

# 2019年中国美容化妆品行业分析报告- 行业深度调研与发展趋势预测

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《2019年中国美容化妆品行业分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》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/meirong/423079423079.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

美容品，是人们在日常生活中用来护肤、养颜及保健的各类产品。随着经济社会不断发展，人的生活水平、质量越来越求好。随即社会上各类美容产品不断涌现，大千世界，百花齐放，琳琅满目，参差不齐，眼花缭乱，几乎令人晕头转向。为此，我们不妨采用“多学习，善观察，再思量，巧投放”，以求货真价实，价廉物美，真正取得护肤、养颜、保健之实效。

随着人们消费意识和健康观念的提高，对美容类产品的选择也在不断发生着根本性的转变。不仅对产品的包装、规格，功效以及价格，服务等进行选择，同时也更加关注产品的品质和内涵是否满足自身健康和心理需求，是否符合科学严谨和时尚高雅的生活理念。因而美容化妆品的更新换代成为了必然趋势。

美容化妆品市场上主要有两大类产品；一种是化工类产品；一种是生物类产品。化工类产品是采用化学方法提取配制的，其功效只是化学反应的结果，虽然能达到皮肤表面的一时美化，但其产品中的乳化剂，香料，色素，防腐剂等化学添加物也容易给消费者造成一定程度的伤害，达不到应有的安全要求。而生物类产品则不同，更具有人性化特性，它从动植物中提取原料，运用高科技手段，将动植物精华进行复杂的萃取，特别是具有生物活性的肽类产品，通过对人体内脏细胞生理机能的修复与养护，达到标本兼治的保健美容目的。

随着社会的发展科技的进步，人们的生活水平不断提高，人均可支配收入进一步提高。也越来越多的人开始追求时尚追求美，从而带动了化妆品领域市场规模的持续增加。

中国美容及个人护理品销售规模走势

数据来源：商务委

我国化妆品行业共有生产企业3300余家，2010年销售额1530亿元，与2005年相比年平均增长为10%左右，产品大约有25000多种，新产品层出不穷，从国家和地方有关部门年检结果，平均合格率高达95%以上。

2011-2017年化妆品零售总额增长率走势

数据来源：商务委

2009-2017年中国化妆品零售总额及增长预测

数据来源：商务委

2010-2015年中国规模以上化妆品企业销售收入保持年均17%左右的增长趋势，2013年为1032.98亿元，同比增长22.53%，增速达到近五年最大值；2016年销售收入大幅下滑，为1193亿元，同比下降13.85%。

2010-2017年规模以上化妆品企业销售收入及增长走势

数据来源：商务委

2009-2017年中国限额以上化妆品企业零售总额及增长走势

数据来源：商务委

## 美容化妆品发展趋势：

### 趋势1、中国化妆品产业规模继续稳健增长

2018年预计中国化妆品市场规模将超过4000亿元人民币，其中线上交易规模将占据半壁江山。目前国内获得化妆品生产许可证的企业已经有4000多家，国产化妆品种类接近50万种。应该说大量中小企业将在2018的竞争中出局，市场竞争洗牌加剧，而整体化妆品消费的市场规模将持续稳健增长。

### 趋势2、化妆品关税下调，品类市场竞争惨烈

自2017年12月1日起进口化妆品关税调整，由6.5%—10%调为2%—5%，下调幅度超50%。其中香水、唇用化妆品、眼用化妆品，指甲化妆品等税率调整幅度较大。相对于护肤品而言，彩妆受政策影响大，特别是目前国内彩妆品牌相对较弱形势下，不少欧美或日韩小众彩妆品牌以此为契机大举进攻中国市场。应该说2018年进口化妆品与本土化妆品之战将会非常惨烈，当然消费者将从中受益。

### 趋势3、美妆智能革命的迅猛发展作者：

随着人工智能AI等前沿科技的高速发展，美容化妆品行业也正兴起一场美妆智能革命风潮。智能化的美妆仪器和工具不断涌现，冲击着传统的美妆护肤模式。比如各类智能美容仪、智能花卉面膜机、美容配方设计器等，相信越来越多智能美妆仪器和便携类工具将走进都市女性的日常生活之中。

