

中国美妆集合店行业发展深度分析与投资前景预测报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国美妆集合店行业发展深度分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202401/690130.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

1、颜值经济+政策导向，化妆品行业市场规模稳步增长

“十四五”规划明确中国品牌创建行动，提出保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费领域培育出属于中国高端品牌，化妆品行业未来发展前景可期。根据数据显示，2021年中国化妆品行业市场规模达4553亿元，同比增长15.0%，位居全球第二，预计2023年市场规模将突破5000亿元。

数据来源：观研天下整理

我国及部分省市美妆集合店行业相关政策	层级	发布时间	发布部门	政策名称	主要内容
鼓励化妆品生产经营者采用先进技术和先进管理规范，提高化妆品质量安全水平。	国家级	2021年12月	国家药监局等8部门	“十四五”国家药品安全及促进高质量发展规划	国家级
深入开展无菌植入性医疗器械监督检查、化妆品“线上净网、线下清源”等专项整治行动，切实规范药品、医疗器械、化妆品市场秩序。	国家级	2021年12月	国务院	“十四五”市场监管现代化规划	国家级
关于推动轻工业高质量发展的指导意见 强化品牌培育服务，培育会展、设计大赛等品牌建设交流展示平台，在家用电器、皮革、五金制品、钟表、自行车、家具、化妆品、洗涤用品、乳制品、酿酒、功能性食品等领域培育一批国际知名品牌。	国家级	2022年6月	工业和信息化部、人力资源社会保障部等部门	关于推动轻工业高质量发展的指导意见	国家级
上海市建设国际消费中心城市实施方案 发展零售自有品牌。打造零售企业自有品牌示范项目，支持大型连锁商业企业和电商平台实施自有品牌战略，依托大数据精准发掘消费需求，提升商品管控能力，运用先进生产工艺，提升自有品牌产品品质。	省级	2021年8月	上海市	上海市建设国际消费中心城市实施方案	省级
湖南省“十四五”商务和开放型经济发展规划 设立“一国一品一馆”展销馆，开展保税展示交易和线下零售。	省级	2021年9月	湖南省	湖南省“十四五”商务和开放型经济发展规划	省级
黑龙江省“十四五”生物经济发展规划 积极引入重点企业，打造日用、农膜、包装、纺织等可降解材料产业链和美妆、医药、食品等亲和性优异生物基材料产业链，推动形成集聚效应，促进生产成本降低和产品绿色化。	省级	2022年3月	黑龙江省	黑龙江省“十四五”生物经济发展规划	省级
云南省“十四五”文化和旅游发展规划积极发展化妆品、口腔清洁用品、香料香精等日化品产业，积极开发特色旅游食品和旅游日用品	省级	2022年5月	云南省	云南省“十四五”文化和旅游发展规划	省级
关于支持美丽健康产业高质量发展的若干措施 支持消费供给提质升级，鼓励国内外美妆知名品牌首店、旗舰店、创新概念店、线下场景体验店等在京新设法人主体。	省级	2023年9月	北京市	关于支持美丽健康产业高质量发展的若干措施	省级

资料来源：观研天下整理

2、美妆集合店行业整体规模稳步增长，新型美妆集合店占比提升

美妆集合店是一种集多品类、多品牌化妆产品于一店的线下零售业态，在店内为终端消费者提供包括彩妆、护肤品、个人护理、香水、防晒用品、化妆仪器工具等在内的产品陈列、体验和售后服务。数据显示，2020年，我国美妆集合店行业市场规模为419亿元，其中新型美

妆集合店占比达到7.6%。随着新型美妆集合店行业由萌芽期向稳定发展期过渡，其市场份额占比有望于2023年提升至15.8%，市场规模将达到130亿元。

数据来源：观研天下整理

具体从市场来看，当前我国市场上美妆集合店品牌主要有屈臣氏、丝芙兰、娇兰佳人、调色师、WOW COLOUR和妍丽等品牌，其中传统的美妆集合店主要是屈臣氏、丝芙兰和娇兰佳人等。随着这些年美妆集合店发展，我国市场也出现了调色师、WOW COLOUR等新型的新型美妆集合店，而这些新型美妆集合店的涌入也对传统美妆集合店造成了较大冲击。但整体来看，目前我国美妆集合店市场主要还是以屈臣氏、丝芙兰等传统美妆集合店品牌为主，在门店数量方面屈臣氏店铺数量最多。

