

# 中国化妆品行业发展深度分析与投资前景研究报告（2025-2032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《中国化妆品行业发展深度分析与投资前景研究报告（2025-2032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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202511/771342.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

### 一、我国化妆品市场基本盘坚实稳固，持续稳居全球第二大化妆品市场地位

化妆品是用于清洁、保护、美化和修饰人体表面（如皮肤、毛发、指甲、口唇等）的日用化学工业产品。虽然自2024年下半年以来，受宏观环境以及经济形势影响，可选属性较强的化妆品类增速开始回落，但从官方统计数据来看，市场稳健发展的态势未改：2025年上半年我国社会消费品零售总额达24.55万亿元，同比增长5.0%；其中，限额以上化妆品零售额为2291亿元，同比增长2.9%。

资料来源：公开资料

资料来源：公开资料

当下，作为全球第二大化妆品市场，我国行业发展韧性持续凸显，市场基本盘坚实稳固。追溯2024年，我国化妆品市场规模已达5372亿元，占全球市场份额的12.58%左右，仅次于美国。这一数据进一步印证了国内市场深厚的核心竞争力与持续释放的增长潜力。其中，与其他细分品类相比，护肤品凭借更广泛的用户基础、更高的复购率以及更强的品牌粘性，长期稳居我国化妆品市场的主导地位。

数据来源：Euromonitor，观研天下整理

数据来源：Euromonitor，观研天下整理

数据来源：Euromonitor，观研天下整理

未来，我国化妆品市场仍存在显著的提升空间，这一点可从人均消费维度得到双重印证：一方面，2024年我国人均化妆品消费金额仅为53美元，不仅远低于美国的365.9美元，也显著低于亚洲邻国日本（226.9美元）和韩国（256.3美元），反映出市场整体渗透水平仍有较大提升余地；另一方面，从消费者个体消费结构来看，我国消费者化妆品月均消费以中低区间为主，其中501-1000元区间人群占比最高，达34.2%，201-500元区间人群占比次之（29.3%），而月均消费1000元以上的人群仅占25.3%，进一步凸显人均消费升级的潜力尚未充分释放。

数据来源：Euromonitor，观研天下整理

### 二、国货美妆崛起：市占率突破50%关口，双11领跑与进口替代双重验证

长期以来，我国化妆品市场都由国际大牌主导，背靠大集团、发展时间长、消费者粘性高的

国际品牌很长一段时间都牢牢把握着国内化妆品行业风向。但随着一批本土品牌持续投入研发、精准洞悉消费者需求、顺应消费渠道变革，以珀莱雅、薇诺娜、可复美等为主的一系列国产品牌开始掌握市场话语权。数据显示，2024年我国国货化妆品品牌市占率已达到49.90%。预计2025年，我国国货化妆品品牌市占率将达到50.4%。

数据来源：Euromonitor，观研天下整理

一方面，从国内2025年双11大促数据来看，国货品牌已占据榜首，且在不同电商渠道呈现出差异化的竞争态势：

天猫渠道：头部国货稳固领跑，整体占比仍待提升。数据显示，2025年双11天猫美妆榜前20中，国货品牌占据5席，具体排名及变动如下：珀莱雅蝉联榜首，实现双11三连冠；薇诺娜排名第8（较去年+1名）；可复美位列第18（较去年-5名）；自然堂保持第19名；毛戈平新进入榜单第20名。尽管上榜数量仍相对有限，但已跻身榜单的国货品牌格局趋于稳定，头部品牌凭借扎实的品牌力、产品力及精细化渠道运营，持续获得消费者认可，其中珀莱雅更是成为天猫美妆头部阵营中唯一的稳定国货力量。

抖音渠道：国货主导竞争格局，细分赛道优势显著。在抖音美妆榜前10中，国货品牌占据5席：韩束继续稳坐第1名；珀莱雅保持第2名；谷雨新进入榜单第6名；自然堂排名第7（较去年+1名）；百雀羚同样新进入榜单第9名。细分赛道表现更为突出：护肤榜单TOP5中，仅赫莲娜一个外资品牌排名第3，其余4席均由国货占据，韩束、珀莱雅、谷雨、自然堂依次位列前四；彩妆榜单TOP5里，仅YSL一个外资品牌排名第1，蒂洛薇、毛戈平、卡姿兰、花西子等国货品牌紧随其后。可见，国货品牌在抖音渠道已构建起成熟的运营体系与打法，尤其头部品牌的营销策略与渠道适配性明显优于外资品牌，形成了显著的竞争优势。

