

# 2020年中国化妆品行业分析报告- 市场运营现状与发展动向预测

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国化妆品行业分析报告-市场运营现状与发展动向预测》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://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/530773530773.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

化妆品是指以涂抹、喷洒或者其他类似方法，散布于人体表面的任何部位，如皮肤、毛发、指趾甲、唇齿等，以达到清洁、保养、美容、修饰和改变外观，或者修正人体气味，保持良好状态为目的的化学工业品或精细化工产品。

中国的化妆品产业发展势头迅猛，已经成为新的消费热点。由于中国已经放开对进口化妆品的限制，国际化妆品巨头正在加速拓展中国市场，本土品牌经受着来自外部的巨大冲击。在中国美容化妆品市场中，外资或合资企业所占的市场份额已接近80%，而国内化妆品生产只有通过中外合资，推出中低档产品才能迎合中国消费者的需求。这实在是一个令人忧心的现实。中国本土企业应该制定整体发展战略，如此才能从容应对挑战并不断保持竞争力。

在国内经济面临着较大增长压力的情况下，近年来我国化妆品市场仍然可以保持较快增长。根据国家统计局数据显示，2019年我国限额以上企业化妆品类零售额为2992亿元，截止到2020年11月我国限额以上企业化妆品类零售额为3075亿元。

2015-2020年11月我国化妆品类零售额 资料来源：国家统计局

化妆品行业，按品类划分可分为护肤品、彩妆、护发、洗浴、口腔护理、防晒、香水等多个领域。护肤品是化妆品中的第一大品类，占比超过五成，其次是护发和彩妆。

2020年中国化妆品行业细分产品市场占比 资料来源：观研天下数据中心整理

国际化妆品集团品牌矩阵丰富，研发积淀深厚，拥有庞大的原料数据库和专利明星原料，以及成熟的配方体系，具备基础研发实力和创新力，是行业新技术的引领者。例如爱茉莉发明气垫技术，宝洁提出5%烟酰胺的美白最佳比，欧莱雅集团提出微生态护肤，SK-II/欧莱雅集团/资生堂集团等分别拥有专利成分pitera/玻色因/4msk等。创新型研发实力确保了国际化妆品集团的产品力优势与品牌溢价，并且这一优势可在较长期间维持。

国产综合性品牌应用研发成熟，且产品质量获市场认可。头部国产综合性品牌公司创立于2000年前后，经过20年左右的发展，已具备较强的自产能力，确保了品牌核心产品在市场中的独立发展，并能够结合市场热点和品牌特色快速应用研发，但基础研发和创新能力较弱。大多数国产化妆品企业尚未建立成熟的品牌矩阵，但主品牌已形成明确的品牌基因，研发积淀基本围绕主品牌特色，例如佰草集x中草药、珀莱雅x海洋、华熙x透明质酸、丸美x眼部护理等。尽管国产品牌目前较难成为行业产品引领者，但头部品牌的市场反应机制灵敏，可迅速推出结合市场热点与自身特色的“大牌平价替代款”。

从国产化妆品近期实际案例来看，社媒营销给予了国产品牌迅速获客的机会，国产品牌

的应用研发能力和产品质量能够为长期品牌形象积淀添砖加瓦。化妆品消费链不断升级，由基础单调产品到精细多元产品打开上升空间。从大品类来看，彩妆消费渗透率呈明显提升；从小品类来看，国产品牌从基础保湿向抗衰、美白、舒敏、祛痘等高肌能领域扩展。（ cyy ）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国化妆品行业分析报告-市场运营现状与发展动向预测》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。

它是业内企业、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。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国化妆品行业发展概述