我国美妆集合店行业知名品牌情况

品牌简称

成立时间

所属国家

竞争优势

屈臣氏

1841年

中国

规模优势：屈臣氏为屈臣氏集团旗下零售品牌，业务遍布15个亚洲及欧洲市场，经营超过8,000家店铺，其中超过1,500家提供专业药房服务。

品牌优势：屈臣氏在质量与创新方面建立了相当声誉，为顾客奉上令人惊喜不断和物超所值的购物环境，从而赢得顾客高度信赖。

丝芙兰

1969年

法国

产品优势：是全球知名彩妆护肤零售商,集合雅诗兰黛、兰蔻、纪梵希、娇兰、香奈儿、迪奥等近百个国际彩妆、护肤品牌,超五千款产品，从护肤、美容、香水到美妆护肤工具此外旗下还拥有同名自营品牌。

规模优势：丝芙兰在全球拥有超过1000家门店，途径遍布巴黎、米兰、罗马、马德里、巴塞罗那、华沙、里斯本、雅典、纽约、洛杉矶、旧金山、迈阿密等超过28个国家的国际化都市

娇兰佳人

2005年

中国

产品优势：品牌门店差萃了欧莱雅、资生堂、玉兰油、百雀羚、JM.寇斯订wis.纽西之谜等

大众喜爱的知名化妆品品牌。娇兰佳人还拥有植物日记、minilab、REC、贝肤泉、艾伊派、柏蕊诗、美肌、珂思蔻、瓷律等一批时尚、优质、平价的自有供应品牌。。

规模优势：截至2022年12月31日，娇兰佳人在广州、北京、成都、重庆、西安、沈阳、杭州、长沙、南宁、兰州、西宁、昆明、贵阳、郑州、南京、天津、石家庄、包头、南昌、海口、拉萨、新疆等100多个一二线城市的中心商圈、区域商圈、社区及学校周边开出近2000家门店。

调色师

2019年

中国

资质优势：「THE COLORIST调色师」门店面积从100至400平方不等，通过标志性的色系视觉陈列、震撼的规模集合、迅速席卷中国美妆市场，被誉为彩妆赛道的最大黑马，荣获商业地产及新零售领域多个重大奖项。

发展优势：调色师是KK集团推出的美妆潮流零售品牌，也是目前国内最受关注的美妆集合品牌之一，历经近两年内部筹备，2019年在广州、深圳两地落地双首店，旋即火遍中国。

WOW COLOUR

-

中国

产品优势：汇集颜值彩妆、国际知名护肤以及海外小众品牌形成一个品牌齐全、体验丰富、高低端兼顾的超大美妆集合店。

规模优势：2020年开店600

间，创立半年已进驻全国多个一线商圈开店近300间、签约600间。

妍丽

2014年

中国

规模优势：目前，妍丽与华润置地、万达集团、太古地产、大悦城等十几家优秀的商业地产达成了长期战略合作，先后在华南、华中、华北、西南、西北、东北等地区各大一线城市核心商业圈开设多家直营分店。

产品优势：妍丽旗下经营的品牌，除意大利GUCCI、日本SK-II、ICEGG、法国LANCÔME等国际知名品牌之外，还有特色专业线国际大品牌：瑞士VALMONT、La Villosa、法国Dr Sebagh、FILORGA、冰岛BIOEFFECT及德国ARTDECO等。

资料来源：公司资料、观研天下整理

3、美妆集合店玩家屡获资本青睐，行业已进入跑马圈地阶段

凭借对年轻消费者的较强吸引力成为各大商圈的“流量收割机”，美妆集合店行业获得资本高度关注，近年融资频繁。其中，调色师、话梅和WOWCOLOUR已获得多轮融资，融资规模

均达数亿元，美妆集合店行业已进入跑马圈地阶段。

我国美妆集合店行业融资情况

公司

融资时间

融资轮次

融资金额

投资方

KK集团(调色师)

