

# 2019年中国化妆品行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势预测

报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国化妆品行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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/381682381682.html>

**报告价格：**电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

**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、高端市场：国际品牌占据主导，底蕴研发优势明显

国内化妆品行业高端市场增长显著领先大众市场。据数据显示，2012-2017 年间国内化妆品高端市场中，市占率前二十位公司合计占据了 70%左右市场份额，其中国际品牌占主导地位，市占率始终维持在 65%左右；而本土品牌占比不足 10%。2017 年，前二十位品牌市占率中，国际品牌占据 64.8%，本土品牌仅占 7.5%。

2012 年以来高端化妆品市占率居于前位的仅无限极一家本土公司。具体来看，2012-17 年间，欧莱雅市占率相对稳定，一直以在 15%左右稳居第一；雅诗兰黛逐年稳定增长，2015 年起市占率跃居第二；安利近年来市占率则呈现大幅下降的趋势，由 2012 年 13.1%跌至 2017 年的 5.3%；LVMH 和资生堂市占率小幅增长，17 年分别为 7.1%和 5.3%。而本土公司无限极五年间市占率一直保持在第 5-7 位，缓慢增长，17 年市占率为 4.6%，短时间内难以撼动国际品牌主导高端市场的格局。

图：高端市场市占率前二十品牌中国际品牌占绝对主体

数据来源：公开数据整理

图：2012-17年中国化妆品高端市场市占率TOP 6      数据来源：公开数据整理

表：2012-2017 高端市场市占率排名      资料来源：公开资料整理

当前国内高端化妆品市场由国外品牌占据主体主要有两个原因：

(1) 国外品牌普遍成立早，发展时间长，积累了深厚的技术经验与客户群体，其用户数据的规模体量远超国内品牌。比如 1907 年成立的欧莱雅，1997 年初进入中国市场；1949 年成立的雅诗兰黛于 1993 年进入中国，而 1872 年成立的资生堂更是早在 1981 年就进入中国。国内虽也有前身为 1898 年的香港广生行的上海家化、1931 年成立的百雀羚等老字号品牌，但大多数目前领先本土公司都是诞生于本世纪，如伽蓝集团、上海上美、相宜本草、韩后、珀莱雅分别于 2001、2002、2004、2005 和 2006 年才成立。

表：国外内主要化妆品公司成立时间，本土公司显著晚于国外巨头

资料来源：公开资料整理

(2) 国外品牌具备明显资金优势，研发投入大幅领先国内品牌，技术壁垒加剧强者恒强。持续投入研发是保证高端化妆品产品高品质的重要因素，研发中心以及研发人员的资源优势为国际品牌取得高端市场提供源源不断的动力。反映在产品上，不少国外领先化妆品品牌都有其响亮的明星产品，如资生堂旗下品牌 SK-II 的神仙水、雅诗兰黛的小棕瓶以及 LA

MER 的精华面霜，凭借其高品质好口碑，在市场上始终难有替代品，对品牌份额及地位带来强有力的支撑。

2012-2017 年间，本土品牌的研发费用占营业收入的比重（2%-3%）与国际品牌相当，但研发费用绝对值远低于国际品牌。欧莱雅在研发端投入力度显著领先，每年的研发费用都在 9 亿美元以上，2017 年达 10.6 亿美元，资生堂和雅诗兰黛研发投入也呈上升趋势，2017 年分别达 2.2 亿美元和 1.8 亿美元；反观本土公司上海家化、珀莱雅和御家汇，2017 年研发投入分别只有 1.6 亿元人民币（0.25 亿美元），4082.79 万元人民币（644 万美元）和 3767.01 万元人民币（594 万美元）。

图：2012-2017年间本土品牌研发费用率 数据来源：公开数据整理

图：本土品牌研发费用远低于国际品牌（亿美元） 数据来源：公开数据整理

研发人员的投入是公司取得创新发展的关键因素，国际品牌以其巨额的研发费用投入招揽全球各地的尖端人才，推动产品的持续创新。国际品牌的研发中心均是“本国核心+战略区”的布局，以本国研发机构为中心，分别在几大战略市场设立研发创新中心。而本土品牌聚焦国内，虽与国外已开展合作，但其自身研发能力与国际品牌仍存在较大差距。大量的人力资本与高新设备的投入使得国际品牌的专利成果远超本土品牌。