#### 第一节 化妆品行业发展情况概述

- 一、化妆品行业相关定义
- 二、化妆品行业基本情况介绍
- 三、化妆品行业发展特点分析

#### 四、化妆品行业经营模式

##### 一、生产模式

##### 二、采购模式

##### 三、销售模式

#### 五、化妆品行业需求主体分析

#### 第二节 中国化妆品行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、化妆品行业产业链条分析

##### 三、产业链运行机制

###### (1) 沟通协调机制

###### (2) 风险分配机制

###### (3) 竞争协调机制

#### 四、中国化妆品行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

#### 第三节 中国化妆品行业生命周期分析

##### 一、化妆品行业生命周期理论概述

##### 二、化妆品行业所属的生命周期分析

#### 第四节 化妆品行业经济指标分析

##### 一、化妆品行业的赢利性分析

##### 二、化妆品行业的经济周期分析

##### 三、化妆品行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国化妆品行业进入壁垒分析

##### 一、化妆品行业资金壁垒分析

##### 二、化妆品行业技术壁垒分析

##### 三、化妆品行业人才壁垒分析

##### 四、化妆品行业品牌壁垒分析

##### 五、化妆品行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球化妆品行业市场发展现状分析

### 第一节 全球化妆品行业发展历程回顾

### 第二节 全球化妆品行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲化妆品行业地区市场分析

#### 一、亚洲化妆品行业市场现状分析

#### 二、亚洲化妆品行业市场规模与市场需求分析

### 三、亚洲化妆品行业市场前景分析

#### 第四节 北美化妆品行业地区市场分析

##### 一、北美化妆品行业市场现状分析

##### 二、北美化妆品行业市场规模与市场需求分析

##### 三、北美化妆品行业市场前景分析

#### 第五节 欧盟化妆品行业地区市场分析

##### 一、欧盟化妆品行业市场现状分析

##### 二、欧盟化妆品行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧盟化妆品行业市场前景分析

#### 第六节 2021-2026年世界化妆品行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球化妆品行业市场规模预测

### 第三章 中国化妆品产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

##### 一、中国GDP增长情况分析

##### 二、工业经济发展形势分析

##### 三、社会固定资产投资分析

##### 四、全社会消费品化妆品总额

##### 五、城乡居民收入增长分析

##### 六、居民消费价格变化分析

##### 七、对外贸易发展形势分析

#### 第二节 中国化妆品行业政策环境分析

##### 一、行业监管体制现状

##### 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国化妆品产业社会环境发展分析

##### 一、人口环境分析

##### 二、教育环境分析

##### 三、文化环境分析

##### 四、生态环境分析

##### 五、消费观念分析

### 第四章 中国化妆品行业运行情况

#### 第一节 中国化妆品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

行业技术发展现状

行业技术专利情况

技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国化妆品行业市场规模分析

第三节 中国化妆品行业供应情况分析

第四节 中国化妆品行业需求情况分析

第五节、我国化妆品行业进出口形势分析

进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国化妆品行业细分市场分析（2015-2019年）

1、护肤品

2、护发用品

3、彩妆

4、其它细分市场

第七节 中国化妆品行业供需平衡分析

第八节 中国化妆品行业发展趋势分析

1、产品升级趋势：化妆品“药化”&研发语言“市场化”

2、产品升级受益者贯通全产业链，下游国产品牌五年成长空间可观

3、化妆品消费升级趋势明显，大众与高端消费增速剪刀差扩大

第五章 中国化妆品所属行业运行数据监测

第一节 中国化妆品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 中国化妆品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 中国化妆品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

## 第六章 2017-2020年中国化妆品市场格局分析

### 第一节 中国化妆品行业竞争现状分析

#### 一、中国化妆品行业竞争情况分析

#### 二、中国化妆品行业主要品牌分析

### 第二节 中国化妆品行业集中度分析

#### 一、中国化妆品行业市场集中度分析

#### 二、中国化妆品行业企业集中度分析

### 第三节 中国化妆品行业存在的问题

### 第四节 中国化妆品行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国化妆品行业竞争力分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2020年中国化妆品行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国化妆品行业消费市场动态情况

