

# 中国美妆电商行业发展现状分析与投资前景研究 报告（2022-2029年）

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《中国美妆电商行业发展现状分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202203/579142.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

### 美妆线上渗透率持续提升

近年来，不论是网络社交平台如小红书，还是电子商务平台如淘宝，都纷纷开展社交和电商相结合的新业务。我国电商迎来发展新浪潮，美妆产品作为社交电商购买倾向最多的产品，未来的市场需求量只增不减，面对网络购物社交化的趋势，我国美妆电商发展多元化，美妆电商呈现出内容和体验双升级的业态特征。

在消费观念升级、消费结构转变背景下，美妆线上零售增速总体高于线下，线上渗透率持续提升。中国美妆电商市场规模持续扩大，2021年中国美妆电商市场规模达251.7亿元，同比增长26.6%。

资料来源：观研天下数据中心整理

美妆电商行业产业链上游为生产商、供应商和品牌商。其中品牌商又分国内品牌和国外品牌。美妆电商行业产业链中游为各种形式的美妆电商，包括综合性电商平台、垂直性电商平台、内容性电商平台等。

美妆电商行业产业链下游为消费者。随着互联网的发展，消费者对线上购买美妆产品的接受度不断增长，行业渗透率快速提高，交易规模呈现良好的增长态势。

### 美妆电商行业产业链结构

资料来源：观研天下数据中心整理

美妆电商包括综合性电商平台、垂直性电商平台、内容性电商平台。综合性电商平台具备流量、资金和资源等优势，处于行业领先地位。垂直性电商平台一般为初创公司，通常直接和美妆品牌签约产品。内容性电商平台线上流量充足，但线下物流体系不完善。

### 国内美妆电商主要平台

#### 类型

#### 代表品牌

#### 平台特点

#### 综合性电商

淘宝、京东、唯品或、拼多多

传统交易型电商，拥有强大的基础客户群体

#### 垂直性电商

壹网壹创、丽人丽妆、悠可UCO

细分产品专一，缺少一定的流量

#### 内容性电商

小红书、抖音、快手

短视频直播等内容性平台，满足消费者购物、社交、娱乐、价值观认同等多层次需求

资料来源：观研天下数据中心整理

内容性电商平台的强大的内容分享属性使其成为消费者高信任度美妆网购对象。但受物流不成熟影响，大部分消费者仍然通过综合电商平台购买美妆产品。根据数据显示，有几乎一半的抖音和快手的用户在观看直播或短视频后去到淘宝购买商品。

垂直美妆电商竞争加剧

垂直性电商平台一般为初创公司，和美妆品牌直接签约和自己的品牌产品，大多数同时拥有APP和小程序。我国化妆品行业中腰部传统国货品牌数量众多，但品牌运作能力匮乏、缺少资金建设自有电商团队；国际小众品牌凭借线上渠道发力中国市场，但对本土市场不够熟悉。国际大牌、传统国货、新锐小众对电商服务商要求分化，后续腰部传统国货、国际小众新锐有望成电商服务需求新增主力。

