

中国美妆行业发展趋势分析与未来前景研究报告 (2023-2030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《中国美妆行业发展趋势分析与未来前景研究报告（2023-2030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/202309/660164.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

当前我国美妆行业上市企业主要有丸美股份、丽人丽妆、上海家化、珀莱雅、水羊股份、逸仙电商等。其中这些美妆企业品牌优势非常显著，例如珀莱雅旗下拥有“珀莱雅”、“优资莱”、“悠雅”、“韩雅”、“猫语玫瑰”、“悦芙媞”等品牌。

我国美妆行业上市企业

公司简称

成立时间

上市时间

竞争优势

丸美股份

2002-04-02

2019-07-25

品牌优势：丸美成为国内有一定竞争和影响力的眼部肌肤护理品牌,获得了包括“驰名商标”、广东省著名商标、中国广告长城奖知名品牌奖、广东省美容化妆品业最具影响力企业、“眼部护理大师”荣誉称号等多项荣誉。此外,全球知名时尚集团LVMH旗下LCapital对公司进行投资,为公司带来了品牌管理和市场推广经验,助力公司品牌价值的提升。

营销渠道优势：公司借助庞大的终端网点充分收集消费者的实际需求,进行有针对性的产品开发,前述网点分布情况与公司产品主要参与二、三线及以下城市市场竞争相符,能显著提升公司产品的市场竞争力,使得公司具备将产品快速传送至各需求旺盛区域的能力。

丽人丽妆

2010-05-27

2020-09-29

作品牌基础广泛,先发优势及规模效应显著优势：公司深耕化妆品网络零售服务领域十余年,合作品牌60余个,覆盖了各个美妆细分品类以及欧美日韩等国家类别。合作过程中,公司形成了对品牌的深刻理解、对消费行为的全面洞察,并以强大的电商数据分析能力,推动合作品牌与公司自身长期持续的业绩增长。

上海家化

1995-12-01

2001-03-15

研发创新：上海家化研发秉承以消费者为中心,依托全流程的项目管理和整链式研发模式,用匠心打造致美的产品和服务。从基础研究、应用创新以及产品价值塑造三个维度实现科技赋能。报告期内,新提交82项专利申请,同比增长68%,其中发明36项(其中5项PCT国际专利),8项实用新型、38项外观设计;截至报告期末,授权有效专利374项,其中发明89项,实用新型20项,外观设计265项。期内在行业主流期刊上发表21篇论文。

珀莱雅

2006-05-24

2017-11-15

品牌优势：公司产品整体定位于自然、纯净、有效,以海洋和植物护肤为主要理念。公司目前旗下拥有“珀莱雅”、“优资莱”、“悠雅”、“韩雅”、“猫语玫瑰”、“悦芙媿”等品牌,产品覆盖护肤品、彩妆、清洁洗护、香薰等多个领域,不同品牌产品针对群体广泛,适合不同年龄阶层和消费群体,形成多品牌差异化发展。

营销渠道优势：目前公司已在全国设有七个销售大区,与400余家经销商建立合作关系,覆盖30多个省级行政区,形成了全国性的销售网络。截至报告期末,公司旗下主品牌“珀莱雅”覆盖销售终端13,000余家,其中日化专营店占90%左右。通过有序开发和精细化管理,公司在线下渠道建设方面打下了坚实基础。

生产优势：从生产方式来看,化妆品企业主要通过自主生产、委托其他厂家生产或者两者相结合的模式进行生产。

水羊股份

2012-11-01

2018-02-08

多业务布局优势：秉承“让人类享受肌肤之美”的企业使命,致力于成为全球十大美妆企业,多年来公司已形成以自有品牌为核心,自有品牌加代理品牌双业务驱动的业务布局。

研发技术优势：公司重视产品研发,坚持技术创新,深耕产品研发和专业领域,先后在上海、长沙建立了科学研究中心,拥有研发团队300余人。公司与江南大学、中国农业科学院麻类研究所、中南大学、湘雅二医院等机构开展持续且深入的合作,通过多项产学研合作项目加强创新原料的开发及生产工艺创新,保证持续输出有价值的研究成果,掌握了多项独有技术和产品配方。通过多年及持续不断的研发经验积累,公司具备了强大的研发实力,并通过参与起草国家行业标准、开放基础研究平台、研发独有原料、配方三代一体四个维度实现研发赋能产品、产品赋能品牌。

