

2018-2024年中国化妆品OEM行业市场深度调查 评估及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国化妆品OEM行业市场深度调查评估及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/345813.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

报告目录：

第一章 研究概述 1

第一节 研究背景 1

第二节 研究内容 1

第三节 研究方法 1

第四节 研究团队 2

第五节 研究结论 2

第二章 化妆品OEM企业兼并重组背景分析 4

第一节 化妆品OEM行业兼并重组意义 4

第二节 化妆品OEM行业兼并重组背景分析 4

第三节 化妆品OEM企业兼并重组特点分析及整体趋势分析 5

第四节 化妆品OEM行业兼并重组方式分析 5

第五节 化妆品OEM行业兼并重组一般程序分析 6

第六节 化妆品OEM行业兼并重组趋势分析 7

第七节 化妆品OEM企业兼并重组的障碍 7

一、政策障碍 7

二、组织结构障碍 8

三、资金障碍 9

四、技术障碍 10

第三章 化妆品OEM企业兼并重组案例分析 12

第一节 国外化妆品OEM企业兼并重组案例分析 12

一、兼并重组背景与动机 12

二、兼并重组过程分析 13

三、兼并重组案例特点分析 18

四、兼并重组方案与成败经验分析 20

五、兼并重组核心价值与整合战略分析 22

第二节 国内化妆品OEM企业兼并重组案例分析 24

一、兼并重组背景与动机 24

二、兼并重组过程分析 24

三、兼并重组案例特点分析 30

四、兼并重组方案与成败经验分析 36

五、兼并重组核心价值与整合战略分析 38

第三节 国内化妆品OEM企业兼并重组主体竞争力分析 41

一、发展现状 41

二、投资趋势 42

三、投资区域 42

四、投资特点 44

五、投资产品结构 45

六、市场表现 46

第四章 2012-2017年化妆品OEM行业总体发展状况 51

第一节 化妆品OEM行业特性分析 51

第二节 化妆品OEM产业特征与行业重要性 54

第三节 2012-2017年化妆品OEM行业发展分析 56

一、2012-2017年化妆品OEM行业发展态势分析 56

二、2012-2017年化妆品OEM行业发展特点分析 58

三、2012-2017区域产业布局与产业转移 60

第四节 2012-2017年化妆品OEM行业规模情况分析 67

一、行业单位规模情况分析 67

二、行业人员规模状况分析 67

三、行业资产规模状况分析 68

四、行业市场规模状况分析 68

第五节 2012-2017年化妆品OEM行业财务能力分析 68

一、行业盈利能力分析与预测 68

二、行业偿债能力分析与预测 68

三、行业营运能力分析与预测 69

四、行业发展能力分析与预测 69

第五章 我国化妆品OEM行业运行分析 70

第一节 我国化妆品OEM行业发展状况分析 70

一、我国化妆品OEM行业发展阶段 70

二、我国化妆品OEM行业发展总体概况 71

三、我国化妆品OEM行业发展特点分析 74

四、我国化妆品OEM行业商业模式分析 77

第二节 2012-2017年化妆品OEM行业发展现状 80

一、2012-2017年我国化妆品OEM行业市场规模 80

二、2012-2017年我国化妆品OEM行业发展分析 80

三、2012-2017年中国化妆品OEM企业发展分析 82

第三节 2012-2017年化妆品OEM市场情况分析 84

一、2012-2017年中国化妆品OEM市场总体概况 84

二、2012-2017年中国化妆品OEM市场发展分析 87

第四节 我国化妆品OEM市场价格走势分析 89

一、化妆品OEM市场定价机制组成 89

二、化妆品OEM市场价格影响因素 90

第六章 2018-2024我国化妆品OEM市场供需形势分析 94

第一节 我国化妆品OEM市场供需分析 94

一、2012-2017年我国化妆品OEM行业供给情况 94

1、我国化妆品OEM行业供给分析 94

2、重点企业供给及占有份额 94

二、2012-2017年我国化妆品OEM行业需求情况 94

1、化妆品OEM行业需求市场 94

2、化妆品OEM行业客户结构 94

3、化妆品OEM行业需求的地区差异 95

三、2012-2017年我国化妆品OEM行业供需平衡分析 95

第二节 化妆品OEM产品（服务）市场应用及需求预测 96

一、化妆品OEM产品（服务）应用市场总体需求分析 96

1、化妆品OEM产品（服务）应用市场需求特征 96

2、化妆品OEM产品（服务）应用市场需求总规模 96

二、2018-2024化妆品OEM行业领域需求量预测 96

1、2018-2024化妆品OEM行业领域需求产品（服务）功能预测 96

2、2018-2024化妆品OEM行业领域需求产品（服务）市场格局预测 97

三、重点行业化妆品OEM产品（服务）需求分析预测 98

第七章 化妆品OEM行业并购市场分析 102

第一节 2012-2017年并购市场综述 102

一、2012-2017年并购市场回顾 102

二、2012-2017年海外并购分析 103

三、2012-2017年中国并购市场监测 103

第二节 2018-2024年并购市场发展前景预测 104

一、2018-2024年并购市场前景分析 104

- 二、2018-2024年并购基金市场前景分析 106
- 三、2018-2024年民营企业海外并购前景分析 110
- 第三节 2018-2024年并购市场发展趋势预测 112
 - 一、2018-2024年后并购时代的市场趋势 112
 - 二、2018-2024年中国企业并购发展趋势 115
 - 三、2018-2024年外资并购发展趋势预测 117

第八章 化妆品OEM行业区域性兼并重组机会分析 121

- 第一节 环渤海经济区 121
 - 一、化妆品OEM行业发展特征与竞争力分析 121
 - 二、化妆品OEM行业兼并重组可行性与趋势分析 124
- 第二节 长三角经济区 125
 - 一、化妆品OEM行业发展特征与竞争力分析 125
 - 二、化妆品OEM行业兼并重组可行性与趋势分析 127
- 第三节 珠三角经济区 131
 - 一、化妆品OEM行业发展特征与竞争力分析 131
 - 二、化妆品OEM行业兼并重组可行性与趋势分析 136
- 第三节 新兴地区 138
 - 一、化妆品OEM行业发展特征与竞争力分析 138
 - 二、化妆品OEM行业兼并重组可行性与趋势分析 141

第九章 化妆品OEM行业产业链兼并重组机会分析 143

- 第一节 化妆品OEM企业与上下游企业兼并重组背景分析 143
- 第二节 化妆品OEM企业与上下游企业兼并重组案例分析 156
- 第三节 化妆品OEM企业与上下游企业兼并重组趋势分析 158
- 第四节 化妆品OEM企业与上下游企业兼并重组机会分析 158
- 第五节 化妆品OEM企业与其他行业兼并重组机会分析 158

