

# 2020年中国化妆品市场前景研究报告- 市场竞争现状与前景评估预测

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年中国化妆品市场前景研究报告-市场竞争现状与前景评估预测》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/495077495077.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

近年来随着居民收入的提高、生活水平的改善以及爱美观念的不断渗透，我国化妆品消费迅速崛起，市场快速发展，并在2013年成为世界第二大化妆品消费国。数据显示，2019年，我国我国化妆品限额以上单位零售额达到2992亿元，同比增长12.6%；产量达到了124万吨；市场规模达到了4256亿元。

2013-2019年我国化妆品限额以上单位零售额情况

数据来源：公开资料整理

2013-2019年我国化妆品产量情况

数据来源：公开资料整理

2013-2019年我国市场规模情况

数据来源：公开资料整理

目前我国化妆品销售渠道主要分为KA、CS、百货、电商及其他渠道。其中电商渠道份额迅速攀升，在2018年成为第一大销售渠道，为27.4%；原本第一渠道的KA渠道，市场份额不断下降，到2018年只有24.5%，成为了第二大渠道。另外在2010-2018年期间，CS渠道占比稳中有升。

2010-2018年我国化妆品KA渠道占比情况

数据来源：公开资料整理

2010-2018年我国化妆品CS渠道占比情况

数据来源：公开资料整理

2010-2018年我国化妆品百货渠道占比情况

数据来源：公开资料整理

2010-2018年我国化妆品电商渠道占比情况

数据来源：公开资料整理

而在此次2020年疫情下，由于大家都选择隔离在家，导致实体店的客流量大幅下降，从而使得化妆品零售线下渠道终端大幅下滑。从各类产品来看，社交类属性彩妆品冲击较大。数据显示，在天猫彩妆品类搜索及交易中，BB霜交易下降幅度最大，为62.24%；其次是粉底液/膏、遮瑕和粉饼，下降幅度分别为54.37%、52.11%和51.45%。

2020年疫情期间彩妆类产品交易额下降幅度情况

数据来源：公开资料整理

但在线上渠道方面，市场需求大幅增长。根据数据显示，在2月10日的复工首日，“口红一哥”李佳琦直播间就迎来了1600万的观众，头部主播薇娅的直播观看量也达到1901万。

预计随着疫情的好转、复工复产的进程加快，市场被压抑情绪释放，购买欲有所上涨。尤其是直播电商在疫情过后，将会得到更广泛的推广。

## 行业发展趋势分析

### 社交电商会是化妆品主要的销售渠道

近年来，随着中国信息基础设施建设步伐加快，信息服务水平的提升，一方面信息获取的及时性与方便性，极大地改变了大众获取信息以及消费的习惯;另一方面，社交电商的迅猛发展为平台聚集了大量的流量。

2019年的直播带货发展迅猛，且未来的消费者会更加倾向于依赖KOL的建议，兴起的社交电商进一步带动化妆品消费的增长，包括小红书、抖音、B站、淘宝直播等平台，均有化妆品品牌与美妆博主合作的视频。未来占据大量线上流量的社交电商平台，将会是化妆品行业主要的销售渠道。

### 男性化妆品消费潜力十足

随着大众对多元文化接受程度的提升，以及化妆个体消费群体之间形成的分享传播效应，更多男性开始关注美妆领域，男性消费者的消费潜力十足，男士化妆品成为新蓝海，这也进一步拓宽了化妆品市场。

有数据显示，男性在化妆品等领域的消费增长趋势显著，是高端消费领域的中坚力量。在2018年全年男士化妆品类销售中，彩妆品销售额的同比增长速度居于化妆品类之首，高达89.0%，其中，男士眉笔增速达214.0%，男士专用BB霜/CC霜增速达185.0%，男士口红增速达278%。

### 化妆品市场细分化

大众对化妆品越来越深入的理解和对化妆品越来越具个性化的追求，推动着化妆品市场朝着细分化的方向发展。目前有还未挖掘的细分市场，也还有已经是在迅速扩张的细分领域，比如今年火热的以成分为概念的品牌市场，围绕特有的提取技术，将化妆品成分打造成为主要的卖点;切入功能性护肤市场的品牌如上海家化旗下的玉泽，以及珀莱雅前期公告合作的圣瑰兰品牌等，均已成为企业重点的发力方向。

### 化妆品市场将差异化发展

化妆品行业的定价权掌握在品牌和渠道方，因而品牌商普遍拥有非常高的毛利率。但是，目前国产化妆品的毛利率却很低，毛利率水平只到65%。在2015-2017年，中国四家上市企业都处于50%-60%区间，上海家化、珀莱雅的毛利率相对稳定，但御家汇是逐年下滑的，一方面是国产化妆品的营销成本过高，前期只有依靠高昂的营销成本才能将产品推广出去;另一方面是国产品牌的研发投入相对薄弱，产品创新力不足，导致市面上的同质化情况严重。在未来更加激烈多元的竞争市场中，国产化妆品品牌要想获取更大的利润和增长空间，就要建立自己的品牌竞争力，在市场上有特有的差异优势。资料来源：互联网（WW）

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年中国化妆品市场前景研究报告-市场竞争现状与前景评估预测》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

#### 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、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 全球化妆品行业重点企业分析

#### 一、企业A

- 1、企业介绍
- 2、企业主营产品
- 3、企业经营分析

## 二、企业B

- 1、企业介绍
- 2、企业主营产品
- 3、企业经营分析

## 三、企业C

- 1、企业介绍
- 2、企业主营产品
- 3、企业经营分析

## 第七节 2021-2026年世界化妆品行业分布走势预测

## 第八节 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 中国化妆品行业供需平衡分析

## 第六节 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、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、发展现状
- 四、优劣势分析

### 第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

### 第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析
- 第四节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析
- 第五节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、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 化妆品行业企业经营发展分析及建议

### 一、化妆品行业经营模式

### 二、化妆品行业销售模式

### 三、化妆品行业创新方向

## 第三节 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

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/495077495077.html>