

2020年中国美妆行业分析报告- 市场深度调研与发展前景预测

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《2020年中国美妆行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》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/350051350051.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

根据数据统计，2019年淘宝天猫全网范围内，化妆品两大一级类目“美容护肤/美体/精油”和“彩妆/香水/美妆工具”总成交额达2049亿元，同比2018年增长35.4%。

2018-2019年淘宝天猫全网化妆品类目成交金额情况 数据来源：淘宝天猫全网

从化妆品两大一级类目来看，2019年淘宝天猫全网“美容护肤/美体/精油”总成交1368.5亿元，增长33.5%，“618”、“双11”和“双12”的增幅高于其它月份，促销季“囤货”的现象更加普遍。其中面膜规模达190.46亿元，增长6.53%。

2018-2019年淘宝天猫全网“美容护肤/美体/精油”类目成交金额情况 数据来源：淘宝天猫全网

2019年1-12月淘宝天猫全网“美容护肤/美体/精油”类目成交金额情况 数据来源：淘宝天猫全网

2017-2019年淘宝天猫全网面膜类目成交金额情况 数据来源：淘宝天猫全网

2019年淘宝天猫平台“美容护肤/美体/精油”类目下三级细分品类中，“面部护理套装”以12.39亿元的年成交额遥遥领先；基础面部护理品类中，面膜与面部精华成交额最高，其中面部精华2019年交易额达189.08亿元，相比2018年增长58.1%，冲击面膜市场地位。从成交额增幅来看，与2018年相比，年交易额增幅最大的是“面部磨砂/去角质”这一小品类，增幅高达149.9%，其次是唇膜和颈霜，增幅分别为125.9%和119.4%。

2019年美容护肤/美体/精油市场细分品类成交额Top10 数据来源：淘宝天猫全网

2019年美容护肤/美体/精油市场细分品类成交额环比增幅Top10 数据来源：淘宝天猫全网

2019年淘宝天猫全网“彩妆/香水/美妆工具”总成交680.9亿元，增长39.4%，与“美容护肤/美体/精油”类目相比，11月成交额与其它月的差距相对较小，3月、6月、12月成交额增速更快，除了“双11”外，“女王节”、“618”和“双12”对彩妆品牌也同样重要；但与此同时，6月和11月的增速在加快，在“618”和“双11”集中“囤货”的消费习惯正在养成。

2018-2019年淘宝天猫全网彩妆/香水/美妆工具类目成交金额情况 数据来源：淘宝天猫全网

2019年1-12月淘宝天猫全网彩妆/香水/美妆工具类目成交金额情况 数据来源：淘宝天猫全网

2019年口红/唇膏、美容工具、香水的成交额位列彩妆/香水/美妆工具市场的前三名，分别达126.48亿元、94.9亿元、59.61亿元，唇彩、唇釉类唇部彩妆年成交额38.29亿，增幅67.4%，正在高速追赶口红；粉底液/膏增幅65.7%，成交额超过BB霜；隔离/妆前增幅54.6%，由于产品大多带有修色功能，已经基本取代CC霜；蜜粉/散粉增幅高达98%，增速第一；此外，阴影和腮红的增幅也位列Top10。

2019年彩妆/香水/美妆工具市场细分品类成交额Top10 数据来源：淘宝天猫全网

2019年彩妆/香水/美妆工具市场细分品类成交额增幅Top10 数据来源：淘宝天猫全网

在男妆市场方面，2019年男士护理的线上交易金额达到40.02亿元，相比于2018年上升24.5%，2019年内各月的成交额均同比增长。整体上，男性用户对护理产品的消费受非“双11

1”期间的其他活动刺激还比较小，短期内，“双11”依然是备战重点。

2018-2019年淘宝天猫全网男士护理类产品成交金额情况 数据来源：淘宝天猫全网

2019年1-12月淘宝天猫全网男士护理类产品成交金额情况 数据来源：淘宝天猫全网

男士护理类目中，2019年男士洁面的成交额遥遥领先，达1593.27百万元，远高于男士护理套装，面部乳霜销售额又远高于面膜、爽肤水和精华，这在一定程度上也反映了男士在基础面部护理步骤上与女性的差异。男士精油2019年成交额654.6万元，相比2018年增长169.6%；男士面部精华年成交额640.6，略低于男士精油，相比2018年增幅仅40.1%。此外，男士面部和唇部磨砂膏增幅出现“翻倍”，增幅均超过200%，是值得关注的细分细分市场。

2019年男士护理细分类目年成交额Top10 数据来源：淘宝天猫全网

2019年男士护理细分类目年成交额增幅Top10 数据来源：淘宝天猫全网

2019年淘宝天猫全网男士彩妆年成交额达3.3亿元，相比2018年增长67.9%。与男士护理产品相比，男士彩妆月度销售分布与行业整体趋势差异很大，也与2018年所呈现交易规律有所不同。“双11”后的12月成交金额环比增长113.6%，同比增长184.3%。12月成交额的激增最主要来源于“男士BB霜”类目下爆品“男士素颜霜”，LSphere男士素颜霜11月上市后，在12月上旬集中推广，12月内单品成交额就超过整个男士彩妆类目年内的月均成交额。

