

2015-2020年中国天然化妆品产业全景调研及投资战略调研报告

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

《2015-2020年中国天然化妆品产业全景调研及投资战略调研报告》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/rihua1502/057504HSQI.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-06-15

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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《2015-2020年中国天然化妆品产业全景调研及投资战略调研报告》共十五章。报告介绍了天然化妆品行业相关概述、中国天然化妆品产业运行环境、分析了中国天然化妆品行业的现状、中国天然化妆品行业竞争格局、对中国天然化妆品行业做了重点企业经营状况分析及中国天然化妆品产业发展前景与投资预测。您若想对天然化妆品产业有个系统的了解或者想投资天然化妆品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

天然化妆品指的是用天然植物萃取物提炼的成分研制而成的化妆品。天然植物是指来自于天然农业生产体系，根据国际天然农业生产要求和相应的标准生产加工的、并通过独立的天然认证机构认证的一切农副产品，包括粮食、蔬菜、水果、奶制品、禽畜产品、蜂蜜、水产品、调料、化妆品甚至还有天然食品、纺织品、林产品、生物农药、天然肥料等，他们被统称为天然产品。就是在未被农药，化肥污染过的原生态土壤进行天然种植，以最接近自然的方式生长，并且在生长过程中绝不使用人工合成化合物、化肥及转基因技术等，在加工生产过程中也没有任何人工合成化学成份。

