

2021年中国化妆品市场分析报告- 行业竞争格局与未来趋势研究

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《2021年中国化妆品市场分析报告-行业竞争格局与未来趋势研究》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/541200541200.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。

近年来，随着消费水平提高，化妆品市场需求不断增长，成为增速最快的消费品子行业之一。在化妆品行业迅速崛起的同时，行业监管持续加强，近几年政策不断出台，如《化妆品新原料注册备案资料管理规定》、《化妆品注册备案管理办法》、《化妆品注册管理办法（征求意见稿）》等。

中国化妆品行业相关政策汇总

时间

政策名称

内容

2021.02

《化妆品新原料注册备案资料管理规定》

一是对新原料注册和备案资料要求进行细化。二是基于风险管理原则对新原料的情形进行细分。三是对新原料技术性相关资料的编制进行规范。

2021.01

《化妆品注册备案管理办法》

将于2021年5月1日起实施。这是《化妆品监督管理条例》发布后，第一个正式出台的配套法规文，是我国首部专门针对化妆品注册备案管理的部门规章。细化落实了化妆品、化妆品新原料注册人、备案人的责任义务及准入条件，加强对产品责任源头监管。《办法》明确，化妆品、化妆品新原料注册人、备案人依法履行产品注册、备案义务，对化妆品、化妆品新原料的质量安全负责。化妆品、化妆品新原料注册人、备案人申请注册或者进行备案时，应当遵守有关法律、行政法规、强制性国家标准和技术规范的要求，对所提交资料的真实性和科学性负责。此外，境外注册人、备案人的境内责任人，应当履行以注册人、备案人的名义，办理化妆品、化妆品新原料注册、备案；协助注册人、备案人开展化妆品不良反应监测、化妆品新原料安全监测与报告工作等5项义务。

2020.07

《化妆品注册管理办法（征求意见稿）》

《征求意见稿》提出，强化了对化妆品原料的溯源管理要求，规定化妆品注册人、备案人在办理化妆品注册和备案时，应当明确原料的来源及其原料质量规格，后续原料来源或者原料质量规格发生变化的，应当进行安全评估并更新相关注册备案信息。

2020.07

化妆品生产经营监督管理办法(征求意见稿)》

该办法是我国针对化妆品生产和经营监督管理设置的首部专门部门规章，对新条例中化妆品生产、经营监管的各项要求及其法律责任作出了规定，是化妆品上市后监管的重要法律依据。

2020.06

《化妆品监督管理条例》

《条例》将于2021年1月1日起施行。根据《条例》规定，禁止用于化妆品生产的原料目录由国务院药品监督管理部门制定、公布；特殊化妆品经国务院药品监督管理部门注册后方可生产、进口，特殊化妆品注册证有效期为5年。生产经营的化妆品的标签存在瑕疵但不影响质量安全且不会对消费者造成误导的：由负责药品监督管理的部门责令改正；拒不改正的，处2000元以下罚款。

2019.09

《化妆品注册和备案检验工作规范》

《规范》共二十四条，旨在进一步规范化妆品注册和备案检验工作，保证化妆品注册和备案检验工作公开、公平、公正、科学。

2019.08

化妆品检验检测机构能力建设指导原则

加强对药品、医疗器械、化妆品类型检验检测机构在能力建设方面的指导，提升检验检测能力，为药品、医疗器械化妆品、监管体系提供有力的保障

2019.05

《关于实施特殊用途化妆品行政许可延续承诺制审批有关事宜的公告》

自2019年6月30日起，特殊用途化妆品行政许可延续政策发生重大改变，实施承诺制审批。

2018.12

《化妆品监督管理条例》(草案)通报

标志着条例的修订工作取得重大进展。结合条例的修订，化妆品生产质量管理规范、化妆品网络销售监督管理办法、非特殊用途化妆品备案管理办法等法规标准建设也有序推进。

2018.01

《化妆品功效宣称评价指导原则》(征求意见稿)

化妆品企业需对产品功效宣称类别进行评价，要求功效宣称与其证据水平(评价)相一致。除了能直接识别的功效外，特定功效宣称均应经过相应评价，包括但不限于防晒、美白祛斑、育发、美乳、健美、除臭、抗皱、祛痘、控油、去屑、修复、保湿(>2小时)功效。

2018.01

《化妆品分类规范》(征求意见稿)