### 第二节 中国化妆品行业消费市场特点分析

#### 一、化妆品消费链条较长，消费习惯不可逆性

#### 二、标品化程度较高，借电商之风，渗透率快速提升

#### 三、低价商品偏爱趋势

### 第三节 化妆品行业成本分析

### 第四节 化妆品行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、渠道因素

#### 四、其他因素

### 第五节 中国化妆品行业价格现状分析

### 第六节 中国化妆品行业平均价格走势预测

#### 一、中国化妆品行业价格影响因素

#### 二、中国化妆品行业平均价格走势预测



### 三、中国化妆品行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国化妆品行业区域市场现状分析

### 第一节 中国化妆品行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区化妆品市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区化妆品市场规模分析

##### 四、华东地区化妆品市场规模预测

#### 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、华中地区化妆品市场规模分析

##### 四、华中地区化妆品市场规模预测

#### 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、华南地区化妆品市场规模分析

##### 四、华南地区化妆品市场规模预测

## 第九章 2017-2020年中国化妆品行业竞争情况

### 第一节 中国化妆品行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、现有企业间竞争

#### 二、潜在进入者分析

#### 三、替代品威胁分析

#### 四、供应商议价能力

#### 五、客户议价能力

### 第二节 中国化妆品行业SWOT分析

#### 一、行业优势分析

#### 二、行业劣势分析

#### 三、行业机会分析

#### 四、行业威胁分析

### 第三节 中国化妆品行业SCP分析

#### 一、理论介绍

#### 二、SCP范式

### 三、SCP分析框架

#### 第四节 中国化妆品行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

### 第十章 化妆品行业企业分析（随数据更新有调整）

#### 第一节 百雀羚

- 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、公司优劣势分析

#### 第二节 自然堂

- 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、公司优劣势分析

#### 第三节 欧莱雅

- 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、公司优劣势分析

#### 第四节 海飞丝

##### 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、公司优劣势分析

#### 第五节 兰蔻

##### 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、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国化妆品行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国化妆品行业未来发展前景分析

#### 一、化妆品行业国内投资环境分析

#### 二、中国化妆品行业市场机会分析

#### 三、中国化妆品行业投资增速预测

### 第二节 中国化妆品行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国化妆品行业市场发展预测

#### 一、中国化妆品行业市场规模预测

#### 二、中国化妆品行业市场规模增速预测

#### 三、中国化妆品行业产值规模预测

#### 四、中国化妆品行业产值增速预测

## 五、中国化妆品行业供需情况预测

### 第四节 中国化妆品行业盈利走势预测

- 一、中国化妆品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国化妆品行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国化妆品行业投资风险与营销分析

### 第一节 化妆品行业投资风险分析

- 一、化妆品行业政策风险分析
- 二、化妆品行业技术风险分析
- 三、化妆品行业竞争风险分析
- 四、化妆品行业其他风险分析

### 第二节 化妆品行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国化妆品行业产业链环节分析 第一节 化妆品基础研究与产品开发

- 一、基础研究
- 二、开发环节
  - 1、配方研发
  - 2、产品工业设计
- 三、国内化妆品研发与国外的差距
- 四、研发周期及其影响因素

### 第二节 化妆品生产

- 一、中国化妆品代工厂市场格局分散，具有较大长尾效应
- 二、代工厂需承担上游原材料价格波动压力
- 三、护肤品与彩妆在生产端的需求差异

### 第三节 中国化妆品行业品牌分析

- 一、品牌定位
- 二、营销分析

### 第四节 化妆品行业渠道分析

- 一、线下：KA 与百货渠道受挤压，CS 渠道增速放缓
  - 1、KA 渠道
  - 2、百货渠道

3、CS 渠道

4、单品牌店

二、线上：电商渠道高增长

三、OTC 等新兴渠道：医院、新零售等

第十四章 2021-2026年中国化妆品行业发展策略及投资建议

第一节 中国化妆品行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国化妆品行业定价策略分析

第三节 中国化妆品行业营销渠道策略

一、化妆品行业渠道选择策略

二、化妆品行业营销策略

第四节 中国化妆品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国化妆品行业重点投资区域分析

二、中国化妆品行业重点投资产品分析

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/530773530773.html>