报告目录：

第一章 天然化妆品行业概述 10

第一节 天然化妆品行业定义 10

第二节 天然化妆品行业发展历程 11

第三节 天然化妆品行业分类情况 11

第四节 天然化妆品产业链分析 12

第二章 2013-2014年中国天然化妆品行业发展环境分析 13

第一节 2013-2014年中国经济环境分析 13

一、宏观经济 13

二、工业形势 14

三、固定资产投资 16

第二节 2013-2014年中国天然化妆品行业发展政策环境分析 21

一、行业政策影响分析 21

二、相关行业标准分析 24

第三节 2013-2014年中国天然化妆品行业发展社会环境分析 27

一、居民消费水平分析 27

二、工业发展形势分析 29

第三章 2013-2014年中国天然化妆品行业总体发展状况 32

第一节 中国天然化妆品行业规模情况分析 32

一、行业单位规模情况分析 32

二、行业人员规模状况分析 32

三、行业资产规模状况分析 33

四、行业市场规模状况分析 34

第二节 中国天然化妆品行业产销情况分析 34

一、行业生产情况分析 34

二、行业销售情况分析 35

三、行业产销情况分析 35

第三节 中国天然化妆品行业财务能力分析 36

一、行业盈利能力分析与预测 36

二、行业偿债能力分析与预测 37

三、行业营运能力分析与预测 37

四、行业发展能力分析与预测 38

第四章 中国天然化妆品市场供需分析 39

第一节 天然化妆品市场现状分析及预测 39

一、2013-2014年我国天然化妆品行业总产值分析 39

二、2015-2020年我国天然化妆品行业总产值预测 39

第二节 天然化妆品产品产量分析及预测 40

一、2013-2014年我国天然化妆品产量分析 40

二、2015-2020年我国天然化妆品产量预测 41

第三节 天然化妆品市场需求分析及预测 41

一、2013-2014年我国天然化妆品市场需求分析 41

二、2015-2020年我国天然化妆品行业现状分析 42

第四节 天然化妆品进出口数据分析 43

一、我国天然化妆品出口数据分析 43

二、我国天然化妆品进口数据分析 44

三、我国天然化妆品进出口数据预测 45

第五章 天然化妆品行业发展现状分析 47

第一节 中国天然化妆品行业发展分析 47

一、2013-2014年中国天然化妆品市场发展现状分析 47

二、2013-2014年中国天然化妆品行业发展特点分析	48
三、2013-2014年中国天然化妆品行业市场供需分析	48
第二节 中国天然化妆品产业特征与行业重要性	48
第三节 天然化妆品行业特性分析	50
第六章 中国天然化妆品市场规模分析	51
第一节 2014年中国天然化妆品市场规模分析	51
第二节 2014年中国天然化妆品区域市场规模分析	51
一、2014年东北地区市场规模分析	51
二、2014年华北地区市场规模分析	52
三、2014年华东地区市场规模分析	53
四、2014年华中地区市场规模分析	53
五、2014年华南地区市场规模分析	54
六、2014年西部地区市场规模分析	54
第三节 2015-2020年中国天然化妆品市场规模预测	55
第七章 天然化妆品国内产品价格走势及影响因素分析	56
第一节 国内产品2013-2014年价格回顾	56
第二节 国内产品当前市场价格及评述	56
第三节 国内产品价格影响因素分析	56
第四节 2015-2020年国内产品未来价格走势预测	57
第八章 天然化妆品及其主要上下游产品	58
第一节 天然化妆品上下游分析	58
一、与行业上下游之间的关联性	58
二、上游原材料供应形势分析	58
三、下游产品解析	60
第二节 天然化妆品行业产业链分析	60
一、行业上游影响及风险分析	60
二、行业下游风险分析及提示	61
三、关联行业风险分析及提示	61
第九章 天然化妆品产品竞争力优势分析	62
一、整体产品竞争力评价	62
二、产品竞争力评价结果分析	62
三、竞争优势评价及构建建议	63

第十章 天然化妆品行业市场竞争策略分析 69

第一节 行业竞争结构分析 69

一、现有企业间竞争 69

二、潜在进入者分析 69

三、替代品威胁分析 70

四、供应商议价能力 70

五、客户议价能力 70

第二节 行业国际竞争力比较 71

一、生产要素 71

二、需求条件 71

三、相关和支持性产业 71

四、企业战略、结构与竞争状态 71

第三节 天然化妆品企业竞争策略分析 72

一、提高天然化妆品企业核心竞争力的对策 72

二、影响天然化妆品企业核心竞争力的因素及提升途径 75

三、提高天然化妆品企业竞争力的策略 77

第十一章 天然化妆品行业重点企业竞争分析 79

第一节 奥玛国际集团 79

一、企业基本概况 79

二、2013-2014年企业经营与财务状况分析 79

三、2013-2014年企业竞争优势分析 82

四、企业未来发展战略与规划 85

第二节 霸王国际(集团)控股有限公司 86

一、企业基本概况 86

二、2013-2014年企业经营与财务状况分析 86

三、2013-2014年企业竞争优势分析 89

四、企业未来发展战略与规划 89

第三节 北京大宝化妆品有限公司 89

一、企业基本概况 89

二、2013-2014年企业经营与财务状况分析 90

三、2013-2014年企业竞争优势分析 92

四、企业未来发展战略与规划 93

第四节 天津郁美净集团有限公司	94
一、企业基本情况	94
二、2013-2014年企业经营与财务状况分析	94
三、2013-2014年企业竞争优势分析	97
四、企业未来发展战略与规划	97
第五节 四川可采实业有限公司	98
一、企业基本情况	98
二、2013-2014年企业经营与财务状况分析	98
三、2013-2014年企业竞争优势分析	101
四、企业未来发展战略与规划	102
第十二章 天然化妆品行业投资与趋势预测分析	103
第一节 天然化妆品行业投资机会分析	103
一、天然化妆品投资项目分析	103
二、可以投资的天然化妆品模式	104
三、2014年天然化妆品投资机会	105
第二节 2015-2020年中国天然化妆品行业发展预测分析	105
一、未来天然化妆品发展分析	105
二、未来天然化妆品行业技术开发方向	107
三、总体行业“十二五”整体规划及预测	109
第三节 未来市场发展趋势	113
一、产业集中度趋势分析	113
二、十二五行业发展趋势	113
第十三章 天然化妆品产业用户度分析	114
第一节 天然化妆品产业用户认知程度	114
第二节 天然化妆品产业用户关注因素	114
一、功能	114
二、质量	115
三、价格	116
四、外观	116
五、服务	117
第十四章 2015-2020年天然化妆品行业发展趋势及投资前景分析	119
第一节 当前天然化妆品存在的问题	119