2018-2019年淘宝天猫全网男士彩妆类产品成交金额情况 数据来源：淘宝天猫全网

2019年1-12月淘宝天猫全网男士彩妆类产品成交金额情况 数据来源：淘宝天猫全网

2019年男士彩妆的各细分类目中，男士BB霜的成交额独占77.5%，是男士彩妆第一大类品；2019年交易额增幅最大的男士粉底，为165.95，很多男性用户直接用的是男女通用粉底液，目前市面上男士专用的粉底液产品很少。

2019年男士彩妆细分类目年成交额Top10 数据来源：淘宝天猫全网

2019年男士彩妆细分类目年成交额增幅Top10 数据来源：淘宝天猫全网（CT）

中国报告网是观研天下集团旗下打造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年中国美妆行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》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年中国美妆行业发展概述

第一节 美妆行业发展情况概述

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

第二节 中国美妆行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、美妆行业产业链条分析
- 三、中国美妆行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国美妆行业生命周期分析

- 一、美妆行业生命周期理论概述
- 二、美妆行业所属的生命周期分析

第四节 美妆行业经济指标分析

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

第五节 国中美妆行业进入壁垒分析

- 一、美妆行业资金壁垒分析
- 二、美妆行业技术壁垒分析
- 三、美妆行业人才壁垒分析
- 四、美妆行业品牌壁垒分析

五、美妆行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球美妆行业市场发展现状分析

第一节 全球美妆行业发展历程回顾

第二节 全球美妆行业市场区域分布情况

第三节 亚洲美妆行业地区市场分析

一、亚洲美妆行业市场现状分析

二、亚洲美妆行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲美妆行业市场前景分析

第四节 北美美妆行业地区市场分析

一、北美美妆行业市场现状分析

二、北美美妆行业市场规模与市场需求分析

三、北美美妆行业市场前景分析

第五节 欧盟美妆行业地区市场分析

一、欧盟美妆行业市场现状分析

二、欧盟美妆行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟美妆行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界美妆行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球美妆行业市场规模预测

第三章 中国美妆产业发展环境分析

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 中国美妆行业运行情况

第一节 中国美妆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 中国美妆行业市场规模分析

第三节 中国美妆行业供应情况分析

第四节 中国美妆行业需求情况分析

第五节 中国美妆行业供需平衡分析

第六节 中国美妆行业发展趋势分析

第五章 中国美妆所属行业运行数据监测

第一节 中国美妆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年中国美妆市场格局分析

第一节 中国美妆行业竞争现状分析

一、中国美妆行业竞争情况分析

二、中国美妆行业主要品牌分析

第二节 中国美妆行业集中度分析

一、中国美妆行业市场集中度分析

二、中国美妆行业企业集中度分析

第三节 中国美妆行业存在的问题

第四节 中国美妆行业解决问题的策略分析

第五节 中国美妆行业竞争力分析

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年中国美妆行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国美妆行业消费特点

第二节 中国美妆行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 美妆行业成本分析

第四节 美妆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 中国美妆行业价格现状分析

第六节 中国美妆行业平均价格走势预测

一、中国美妆行业价格影响因素

二、中国美妆行业平均价格走势预测

三、中国美妆行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国美妆行业区域市场现状分析

第一节 中国美妆行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地美妆市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区美妆市场规模分析

四、华东地区美妆市场规模预测

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、华中地区美妆市场规模分析

四、华中地区美妆市场规模预测

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、华南地区美妆市场规模分析

第九章 2017-2020年中国美妆行业竞争情况

第一节 中国美妆行业竞争结构分析（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

- 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国美妆行业发展前景分析与预测

第一节 中国美妆行业未来发展前景分析

一、美妆行业国内投资环境分析

二、中国美妆行业市场机会分析

三、中国美妆行业投资增速预测

第二节 中国美妆行业未来发展趋势预测

第三节 中国美妆行业市场发展预测

一、中国美妆行业市场规模预测

二、中国美妆行业市场规模增速预测

三、中国美妆行业产值规模预测

四、中国美妆行业产值增速预测

五、中国美妆行业供需情况预测

第四节 中国美妆行业盈利走势预测

一、中国美妆行业毛利润同比增速预测

二、中国美妆行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国美妆行业投资风险与营销分析

第一节 美妆行业投资风险分析

一、美妆行业政策风险分析

二、美妆行业技术风险分析

三、美妆行业竞争风险

四、美妆行业其他风险分析

第二节 美妆行业企业经营发展分析及建议

- 一、美妆行业经营模式
- 二、美妆行业销售模式
- 三、美妆行业创新方向

第三节 美妆行业应对策略

- 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 2018-2024年中国美妆行业发展策略及投资建议

第一节 中国美妆行业品牌战略分析

- 一、美妆企业品牌的重要性
- 二、美妆企业实施品牌战略的意义
- 三、美妆企业品牌的现状分析
- 四、美妆企业的品牌战略
- 五、美妆品牌战略管理的策略

第二节 中国美妆行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国美妆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 2018-2024年中国美妆行业发展策略及投资建议

第一节 中国美妆行业产品策略分析

- 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 中国美妆行业定价策略分析

第三节 中国美妆行业营销渠道策略

一、美妆行业渠道选择策略

二、美妆行业营销策略

第四节 中国美妆行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国美妆行业重点投资区域分析

二、中国美妆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/350051350051.html>