该规范以产品功能宣称、作用部位、产品剂型和使用人群为依据细化分类，实施编码原则，实

行开放式分类表格设计，可依据行业和科技的发展对分类进行动态增补或调整。这一行动将有利于在确保产品质量安全的前提下，建立科学合理的化妆品分类方式，为化妆品行业的规范发展和科学监管提供依据。

2018.01

《化妆品风险监测工作规程》

进一步规范和加强化妆品风险监测工作。根据规程,6大类化妆品将被重点监测,包括：可能含有潜在危害因素的产品；流通范围广、消费大的产品；引起化妆品安全事故或受到消费者关注的产品；涉嫌虚假夸大宣传误导消费者的产品；根据不良反应监测结果显示具有潜在风险的产品；技术上无法避免,导致风险物质作为杂质带入的产品。以上6大类化妆品的监测总结报告，将直接报送国家食品药品监督管理总局。

2017.07

《化妆品监督抽检工作规范》

加强和规范化妆品监督抽检工作。数据来源：公开资料整理

在国家政策的号召下，各省市陆续制定当地化妆品行业的政策及“十四五”发展规划。如广东省发布的《广东省推动化妆品产业高质量发展实施方案》提出：力争到2025年，培育年销售收入超过200亿元、100亿元的领军企业各3-5家、超过50亿元的本土企业10家以上，拥有10个以上知名民族品牌，本土自主品牌产品市场占有率占全国50%以上，打造国内乃至全球最具影响力和知名度的化妆品产业高质量发展集聚群。

全国部分省市化妆品行业政策汇总

省市

时间

政策名称

内容

广东

2020.12

《广东省推动化妆品产业高质量发展实施方案》

《实施方案》包括总体要求、重点任务、保障措施三部分，主要内容可以归纳为“1个目标”“9大举措”“3项保障”。力争到2025年，培育年销售收入超过200亿元、100亿元的领军企业各3-5家、超过50亿元的本土企业10家以上，拥有10个以上知名民族品牌，本土自主品牌产品市场占有率占全国50%以上，打造国内乃至全球最具影响力和知名度的化妆品产业高质量发展集聚群。

浙江

2020.08

《浙江省化妆品产业高质量发展实施方案》（2020-2025年）

《方案》提出，集聚高端要素、完善产业链条、提升产业优势，将浙江建设成为中国化妆品

产业高质量发展示范区和具有较强国际竞争力的化妆品产业高地。到2025年，全省化妆品产业年销售收入超2000亿元，培育年销售收入超过100亿元的行业领军企业3家，拥有5个以上国际知名品牌，培育一批新锐品牌，浙江美妆品牌产品占国产美妆市场份额25%以上。

湖南

2020.05

《湖南省药品监督管理局关于开展进口非特殊用途化妆品备案管理工作有关事项的公告》
进口非特殊用途化妆品实行告知性备案后，备案时间仅需5个工作日，而原来的审批制需要3至5个月，因此能大大提高产品进口上市效率。湖南承接进口非特殊用途化妆品备案管理，对满足人民群众日益增长的安全用妆消费需求，促进湖南省化妆品产业高质量发展，提升本省对外开放水平具有重要意义。

山东

2020.03

《关于尽快加大对我省化妆品产业扶持力度的建议》
(一) 深化“放管服”改革。深入推进“放管服”改革、“一窗受理”“一次办好”改革，大力推行“互联网+政务服务”，完善常规、快捷、创新“三通道”审批机制，积极优化办事流程，提高审批效能和服务能力。(二) 加强化妆品质量安全监管。持续推进化妆品生产质量管理规范全面实施，为确保化妆品产品质量提供制度保障。(三) 加强调查研究推动鼓励产业政策出台。

四川

2019.08

化妆品产业发展与监管政策宣讲会

就进一步加强化妆品监管、服务产业发展提出要求。指出，企业作为产品质量第一责任人，必须增强法规意识，严格遵守相关法规、制度，切实抓好主体责任落实。要注重技术人才的培养和引进，加大设施设备的更新力度，加强与国内化妆品优秀企业的沟通交流，学习借鉴他们的先进经验，强化品牌意识，进一步提升管理水平，确保产品质量安全。监管部门进一步创新监管理念，坚持“寓监管于服务、以服务促监管”，对严格依法依规生产经营、信用等级好的企业，在产品注册、备案等事项上给予政策支持，服务企业发展。对放松内部质量管理、信用等级低的企业，监管部门将进一步加大监管力度，严厉打击违法违规行为，推动企业不断提升管理水平，切实保障消费者的权益。