第二节 天然化妆品未来发展预测分析	120
一、中国天然化妆品发展方向分析	120
二、2015-2020年中国天然化妆品行业发展规模预测	121
三、2015-2020年中国天然化妆品行业发展趋势预测	122
第三节 2015-2020年中国天然化妆品行业投资前景分析	123
一、出口风险分析	123
二、市场风险分析	123
三、管理风险分析	123
四、产品投资前景	124
第十五章 专家观点与结论	126
第一节 天然化妆品行业营销策略分析及建议	126
一、天然化妆品行业营销模式	126
二、天然化妆品行业营销策略	126
第二节 天然化妆品行业企业经营发展分析及建议	127
一、天然化妆品行业经营模式	127
二、天然化妆品行业生产模式	128
第三节 行业应对策略	130
一、把握国家投资的契机	130
二、竞争性战略联盟的实施	130
三、企业自身应对策略	131
第四节 市场的重点客户战略实施	131
一、实施重点客户战略的必要性	131
二、合理确立重点客户	132
三、重点客户战略管理	132
四、重点客户管理功能	132
图表目录：	
图表 1 化妆品的发展阶段	11
图表 2 天然化妆品的产业链结构图	12
图表 3 2009-2014年国内生产总值及其增长速度	13
图表 4 2013-2014年规模以上工业增加值增速（月度同比）	15
图表 5 2009-2014年全社会固定资产投资及其增长速度	16
图表 6 2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度	17

