

2017-2022年中国化妆品O DM行业发展分析及前景策略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国化妆品ODM行业发展分析及前景策略研究报告》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.abaogao.com/b/hzhp/P28941TTUU.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

就目前的国内市场而言，大部分化妆品企业基本处于自给自足，OEM尚未成为主流。国内大部分日化企业都采取从制造到销售的整合方式，将产品的研究、开发、生产制造、包装、灌装甚至包装设计全部委托给OEM企业尚未成为常态，部分采用OEM制造的企业甚至会被认为不专业。

世界化妆品OEM巨头开始纷纷涉足大陆市场，科玛、科丝美诗、加拿大特艾华等企业陆续登陆，而美国最大的护肤品直销企业玫琳凯化妆品公司也杀入中国开展第三方生产。所谓第三方生产，主要针对将要进入国内的其它外国化妆品公司，在进口税高昂的大环境之下，国内代工显然更能压缩成本。由于越来越多代工企业的加入，同类公司之间在销售领域的竞争将更加激烈，节省开发成本、缩短新品开发时间、把握最新产品趋势成为新的课题，而能够拥有尖端技术开发能力和自主配方的OEM企业将成为化妆品成品商的首选。中国化妆品业的OEM是市场需求的产物，必将随着市场需求的发展而成长。鉴于中国化妆品OEM市场需求中以不了解化妆品的技术、管理的客户居多，他们对其产品生产所需的设备条件、配方工艺、质量控制手段等提不出太多的要求，因此，加强服务便是针对这种需求的OEM企业的发展方向。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国化妆品ODM行业发展分析及前景策略研究报告》共十八章。首先介绍了化妆品ODM行业市场发展环境、化妆品ODM整体运行态势等，接着分析了化妆品ODM行业市场运行的现状，然后介绍了化妆品ODM市场竞争格局。随后，报告对化妆品ODM做了重点企业经营状况分析，最后分析了化妆品ODM行业发展趋势与投资预测。您若想对化妆品ODM产业有个系统的了解或者想投资化妆品ODM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：

第一章 中国化妆品ODM行业发展概述

第一节 化妆品ODM行业发展情况

一、化妆品发展阶段分析

二、化妆品ODM企业发展情况

三、化妆品ODM产业发展情况

第二节 最近3-5年中国化妆品ODM行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 关联产业发展分析

- 一、香水产业发展分析
- 二、珍珠产业发展分析
- 三、中草药产业发展分析
- 四、油质原料介绍
- 五、相关产业经济指标分析

第二章 中国化妆品ODM行业的国际比较分析

第一节 中国化妆品ODM行业竞争力指标分析

第二节 中国化妆品ODM行业经济指标国际比较分析

- 一、中国化妆品ODM市场销售额分析
- 二、日本化妆品ODM市场销售额分析
- 三、美国化妆品ODM市场销售额分析
- 四、欧洲化妆品ODM市场销售额分析
- 五、俄罗斯化妆品ODM市场销售额分析

第三节 全球化妆品ODM行业市场需求分析

- 一、市场规模现状
- 二、需求结构分析
- 三、重点需求客户
- 四、市场前景展望

第四节 全球化妆品ODM行业市场供给分析

- 一、产能规模分布

二、市场价格走势

三、重点厂商分布

第三章 应用领域及行业供需分析

第一节 需求分析

一、化妆品ODM行业需求市场

二、化妆品ODM行业客户结构

第二节 供求平衡分析及未来发展趋势

一、化妆品ODM行业的需求预测

二、化妆品ODM行业的供应预测

三、供求平衡分析

四、供求平衡预测

第四章 化妆品ODM产业链的分析

第一节 主要环节的增值空间

一、区域市场增值空间

二、原料环节 市场增值空间

三、产品研发环节 增值空间

第二节 行业进入壁垒

第三节 上下游行业影响及趋势分析

一、老年人化妆品需求分析

二、农村下游市场需求趋势分析

三、高校下游市场需求趋势分析

第五章 化妆品ODM细分行业分析

第一节 面膜ODM发展情况分析

一、市场概况分析

二、市场规模分析

三、市场前景分析

第二节 护肤品ODM发展情况分析

一、市场概况分析

二、市场规模分析

三、市场前景分析

第三节 湿巾ODM发展情况分析

一、市场概况分析

二、市场规模分析

三、市场前景分析

第六章 化妆品ODM区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2013-2016年行业发展现状分析

