

# 2016-2022年中国美容食品 零售行业市场分析及投资策略咨询报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2016-2022年中国美容食品零售行业市场分析及投资策略咨询报告》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/qtzzh1601/E64775PTW4.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2016-01-14

【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

近几年我国美容食品行业发展速度较快，受益于美容食品行业生产技术不断提高以及下游需求市场不断扩大，美容食品行业在国内和国际市场上发展形势都十分看好。虽然受金融危机影响使得美容食品行业近两年发展速度略有减缓，但随着我国国民经济的快速发展以及国际金融危机的逐渐消退，我国美容食品行业重新迎来良好的发展机遇。

报告目录：

## 第一章2015年美容食品行业相关概述及发展环境分析

### 第一节美容食品行业相关概述

#### 一、美容食品行业定义

#### 二、美容食品行业特征

### 第二节2015年中国宏观经济环境分析

#### 一、中国GDP分析

#### 二、城乡家庭人均可支配收入分析

#### 三、全社会固定资产投资分析

#### 四、进出口总额及增长率分析

#### 五、社会消费品零售总额

#### 六、恩格尔系数分析

### 第三节2013-2015年中国美容食品行业政策分析

#### 一、美容食品行业相关管理部门

#### 二、美容食品行业新政策法规分析

#### 三、美容食品行业标准分析

### 第四节美容食品安全

#### 一、2015年美容食品的新监管

#### 二、设计并制造出安全且创新的美容食品

#### 三、纳米技术在美容食品安全检测中的作用

#### 四、美容食品安全性与风险评价

### 第五节社会环境分析

#### 一、美容、护发、抗衰老食品的研究及创新

#### 二、创新原材料在美容食品中的应用

#### 三、抗氧化美容食品的配方设计要素

四、天然原料在美容食品中的国内外认识差异

五、具有美容功能、保健功能的功能性食品研究

第六节美容食品行业技术环境分析

第二章2013-2015年世界美容食品行业现状及发展趋势预测

第一节世界美容食品行业概述

第二节2013-2015年世界美容食品行业市场格局分析

一、世界美容食品行业市场消费分析

二、世界美容食品行业市场格局分析

第三节2016-2022年世界美容食品行业市场走势预测分析

第三章中国美容食品品牌市场分析

第一节2013-2015年中国美容食品行业进出口量分析

一、2013-2015年中国美容食品行业进口分析

二、2013-2015年中国美容食品行业出口分析

第二节2016-2022年中国美容食品行业进出口市场预测分析

一、2016-2022年中国美容食品行业进口预测

二、2016-2022年中国美容食品行业出口预测

第三节2013-2015年美容食品市场规模分析

第四节2013-2015年中国美容食品行业市场发展综述

一、美容食品市场供给分析

二、美容食品市场需求分析

三、美容食品市场供需特点分析

第五节2013-2015年中国美容食品行业市场运作态势分析

一、美容食品行业市场品牌分析

二、美容食品行业发展趋势分析

第六节2013-2015年我国美容食品区域结构分析

第七节2013-2015年美容食品区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第八节2016-2022年美容食品市场规模预测

第四章2013-2015年我国美容食品行业运行特性分析

第一节美容食品行业经营模式分析

第二节美容食品行业进入壁垒分析

第三节美容食品行业的周期性特征分析

第四节美容食品行业SWOT分析

第五章2015年中国美容食品行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节销售渠道对美容食品行业品牌发展的重要性

第三节美容食品行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商

三、代理商

第四节重点区域市场渠道情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第五节2016-2022年美容食品行业销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节2016-2022年美容食品行业销售渠道策略分析

- 一、直接渠道或间接渠道的营销策略
- 二、长渠道或短渠道的营销策略
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

## 第六章2015年中国美容食品行业品牌竞争格局分析

### 第一节2015年美容食品行业历史竞争格局概况

- 一、美容食品行业集中度分析
- 二、美容食品行业竞争程度分析

### 第二节2015年美容食品行业企业竞争状况分析

- 一、中国外品牌竞争格局
- 二、行业进入壁垒分析
- 三、可替代品威胁分析
- 四、贴牌加工产品市场威胁分析

### 第三节2016-2022年中国美容食品行业品牌竞争格局展望

## 第七章2013-2015年中国美容食品行业品牌需求与消费者偏好研究

### 第一节2013-2015年美容食品产量统计分析

### 第二节2013-2015年美容食品消费量统计分析

### 第三节2013-2015年中国美容食品行业品牌产品平均价格走势分析

### 第四节2015年美容食品产品的品牌市场分析

- 一、品牌认知度
- 二、品牌偏好
- 三、认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、美容食品品牌忠诚度
- 六、美容食品品牌市场占有率
- 七、消费者的消费理念

### 第五节不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

## 第八章2013-2015年我国美容食品行业上下游关联行业分析

第一节2013-2015年中国美容食品行业上游行业发展分析

第二节2013-2015年中国美容食品行业下游行业发展分析

第三节2014-2015年中国美容食品行业上下游行业关联性分析

## 第九章中国美容食品行业优势品牌企业分析

第一节资生堂（中国）投资有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

第二节北京美丽立方保健食品有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

第三节深圳京润珍珠销售有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

第四节PerriconeMD（裴礼康MD）

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

#### 第五节深圳市葛兰素生物科技有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

#### 第六节浙江长生鸟珍珠生物科技有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

#### 第七节屈臣氏集团

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

#### 第八节东方风行（北京）商贸有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

#### 第九节广州肌言堂生物科技有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略



## 第十节沈阳市好助手宠物服务有限公司

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、公司品牌竞争策略

## 第十一节中仁菁萃生物技术（上海）有限公司

- 一、公司及产品概况
- 二、品牌发展历程
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、公司品牌竞争策略