2024-2025年各平台双十一美妆排行榜单

排名

天猫美妆

抖音美妆

抖音美容护肤

抖音彩妆香水

2024年

2025年

2024年

2025年

2025年

2025年

1

珀莱雅

珀莱雅

韩束

韩束

韩束

YSL

2

欧莱雅

雅诗兰黛

珀莱雅

珀莱雅

珀莱雅

蒂洛薇

3

兰蔻

兰蔻

欧莱雅

赫莲娜

赫莲娜

毛戈平

4

雅诗兰黛

欧莱雅

雅诗兰黛

欧莱雅

谷雨

卡姿兰

5

海蓝之谜

修丽可

可复美

雅诗兰黛

自然堂

花西子

6

赫莲娜

海蓝之谜

赫莲娜

谷雨

欧莱雅

肌肤之钥

7

修丽可

SK-II

海蓝之谜

自然堂

百雀羚

花间颂

8

SK-II

薇诺娜

自然堂

兰蔻

后

彩棠

9

薇诺娜

OLAY

兰蔻

百雀羚

兰蔻

MAC

10

OLAY

CPB

薇诺娜

后

雅诗兰黛

花知晓

资料来源：青眼情报，观研天下整理

另一方面，从进口数据来看，近三年我国化妆品进口数量与金额呈现“双降”态势。数据显示

, 2022-2024年 , 我国化妆品进口规模从41.8万吨缩减至32.5万吨 ; 进口金额从1494亿元降至1161亿元。在化妆品整体市场基本盘稳固的情况下 , 进口数据的双降表明本土品牌正持续替代国际品牌 , 国货市场占有率正稳步提升。而这一趋势在2025年上半年得以延续 , 我国化妆品类进口总额为83.2亿美元 ( 约合597.6亿元人民币 ) , 同比小幅下跌0.4% , 国货替代的长期趋势未发生改变。

数据来源 : 公开数据 , 观研天下整理 ( WW )

注 : 上述信息仅作参考 , 图表均为样式展示 , 具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入 , 具体内容请联系客服确认 , 以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国化妆品行业发展深度分析与投资前景研究报告 (2025-2032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。

目录大纲 :

## 【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024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 特点分析

三、 化妆品 行业基本情况介绍

四、 化妆品 行业经营模式

( 1 ) 生产模式

( 2 ) 采购模式

( 3 ) 销售/服务模式

五、 化妆品 行业需求主体分析

第二节 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
第三节 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
第二章 中国 化妆品	行业监管分析
第一节 中国 化妆品	行业监管制度分析
一、 行业主要监管体制	
二、 行业准入制度	
第二节 中国 化妆品	行业政策法规
一、 行业主要政策法规	
二、 主要行业标准分析	
第三节 国内监管与政策对 化妆品	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】	
第三章 2020-2024年中国 化妆品	行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对 化妆品	行业的影响分析
一、 中国宏观经济环境	
二、 中国宏观经济环境对 化妆品	行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对 化妆品	行业的影响分析
第三节 中国对外贸易环境与对 化妆品	行业的影响分析
第四节 中国 化妆品	行业投资环境分析
第五节 中国 化妆品	行业技术环境分析
第六节 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
第七节 中国 化妆品	行业风险分析
一、 化妆品	行业宏观环境风险
二、 化妆品	行业技术风险
三、 化妆品	行业竞争风险
四、 化妆品	行业其他风险
第四章 2020-2024年全球 化妆品	行业发展现状分析

第一节 全球 化妆品	行业发展历程回顾
第二节 全球 化妆品	行业市场规模与区域分布情况
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 欧洲 化妆品	行业地区市场分析
一、欧洲 化妆品	行业市场现状分析
二、欧洲 化妆品	行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲 化妆品	行业市场前景分析
第六节 2025-2032年全球 化妆品	行业分布 走势预测
第七节 2025-2032年全球 化妆品	行业市场规模预测