二、2013-2016年市场需求情况分析

三、2013-2016年市场规模情况分析

四、2013-2016年行业竞争格局分析

五、2013-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2013-2016年行业发展现状分析

二、2013-2016年市场需求情况分析

三、2013-2016年市场规模情况分析

四、2013-2016年行业竞争格局分析

五、2013-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2013-2016年行业发展现状分析

二、2013-2016年市场需求情况分析

三、2013-2016年市场规模情况分析

四、2013-2016年行业竞争格局分析

五、2013-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2013-2016年行业发展现状分析

二、2013-2016年市场需求情况分析

三、2013-2016年市场规模情况分析

四、2013-2016年行业竞争格局分析

五、2013-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2013-2016年行业发展现状分析

二、2013-2016年市场需求情况分析

三、2013-2016年市场规模情况分析

四、2013-2016年行业竞争格局分析

五、2013-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2013-2016年行业发展现状分析

二、2013-2016年市场需求情况分析

三、2013-2016年市场规模情况分析

四、2013-2016年行业竞争格局分析

五、2013-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2013-2016年行业发展现状分析

二、2013-2016年市场需求情况分析

三、2013-2016年市场规模情况分析

四、2013-2016年行业竞争格局分析

五、2013-2016年消费者的偏好分析

六、2017-2022年行业发展趋势分析

第七章 2017-2022年需求预测分析

第一节 2017-2022年化妆品ODM行业领域需求产品（服务）市场格局预测

一、全球化妆品市场的发展趋势探析

二、绿色与有机化妆品成未来发展方向

三、未来化妆品包装向环保化发展

第二节 2017-2022年中国化妆品投资面临的问题及建议分析

二、化妆品行业投资风险因素

三、化妆品企业投资经营策略

四、中药化妆品的投资策略

第八章 化妆品ODM市场竞争格局分析

第一节 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

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

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

第四节 化妆品ODM行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

第九章 主要生产企业的排名与产业结构分析

第一节 行业企业排名分析

一、全球十大领先企业

二、十大品牌旗下产品

第二节 产业结构分析

一、市场细分充分程度的分析

二、各领先品牌细分产品排名

三、主要细分市场对行业的影响

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第四节 产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析（投资政策、外资政策、限制性政策）

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国化妆品ODM行业参与国际竞争的战略市场定位

第十章 前十大领先企业分析

第一节 欧莱雅集团分析

一、主营业务及发展状况

二、企业规模、销售规模、产品分类

三、企业发展历程

四、公司荣誉

五、市场拓展战略与发展分析

第二节 资生堂分析

一、公司介绍及经营状况

二、企业规模、主要产品、发展状况

三、资生堂中国发展史

四、产品特色

五、市场拓展战略与发展分析

第三节 施贵宝分析

一、企业介绍

二、施贵宝在中国发展史

三、主要业务

四、企业发展状况

五、企业发展战略

第四节 雅诗兰黛分析

一、公司介绍

- 二、销售范围
- 三、旗下品牌
- 四、市场拓展战略与发展分析
- 第五节 宝洁分析
 - 一、公司介绍
 - 二、企业规模及旗下产品
 - 三、宝洁在中国
 - 四、市场拓展战略与发展分析

第十一章 2014-2016年中国化妆品ODM行业整体运行指标分析

第一节 中国化妆品ODM行业总体规模分析 251

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业生产规模分析
- 第二节 中国化妆品ODM行业产销分析