## 第十章2016-2022年中国美容食品行业品牌发展预测

### 第一节2016-2022年美容食品行业品牌市场财务数据预测

- 一、2016-2022年美容食品行业品牌市场规模预测
- 二、2016-2022年美容食品行业总产值预测
- 三、2016-2022年美容食品行业利润总额预测
- 四、2016-2022年美容食品行业总资产预测

### 第二节2016-2022年美容食品行业供需预测

- 一、2016-2022年美容食品产量预测
- 二、2016-2022年美容食品需求预测
- 三、2016-2022年美容食品供需平衡预测
- 五、2016-2022年主要美容食品产品进出口预测

### 第三节2016-2022年美容食品行业投资机会

- 一、主要领域投资机会
- 二、出口市场投资机会
- 三、企业的多元化投资机会

### 第四节影响美容食品行业发展的主要因素

- 一、有利因素分析
- 二、稳定因素分析
- 三、不利因素分析

#### 四、挑战

#### 五、机遇分析

#### 第五节2016-2022年美容食品行业投资前景及控制策略分析

- 一、2016-2022年美容食品行业市场风险及控制策略
- 二、2016-2022年美容食品行业政策风险及控制策略
- 三、2016-2022年美容食品行业经营风险及控制策略
- 四、2016-2022年美容食品行业技术风险及控制策略
- 五、2016-2022年美容食品行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2016-2022年美容食品行业其他风险及控制策略

### 第十一章2016-2022年中国美容食品行业品牌投资价值与投资前景研究分析

#### 第一节2016-2022年中国美容食品行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

- 一、中国生产企业投资运作模式
- 二、中国营销企业投资运作模式

#### 第二节美容食品行业发展的PEST分析

- 一、政治和法律环境分析
- 二、经济发展环境分析
- 三、社会、文化与自然环境分析
- 四、技术发展环境分析

#### 第三节美容食品行业投资价值分析

- 一、2016-2022年美容食品市场趋势总结
- 二、2016-2022年美容食品发展趋势分析
- 三、2016-2022年美容食品市场发展空间
- 四、2016-2022年美容食品行业政策趋向
- 五、2016-2022年美容食品技术革新趋势
- 六、2016-2022年美容食品价格走势分析

#### 第四节美容食品行业投资前景研究分析

- 一、重点投资品种分析
- 二、重点投资地区分析
- 三、项目投资建议
  - 1、投资额度建议
  - 2、技术性风险建议

### 3、项目可行性分析

#### 第十二章2016-2022年中国美容食品企业经营战略建议

##### 第一节2015年美容食品行业企业的标杆管理

###### 一、中国企业的经验借鉴

###### 二、国外企业的经验借鉴

##### 第二节2015年美容食品行业企业的资本运作模式

###### 一、美容食品行业企业中国资本市场的运作建议

###### 二、美容食品行业企业海外资本市场的运作建议

##### 第三节2015年美容食品行业企业营销模式建议

###### 一、美容食品行业企业的中国营销模式建议

###### 二、美容食品行业企业海外营销模式建议

##### 第四节2016-2022年美容食品市场的重点客户战略实施

###### 一、实施重点客户战略的必要性

###### 二、合理确立重点客户

###### 三、对重点客户的营销策略

#### 图表目录：

图表：2013-2015年美容食品市场规模变化

图表：2013-2015年美容食品市场规模变化图

图表：2015年美容食品市场产量区域分布图

图表：2015年美容食品市场产量区域分布图

图表：2013-2015年东北地区美容食品销售收入变化

图表：2013-2015年华北地区美容食品销售收入变化

图表：2013-2015年华东地区美容食品销售收入变化

图表：2013-2015年华中地区美容食品销售收入变化

图表：2013-2015年华南地区美容食品销售收入变化

图表：2013-2015年西部地区美容食品销售收入

图表：2016-2022年美容食品市场规模预测图

图表：2013-2015年美容食品产量变化

图表：2013-2015年美容食品产量变化图

图表：2013-2015年美容食品消费量变化

图表：美容食品产品采购人员年龄调查

图表：2015年不同地区客户消费特征调查

图表：2015年消费者对美容食品品牌认知度调查

图表：2015年消费者对美容食品的品牌偏好调查

图表：2015年消费者对美容食品的品牌偏好调查

图表：2015年消费者对美容食品品牌的首要认知渠道调查

图表：2015年份消费者经常买的美容食品品牌调查

图表：2015年份消费者经常买的品牌调查

图表：2015年消费者品牌忠诚度调查

图表：2015年消费者品牌忠诚度调查

图表：2015年美容食品市场占有率

图表：2015年美容食品消费者性别比例调查分析

图表：消费者升级美容食品的频率分析

图表：美容食品消费者产品价格认同情况调查分析

略&hellip;&hellip;

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/qtzzh1601/E64775PTW4.html>