

中国化妆品行业现状深度研究与投资前景分析报告（2023-2030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《中国化妆品行业现状深度研究与投资前景分析报告（2023-2030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/202308/655371.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

一、化妆品行业概览

1、定义及分类

化妆品是指以涂抹、喷洒或者其他类似方法，散布于人体表面的任何部位，如皮肤、毛发、指趾甲、唇齿等，以达到清洁、保养、美容、修饰和改变外观，或者修正人体气味，保持良好状态为目的的化学工业品或精细化工产品。

化妆品行业产品主要分类

主要类别

细分类别

主要产品

个护

清洁类

洗面奶、洗手液、洗发剂(香波)、沐浴剂及人体清洁用类似品、脱毛膏、人体除臭剂及止汗剂、剃须用制剂、痱子粉和爽身粉等

护发美发类

烫发剂、染发剂、定型剂、护发素、发用啫喱膏(水)等

美妆

护肤类

护肤膏霜、护肤乳液、护手霜、护甲水(霜)、润唇膏、眼用护肤膏(霜)、化妆水、面膜、护肤啫喱膏(水)、防晒霜、粉底霜等

彩妆类

唇用化妆品(口红、唇线笔等)，眼用化妆品(眼影、眉笔、睫毛膏等)，香粉及类似化妆品、粉饼、胭脂，指(趾)甲化妆品等

其他

香氛

香水、古龙水等

数据来源：观研天下整理

2、化妆品行业产业链剖析

在产业链方面，化妆品行业上游主要为原材料行业(包括油脂、粉质、胶质、活性剂等)和包装原材料行业(包括纸质、玻璃、塑料、铝包装等)，行业下游则主要为消费者。

化妆品行业产业链图解

数据来源：观研天下整理

3、化妆品行业发展历程：国货品牌正在崛起

1931年，我国第一个国产化妆品品牌—百雀羚，于1931年成立，但受制于经济体制而发展缓慢；上世纪90年代，在改革开放的推动下，外资品牌涌入中国，本土品牌虽然正式起步，但处于弱势；进入2010年，随着互联网普及带动电商兴起，社交媒体营销成为主要渠道，我国本土化妆品品牌破局崛起。

中国化妆品行业发展历程

数据来源：观研天下整理

二、中国化妆品行业发展现状分析

1、中国化妆品市场规模全球第二，护肤品及彩妆行业规模整体均呈增长态势

近年来，在国民可支配收入提升、审美意识增强及“颜值经济”等因素驱动下，我国化妆品行业市场规模不断扩大，位居全球第二。根据数据显示，2021年中国化妆品行业市场规模达4553亿元，同比增长15.0%，预计2023年市场规模将突破5000亿元。

数据来源：观研天下整理

细分来看，随着疫情影响逐渐减弱及消费者对美妆护肤需求持续攀升，我国护肤品、彩妆行业市场规模整体均呈增长态势。根据数据显示，2021年我国护肤品行业市场规模为2308亿元，同比增长13.8%，彩妆行业市场规模为449亿元，同比增长10.0%，预计2023年护肤品、彩妆行业市场规模分别达2804亿元、585亿元。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

2、我国人均化妆品支出远低于发达国家，行业消费增长空间较大

随着人民生活水平改善，消费习惯转变，我国人均化妆品支出保持增长，2021年达到670元，但是远低于发达国家（美国、日本、韩国的人均化妆品支出分别为3605元、3640元、3474元）。由此可见，我国化妆品行业消费增长空间较大。

数据来源：观研天下整理

3、直播带货使得化妆品行业实现大爆发

随着互联网快速发展，直播电商新零售模式崛起，而美妆具有高品牌溢价，线上渗透率持续上升，电商渠道销售规模持续扩大，渗透率稳步提升，化妆品也因此得到大爆发。根据数据显示，2021年，我国美妆电商渠道销售额达到1376.9亿元，渗透率30%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

4、跨境电商兴起助推美妆出口市场逐步繁荣

此外，随着跨境电商兴起，我国化妆品行业出口量持续上升，并且在2020年大幅度超过进口量。但是在进出口金额方面，由于国内出口化妆品主要是低附加值的中低端产品，进口金额远高于出口金额。根据数据显示，2021年，我国化妆品行业进口量47.7万吨，进口金额249.3亿美元；出口量96.8万吨，出口金额48.5亿美元。

数据来源：观研天下整理

三、发展趋势分析

1、化妆品行业呈现高端化、功效化趋势

得益于居民消费水平呈现提高及化妆品功效新规落地等因素影响，我国化妆品行业近些年呈现明显的高端化、功效化趋势。现阶段，国内化妆品市场仍然以大众化为主，但中高端化妆品消费占比则在不断扩大。根据数据显示，2021年中高端化妆品的消费占比提升至41.8%，功效护肤占整体护肤消费的比重提升至12.3%，消费升级趋势显现。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

2、“定制化妆品”有望成为下一个品牌必争的热门赛道

根据相关资料可知，2022年全球个性化美妆市场规模377.2亿美元（约合2610.7亿人民币），2021-2022年复合增长率11.87%，预计2028年将超过5000亿元。并且，“65%的消费者在购买定制化妆品时愿意支付一定的溢价，其中有近四成消费者在价格高于同类产品20%的情况下，愿意购买定制化妆品”。由此可见，定制化妆品领域市场潜力巨大。

而且，目前有部分国际化妆品品牌已经嗅到市场先机，相继布局定制方向。例如，欧莱雅集团推出YSL电波穿香室，汉高推出首个B2B2C超个性化专业护发品牌SalonLab&Me，cdf海口国际免税城携手800多个国际国内知名品牌为消费者提供独家定制服务等。针对国内市场，部分国产品牌也曾经涉及布局定制化妆品领域，像自然堂对应10个不同肌肤问题所推出的“定制化双管精华”等，但是实际上并不属于定制化妆品，而且国家对该领域监管严格，企业所面临的主要桎梏还是在是否合规上。

不过，纵观化妆品整体市场及国际知名品牌对该领域布局动态可知，“定制化妆品”有望成为下一个品牌必争的热门赛道，是未来化妆品市场发展的重要趋势之一。（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国化妆品行业现状深度研究与投资前景分析报告（2023-2030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】

第一章 2019-2023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 2019-2023年全球化妆品行业市场发展现状分析

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 2023-2030年世界化妆品行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球化妆品行业市场规模预测

第三章 中国化妆品行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对化妆品行业的影响分析

第三节中国化妆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

第四节政策环境对化妆品行业的影响分析

第五节中国化妆品行业产业社会环境分析

第四章 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

第五章 中国化妆品行业产业链和细分市场分析

- 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
- 第三节我国化妆品行业细分市场分析
 - 一、细分市场一
 - 二、细分市场二

第六章 2019-2023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

第七章 2019-2023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、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

第八章 2019-2023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

第六节中国化妆品行业平均价格走势预测

- 一、中国化妆品行业平均价格趋势分析
- 二、中国化妆品行业平均价格变动的影响因素

第九章 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

第十章 2019-2023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) 华南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

第十一章 化妆品行业企业分析（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

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节 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 2023-2030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、化妆品行业国内投资环境分析
- 二、中国化妆品行业市场机会分析
- 三、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

第十三章 2023-2030年中国化妆品行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节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

第三节中国化妆品行业存在的问题

第四节中国化妆品行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年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、行业目标客户群体
- 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、化妆品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202308/655371.html>