第十章 化妆品OEM行业规模性兼并重组机会分析 161

- 第一节 大型规模企业兼并重组机会分析 161
- 第二节 中小型规模企业兼并重组机会分析 161

第十一章 目标公司调查基本流程 162

- 第一节 大型规模企业兼并重组机会分析 162
- 第二节 中小规模企业兼并重组机会分析 162

第十二章 目标公司调查基本流程 163

第一节 被调查对象主体资格 163

第二节 资产、负债、所有者权益 164

第三节 重大合同 165

第四节 诉讼及行政处罚情况 165

第五节 保险 165

第六节 职工 165

第七节 税务 166

第八节 环保 166

第九节 外汇 166

第十节 财政 166

第十一节 经营存在的问题 166

第十二节 调查结论 167

第十三章 项目并购重组研究 168

第一节 化妆品OEM项目投资环境分析 168

第二节 化妆品OEM行业竞争格局分析 188

第三节 化妆品OEM行业财务指标分析参考 190

第四节 化妆品OEM行业市场分析与项目投入规模 191

第五节 项目所属的细分市场的市场现状、未来市场空间 192

第六节 项目应用技术方案 195

第七节 目标企业经营状况及经营运作上存在的主要问题 200

第八节 项目运作后的价值预估、成长预期 200

第九节 投资估算与资金筹措 202

第十节 财务与敏感性分析 211

第十一节 收购项目的价值及风险分析 214

第十二节 化妆品OEM行业及项目发展趋势预测 214

第十三节 项目调整所需的主要整改措施、投入 215

第十四节 收购成功所需注意的关键要点 216

第十五节 并购项目研究结论与建议 217

第十四章 中国化妆品OEM行业兼并重组风险分析 219

第一节 资产重组风险分析 219

第二节 品牌组合风险分析 222

第三节 技术变动风险分析 225

第四节 生产整合风险分析 225

第五节 人事变动情况分析 226

第六节 企业管理情况分析 227

第七节 销售管理情况分析 227

第八节 企业文化情况分析 227

第九节 企业战略情况分析 228

第十五章 化妆品OEM企业兼并重组中的竞争战略分析 230

第一节 差异化战略分析 230

第二节 成本领先战略分析 231

第三节 市场集中战略分析 233

第四节 并购策略研究 236

一、企业并购注意的问题研究 236

二、企业并购决策的基本原则 238

三、目标公司分析 239

四、目标公司价值估算 242

第五节 企业并购发展策略分析 244

一、企业并购资金的筹集策略 244

二、企业并购后的整合策略 247

三、并购建议 249

第六节 行业竞争结构分析 250

一、现有企业间竞争 250

二、潜在进入者分析 251

三、替代品威胁分析 252

四、供应商议价能力 252

五、客户议价能力 253

第七节 行业集中度分析 254

一、市场集中度分析 254

二、企业集中度分析 254

三、区域集中度分析 254

四、品牌集中度分析 255

第八节 中国化妆品OEM行业竞争格局综述 255

一、化妆品OEM行业集中度 255

二、化妆品OEM行业竞争程度 255

三、化妆品OEM行业竞争格局 256

第九节 中国化妆品OEM行业竞争分析及预测 258

一、化妆品OEM市场竞争情况分析 258

二、化妆品OEM市场竞争形势分析 259

三、集中度分析及预测 260

四、SWOT分析及预测 261

五、进入退出状况分析及预测 263

六、生命周期分析及预测 264