青海

2019.07

《关于印发2019年化妆品生产经营监督检查计划的通知》
增强企业主体责任意识、质量安全意识 and 诚信守信意识；督促化妆品经营企业严格执行索证索票、进货查验、台账记录等管理制度；严厉打击化妆品非法添加、假冒伪劣、标识混乱等违法违规行为；推动化妆品经营环节综合治理，切实提高全省化妆品经营使用质量安全保障水平，营造放心安全的化妆品消费环境。

江苏

2019.05

《关于2019年全省化妆品生产企业监督检查工作计划的通知》

本年度重点检查内容：1.是否存在使用禁用原料、未经批准的新原料或违规使用限用原料生产化妆品的行为。 2.化妆品相关包装标识是否符合规定。3.生产检验记录是否完整、可追溯。4.生产的化妆品是否获得批准或按规定备案等。

甘肃

2019.03

《甘肃省2019年化妆品监督抽检工作方案》

2019年省级化妆品监督抽检，主要针对婴幼儿护肤类产品、发用类产品（宣称去屑类）、护肤类（液态水基类、膏霜乳液）、护肤类产品（宣称祛痘/抗粉刺类产品）、彩妆类产品（护唇及唇部彩妆品）等5大类产品开展，共200批次（具体品种、批次、抽样量、检测项目及进展时限要求详见附件2）。如果不能按照确定的数量抽取样品的，可根据实际情况，在规定的几类产品中进行数量调整。

海南

2018.07

《海南省化妆品生产企业风险分级管理办法（试行）》

根据企业的许可条件保持情况、产品风险程度及质量管理水平等，按照风险由低到高的顺序分将企业为A、B、C、D四级。企业风险等级评定实行动态管理，每年评定1次，评定结果的应用周期为1年。省局根据上年度收集的相关信息对企业进行动态调整，于每年第一季度下发至企业所在地市县食品药品监督管理局。数据来源：公开资料整理

全国部分省市化妆品行业“十四五”规划内容

省市

内容

全国

开展中国品牌创建行动,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、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。

重庆

强化检验检测、审评认证、风险监测等药品安全技术支撑,打造3-5个国家级药品、医疗器械、化妆品重点实验室,建成全国一流的药品、医疗器械检测机构。

浙江

实施药品医疗器械化妆品质量品牌提升工程。

云南

依托云南高品质道地药材和中医药特色优势,以治疗、康复、保健、美容、康养等为重点,加大功效性化妆品、功效性食品等研发和市场推广力度。

青海

发展保健品和化妆品,创新发展生物提纯技术,提高生物保健品产业技术水平。

江苏

突出药品、医疗器械、化妆品、特殊食品等监管,加强食品药品进口监管。

湖南

培育药品流通、医疗器械、中药材和化妆品市场,加快湖南健康产业园建设。

贵州

鼓励发展化妆品、香精、香科等附加值高的产业。数据来源：公开资料整理（TF）

《2021年中国化妆品市场分析报告-行业竞争格局与未来趋势研究》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

1、生产模式

2、采购模式

3、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 欧洲化妆品行业地区市场分析
 - 一、欧洲化妆品行业市场现状分析
 - 二、欧洲化妆品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲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

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 我国化妆品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国化妆品行业供需平衡分析

第七节 中国化妆品行业发展趋势分析

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影响因素分析

二、中国化妆品行业市场集中度分析

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 中国化妆品行业钻石模型分析

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、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 化妆品行业成本结构分析

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SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 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 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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

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年中国化妆品行业发展战略及规划建议

第一节 中国化妆品行业品牌战略分析

一、化妆品企业品牌的重要性

二、化妆品企业实施品牌战略的意义

三、化妆品企业品牌的现状分析

四、化妆品企业的品牌战略

五、化妆品品牌战略管理的策略

第二节 中国化妆品行业市场重点客户战略实施

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

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国化妆品行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 化妆品行业竞争力提升策略

一、化妆品行业产品差异性策略

二、化妆品行业个性化服务策略

三、化妆品行业的促销宣传策略

四、化妆品行业信息智能化策略

五、化妆品行业品牌化建设策略

六、化妆品行业专业化治理策略

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

第三节 中国化妆品行业价格策略

第四节 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

图表详见正文

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/541200541200.html>