

中国化妆品行业发展深度研究与投资前景分析报告（2024-2031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《中国化妆品行业发展深度研究与投资前景分析报告（2024-2031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/202403/698737.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

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。

一、化妆品细分市场情况

化妆品根据用途的不同主要可分为护肤品、彩妆、口腔用品、沐浴用品等，其中护肤品在整个市场中占主要份额，为51.95%；其次是护发用品，占比为11.95%；第三是彩妆，占比为10.44%。

资料来源：观研天下整理

而从护肤品细分产品，在2022年面部护理产品市场占比最高，超过了80%；护肤套装、手部护理、身体护理占比则分别为7%、2%和2%。

资料来源：观研天下整理

二、我国化妆品市场企业占比情况

数据显示，在2022年我国产品市场达到5318.13亿元，成为了全球第二大化妆品市场。具体从企业来看，目前我国化妆品市场占比最高主要还是海外企业，欧莱雅、宝洁和雅诗兰黛占比前三，占比合计达到了28%，而在占比前十的企业中，我国本土品牌只有百雀羚、上海珈蓝和珀莱雅，占比分别为1.9%、1.8%和1.5%。

资料来源：观研天下整理

三、我国本土化妆品企业情况

相较于外资企业，我国本土在产品种类、成立时间上有着较大的差距，但随着市场的快速发展加上近些年“国潮”热度的升起，我国本土化妆品品牌快速增长，出现了像贝泰妮(300957)、珀莱雅(603605)、拉芳家化(603630)等有一定知名度的企业，其中在2023年前三季度珀莱雅旗下的彩棠、悦芙媿、OR都保持了50%以上的高增长，而在2024年1月水羊股份发布的2023年业绩预告中预计2023年业绩同向上升，实现归母净利润2.8亿元-3.2亿元，同比上升123%-156%，扣非净利润2.6亿元-3.0亿元，同比上升169%-210%。

我国本土化妆品品上市企业情况

企业简称	成立时间	主要业务/品牌
上海家化 (600315)	1995-12-01	公司主要从事护肤、个护家清、母婴产品的研发、生产和销售,主要品牌包括玉泽、佰草集、典萃、双妹、高夫、美加净、六神、家安、启初、汤美星等,以及合作品牌包括片仔癀(口腔护理)、艾禾美、芳芯、碧缇丝。
贝泰妮 (300957)	2010-05-13	公司主要从事化妆品的研发、生产和销售业务，是一家集研发、生产和营销为一体,定位于皮肤健康互联网+的大健康产业集团，旗下护肤品牌为“薇诺娜”。
水羊股份 (300740)	2012-11-01	公司主

要从事化妆品的研发、生产与销售,产品品牌主要包括“御泥坊”、“小迷糊”、“BIGDROP大水滴”、“御”、“花瑶花”、“VAA”、“HPH”等,产品品类覆盖面膜、水乳膏霜、彩妆、个护清洁等化妆品领域。在销售渠道上,与天猫、淘宝、京东、唯品会、抖店、快手、拼多多等主流电商平台建立了深度合作关系。丸美股份 (603983) 2002-04-02 公司主要以皮肤科学和生物科学研究为基础,从事各类化妆品的研发、设计、生产、销售及服务,旗下主要品牌有“丸美”“春纪”“恋火”,以差异化的品牌定位,满足不同消费需求。珀莱雅 (603605) 2006-05-24 公司致力于构建新国货化妆品产业平台,主要从事化妆品类产品的研发、生产和销售。旗下主要拥有“珀莱雅”、“彩棠”、“Off&Relax”、“悦芙媿”、“CORRECTORS”、“INSBAHA 原色波塔”、“优资莱”、“韩雅”等品牌。公司自有品牌已覆盖大众精致护肤、彩妆、洗护、高功效护肤等美妆领域。敷尔佳 (301371) 2017-11-28 公司在售产品覆盖医疗器械类敷料产品和功能性护肤品,主打敷料和贴、膜类产品,并推出了水、精华及乳液、喷雾、冻干粉等多形态产品。基于对透明质酸钠及胶原蛋白的研究,公司形成了以适用于轻中度痤疮、促进创面愈合与皮肤修复的 II 类医疗器械类产品为主,多种形式的功能性护肤品为辅的立体化产品体系。拉芳家化 (603630) 2001-12-14 公司主要从事洗护类、护肤类、彩妆类产品的研发、生产和销售。目前拥有自主洗护品牌主要有“拉芳”、“雨洁”、“美多丝”等,独家代理海外优质护肤品牌“瑞铂希”,新国货品牌 T8,整合彩妆品牌 VNK。润本股份 (603193) 2013-12-30 公司主要从事驱蚊类、个人护理类产品的研发、生产和销售,目前已形成驱蚊产品、婴童护理产品、精油产品三大核心产品系列。

资料来源：公司资料、观研天下整理（XD）

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《中国化妆品行业发展深度研究与投资前景分析报告（2024-2031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 2024-2031年世界化妆品行业分布走势预测

第七节 2024-2031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 2024-2031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 2024-2031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 2024-2031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

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202403/698737.html>