第十六章 新形势下并购财务操作及资产评估处理 269

第一节 目标企业价值评估的必要性以及存在的问题 269

一、目标企业价值评估的必要性 269

二、中国目标企业价值评估存在的问题 270

第二节 国内外企业并购中目标企业价值评估理论与方法述评 272

一、国外企业并购中目标企业价值评估理论与方法述评 272

二、国内企业并购中目标企业价值评估理论与方法研究述评 274

第三节 并购及其对目标企业价值的影响 276

一、企业并购及其效应的产生 276

二、协同效应及其对目标企业价值的影响 282

第四节 目标企业价值的识别 286

一、目标企业价值识别的内容和范围 286

二、目标企业价值识别的步骤 288

第五节 目标企业价值影响因素的分析 289

一、影响目标企业价值的外部因素 289

二、影响目标企业价值的内部诸因素 289

第六节 目标企业价值评估中成本法的运用 289

一、运用成本法对目标企业价值的评估 289

二、成本法评估并购中目标企业价值的优、缺点分析 290

第七节 目标企业价值评估中市场法的运用 291

一、市场法的两种具体方法 291

二、运用市场法对目标企业价值评估的局限性 292

第八节 目标企业价值评估中收益法的运用 293

一、运用收益法时参数的估算 293

二、运用收益法对目标企业价值评估应注意的问题 295

第九节 目标企业价值评估中实物期权法的运用 296

- 一、知识经济和实物期权法 296
- 二、运用实物期权法对目标企业价值评估的可行性分析 297
- 三、实物期权法在目标企业价值评估中的具体应用 298
- 第十节 目标企业价值评估方法的比较与选择 299
 - 一、各种评估方法运用条件的比较 299
 - 二、评估方法的选择 302

第十七章化妆品OEM行业兼并重组建议 304

第一节 买方建议 304

第二节 卖方建议 304

第三节 研究结论 305

图表目录：

- 图表：化妆品产业的市场结构 9
- 图表：兼并重组过程中尽职调查应关注的重点内容（1） 21
- 图表：兼并重组过程中尽职调查应关注的重点内容（2） 21
- 图表：兼并重组过程中尽职调查应关注的重点内容（1） 37
- 图表：兼并重组过程中尽职调查应关注的重点内容（2） 38
- 图表：2017年化妆品OEM总资产 42
- 图表：2017年化妆品OEM企业数量 67
- 图表：2017年化妆品OEM从业人员数 67
- 图表：2017年化妆品OEM总资产 68
- 图表：2017年化妆品OEM产值 68
- 图表：2013-2017年化妆品OEM等化妆品制造盈利能力 68
- 图表：2013-2017年化妆品OEM等化妆品制造偿债能力 68
- 图表：2013-2017年化妆品OEM等化妆品制造运营能力 69
- 图表：2013-2017年化妆品OEM等化妆品制造成长能力 69
- 图表：化妆品OEM产业链 71
- 图表：化妆品原料厂家地区分布 72
- 图表：化妆品原料厂家企业规模分布 72
- 图表：化妆品原料分销商地区分布 73
- 图表：化妆品原料分销商企业规模分布 73
- 图表：化妆品OEM厂商地区分布 74
- 图表：化妆品OEM厂商企业规模分布 74
- 图表：2017年化妆品OEM市场规模 80
- 图表：2017年化妆品OEM供给预测 94

图表：2017年化妆品OEM需求 94

图表：2017年化妆品OEM销量区域结构分析 95

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/345813.html>