2019/03/12

C轮

4亿人民币

eWTP科技创新基金、经纬中国、深创投、五岳资本等

2019/10/23

D轮

1亿美元

eWTP科技创新基金、经纬中国、五岳资本等

2020/07/02

E轮

10亿人民币

CMC资本、黑蚁资本、经纬中国等

2021/07/06

F轮

3亿美元

京东、CMC资本、中信证券、嘉实基金等

话梅

2019/12/06

A轮

5亿人民币

高瓴资本、五岳资本

2020/11/20

A+轮

未披露

钟鼎创投、黑蚁资本

WOW COLOUR

2019/11/05

天使轮

未披露

高瓴资本、腾讯

2020/01/04

战略投资

10亿人民币

赛曼投资

2021/03/08

A轮

5亿人民币

创新工场、IDG资本、瑞橡资本、浙民投

NOISYBeauty

2020/02/27

Pre-A轮

1000万人民币

真格基金、复兴锐正

喜燃

2020/12/25

天使轮

未披露

高榕资本、金沙江创投

黑洞

2020/12/26

天使轮

数千万人民币

高瓴创投、腾讯

ONLYWRITE

2021/03/18

天使轮

数千万人民币

嘉御基金

资料来源：观研天下整理

4、国货美妆品牌持续输出，本土美妆集合店崛起

近年来，在国潮风盛行之下，众多新锐品牌凭借产品创新与多元化的营销模式打开市场，国货美妆品牌持续输出，以珀莱雅为代表的美妆企业线上销量甚至超过国际大牌，这也让主打

国货产品的本土美妆集合店占领上风。数据显示，2023年，国货美妆销售额同比增长21.2%，市场份额达50.4%，首次超过外资化妆品品牌。

数据来源：观研天下整理

国货美妆品牌优势

资料来源：观研天下整理

5、多个美妆集合店品牌主动拥抱国货

国产美妆集合店汇集更多高性价比的国货美妆品牌，集合品类更多，更新速度较快，圈粉不少“Z世代”消费者。在品牌方面，丝芙兰等国际品牌较高的入驻门槛，而国货品牌从产品包装再到成分，再到所传达价值观和定价，都比国外品牌适合国产美妆集合店。不过，随着国货美妆品牌迅速崛起，在部分渠道赶超欧美大牌，KKV、WOW

COLOUR、调色师等本土美妆集合店加速扩张步伐，丝芙兰等国际品牌受到冲击。

因此，在本土集合店围追堵截的背景下，不少国际美妆集合店品牌主动拥抱国货。2022年6月，丝芙兰正式推出“就耀中国造”中国品牌发光计划，以期在3年内扶持5个本土品牌成为销量过亿的高端美妆代表。CHA LING茶灵、WEI蔚蓝之美、MAOGEPING·LIGHT毛戈平·光韵、相宜本草等多个本土品牌都与丝芙兰达成产品线的合作。2023年1月，国产香氛品牌M AISON de S.I.T.E入驻丝芙兰，这也是*进驻丝芙兰的中国香氛品牌。

那么本土企业该如何面对呢？国产美妆集合店可以按玩家背景、品牌定位和门店面积等维度进行划分。在玩家背景上，可分为独立新创品牌、零售品牌孵化及百货商场孵化；在品牌定位和门店面积上，定位于高端小众的品牌门店主要为大型店，而定位于高性价比和下沉市场的玩家则以经营中型门店为主。(WYD、XD)

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国美妆集合店行业发展深度分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国美妆集合店行业发展概述

第一节美妆集合店行业发展情况概述

一、美妆集合店行业相关定义

二、美妆集合店特点分析

三、美妆集合店行业基本情况介绍

四、美妆集合店行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、美妆集合店行业需求主体分析

第二节中国美妆集合店行业生命周期分析

一、美妆集合店行业生命周期理论概述

二、美妆集合店行业所属的生命周期分析

第三节美妆集合店行业经济指标分析

一、美妆集合店行业的赢利性分析

二、美妆集合店行业的经济周期分析

三、美妆集合店行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球美妆集合店行业市场发展现状分析

第一节全球美妆集合店行业发展历程回顾

第二节全球美妆集合店行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲美妆集合店行业地区市场分析

一、亚洲美妆集合店行业市场现状分析

二、亚洲美妆集合店行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲美妆集合店行业市场前景分析

第四节北美美妆集合店行业地区市场分析

一、北美美妆集合店行业市场现状分析

二、北美美妆集合店行业市场规模与市场需求分析

三、北美美妆集合店行业市场前景分析

第五节欧洲美妆集合店行业地区市场分析

一、欧洲美妆集合店行业市场现状分析

二、欧洲美妆集合店行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲美妆集合店行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界美妆集合店行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球美妆集合店行业市场规模预测

第三章 中国美妆集合店行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对美妆集合店行业的影响分析

第三节中国美妆集合店行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对美妆集合店行业的影响分析

第五节中国美妆集合店行业产业社会环境分析

第四章 中国美妆集合店行业运行情况

第一节中国美妆集合店行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国美妆集合店行业市场规模分析

一、影响中国美妆集合店行业市场规模的因素

二、中国美妆集合店行业市场规模

三、中国美妆集合店行业市场规模解析

第三节中国美妆集合店行业供应情况分析

一、中国美妆集合店行业供应规模

二、中国美妆集合店行业供应特点

第四节中国美妆集合店行业需求情况分析

一、中国美妆集合店行业需求规模

二、中国美妆集合店行业需求特点

第五节中国美妆集合店行业供需平衡分析

第五章 中国美妆集合店行业产业链和细分市场分析

第一节中国美妆集合店行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、美妆集合店行业产业链图解

第二节中国美妆集合店行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对美妆集合店行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对美妆集合店行业的影响分析