国内美妆电商品牌方企业分析

品牌

品牌细分

具体企业

问题

国际品牌

国际大牌

雪花秀、欧莱雅、资生堂、兰蔻、兰芝

国际大牌企业对我国具体的电商平台店铺运营、营销策划、规则把握等等缺乏深度了解

国际小众品牌

Y.O.U、Neostrata芯丝翠、Murad

缺乏对国内市场的了解

国内品牌

腰部传统国货

百雀羚、相宜本草、佰草集

品牌数量较多，品牌运作能力匮乏，线上运营缺乏人才储备、经验积累

新锐小众

花西子、完美日记、HFP

缺少资金建设自有电商团队

资料来源：观研天下数据中心整理

目前，垂直美妆电商公司的主要经营模式为品牌线上服务和线上分销。

美妆电商经营模式分析

业务

服务

具体内容

品牌线上服务

品牌线上营销服务

为品牌方就某项产品或活动提供营销策划方案，并把控方案的落地过程，帮助品牌方扩大品牌影响力、激发销售潜力，同时根据与品牌方约定的服务内容，收取服务费。

品牌线上管理服务

为品牌方量身定制线上营销服务并执行，根据服务效果向品牌方收取服务费用。

线上分销

产品分销

获得品牌方分销业务授权，面向在天猫或淘宝的卖家或其他第三方 B2C 平台分销产品，美妆电商平台承担采购、销售推广、物流等成本和费用。

资料来源：观研天下数据中心整理

国内美妆电商行业集中度将不断提升；在各个细分行业的实力较强的服务商，将获得更多的市场份额，成为行业领军企业，而行业内一大部分低端服务商，由于资金不足、综合运营和整合能力较弱，将逐渐被淘汰。

资料来源：企业财报，观研天下数据中心整理

美妆电商重点企业分析

1、壹网壹创

公司的主营业务是为国内外知名快消品品牌提供全网各渠道电子商务服务。公司作为品牌方的重要战略合作伙伴，从品牌形象塑造、产品设计策划、整合营销策划、视觉设计、大数据分析、线上品牌运营、精准广告投放、CRM 管理、售前售后服务、仓储物流等全链路为品牌提供线上服务，帮助各品牌方提升知名度与市场份额。

2021年上半年壹网壹创营业收入及毛利率分析

营业收入（亿元）

毛利率

分产品或服务

品牌线上营销

服务

1.20

41.57%

品牌线上管理

服务

2.64

62.25%

线上分销

0.99

24.14%

合计

4.83

/

资料来源：观研天下数据中心整理

资料来源：公司财报

为了保持公司在市场中的竞争力，壹网壹创在服务品质和服务范畴上拥有持续拓展能力。在经营过程中，通过持续的服务创新，公司已经孵化出电商直播、数据银行、内容创作与传播、多媒体设计与策划、新媒体营销、消费者调研、公益营销与传播等特色服务项目，并且不断创造个性化的增值服务。

## 2、若羽臣

广州若羽臣科技股份有限公司是一家面向全球优质消费品牌的电子商务综合服务提供商，公司以电子商务为媒介，致力于通过全方位的电子商务服务助力品牌方提升知名度并拓展中国市场，在为中国消费者收获优质产品和服务的同时，帮助品牌方实现品牌知名度和经济效益的共同成长。公司主要业务包括线上代运营、渠道分销以及品牌策划，服务内容涵盖品牌定位、店铺运营、渠道分销、整合营销、数据挖掘、供应链管理等。

## 2021年上半年若羽臣营业收入及毛利率分析

营业收入（亿元）

毛利率

分行业

电商服务行业

5.98

33.49%

分产品

零售收入

2.96

39.41%

运营服务收入

0.71

65.56%

渠道分销业务

1.94

14.10%

品牌策划业务

0.37

26.08%

分地区

境内

4.69

26.77%

境外

1.28

58.11%

合计

5.98

/

资料来源：观研天下数据中心整理

资料来源：观研天下数据中心整理

广州若羽臣科技股份有限公司以快消领域为核心，精耕保健品、母婴等类目，这些垂直行业的代运营市场渗透率都在快速增长中，相较服饰、美妆等行业，发展潜力更大。在竞争过程中，已凭借专业服务能力取得了核心优势，并积累了较强的口碑效应，成为越来越多垂类客户首选。（cyy）

观研报告网发布的《中国美妆电商行业发展现状分析与投资前景研究报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