- 一、行业产成品情况总体分析
- 二、行业产品销售收入总体分析

第三节 中国化妆品ODM行业财务指标总体分析

- 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

第十二章 影响企业生产与经营的关键趋势

第一节 市场整合成长趋势

- 一、化妆品区域市场分析
- 二、市场发展趋势分析

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测

- 一、产品需求变化趋势分析
- 二、市场规模趋势分析
- 三、商业机遇分析

第三节 企业区域市场拓展的趋势

第四节 科研开发趋势及替代技术进展

一、科研开发趋势分析

二、替代技术进展分析

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势

一、影响企业销售的关键趋势

二、影响企业服务方式的分析

第六节 中国化妆品ODM行业SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第十三章 化妆品ODM行业发展趋势分析

第一节 我国化妆品ODM行业前景与机遇分析

一、我国化妆品ODM行业发展前景

二、我国化妆品ODM发展机遇分析

三、2016年化妆品ODM的发展机遇分析

四、经济全球化对化妆品ODM行业的影响分析

第二节 2017-2022年中国化妆品ODM市场趋势分析

一、2013-2016年化妆品ODM市场趋势总结

二、2017-2022年化妆品ODM发展趋势分析

三、2017-2022年化妆品ODM市场发展空间

四、2017-2022年化妆品ODM产业政策趋向

五、2017-2022年化妆品ODM技术革新趋势

六、2017-2022年化妆品ODM价格走势分析

七、2017-2022年国际环境对行业的影响

第十四章 未来化妆品ODM行业发展预测

第一节 未来化妆品ODM需求与消费预测

一、2017-2022年化妆品ODM产品消费预测

二、2017-2022年化妆品ODM市场规模预测

三、2017-2022年化妆品ODM行业总产值预测

四、2017-2022年化妆品ODM行业销售收入预测

五、2017-2022年化妆品ODM行业总资产预测

第二节 2017-2022年中国化妆品ODM行业供需预测

一、2013-2016年中国化妆品ODM供给预测

二、2017-2022年中国化妆品ODM产量预测

三、2017-2022年中国化妆品ODM需求预测

四、2017-2022年中国化妆品ODM供需平衡预测

五、2017-2022年中国化妆品ODM产品价格预测

六、2017-2022年主要化妆品ODM产品进出口预测

第十五章 化妆品ODM行业投资现状分析

第一节 2014年化妆品ODM行业投资情况分析

一、2014年总体投资及结构

二、2014年投资规模情况

三、2014年投资增速情况

四、2014年分行业投资分析

五、2014年分地区投资分析

六、2014年外商投资情况

第二节 2016年化妆品ODM行业投资情况分析

一、2016年总体投资及结构

二、2016年投资规模情况

三、2016年投资增速情况

四、2016年分行业投资分析

五、2016年分地区投资分析

六、2016年外商投资情况

第十六章 化妆品ODM行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2013-2016年我国宏观经济运行情况

二、2017-2022年我国宏观经济形势分析

三、2017-2022年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2016年化妆品ODM行业政策环境分析

二、2016年国内宏观政策对其影响

三、2016年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内化妆品ODM技术现状

二、2016年化妆品ODM技术发展分析

三、2017-2022年化妆品ODM技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2016年社会环境发展分析

三、2017-2022年社会环境对行业的影响分析

第十七章 化妆品ODM行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2016年相关产业活力系数比较

二、2013-2016年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2016年相关产业投资收益率比较

二、2013-2016年行业投资收益率分析

第三节 化妆品ODM行业投资效益分析

一、2013-2016年化妆品ODM行业投资状况分析

二、2017-2022年化妆品ODM行业投资效益分析

三、2017-2022年化妆品ODM行业投资趋势预测

四、2017-2022年化妆品ODM行业的投资方向

五、2017-2022年化妆品ODM行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响化妆品ODM行业发展的主要因素