图表 7 2014年固定资产投资新增主要生产能力 18

图表 8 2014年房地产开发和销售主要指标完成情况及其增长速度 19

图表 9 2014年居民消费价格月度涨跌幅度 27

图表 10 2014年居民消费价格比上年涨跌幅度 28

图表 11 天然化妆品行业单位规模情况分析 32

图表 12 天然化妆品行业人员状况分析 32

图表 13 2011-2014年我国天然化妆品行业资产规模状况分析 33

图表 14 2011-2014年9月我国天然化妆品行业市场需求规模分析 34

图表 15 2011-2014年9月我国天然化妆品行业生产情况分析 34

图表 16 2011-2014年9月我国天然化妆品行业销售情况分析 35

图表 17 2011-2014年9月我国天然化妆品行业产销情况分析 35

图表 18 2011-2015年我国天然化妆品行业盈利能力分析与预测 36

图表 19 2011-2015年我国天然化妆品行业偿债能力分析与预测 37

图表 20 2011-2015年我国天然化妆品行业营运能力分析与预测 37

图表 21 2011-2015年我国天然化妆品行业发展能力分析与预测 38

图表 22 2011-2014年9月我国天然化妆品行业总产值分析 39

图表 23 2015-2020年我国天然化妆品行业总产值预测 39

图表 24 2011-2014年9月我国天然化妆品行业供给规模分析 40

图表 25 2015-2020年我国天然化妆品行业供给规模预测 41

图表 26 2011-2014年9月我国天然化妆品市场需求分析 41

图表 27 2015-2020年我国天然化妆品行业现状分析 42

图表 28 2011-2014年9月我国天然化妆品出口总量分析 43

图表 29 2011-2014年9月我国天然化妆品出口金额分析 43

图表 30 2011-2014年9月我国天然化妆品进口总量分析 44

图表 31 2011-2014年9月我国天然化妆品进口金额分析 44

图表 32 2015-2020年我国天然化妆品进出口数据预测 45

图表 33 2011-2014年9月我国天然化妆品行业市场供需分析 48

图表 34 2011-2014年9月我国天然化妆品市场销售规模分析 51

图表 35 2011-2014年9月我国天然化妆品西部东北地区销售规模分析 51

图表 36 2011-2014年9月我国天然化妆品华北地区销售规模分析 52

图表 37 2011-2014年9月我国天然化妆品华东地区销售规模分析 53

图表 38 2011-2014年9月我国天然化妆品华中地区销售规模分析 53

图表 39 2011-2014年9月我国天然化妆品华南地区销售规模分析 54

图表 40 2011-2014年9月我国天然化妆品西部地区销售规模分析 54

图表 41 2015-2020年我国天然化妆品市场销售规模预测 55

图表 42 2013-2014年9月我国天然化妆品市场价格分析 56

图表 43 2015-2020年我国天然化妆品未来价格走势预测 57

图表 44 市场竞争中产品价格与市场占有率之间的关系示意图 63

图表 45 三元评价模型 66

图表 46 近4年奥玛国际集团总资产周转次数变化情况 79

图表 47 近4年奥玛国际集团固定资产周转次数情况 80

图表 48 近4年奥玛国际集团流动资产周转次数变化情况 80

图表 49 近4年奥玛国际集团销售毛利率变化情况 80

图表 50 近4年奥玛国际集团资产负债率变化情况 81

图表 51 近4年奥玛国际集团产权比率变化情况 81

图表 52 近4年奥玛国际集团已获利息倍数变化情况 82

图表 53 近4年霸王国际（集团）控股有限公司总资产周转次数变化情况 86

图表 54 近4年霸王国际（集团）控股有限公司固定资产周转次数情况 86

图表 55 近4年霸王国际（集团）控股有限公司流动资产周转次数变化情况 87

图表 56 近4年霸王国际（集团）控股有限公司销售毛利率变化情况 87

图表 57 近4年霸王国际（集团）控股有限公司资产负债率变化情况 87

图表 58 近4年霸王国际（集团）控股有限公司产权比率变化情况 88

图表 59 近4年霸王国际（集团）控股有限公司已获利息倍数变化情况 88

图表 60 近4年北京大宝化妆品有限公司总资产周转次数变化情况 90

图表 61 近4年北京大宝化妆品有限公司固定资产周转次数情况 90

图表 62 近4年北京大宝化妆品有限公司流动资产周转次数变化情况 90

图表 63 近4年北京大宝化妆品有限公司销售毛利率变化情况 91

图表 64 近4年北京大宝化妆品有限公司资产负债率变化情况 91

图表 65 近4年北京大宝化妆品有限公司产权比率变化情况 92

图表 66 近4年北京大宝化妆品有限公司已获利息倍数变化情况 92

图表 67 近4年天津郁美净集团有限公司总资产周转次数变化情况 94

图表 68 近4年天津郁美净集团有限公司固定资产周转次数情况 94

图表 69 近4年天津郁美净集团有限公司流动资产周转次数变化情况 95

图表 70 近4年天津郁美净集团有限公司销售毛利率变化情况 95

图表 71 近4年天津郁美净集团有限公司资产负债率变化情况	95
图表 72 近4年天津郁美净集团有限公司产权比率变化情况	96
图表 73 近4年天津郁美净集团有限公司已获利息倍数变化情况	96
图表 74 近4年四川可采实业有限公司总资产周转次数变化情况	98
图表 75 近4年四川可采实业有限公司固定资产周转次数情况	98
图表 76 近4年四川可采实业有限公司流动资产周转次数变化情况	99
图表 77 近4年四川可采实业有限公司销售毛利率变化情况	99
图表 78 近4年四川可采实业有限公司资产负债率变化情况	99
图表 79 近4年四川可采实业有限公司产权比率变化情况	100
图表 80 近4年四川可采实业有限公司已获利息倍数变化情况	100
图表 81 消费者对天然化妆品认知度宏观调查	114
图表 82 天然化妆品消费者对产品功能的关注度	114
图表 83 天然化妆品消费者对产品质量的关注度	115
图表 84 天然化妆品消费者对产品价格的关注度	116
图表 85 天然化妆品消费者对产品外观关注度	116
图表 86 天然化妆品消费者对产品服务关注度	117
图表 87 2015-2020年我国天然化妆品行业发展规模预测	121
图表 88 天然化妆品行业营销模式	126

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1502/057504HSQI.html>