### 【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 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
一、影响中国 化妆品	行业市场规模的因素
二、中国 化妆品	行业市场规模
三、中国 化妆品	行业市场规模解析
第三节 中国 化妆品	行业供应情况分析
一、中国 化妆品	行业供应规模
二、中国 化妆品	行业供应特点
第四节 中国 化妆品	行业需求情况分析
一、中国 化妆品	行业需求规模
二、中国 化妆品	行业需求特点
第五节 中国 化妆品	行业供需平衡分析
第六节 中国 化妆品	行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国 化妆品	行业产业链及细分市场分析

第一节 中国 化妆品	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、 化妆品	行业产业链图解
第二节 中国 化妆品	行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状	
二、上游产业对 化妆品	行业的影响分析
三、下游产业发展现状	
四、下游产业对 化妆品	行业的影响分析
第三节 中国 化妆品	行业细分市场分析
一、细分市场一	
二、细分市场二	
第七章 2020-2024年中国 化妆品	行业市场竞争分析
第一节 中国 化妆品	行业竞争现状分析
一、中国 化妆品	行业竞争格局分析
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	行业市场集中度影响因素分析
二、中国 化妆品	行业市场集中度分析
第三节 中国 化妆品	行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征	
二、企业规模分 布	特征
三、企业所有制分布特征	
第八章 2020-2024年中国 化妆品	行业模型分析
第一节 中国 化妆品	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 化妆品	行业SWOT分析
一、SWOT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 化妆品	行业SWOT分析结论
第三节 中国 化妆品	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	
第九章 2020-2024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	行业成本结构分析
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、其他因素	
第五节 中国 化妆品	行业价格现状分析
第六节 2025-2032年中国 化妆品	行业价格影响因素与走势预测
第十章 中国 化妆品	行业所属行业运行数据监测
第一节 中国 化妆品	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 化妆品	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 化妆品 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

第十一章 2020-2024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析

一、影响 化妆品 行业区域市场分布 的因素

二、中国 化妆品 行业区域市场分布

第二节 中国华东地区 化妆品 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 化妆品 行业市场分析

(1) 华东地区 化妆品 行业市场规模

(2) 华东地区 化妆品 行业市场现状

(3) 华东地区 化妆品 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 化妆品 行业市场分析

(1) 华中地区 化妆品 行业市场规模

(2) 华中地区 化妆品 行业市场现状

(3) 华中地区 化妆品 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 化妆品 行业市场分析

(1) 华南地区 化妆品 行业市场规模

(2) 华南地区 化妆品 行业市场现状

(3) 华南地区 化妆品 行业市场规模预测

第五节 华北地区 化妆品 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 化妆品 行业市场分析

(1) 华北地区 化妆品 行业市场规模

(2) 华北地区 化妆品

行业市场现状

(3) 华北地区 化妆品

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 化妆品

行业市场分析

(1) 东北地区 化妆品

行业市场规模

(2) 东北地区 化妆品

行业市场现状

(3) 东北地区 化妆品

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 化妆品

行业市场分析

(1) 西南地区 化妆品

行业市场规模

(2) 西南地区 化妆品

行业市场现状

(3) 西南地区 化妆品

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 化妆品

行业市场分析

(1) 西北地区 化妆品

行业市场规模

(2) 西北地区 化妆品

行业市场现状

(3) 西北地区 化妆品

行业市场规模预测

## 第九节 2025-2032年中国 化妆品

行业市场规模区域分布

预测

## 第十二章 化妆品

行业企业分析 ( 随数据更新可能有调整 )

## 第一节 企业一

### 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 企业二

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

## 第三节 企业三

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

## 第四节 企业四

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

## 第五节 企业五

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

##### 第六节 企业六

###### 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

##### 第七节 企业七

###### 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

##### 第八节 企业八

###### 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

## 第九节 企业九

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

## 第十节 企业十

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

## 【第四部分 展望、结论与建议】

### 第十三章 2025-2032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、中国 化妆品 行业市场机会分析

二、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 行业规模发展预测

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

第十四章 中国 化妆品 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 化妆品 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 化妆品 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 化妆品 行业品牌营销策略分析

一、 化妆品 行业产品策略

二、 化妆品 行业定价策略

三、 化妆品 行业渠道策略

四、 化妆品 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202511/771342.html>