

2021年中国美妆个护市场调研报告- 市场深度调研与未来前景研究

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年中国美妆个护市场调研报告-市场深度调研与未来前景研究》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/528191528191.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

美妆个护行业品类众多，包括护肤品、护发用品、彩妆、香水、洗浴用品、婴儿用品、除臭剂等类别，可以起到清洁、养护、美容、修饰与个人护理等诸多作用。

美妆个护产品分类

产品类别

主要功能

产品实例

护肤品

通过为皮肤提供养分，从而保持皮肤弹性，可激发皮肤细胞增殖再生以延缓皮肤衰老
精华、面霜、润唇膏、眼霜等

护发用品

通过产品化学成分的作用，对头发进行清洁、保养以及染色、定型等
发膜、洗发水、护发素、啫喱水等

彩妆

通过美化和修饰特定部位以修正外表缺陷、提升美感
睫毛膏、粉底、眼线、口红、眉笔等

香水

具有挥发性和浓郁的香味，主要喷洒于发际、手腕、耳后等部位
香水、香精以及香薰等

洗浴用品

用于个人清洁卫生、以及防止流汗过多
沐浴露、洗发露等

婴儿用品

为0-3岁婴儿群体提供的专业健康产品
婴儿洗发液、婴儿沐浴露等

除臭剂

用于去除身体异味

止汗剂等

资料来源：公开资料整理 随着经济的持续发展、居民收入水平日益提高，以及低线城市消费潜力的释放与本土独立品牌崛起等因素推动，中国已成为全球第二大美妆个护市场，市场规模呈现逐年增长趋势。数据显示，2019年，中国美妆个护行业市场规模为4016亿元，同比增长9.6%；预计2020年我国美妆个护市场规模为4399亿元，2021年有望达到4819亿元。

2015-2021年中国美妆个护行业市场规模及预测 数据来源：公开资料整理

从细分品类来看，2019年，我国护肤品占据了整体美妆个护市场份额的近60%，护发品、彩妆与婴儿用品品类紧跟其后，占比为13.8%、12%、5.8%，香水、防晒霜及其他品类占比依次为2.2%、1.8%、6.3%。

2019年中国美妆个护市场各产品类别占比 数据来源：公开资料整理

得益于互联网渗透率的不断提升，数字化和信息化为美妆个护行业提供了新动力，Z世代与千禧一代也成为行业的主要消费群体，具体集中在30岁以下的年轻人，占比接近五成，预计未来10年，年轻消费者仍是美妆个护消费主体。

2019年中国美妆个护行业相关消费者年龄构成 数据来源：公开资料整理

如今，消费者的消费行为趋于理性，购买美妆个护相关产品时，大多消费者更注重产品功能、声誉与评估、价格与效果，占比均超过60%，而对品牌所属国、包装外观、明星代言等因素的关注度较低。

消费者购买美妆个护产品时考虑的因素 数据来源：公开资料整理

过去，美妆个护市场被欧美与日韩企业垄断，然而随着中国美妆个护企业自主意识和品牌意识的提升，消费者对于国产品牌关注度的提升，加之社交电商的驱动，本土品牌迅速崛起，正加速蚕食海外美妆品牌的市场份额。数据显示，2019年，国货美妆个护消费群体主要分布在30岁以上，占比超过30%。

2019年中国消费者美妆个护产品品牌偏好 数据来源：公开资料整理

我国美妆个护行业的线上渠道渗透率不断增加，以小红书、拼多多等为代表的社交电商成为主要驱动力。数据显示，2019年，中国美妆个护行业线上渠道占比提升至41.3%，预计到2024年将达到47.8%。

2014-2024年中国美妆个护行业主要销售渠道占比 数据来源：公开资料整理

现阶段，我国美妆个护高端市场为国际企业所占据，例如宝洁、欧莱雅、雅诗兰黛、资生堂等。而大众市场为国产品牌主战场，本土品牌具有更强的消费者洞察力，同时并依托渠道、以及在营销上加重投入以拓展市场，市占率持续提升，崛起趋势明显，未来在政策红利和消费升级的助力下，国内美妆个护行业具有优秀的成长空间。