逸仙电商

2016-09-12

2020-11-19

品牌优势：旗下拥有Perfect Diary 完美日记、Little Ondine 小奥汀、Abbys Choice完子心选、Galenic 法国科兰黎、DR.WU 达尔肤(中国大陆业务)、EVE LOM、Pink Bear 皮可熊、EANTiM 壹安态等高成长性的彩妆及护肤品牌。

资料来源：公司官网、观研天下整理

根据数据显示，我国美妆行业上市公司上海家化和珀莱雅2023年H1营业收入均超36亿元，

从增速来看，丽人丽妆、上海家化和逸仙电商2023年H1同比呈现下降趋势，珀莱雅和丸美股份营收同比增速较快

2022年-2023年H1我国美妆上市企业营业收入情况	公司名称	2022年营业收入（亿元）	同比增长（%）	2023年H1营业收入（亿元）	同比增长（%）
	丸美股份	17.32	-0.1	10.59	29.64
	丽人丽妆	32.42	-21.98	14.39	-7.59
	上海家化	71.06	-7.06	36.29	-2.3
	珀莱雅	63.85	37.82	36.27	38.12
	水羊股份	47.22	-5.74	22.9	4
	逸仙电商	37.06	-36.54	8.59	-9.79

资料来源：公司财报、观研天下整理（WSS）

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《中国美妆行业发展趋势分析与未来前景研究报告（2023-2030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年中国美妆行业发展概述

第一节 美妆行业发展情况概述

一、美妆行业相关定义

二、美妆特点分析

三、美妆行业基本情况介绍

四、美妆行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、美妆行业需求主体分析

第二节 中国美妆行业生命周期分析

- 一、美妆行业生命周期理论概述
- 二、美妆行业所属的生命周期分析

第三节 美妆行业经济指标分析

- 一、美妆行业的赢利性分析
- 二、美妆行业的经济周期分析
- 三、美妆行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球美妆行业市场发展现状分析

第一节 全球美妆行业发展历程回顾

第二节 全球美妆行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲美妆行业地区市场分析

- 一、亚洲美妆行业市场现状分析
- 二、亚洲美妆行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲美妆行业市场前景分析

第四节 北美美妆行业地区市场分析

- 一、北美美妆行业市场现状分析
- 二、北美美妆行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美美妆行业市场前景分析

第五节 欧洲美妆行业地区市场分析

- 一、欧洲美妆行业市场现状分析
- 二、欧洲美妆行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲美妆行业市场前景分析

第六节 2023-2030年世界美妆行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球美妆行业市场规模预测

第三章 中国美妆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行业的影响分析

第三节 中国美妆行业政策环境分析

- 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 政策环境对美妆行业的影响分析

第五节 中国美妆行业产业社会环境分析

第四章 中国美妆行业运行情况

第一节 中国美妆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 中国美妆行业市场规模分析

一、影响中国美妆行业市场规模的因素

二、中国美妆行业市场规模

三、中国美妆行业市场规模解析

第三节 中国美妆行业供应情况分析

一、中国美妆行业供应规模

二、中国美妆行业供应特点

第四节 中国美妆行业需求情况分析

一、中国美妆行业需求规模

二、中国美妆行业需求特点

第五节 中国美妆行业供需平衡分析

第五章 中国美妆行业产业链和细分市场分析

第一节 中国美妆行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、美妆行业产业链图解

第二节 中国美妆行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对美妆行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对美妆行业的影响分析

