中国护肤品行业现状深度研究与发展前景分析报告（2022-2029年）

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《中国护肤品行业现状深度研究与发展前景分析报告（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：https://www.chinabaogao.com/baogao/202207/604648.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

中国的化妆品市场是全世界最大的新兴市场，在短短的20多年里，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了一个初具规模、极富生机活力的产业大军。随着国内居民消费水平的升级，化妆品行业发展也已经进入新的里程。

国家层面护肤品行业相关政策
近些年，为了促进护肤品行业发展，我国陆续发布了许多政策，比如国家药品监督管理局2021年01月发布的《化妆品注册备案管理办法》中强调：落实“四个最严”要求，突出问题导向，细化《化妆品监督管理条例》确定的原则制度,严格审批审评和备案管理，强化风险控制;深化“放管服”改革，鼓励研发企业创新，优化注册备案程序,落实各方主体责任和监管责任。

发布时间
发布部门
政策名称
重点内容
2020.09
国家药品监督管理局
《化妆品生产经营监督管理办法(征求意见稿) 》
对化妆品生产许可管理、生产质量管理、经营质盘管理、网络经营管理和监督管理提供管理办法，明确化妆品生产违法行为的法律责任。
2020.11
国家药品监督管理局
《化妆品功效宣称评价规范》(征求意见稿) 》
对化妆品功效宣称评价进行分类，包括免于公布摘要的情形、未限定功效评价方式的情形、限定功效评价方式的情形、需开展人体功效试验的情形等，并细化对功效评价试验基本原则、方法、机构等规定。
2021.01
国家药品监督管理局
《化妆品新原料注册备案资料管理规定
为规范化妆品新原料注册和备案管理工作，保证化妆品质量安全，根据《化妆品监督管理条例》《化妆品注册备案管理办法》，制定本规定
2021.01
国家药品监督管理局
《化妆品注册备案管理办法》

落实“四个最严”要求，突出问题导向，细化《化妆品监督管理条例》确定的原则制度,严格审批审评和备案管理，强化风险控制;深化“放管服”改革，鼓励研发企业创新，优化注册备案程序,落实各方主体责任和监管责任。
2021.03
国务院
《国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远录目标纲要》
开展中国品牌创建行动，保护发展中华老字号，提升自主品牌影响力和竞争力，率先在化妆品、服装、家纺、电子产品等消费品领域培育一批高端品牌。
2021.08
国家药品监督管理局
《化妆品生产经营监督管理办法》
进一步加强化妆品生产经营监督管理，保障消费者键康权益，规范和促进化妆品行业健康发展。
2021 09
国家药品监督管理局
《儿童化妆品监督管理规定》
规范儿童化妆品生产经营活动，加强儿童化妆品监督管理，保障儿童使用化妆品安全。儿童护肤类化妆品生产车间的环境要求应当将符合有关规定。
2021.10
国家药品监督管理局
《关于开展化妆品“线上净网线下清源”专项行动的通知》
自2021年10月至2022年10月，再次在全国范
围内组织开展化妆品“线上净网线下清源"专项行
动。以《办法》正式实施为契机，全面自查、集中
整治网络销售化妆品存在的突出问题，强化化妆
品电子商务经营者主体责任，推动《办法》关于网
络销售化妆品的各项规定有效落实，规范网络销
售化妆品市场秩序，保障公众用妆安全
2021.12
中国香料香精化妆品工业协会
《中国化妆品行业“十四五”发展规划》
化妆品是满足人民对美的需求的消费品，化妆品
行业应把人民对美好生活的向往作为行业发展的
奋斗目标,不断增强满足消费者需求的能力，扩内
需挖潜力，在国内统一市场逐步建立的基础上,努

力形成需求牵引供给，供给创造雷求的新动态平
衡。
2022.02
国家药品监督管理局
《化妆品不良反应监测管理办法》
明确各类主体检测义务，化妆品注册人、备案人、
受托生产企业、化妆品经营者、医疗机构等各类主
体应当按规定报告化妆品不良反应

数据来源：观研天下整理

地方层面护肤品行业政策
为了响应国家号召，各省市积极推动护肤品行业发展，山东省2022年1月发布的《山东省促进化妆品产业高质量发展实施意见》规划：力争到2025年，全省化妆品产业年销售额达到100亿元的企业1家，50亿元以上的2家，20亿元以上的10家，规模以上企业数量超过100家。