### 趋势4、化妆品新零售创新模式闪耀登场

各行业的消费零售正热火如茶的展开，化妆品新零售也不例外，智慧导购系统、DIY自助体验、无人收银系统，以及消费大数据算法系统，推动着美容护肤新零售终端的改头换面，一批注重品味女性消费体验和场景价值的创新店铺将快速脱颖而出。比如阿里巴巴的天猫联合美妆品牌玛丽黛佳进军无人口红售卖机，消费者只要打开手机淘宝扫一扫二维码对玛丽黛佳的天猫店铺进行关注并付款，就能从贩卖机取走选好色号的口红。从测试期数据统计，售卖机3天售出近1600支口红，在有效时间内平均一分钟卖出一支，一台机器单天售出数量相当于线下专柜一周销量。这种无人美妆售卖设备预计将在全国多地铺设数千台。

### 趋势5、社交电商的蓬勃发展

据统计，目前在运营的美妆自媒体号超过百万数量，另外淘宝电商直播、短视频平台等催生了大批网红IP美妆品牌的诞生。并且企业与网红IP的签约授权深度合作成为常态化。比如南极电商签约亚洲美妆网红PONY，进入时尚人物IP变现领域。公司获得独家经营PONY在中国，含港澳台的所有商业活动权利。

### 趋势6、化妆品微商运营升级

化妆品微商，特别是个人护理品和面膜微商经过2015、2016年的疯狂，以及2017的大面积沉沦后，2018年将卷土重来，目前从事化妆品微商的人员数量超过百万，应该说市场基数极其庞大。但2018年微商市场的机会只会给予那些真正在产品品质上升级、社交传播上升级、消费价值体验上升级、微商运营管理体系上升级的品牌实力企业，而天天玩忽悠的

微商企业将万复不劫。

#### 趋势7、潮个性品牌风起云涌

在90、00后年轻潮男潮女已成为美妆时尚先锋的时代，塑造极具个性的品牌文化成为在竞争中异军突起的关键，从美妆品牌背后挖掘出年轻人的反叛精神、我行我素、不循规蹈矩的个性诉求，从品牌调性、产品包装、社群传播上全方位表达，中国的类贝玲妃品牌将在2018年出现。

#### 趋势8、护肤品私人定制轻松便捷

护肤品定制成为一种趋势，每个人其实应该有最适合自己的肌肤现状、生理年龄、需求痛点、气候季节等指标相匹配的定制化护肤品系列，而绝对不应该是千人一面，甚至只是盲目追求大牌的护肤现象出现。另外智能肌肤测试仪、大数据AI算法、科学护肤品配制、定期产品配送等让个人定制变得轻松便捷起来。比如资生堂家用护肤系统Optune发布，只要用手机App拍摄肌肤照片，所有数据都会上传到专门仪器Optune Zero，根据分析系统会为你搭配出专门的精华液和乳霜。

#### 趋势9、有机无添加护肤品大行其道

化妆品安全性现在几乎成为所有女性消费者购买化妆品的首要考虑因素，有机、天然、无添加是保证产品安全的必要条件。随着区块链技术的发展，推动着化妆品产品溯源系统的完善，某些品牌只是在概念上忽悠消费者的所谓有机无添加炒作，将无所遁形。而真正致力于安全护肤的品牌企业将赢得消费者的信赖和推崇。

#### 趋势10、医疗微整形市场重新洗牌

经过近几年的微整形市场野蛮生长，以及消费者被伤害的医疗投诉事件增多，中国微整形行业势必将严格整顿和规范，大量非专业的假冒伪劣医疗机构将被淘汰，而集结了优势整形医学设备和专家资源的连锁机构将会在竞争中胜出，另外由于微整形已经被80/90后时尚爱美人士所广泛接受，因此医疗微整平台社区如更美、新氧、悦美等也更加活跃，目标消费人群需要KOL给予更专业的科学指导建议。

#### 趋势11、医学护肤理念已越来越被市场接受

都市女性，特别是知识型女性近年对医学护肤理念很是接受，那些有玻尿酸、透明质酸、胶原蛋白、活性肽、果细胞等概念产品无论在线上电商，还是线下个人护理店的销量都是名列前茅。

#### 趋势12、自助DIY会员制美容院流行

由于美容技师人工和店租等成本的持续攀升，再加上85/90后的年轻消费人群非常厌恶传统美容院服务方式，动辄躺在美容床上1个小时，听着旁边技师的不停促销，这些都是她们无法容忍和接受的。于是新一代的智慧美容院会员自助模式将迅速出现：它剔除了传统美容院的奢华装修和服务人员多余寒暄，而美容DIY服务的预约、匹配产品选择和费用支付(次、月、季度可自己选择)等直接在手机上完成;采用美容仪器DIY自主服务模式，店内只是有少量的美容顾问对到店会员进行产品和仪器设备使用的专业指导。这种零负担、高效率的轻

时尚美容院将在一二线城市流行。（YZ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/meirong/423079423079.html>