表：各品牌研发人员、研发中心与专利情况 资料来源：公开资料整理

## 2、大众市场：本土品牌稳步发展，市占率稳步提升

2012-2017 年间国内大众市场规模由 1757.7 亿增长到 2395 亿，CAGR 为 6.4%，虽然规模上占据主体，但增速明显落后于高端市场，呈放缓态势。竞争格局上，据数据显示，2012-2017 年间，本土品牌不断挤压国际品牌在国内化妆品市场前 20 位的份额，从 2012 年的 10.8%增长到 2017 年的 20.9%。而国际品牌市占率则由 2012 年的 49.6%下降到 2017 年的 38.9%。相较于受品牌和技术影响较大的高端市场而言，本土品牌在平价的大众市场更具有竞争力。

2017 年共有 10 家公司跻身国内化妆品大众市场市占率前二十，创历年新高。从公司排名来看，宝洁的大众市场市占率从 2012 年的 16.3%下降到了 2017 年的 11.8%，始终占据首位，但优势被逐渐追赶；欧莱雅排名第二，7%-9%的市占率显著低于其在高端市场的份额，且亦处于下滑趋势。而五年间，本土公司上海家化、百雀羚和伽蓝集团市场份额分别提升 3.4、2.9 和 1.3 个 pct，2017 年分别达 4.0%、3.5%和 3.3%，分列第三、四、六名，增长势头喜人。其他进步较快公司如韩后、丹姿从 2012 年以来市占率排名共上升 18、6 位，反映出本土品牌以大众市场为根基的差异化战略成功，在漫长的行业整合进程中本土龙头

已获得实质性成长。

图：大众市场市占率前二十中本土品牌稳步提升 数据来源：公开数据整理

图：2012-17年国内化妆品大众市场市占率前六公司 数据来源：公开数据整理

表：2012-2017 国内化妆品大众市场市占率排名 资料来源：公开资料整理（ww）

观研天下发布的《2019年中国化妆品行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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 2016-2018年中国数字货币行业发展概述第一节数字货币行业发展情况概述一、数字货币行业相关定义二、数字货币行业基本情况介绍三、数字货币行业发展特点分析第二节中国数字货币行业上下游产业链分析一、产业链模型原理介绍二、数字货币行业产业链条分析三、中国数字货币行业产业链环节分析1、上游产业2、下游产业第三节 中国数字货币行业生命周期分析一、数字货币行业生命周期理论概述二、数字货币行业所属的生命周期分析第四节 数字货币行业经济指标分析一、数字货币行业的赢利性分析二、数字货币行业的经济周期分析三、数字货币行业附加值的提升空间分析第五节 国中数字货币行业进入壁垒分析一、数字货币行业资金壁垒分析二、数字货币行业技术壁垒分析三、数字货币行业人才壁垒分析四、数字货币行业品牌壁垒分析五、数字货币行业其他壁垒分析第二章2016-2018年全球数字货币行业市场发展现状分析第一节 全球数字货币行业发展历程回顾第二节全球数字货币行业市场区域分布情况第三节 亚洲数字货币行业地区市场分析一、亚洲数字货币行业市场现状分析二、亚洲数字货币行业市场规模与市场需求分析三、亚洲数字货币行业市场前景分析第四

