低端化妆品市场竞争情况分析
 - 9.4.2 2019年中低端化妆品市场竞争形势分析
 - 9.4.3 2021-2027年集中度分析及预测
 - 9.4.4 2021-2027年swot分析及预测
 - 9.4.5 2021-2027年进入退出状况分析及预测
 - 9.4.6 2021-2027年生命周期分析及预测

第10章 重点区域分析

- 10.1 华东地区中低端化妆品市场分析
 - 10.1.1 消费者消费意识形态
 - 10.1.2 国内外品牌渗透情况
 - 10.1.3 市场销售动态
 - 10.1.4 区域潜在消费空间
- 10.2 华南地区中低端化妆品市场分析
 - 10.2.1 消费者消费意识形态
 - 10.2.2 国内外品牌渗透情况
 - 10.2.3 市场销售动态
 - 10.2.4 区域潜在消费空间
- 10.3 华中地区中低端化妆品市场分析
 - 10.3.1 消费者消费意识形态

- 10.3.2 国内外品牌渗透情况
- 10.3.3 市场销售动态
- 10.3.4 区域潜在消费空间
- 10.4 华北地区中低端化妆品市场分析
 - 10.4.1 消费者消费意识形态
 - 10.4.2 国内外品牌渗透情况
 - 10.4.3 市场销售动态
 - 10.4.4 区域潜在消费空间
- 10.5 西南地区中低端化妆品市场分析
 - 10.5.1 消费者消费意识形态
 - 10.5.2 国内外品牌渗透情况
 - 10.5.3 市场销售动态
 - 10.5.4 区域潜在消费空间
- 10.6 东北地区中低端化妆品市场分析
 - 10.6.1 消费者消费意识形态
 - 10.6.2 国内外品牌渗透情况
 - 10.6.3 市场销售动态
 - 10.6.4 区域潜在消费空间
- 10.7 西北地区中低端化妆品市场分析
 - 10.7.1 消费者消费意识形态
 - 10.7.2 国内外品牌渗透情况
 - 10.7.3 市场销售动态
 - 10.7.4 区域潜在消费空间

第.11章 整体化妆品行业市场分析

- 11.1 化妆品市场分析
 - 11.1.1 化妆品市场概况分析
 - 11.1.2 “十三五规划”对化妆品的影响
 - 11.1.3 化妆品市场运行分析
 - 11.1.4 化妆品发展存在的问题
 - 11.1.5 化妆品市场前景分析
- 11.2 2013-2019年化妆品市场分析

11.2.1 2019年化妆品市场情况

11.2.2 2019年化妆品市场情况

11.2.3 2019年化妆品市场情况

11.3 化妆品投资策略分析

11.3.1 化妆品市场定位分析

11.3.2 化妆品相关政策解读

11.3.3 化妆品发展趋势分析

11.4 化妆品最新动态

第12章 中低端化妆品行业重点企业品牌分析

12.1 大宝

12.1.1 公司概况

12.1.2 公司经营分析

12.1.3 公司品牌优势

12.1.4 公司发展战略分析

12.2 美加净

12.2.1 公司概况

12.2.2 公司经营分析

12.2.3 公司品牌优势

12.2.4 公司发展战略分析

12.3 郁美净

12.3.1 公司概况

12.3.2 公司经营分析

12.3.3 公司品牌优势

12.3.4 公司发展战略分析

12.4 相宜本草

12.4.1 公司概况

12.4.2 公司经营分析

12.4.3 公司品牌优势

12.4.4 公司发展战略分析

12.5 佰草集

12.5.1 公司概况

- 12.5.2 公司经营分析
- 12.5.3 公司品牌优势
- 12.5.4 公司发展战略分析
- 12.6 普兰娜
 - 12.6.1 公司概况
 - 12.6.2 公司经营分析
 - 12.6.3 公司品牌优势
 - 12.6.4 公司发展战略分析
- 12.7 昭贵
 - 12.7.1 公司概况
 - 12.7.2 公司经营分析
 - 12.7.3 公司品牌优势
 - 12.7.4 公司发展战略分析
- 12.8 四川可采实业有限公司
 - 12.8.1 公司概况
 - 12.8.2 公司经营分析
 - 12.8.3 公司品牌优势
 - 12.8.4 公司发展战略分析
- 12.9 清妃
 - 12.9.1 公司概况
 - 12.9.2 公司经营分析
 - 12.9.3 公司品牌优势
 - 12.9.4 公司发展战略分析
- 12.10 cmm国际集团
 - 12.10.1 公司概况
 - 12.10.2 公司经营分析
 - 12.10.3 公司品牌优势
 - 12.10.4 公司发展战略分析

第三部分 行业预测

第13章 2021-2027年中低端化妆品行业投资机会与风险预测

13.1 2021-2027年中低端化妆品行业投资效益分析

- 13.1.1 2013-2019年中低端化妆品行业投资状况分析
- 13.1.2 2021-2027年中低端化妆品行业投资效益分析
- 13.1.3 2021-2027年中低端化妆品行业投资市场空间预测
- 13.1.4 2021-2027年中低端化妆品行业供给分析
- 13.1.5 2021-2027年中低端化妆品行业需求分析
- 13.1.6 2021-2027年中低端化妆品行业供需平衡
- 13.1.7 2021-2027年中低端化妆品行业的投资方向
- 13.1.8 2021-2027年中低端化妆品行业投资的建议
- 13.1.9 新进入者应注意的障碍因素分析
- 13.2 2021-2027年影响中低端化妆品行业发展的主要因素
 - 13.2.1 2021-2027年影响中低端化妆品行业运行的有利因素分析
 - 13.2.2 2021-2027年影响中低端化妆品行业运行的稳定因素分析
 - 13.2.3 2021-2027年影响中低端化妆品行业运行的不利因素分析
 - 13.2.4 2021-2027年我国中低端化妆品行业发展面临的挑战分析
 - 13.2.5 2021-2027年我国中低端化妆品行业发展面临的机遇分析
- 13.3 2021-2027年中低端化妆品行业投资前景及控制策略分析
 - 13.3.1 2021-2027年中低端化妆品行业市场风险及控制策略
 - 13.3.2 2021-2027年中低端化妆品行业政策风险及控制策略
 - 13.3.3 2021-2027年中低端化妆品行业经营风险及控制策略
 - 13.3.4 2021-2027年中低端化妆品同业竞争风险及控制策略
 - 13.3.5 2021-2027年中低端化妆品行业其他风险及控制策略

第四部分 投资规划建议

第14章 2021-2027年中低端化妆品行业投资规划建议研究()

14.1 中低端化妆品行业发展战略研究

14.1.1 战略综合规划

14.1.2 业务组合战略

14.1.3 区域战略规划

14.1.4 产业战略规划

14.1.5 营销品牌战略

14.1.6 竞争战略规划

14.2 对中低端化妆品品牌的战略思考

- 14.2.1 企业品牌的重要性
- 14.2.2 中低端化妆品实施品牌战略的意义()
- 14.2.3 中低端化妆品企业品牌的现状分析
- 14.2.4 中低端化妆品企业的品牌战略
- 14.2.5 中低端化妆品品牌战略管理的策略
- 14.3 中低端化妆品行业投资规划建议研究
- 14.3.1 2019年中低端化妆品行业投资规划建议
- 14.3.2 2019年中低端化妆品行业投资规划建议
- 14.3.3 2021-2027年中低端化妆品行业投资规划建议
- 14.3.4 2021-2027年细分行业投资规划建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202103/206769.html>