2019年中国美妆个护行业市场主要参与者、市占率及竞争优势

企业名称

主要业务结构占比

市占率

企业竞争优势

海外企业

宝洁

美妆时尚：42.0%

9.9%

美容市场为企业增长引擎，其中大中华区增长迅猛，2019年销售额同比增长5%。

婴儿、女性及家庭护理：27.0%

欧莱雅

彩妆护肤：61.3%

9.2%

销售渠道遍及全球150个国家地区,具备超50年并购历史，实现区域龙头定位互补与渠道渗透。

头发护理：25.0%

资生堂

高端系列：46.0%

3.4%

精选品牌矩阵与SKU，主打高端化与年轻路线，成功打造两个十亿美元级品牌Shideido和CPB。

大众系列：30.0%

高露洁

口腔：80.0%

2.5%

精简产品线，目前高露洁牙膏全球市场份额已达43.3%，手动牙刷达36.2%。

个护：15.0%

联合利华

个护：31.0%

7.1%

跟踪全球高新技术的发展和市场的最新需求，其研发费用占公司销售额的2.4%。

调味品：32.0%

雅诗兰黛

彩妆：44.0%

3.2%

自主研发与并购结合，构建多品牌/多品类高端美妆矩阵，开启数字化转型，全球线上渠道增长强劲，分流实体店零售。

护肤：39.0%

中国企业

上海上美

-

2.6%

依托"国潮风+下沉市场"优势崛起。

百雀羚

-

2.4%

百雀羚以国产美妆个护品牌形象植根大众市场，把握政策红利

上海家化

个护：64.5%

1.9%

加速电商渠道转型，加大美妆品牌投入，弱化个护家居投入，与抖音、微博、微信、小红书、B站深度合作。

护肤：39.0%

数据来源：公开资料整理（CT） 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。《2021年中国美妆个护市场调研报告-市场深度调研与未来前景研究》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年中国美妆个护行业发展概述

第一节 美妆个护行业发展情况概述

- 一、美妆个护行业相关定义
- 二、美妆个护行业基本情况介绍
- 三、美妆个护行业发展特点分析

第二节 中国美妆个护行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、美妆个护行业产业链条分析
- 三、中国美妆个护行业上游环节分析
- 四、中国美妆个护行业下游环节分析

第三节 中国美妆个护行业生命周期分析

- 一、美妆个护行业生命周期理论概述
- 二、美妆个护行业所属的生命周期分析

第四节 美妆个护行业经济指标分析

- 一、美妆个护行业的赢利性分析
- 二、美妆个护行业的经济周期分析
- 三、美妆个护行业附加值的提升空间分析

第五节 中国美妆个护行业进入壁垒分析

- 一、美妆个护行业资金壁垒分析
- 二、美妆个护行业技术壁垒分析
- 三、美妆个护行业人才壁垒分析
- 四、美妆个护行业品牌壁垒分析
- 五、美妆个护行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球美妆个护行业市场发展现状分析

第一节 全球美妆个护行业发展历程回顾

第二节 全球美妆个护行业市场区域分布情况

第三节 亚洲美妆个护行业地区市场分析

- 一、亚洲美妆个护行业市场现状分析
- 二、亚洲美妆个护行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲美妆个护行业市场前景分析

第四节 北美美妆个护行业地区市场分析

- 一、北美美妆个护行业市场现状分析
- 二、北美美妆个护行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美美妆个护行业市场前景分析

第五节 欧盟美妆个护行业地区市场分析

- 一、欧盟美妆个护行业市场现状分析
- 二、欧盟美妆个护行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟美妆个护行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界美妆个护行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球美妆个护行业市场规模预测

第三章 中国美妆个护产业发展环境分析

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、全社会消费品美妆个护总额
- 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 中国美妆个护行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国美妆个护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 中国美妆个护行业运行情况

第一节 中国美妆个护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
- 四、行业发展动态

第二节 中国美妆个护行业市场规模分析

第三节 中国美妆个护行业供应情况分析

第四节 中国美妆个护行业需求情况分析

第五节 中国美妆个护行业供需平衡分析

第六节 中国美妆个护行业发展趋势分析

第五章 中国美妆个护所属行业运行数据监测

第一节 中国美妆个护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 中国美妆个护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 中国美妆个护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年中国美妆个护市场格局分析