节 北美数字货币行业地区市场分析一、北美数字货币行业市场现状分析二、北美数字货币行业市场规模与市场需求分析三、北美数字货币行业市场前景分析第五节 欧盟数字货币行业地区市场分析一、欧盟数字货币行业市场现状分析二、欧盟数字货币行业市场规模与市场需求分析三、欧盟数字货币行业市场前景分析第六节2019-2025年世界数字货币行业分布走势预测第七节2019-2025年全球数字货币行业市场规模预测第三章中国数字货币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、全社会消费品数字货币总额五、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 第二节中国数字货币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数字货币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 中国数字货币行业运行情况第一节 中国数字货币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 中国数字货币行业市场规模分析第三节 中国数字货币行业供应情况分析第四节 中国数字货币行业需求情况分析第五节 中国数字货币行业供需平衡分析第六节 中国数字货币行业发展趋势分析第五章 中国数字货币所属行业运行数据监测第一节 中国数字货币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 中国数字货币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 中国数字货币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 2016-2018年中国数字货币市场格局分析第一节 中国数字货币行业竞争现状分析一、中国数字货币行业竞争情况分析二、中国数字货币行业主要品牌分析第二节中国数字货币行业集中度分析一、中国数字货币行业市场集中度分析二、中国数字货币行业企业集中度分析第三节 中国数字货币行业存在的问题第四节 中国数字货币行业解决问题的策略分析第五节 中国数字货币行业竞争力分析一、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2016-2018年中国数字货币行业需求特点与动态分析第一节 中国数字货币行业消费市场动态情况第二节 中国数字货币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 数字货币行业成本分析第四节 数字货币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 中国数字货币行业价格现状分析第六节中国数字货币行业平均价格走势预测一、中国数字货币行业价格影响因素二、中国数字货币行业平均价格走势预测三、中国数字货币行业平均价格增速预测第八章2016-2018年中国数字货币行业区域市场现状分析第一节 中国数字货币行业区域市场规模分布第二节 中国华东地数字货币市场分析一、华东地区概述二、华东地区经济环境分析三、华东地区数字货币市场规模分析四、华东地区数字货币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、华中地区数字货币市场规模分析四、华中地区数字货币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、华南地区数字货币市场规

模分析第九章 2016-2018年中国数字货币行业竞争情况第一节 中国数字货币行业竞争结构分析（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 中国数字货币行业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 中国数字货币行业竞争环境分析（PEST）一、政策环境二、经济环境三、社会环境四、技术环境第十章数字货币行业企业分析（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 2019-2025年中国数字货币行业发展前景分析与预测第一节中国数字货币行业未来发展前景分析一、数字货币行业国内投资环境分析二、中国数字货币行业市场机会分析三、中国数字货币行业投资增速预测第二节中国数字货币行业未来发展趋势预测第三节中国数字货币行业市场发展预测一、中国数字货币行业市场规模预测二、中国数字货币行业市场规模增速预测三、中国数字货币行业产值规模预测四、中国数字货币行业产值增速预测五、中国数字货币行业供需情况预测第四节中国数字货币行业盈利走势预测一、中国数字货币行业毛利润同比增速预测二、中国数字货币行业利润总额同比增速预测第十二章2019-2025年中国数字货币行业投资风险与营销分析第一节 数字货币行业投资风险分析一、数字货币行业政策风险分析二、数字货币行业技术风险分析三、数字货币行业竞争风险四、数字货币行业其他风险分析第二节 数字货币行业企业经营发展分析及建议一、数字货币行业经营模式二、数字货币行业销售模式三、数字货币行业创新方向第三节 数字货币行业应对策略一、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2019-2025年中国数字货币行业发展策略及投资建议第一节 中国数字货币行业品牌战略分析一、数字货币企业品牌的重要性二、数字货币企业实施品牌战略的意义三、数字货币企业品牌的现状分析四、数字货币企业的品牌战略五、数字货币品牌战略管理的策略第二节中国数字货币行业市场的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 中国数字货币行业战略综合分析一、战略综合分析二、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、竞争战略规划第十四章2019-2025年中国数字货币行业发展策略及投资建议第一节中国数字货币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 中国数字货币行业定价策略分析第三节中国数字货币行业营销渠道策略一、数字货币行业渠道选择策略二、数字货币行业营销策略第四节中国数字货币行业价格策略第五节 观研天下行业分析师投资建议一、中国数字货币行业重点投资区域分析二、中国数字货币行业重点投资产品分析图表详见正文……

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/381682381682.html>