省市
发布时间
政策名称
重点内容
广东
2021.08
《广东省药品安全及高质量发展“十四五”规划(2021-2025年)》
加强化妆品检验能力建设，加快推进化妆品监管领域移动互联应用，提升办事效率与服务水平，扶持化妆品产业创新发展。争取到2025年珠三角及粤东西北的化妆品不良反应监测报告数70份/百万人口和50份/百万人口。
2022.02
《广东省药品检验所“十四五”发展规划(2021-2025年)》
力争到2023年各方面能力国内领先，实现《化妆品安全技术规范》常规检验检测能力全覆盖，至2025年化妆品安全技术规范方法制修订和自建检验方法研究不少于5个，开展化妆品风险评估基础数据研究和安全风险评估工作不少于50项
上海
2022.01
《关于加强化妆品经营监管有关事项的通知》

加强化妆品经营环节监管，进步规范全市化妆品经营秩序，有效促进化妆品经营者落实主体责任，营造安全放心的化妆品消费环境，切实保摩好人民群众用收安全。有效督促落实经营者主体责任，强化儿童化妆品经营监管，多措并举加大监督检查力度。
浙江
2020.09
《浙江省化妆品生产企业信用评价管理办法(试行)》
根据化妆品生产企业上年度末信用评价结果，对5个不同信用等级企业，实施分级分类监管。同时，将化妆品企业信用评价结果共享给信用管理主管部门及相关职能部门开展联合奖惩。
江苏
2021.12
《江苏省药品安全信用管理办法》
将生产、销售非法添加可能危害人体健隶物质的化妆品列人严重违法失信名单并给予相关处罚
山东
2022.01
《山东省促进化妆品产业高质量发展实施意见》

力争到2025年，全省化妆品产业年销售额达到100亿元的企业1家，50亿元以上的2家，20亿元以上的10家，规模以上企业数量超过100家。
福建
2022.01
《福建省“十四五”药品安全及服务产业高质量发展规划》

到2025年，省级化妆品检验检测能力达到国家标准，对化妆品生产企业实现100%覆盖监督检查，每年组织开展有针对性的专项检查≥1次,不断规范市场主体生产经营行为。
湖北
2022.01
《湖北省药品安全及促进医药产业高质量发展“十四五”规划》
到2025年，化妆品监督抽检合格率≥99%，化妆品检查员实训基地10个，年均化妆品不良反应报告数120份以上/百万人，化妆品生产企业检查覆盖率100%。
资料来源：观研天下整理（YYJ）

观研报告网发布的《中国护肤品行业现状深度研究与发展前景分析报告（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年中国护肤品行业发展概述
第一节护肤品行业发展情况概述
一、护肤品行业相关定义
二、护肤品特点分析
三、护肤品行业基本情况介绍
四、护肤品行业经营模式
1、生产模式
2、采购模式
3、销售/服务模式
五、护肤品行业需求主体分析
第二节中国护肤品行业生命周期分析
一、护肤品行业生命周期理论概述
二、护肤品行业所属的生命周期分析

第三节护肤品行业经济指标分析
一、护肤品行业的赢利性分析
二、护肤品行业的经济周期分析
三、护肤品行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球护肤品行业市场发展现状分析
第一节全球护肤品行业发展历程回顾
第二节全球护肤品行业市场规模与区域分布情况
第三节亚洲护肤品行业地区市场分析
一、亚洲护肤品行业市场现状分析
二、亚洲护肤品行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲护肤品行业市场前景分析
第四节北美护肤品行业地区市场分析
一、北美护肤品行业市场现状分析
二、北美护肤品行业市场规模与市场需求分析
三、北美护肤品行业市场前景分析
第五节欧洲护肤品行业地区市场分析
一、欧洲护肤品行业市场现状分析
二、欧洲护肤品行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲护肤品行业市场前景分析
第六节 2022-2029年世界护肤品行业分布走势预测
第七节 2022-2029年全球护肤品行业市场规模预测

第三章 中国护肤品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护肤品行业的影响分析
第三节中国护肤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
三、主要行业标准
第四节政策环境对护肤品行业的影响分析
第五节中国护肤品行业产业社会环境分析

第四章 中国护肤品行业运行情况
第一节中国护肤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
第二节中国护肤品行业市场规模分析
一、影响中国护肤品行业市场规模的因素
二、中国护肤品行业市场规模
三、中国护肤品行业市场规模解析
第三节中国护肤品行业供应情况分析
一、中国护肤品行业供应规模
二、中国护肤品行业供应特点
第四节中国护肤品行业需求情况分析
一、中国护肤品行业需求规模
二、中国护肤品行业需求特点
第五节中国护肤品行业供需平衡分析