第一节 中国美妆个护行业竞争现状分析

一、中国美妆个护行业竞争情况分析

二、中国美妆个护行业主要品牌分析

第二节 中国美妆个护行业集中度分析

一、中国美妆个护行业市场集中度分析

二、中国美妆个护行业企业集中度分析

第三节 中国美妆个护行业存在的问题

第四节 中国美妆个护行业解决问题的策略分析

第五节 中国美妆个护行业竞争力分析

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

第六节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国美妆个护行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国美妆个护行业需求特点与动态分析

- 第一节 中国美妆个护行业消费者基本情况
- 第二节 中国美妆个护行业消费者属性及偏好调查
- 第三节 美妆个护行业成本分析
- 第四节 美妆个护行业价格影响因素分析
 - 一、供需因素
 - 二、成本因素
 - 三、其他因素
- 第五节 中国美妆个护行业价格现状分析
- 第六节 中国美妆个护行业平均价格走势预测
 - 一、中国美妆个护行业价格影响因素
 - 二、中国美妆个护行业平均价格走势预测
 - 三、中国美妆个护行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国美妆个护行业区域市场现状分析

- 第一节 中国美妆个护行业区域市场规模分布
- 第二节 中国华东地区美妆个护市场分析
 - 一、华东地区概述
 - 二、华东地区经济环境分析
 - 三、华东地区美妆个护市场规模分析
 - 四、华东地区美妆个护市场规模预测
- 第三节 华北地区市场分析
 - 一、华北地区概述
 - 二、华北地区经济环境分析
 - 三、华北地区美妆个护市场规模分析
 - 四、华北地区美妆个护市场规模预测
- 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、华南地区美妆个护市场规模分析

四、华南地区美妆个护市场规模预测

第九章 2017-2020年中国美妆个护行业竞争情况

第一节 中国美妆个护行业竞争结构分析（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 中国美妆个护行业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 中国美妆个护行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 美妆个护行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国美妆个护行业发展前景分析与预测

第一节 中国美妆个护行业未来发展前景分析

一、美妆个护行业国内投资环境分析

二、中国美妆个护行业市场机会分析

三、中国美妆个护行业投资增速预测

第二节 中国美妆个护行业未来发展趋势预测

第三节 中国美妆个护行业市场发展预测

一、中国美妆个护行业市场规模预测

二、中国美妆个护行业市场规模增速预测

三、中国美妆个护行业产值规模预测

四、中国美妆个护行业产值增速预测

五、中国美妆个护行业供需情况预测

第四节 中国美妆个护行业盈利走势预测

一、中国美妆个护行业毛利润同比增速预测

二、中国美妆个护行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国美妆个护行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 美妆个护产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 美妆个护行业投资风险分析

一、美妆个护行业政策风险分析

二、美妆个护行业技术风险分析

三、美妆个护行业竞争风险

四、美妆个护行业其他风险分析

第三节 美妆个护行业企业经营发展分析及建议

一、美妆个护行业经营模式

二、美妆个护行业销售模式

三、美妆个护行业创新方向

第四节 美妆个护行业应对策略

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年中国美妆个护行业发展战略及规划建议

第一节 中国美妆个护行业品牌战略分析

一、美妆个护企业品牌的重要性

二、美妆个护企业实施品牌战略的意义

三、美妆个护企业品牌的现状分析

四、美妆个护企业的品牌战略

五、美妆个护品牌战略管理的策略

第二节 中国美妆个护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 中国美妆个护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年中国美妆个护行业发展策略及投资建议

第一节 中国美妆个护行业产品策略分析

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 中国美妆个护行业定价策略分析

第三节 中国美妆个护行业营销渠道策略

一、美妆个护行业渠道选择策略

二、美妆个护行业营销策略

第四节 中国美妆个护行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国美妆个护行业重点投资区域分析

二、中国美妆个护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/528191528191.html>