## 【目录大纲】

### 第一章 2018-2022年中国美妆电商行业发展概述

#### 第一节 美妆电商行业发展情况概述

##### 一、美妆电商行业相关定义

##### 二、美妆电商行业基本情况介绍

##### 三、美妆电商行业发展特点分析

##### 四、美妆电商行业经营模式

##### 1、生产模式

##### 2、采购模式

##### 3、销售/服务模式

##### 五、美妆电商行业需求主体分析

#### 第二节 中国美妆电商行业生命周期分析

##### 一、美妆电商行业生命周期理论概述

##### 二、美妆电商行业所属的生命周期分析

#### 第三节 美妆电商行业经济指标分析

##### 一、美妆电商行业的赢利性分析

##### 二、美妆电商行业的经济周期分析



### 三、美妆电商行业附加值的提升空间分析

#### 第二章 2018-2022年全球美妆电商行业市场发展现状分析

##### 第一节全球美妆电商行业发展历程回顾

##### 第二节全球美妆电商行业市场规模与区域分布情况

##### 第三节亚洲美妆电商行业地区市场分析

###### 一、亚洲美妆电商行业市场现状分析

###### 二、亚洲美妆电商行业市场规模与市场需求分析

###### 三、亚洲美妆电商行业市场前景分析

##### 第四节北美美妆电商行业地区市场分析

###### 一、北美美妆电商行业市场现状分析

###### 二、北美美妆电商行业市场规模与市场需求分析

###### 三、北美美妆电商行业市场前景分析

##### 第五节欧洲美妆电商行业地区市场分析

###### 一、欧洲美妆电商行业市场现状分析

###### 二、欧洲美妆电商行业市场规模与市场需求分析

###### 三、欧洲美妆电商行业市场前景分析

##### 第六节 2022-2029年世界美妆电商行业分布走势预测

##### 第七节 2022-2029年全球美妆电商行业市场规模预测

#### 第三章 中国美妆电商行业产业发展环境分析

##### 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、全社会消费品零售总额

###### 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

##### 第二节我国宏观经济环境对美妆电商行业的影响分析

##### 第三节中国美妆电商行业政策环境分析

###### 一、行业监管体制现状

###### 二、行业主要政策法规

###### 三、主要行业标准

##### 第四节政策环境对美妆电商行业的影响分析

## 第五节中国美妆电商行业产业社会环境分析

### 第四章 中国美妆电商行业运行情况

#### 第一节中国美妆电商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

#### 第二节中国美妆电商行业市场规模分析

##### 一、影响中国美妆电商行业市场规模的因素

##### 二、中国美妆电商行业市场规模

##### 三、中国美妆电商行业市场规模解析

#### 第三节中国美妆电商行业供应情况分析

##### 一、中国美妆电商行业供应规模

##### 二、中国美妆电商行业供应特点

#### 第四节中国美妆电商行业需求情况分析

##### 一、中国美妆电商行业需求规模

##### 二、中国美妆电商行业需求特点

#### 第五节中国美妆电商行业供需平衡分析

### 第五章 中国美妆电商行业产业链和细分市场分析

#### 第一节中国美妆电商行业产业链综述

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、产业链运行机制

##### 三、美妆电商行业产业链图解

#### 第二节中国美妆电商行业产业链环节分析

##### 一、上游产业发展现状

##### 二、上游产业对美妆电商行业的影响分析

##### 三、下游产业发展现状

##### 四、下游产业对美妆电商行业的影响分析

#### 第三节我国美妆电商行业细分市场分析

##### 一、细分市场一

##### 二、细分市场二

### 第六章 2018-2022年中国美妆电商行业市场竞争分析

#### 第一节中国美妆电商行业竞争要素分析

一、产品竞争

二、服务竞争

三、渠道竞争

四、其他竞争

第二节中国美妆电商行业竞争现状分析

一、中国美妆电商行业竞争格局分析

二、中国美妆电商行业主要品牌分析

第三节中国美妆电商行业集中度分析

一、中国美妆电商行业市场集中度影响因素分析

二、中国美妆电商行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国美妆电商行业模型分析

第一节中国美妆电商行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国美妆电商行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国美妆电商行业SWOT分析结论