第五章 中国护肤品行业产业链和细分市场分析
第一节中国护肤品行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍
二、产业链运行机制
三、护肤品行业产业链图解
第二节中国护肤品行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状
二、上游产业对护肤品行业的影响分析
三、下游产业发展现状
四、下游产业对护肤品行业的影响分析
第三节我国护肤品行业细分市场分析
一、细分市场一
二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国护肤品行业市场竞争分析
第一节中国护肤品行业竞争现状分析
一、中国护肤品行业竞争格局分析
二、中国护肤品行业主要品牌分析
第二节中国护肤品行业集中度分析
一、中国护肤品行业市场集中度影响因素分析
二、中国护肤品行业市场集中度分析
第三节中国护肤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

第七章 2018-2022年中国护肤品行业模型分析
第一节中国护肤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
第二节中国护肤品行业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、中国护肤品行业SWOT分析结论
第三节中国护肤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

第八章 2018-2022年中国护肤品行业需求特点与动态分析
第一节中国护肤品行业市场动态情况
第二节中国护肤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
第三节护肤品行业成本结构分析
第四节护肤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
第五节中国护肤品行业价格现状分析
第六节中国护肤品行业平均价格走势预测
一、中国护肤品行业平均价格趋势分析
二、中国护肤品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国护肤品行业所属行业运行数据监测
第一节中国护肤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
第二节中国护肤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
第三节中国护肤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

第十章 2018-2022年中国护肤品行业区域市场现状分析
第一节中国护肤品行业区域市场规模分析
一、影响护肤品行业区域市场分布的因素
二、中国护肤品行业区域市场分布
第二节中国华东地区护肤品行业市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区护肤品行业市场分析
（1）华东地区护肤品行业市场规模
（2）华南地区护肤品行业市场现状
（3）华东地区护肤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、华中地区护肤品行业市场分析
（1）华中地区护肤品行业市场规模
（2）华中地区护肤品行业市场现状
（3）华中地区护肤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、华南地区护肤品行业市场分析
（1）华南地区护肤品行业市场规模
（2）华南地区护肤品行业市场现状
（3）华南地区护肤品行业市场规模预测
第五节华北地区护肤品行业市场分析
一、华北地区概述
二、华北地区经济环境分析
三、华北地区护肤品行业市场分析
（1）华北地区护肤品行业市场规模
（2）华北地区护肤品行业市场现状
（3）华北地区护肤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、东北地区护肤品行业市场分析
（1）东北地区护肤品行业市场规模
（2）东北地区护肤品行业市场现状
（3）东北地区护肤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、西南地区护肤品行业市场分析
（1）西南地区护肤品行业市场规模
（2）西南地区护肤品行业市场现状
（3）西南地区护肤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、西北地区护肤品行业市场分析
（1）西北地区护肤品行业市场规模
（2）西北地区护肤品行业市场现状
（3）西北地区护肤品行业市场规模预测

第十一章 护肤品行业企业分析（随数据更新有调整）
第一节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、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
第六节 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年中国护肤品行业发展前景分析与预测
第一节中国护肤品行业未来发展前景分析
一、护肤品行业国内投资环境分析
二、中国护肤品行业市场机会分析
三、中国护肤品行业投资增速预测
第二节中国护肤品行业未来发展趋势预测
第三节中国护肤品行业规模发展预测
一、中国护肤品行业市场规模预测
二、中国护肤品行业市场规模增速预测
三、中国护肤品行业产值规模预测
四、中国护肤品行业产值增速预测
五、中国护肤品行业供需情况预测
第四节中国护肤品行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国护肤品行业进入壁垒与投资风险分析
第一节中国护肤品行业进入壁垒分析
一、护肤品行业资金壁垒分析
二、护肤品行业技术壁垒分析
三、护肤品行业人才壁垒分析
四、护肤品行业品牌壁垒分析
五、护肤品行业其他壁垒分析
第二节护肤品行业风险分析
一、护肤品行业宏观环境风险
二、护肤品行业技术风险
三、护肤品行业竞争风险
四、护肤品行业其他风险
第三节中国护肤品行业存在的问题
第四节中国护肤品行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国护肤品行业研究结论及投资建议
第一节观研天下中国护肤品行业研究综述
一、行业投资价值
二、行业风险评估
第二节中国护肤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 护肤品行业营销策略分析
一、护肤品行业产品策略
二、护肤品行业定价策略
三、护肤品行业渠道策略
四、护肤品行业促销策略
第四节观研天下分析师投资建议