第三节 我国美妆行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国美妆行业市场竞争分析

第一节 中国美妆行业竞争现状分析

一、中国美妆行业竞争格局分析

二、中国美妆行业主要品牌分析

第二节中国美妆行业集中度分析

一、中国美妆行业市场集中度影响因素分析

二、中国美妆行业市场集中度分析

第三节中国美妆行业竞争特征分析

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年中国美妆行业模型分析

第一节中国美妆行业竞争结构分析（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、中国美妆行业SWOT分析结论

第三节中国美妆行业竞争环境分析（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年中国美妆行业需求特点与动态分析

第一节中国美妆行业市场动态情况

第二节中国美妆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

第三节美妆行业成本结构分析

第四节美妆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

第五节中国美妆行业价格现状分析

第六节中国美妆行业平均价格走势预测

- 一、中国美妆行业平均价格趋势分析
- 二、中国美妆行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国美妆行业所属行业运行数据监测

第一节中国美妆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年中国美妆行业区域市场现状分析

第一节中国美妆行业区域市场规模分析

- 一、影响美妆行业区域市场分布的因素
- 二、中国美妆行业区域市场分布

第二节中国华东地区美妆行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区美妆行业市场分析

(1) 华东地区美妆行业市场规模

(2) 华东地区美妆行业市场现状

(3) 华东地区美妆行业市场规模预测

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、华中地区美妆行业市场分析

(1) 华中地区美妆行业市场规模

(2) 华中地区美妆行业市场现状

(3) 华中地区美妆行业市场规模预测

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、华南地区美妆行业市场分析

(1) 华南地区美妆行业市场规模

(2) 华南地区美妆行业市场现状

(3) 华南地区美妆行业市场规模预测

第五节华北地区美妆行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区美妆行业市场分析

(1) 华北地区美妆行业市场规模

(2) 华北地区美妆行业市场现状

(3) 华北地区美妆行业市场规模预测

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、东北地区美妆行业市场分析

(1) 东北地区美妆行业市场规模

(2) 东北地区美妆行业市场现状

(3) 东北地区美妆行业市场规模预测

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、西南地区美妆行业市场分析
 - (1) 西南地区美妆行业市场规模
 - (2) 西南地区美妆行业市场现状
 - (3) 西南地区美妆行业市场规模预测

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、西北地区美妆行业市场分析
 - (1) 西北地区美妆行业市场规模
 - (2) 西北地区美妆行业市场现状
 - (3) 西北地区美妆行业市场规模预测

第十一章 美妆行业企业分析（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 2023-2030年中国美妆行业发展前景分析与预测

第一节 中国美妆行业未来发展前景分析

一、美妆行业国内投资环境分析

二、中国美妆行业市场机会分析

三、中国美妆行业投资增速预测

第二节 中国美妆行业未来发展趋势预测

第三节 中国美妆行业规模发展预测

一、中国美妆行业市场规模预测

二、中国美妆行业市场规模增速预测

三、中国美妆行业产值规模预测

四、中国美妆行业产值增速预测

五、中国美妆行业供需情况预测

第四节 中国美妆行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国美妆行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国美妆行业进入壁垒分析

一、美妆行业资金壁垒分析

二、美妆行业技术壁垒分析

三、美妆行业人才壁垒分析

四、美妆行业品牌壁垒分析

五、美妆行业其他壁垒分析

第二节 美妆行业风险分析

一、美妆行业宏观环境风险

二、美妆行业技术风险

三、美妆行业竞争风险

四、美妆行业其他风险

第三节 中国美妆行业存在的问题

第四节 中国美妆行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国美妆行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国美妆行业研究综述

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 美妆行业营销策略分析

一、美妆行业产品策略

二、美妆行业定价策略

三、美妆行业渠道策略

四、美妆行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202309/660164.html>