一、2017-2022年影响化妆品ODM行业运行的有利因素分析

二、2017-2022年影响化妆品ODM行业运行的稳定因素分析

三、2017-2022年影响化妆品ODM行业运行的不利因素分析

四、2017-2022年我国化妆品ODM行业发展面临的挑战分析

五、2017-2022年我国化妆品ODM行业发展面临的机遇分析

第五节 化妆品ODM行业投资风险及控制策略分析

- 一、2017-2022年化妆品ODM行业市场风险及控制策略
- 二、2017-2022年化妆品ODM行业政策风险及控制策略
- 三、2017-2022年化妆品ODM行业经营风险及控制策略
- 四、2017-2022年化妆品ODM行业技术风险及控制策略
- 五、2017-2022年化妆品ODM行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2017-2022年化妆品ODM行业其他风险及控制策略

第十八章 化妆品ODM行业投资战略研究（ZY GXH）

第一节 化妆品ODM行业发展战略研究

- 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

第二节 对我国化妆品ODM品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、化妆品ODM实施品牌战略的意义
- 三、化妆品ODM企业品牌的现状分析
- 四、我国化妆品ODM企业的品牌战略
- 五、化妆品ODM品牌战略管理的策略

第三节 化妆品ODM企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、人力资源
- 七、财务管理
- 八、国际化策略

第四节 化妆品ODM行业投资战略研究

- 一、2016年化妆品ODM行业投资战略
- 二、2016年化妆品ODM行业投资战略
- 三、2017-2022年化妆品ODM行业投资战略
- 四、2017-2022年细分行业投资战略
- 五、投资观点（ZY GXH）

图表目录：

- 图表：2016年月化学原料和化学制品制造业资产总计
- 图表：2016年月化学原料和化学制品制造业主营业务收入
- 图表：2016年月化学原料和化学制品制造业利润总额
- 图表：2016年月化学原料和化学制品制造业企业单位数
- 图表：2016年月化学原料和化学制品制造业亏损面
- 图表：2016年月化学原料和化学制品制造业销售利润率
- 图表：2016年月化学原料和化学制品制造业利润总额增长率
- 图表：2016年月化学原料和化学制品制造业主营业务收入增长率
- 图表：2016年月化学原料和化学制品制造业资产负债比率
- 图表：2016年月日用化学产品制造资产总计
- 图表：2016年月日用化学产品制造主营业务收入
- 图表：2016年月日用化学产品制造利润总额
- 图表：2016年月日用化学产品制造利润总额
- 图表：2016年月日用化学产品制造亏损面
- 图表：2016年月日用化学产品制造销售利润率
- 图表：2016年月日用化学产品制造利润总额增长率
- 图表：2016年月日用化学产品制造主营业务收入增长率
- 图表：2016年月日用化学产品制造资产负债比率
- 图表：2014年月我国化妆品工业总产值及增长情况
- 图表：2016-2016年中国护肤品行业工业总产值预测
- 图表：2014年华北地区日用化学产品制造业工业销售产值
- 图表：2014年华中地区日用化学产品制造业工业销售产值
- 图表：2014年华南地区日用化学产品制造业工业销售产值
- 图表：2014年华东地区日用化学产品制造业工业销售产值
- 图表：2014年东北地区日用化学产品制造业工业销售产值

图表：2014年西南地区日用化学产品制造业工业销售产值

图表：2014年西北地区日用化学产品制造业工业销售产值

图表：2014-2016年重点企业资产总计对比

图表：中国化妆品制造行业从业人数

图表：2014-2016年重点企业营业收入对比

图表：2014-2016年重点企业利润总额对比

图表：2014年欧莱雅集团西欧销售额及增长率

图表：2014年欧莱雅集团北美销售额及增长率

图表：2014年欧莱雅集团新兴市场销售额及增长率

图表：2014年欧莱雅集团亚太销售额及增长率

图表：2014年欧莱雅集团东欧销售额及增长率

图表：2014年欧莱雅集团拉美销售额及增长率

图表：2014年欧莱雅集团非洲、中东销售额及增长率

图表：2016年12月化妆品及卫生用品品牌网络广告投放比例

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/P28941TTUU.html>