第三节中国美妆电商行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

## 第八章 2018-2022年中国美妆电商行业需求特点与动态分析

### 第一节中国美妆电商行业市场动态情况

### 第二节中国美妆电商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

### 第三节美妆电商行业成本结构分析

### 第四节美妆电商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

### 第五节中国美妆电商行业价格现状分析

### 第六节中国美妆电商行业平均价格走势预测

#### 一、中国美妆电商行业平均价格趋势分析

#### 二、中国美妆电商行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国美妆电商行业所属行业运行数据监测

### 第一节中国美妆电商行业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

### 第二节中国美妆电商行业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

### 第三节中国美妆电商行业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

## 第十章 2018-2022年中国美妆电商行业区域市场现状分析

### 第一节中国美妆电商行业区域市场规模分析

## 影响美妆电商行业区域市场分布的因素

### 中国美妆电商行业区域市场分布

#### 第二节中国华东地区美妆电商行业市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区美妆电商行业市场分析

###### (1) 华东地区美妆电商行业市场规模

###### (2) 华东地区美妆电商行业市场现状

###### (3) 华东地区美妆电商行业市场规模预测

#### 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、华中地区美妆电商行业市场分析

###### (1) 华中地区美妆电商行业市场规模

###### (2) 华中地区美妆电商行业市场现状

###### (3) 华中地区美妆电商行业市场规模预测

#### 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、华南地区美妆电商行业市场分析

###### (1) 华南地区美妆电商行业市场规模

###### (2) 华南地区美妆电商行业市场现状

###### (3) 华南地区美妆电商行业市场规模预测

#### 第五节华北地区美妆电商行业市场分析

##### 一、华北地区概述

##### 二、华北地区经济环境分析

##### 三、华北地区美妆电商行业市场分析

###### (1) 华北地区美妆电商行业市场规模

###### (2) 华北地区美妆电商行业市场现状

###### (3) 华北地区美妆电商行业市场规模预测

#### 第六节东北地区市场分析

##### 一、东北地区概述

##### 二、东北地区经济环境分析

##### 三、东北地区美妆电商行业市场分析

###### (1) 东北地区美妆电商行业市场规模

(2) 东北地区美妆电商行业市场现状

(3) 东北地区美妆电商行业市场规模预测

## 第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区美妆电商行业市场分析

(1) 西南地区美妆电商行业市场规模

(2) 西南地区美妆电商行业市场现状

(3) 西南地区美妆电商行业市场规模预测

## 第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区美妆电商行业市场分析

(1) 西北地区美妆电商行业市场规模

(2) 西北地区美妆电商行业市场现状

(3) 西北地区美妆电商行业市场规模预测

## 第十一章 美妆电商行业企业分析（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、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国美妆电商行业发展前景分析与预测

第一节中国美妆电商行业未来发展前景分析

一、美妆电商行业国内投资环境分析

二、中国美妆电商行业市场机会分析

三、中国美妆电商行业投资增速预测

第二节中国美妆电商行业未来发展趋势预测

第三节中国美妆电商行业规模发展预测

一、中国美妆电商行业市场规模预测

二、中国美妆电商行业市场规模增速预测

三、中国美妆电商行业产值规模预测

四、中国美妆电商行业产值增速预测

五、中国美妆电商行业供需情况预测

第四节中国美妆电商行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国美妆电商行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国美妆电商行业进入壁垒分析

一、美妆电商行业资金壁垒分析

二、美妆电商行业技术壁垒分析

三、美妆电商行业人才壁垒分析

四、美妆电商行业品牌壁垒分析

## 五、美妆电商行业其他壁垒分析

### 第二节美妆电商行业风险分析

#### 一、美妆电商行业宏观环境风险

#### 二、美妆电商行业技术风险

#### 三、美妆电商行业竞争风险

#### 四、美妆电商行业其他风险

### 第三节中国美妆电商行业存在的问题

### 第四节中国美妆电商行业解决问题的策略分析

## 第十四章 2022-2029年中国美妆电商行业研究结论及投资建议

### 第一节观研天下中国美妆电商行业研究综述

#### 一、行业投资价值

#### 二、行业风险评估

### 第二节中国美妆电商行业进入策略分析

#### 一、目标客户群体

#### 二、细分市场选择

#### 三、区域市场的选择

### 第三节美妆电商行业营销策略分析

#### 一、美妆电商行业产品营销

#### 二、美妆电商行业定价策略

#### 三、美妆电商行业渠道选择策略

### 第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/579142.html>