第三节我国美妆集合店行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国美妆集合店行业市场竞争分析

第一节中国美妆集合店行业竞争现状分析

- 一、中国美妆集合店行业竞争格局分析
- 二、中国美妆集合店行业主要品牌分析

第二节中国美妆集合店行业集中度分析

- 一、中国美妆集合店行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国美妆集合店行业市场集中度分析

第三节中国美妆集合店行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国美妆集合店行业模型分析

第一节中国美妆集合店行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国美妆集合店行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会

五、行业威胁

六、中国美妆集合店行业SWOT分析结论

第三节中国美妆集合店行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国美妆集合店行业需求特点与动态分析

第一节中国美妆集合店行业市场动态情况

第二节中国美妆集合店行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节美妆集合店行业成本结构分析

第四节美妆集合店行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国美妆集合店行业价格现状分析

第六节中国美妆集合店行业平均价格走势预测

一、中国美妆集合店行业平均价格趋势分析

二、中国美妆集合店行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国美妆集合店行业所属行业运行数据监测

第一节中国美妆集合店行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国美妆集合店行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国美妆集合店行业所属行业财务指标分析

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

第十章 2019-2023年中国美妆集合店行业区域市场现状分析

第一节中国美妆集合店行业区域市场规模分析

一、影响美妆集合店行业区域市场分布的因素

二、中国美妆集合店行业区域市场分布

第二节中国华东地区美妆集合店行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区美妆集合店行业市场分析

(1) 华东地区美妆集合店行业市场规模

(2) 华南地区美妆集合店行业市场现状

(3) 华东地区美妆集合店行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区美妆集合店行业市场分析

(1) 华中地区美妆集合店行业市场规模

(2) 华中地区美妆集合店行业市场现状

(3) 华中地区美妆集合店行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区美妆集合店行业市场分析

(1) 华南地区美妆集合店行业市场规模

(2) 华南地区美妆集合店行业市场现状

(3) 华南地区美妆集合店行业市场规模预测

第五节华北地区美妆集合店行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区美妆集合店行业市场分析

- (1) 华北地区美妆集合店行业市场规模
- (2) 华北地区美妆集合店行业市场现状
- (3) 华北地区美妆集合店行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区美妆集合店行业市场分析

- (1) 东北地区美妆集合店行业市场规模
- (2) 东北地区美妆集合店行业市场现状
- (3) 东北地区美妆集合店行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区美妆集合店行业市场分析

- (1) 西南地区美妆集合店行业市场规模
- (2) 西南地区美妆集合店行业市场现状
- (3) 西南地区美妆集合店行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区美妆集合店行业市场分析

- (1) 西北地区美妆集合店行业市场规模
- (2) 西北地区美妆集合店行业市场现状
- (3) 西北地区美妆集合店行业市场规模预测

第十一章 美妆集合店行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国美妆集合店行业发展前景分析与预测

第一节中国美妆集合店行业未来发展前景分析

一、美妆集合店行业国内投资环境分析

二、中国美妆集合店行业市场机会分析

三、中国美妆集合店行业投资增速预测

第二节中国美妆集合店行业未来发展趋势预测

第三节中国美妆集合店行业规模发展预测

一、中国美妆集合店行业市场规模预测

二、中国美妆集合店行业市场规模增速预测

三、中国美妆集合店行业产值规模预测

四、中国美妆集合店行业产值增速预测

五、中国美妆集合店行业供需情况预测

第四节中国美妆集合店行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国美妆集合店行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国美妆集合店行业进入壁垒分析

一、美妆集合店行业资金壁垒分析

二、美妆集合店行业技术壁垒分析

三、美妆集合店行业人才壁垒分析

四、美妆集合店行业品牌壁垒分析

五、美妆集合店行业其他壁垒分析

第二节美妆集合店行业风险分析

- 一、美妆集合店行业宏观环境风险
- 二、美妆集合店行业技术风险
- 三、美妆集合店行业竞争风险
- 四、美妆集合店行业其他风险

第三节中国美妆集合店行业存在的问题

第四节中国美妆集合店行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国美妆集合店行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国美妆集合店行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国美妆集合店行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节美妆集合店行业营销策略分析

- 一、美妆集合店行业产品策略
- 二、美妆集合店行业定价策略
- 三、美妆集合店行业渠道策略
- 四、美妆集合店行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202401/690130.html>