2024-2029年中国化妆品行业市场运营模式分析与发展趋势预测报告

报告简介

中国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。据不完全统计，目前我国生产的化妆品品种大约有25000多种，门类比较齐全。据市场调查，各类产品占消费额比重：护肤类占40-50%，发用类占30-40%，彩妆类占10%左右，其他小类占10%左右，这些品种基本可适应不同的消费群体，不同消费层次需求。从国家和地方有关部门每年抽检情况看，平均合格率95%以上，而且近两年来很多抽检合格率接近100%。这基本反映了化妆品质量不但总体水平良好，而且不断稳定提高。

随着中国经济发展、城镇化率提高、人均收入水平和消费能力提升以及近十年来欧美化妆品大牌对于中国市场的持续投入和培育，国内化妆品行业在近年来始终保持两位数的快速增长。亚太市场是目前全球最大的化妆品消费市场，西欧、北美、拉美地区分列其后。

未来随着我国经济的持续快速发展，市场需求潜力将不断释放，考虑到我国庞大的人口基数，化妆品行业具有巨大的成长空间。护肤品是我国化妆品市场中规模最大的子行业，占行业整体比重近七成。未来化妆品市场呈现出市场层次化日益清晰的趋势。产品细分越来越细，出现了部分全新的细分市场领域。男士护理产品、婴幼儿护理用品、彩妆等细分市场具有很大的增长潜力。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息、化妆品行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据，对我国化妆品市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势等进行了分析。报告重点分析了化妆品前十大企业的研发、产销、战略、经营状况等。报告还对化妆品市场风险进行了预测，为化妆品生产厂家、流通企业以及零售商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在化妆品行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国化妆品行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

报告目录

第一部分 行业发展现状

第一章 中国化妆品行业发展概述 1

第一节 化妆品行业发展情况 1

第二节 最近3-5年中国化妆品行业经济指标分析 4

一、赢利性 4

二、成长速度 5

三、附加值的提升空间 6

四、进入壁垒/退出机制 7

五、风险性 9

六、行业周期 11

七、竞争激烈程度指标 11

八、当前行业发展所属周期阶段的判断 12

第三节 关联产业发展分析 13

第二章 中国化妆品行业的国际比较分析 17

第一节 中国化妆品行业竞争力指标分析 17

第二节 中国化妆品行业经济指标国际比较分析 18

第三节 全球化妆品行业市场需求分析 20

一、市场规模现状 20

二、需求结构分析 20

三、市场前景展望 21

第四节 全球化妆品行业市场供给分析 23

一、市场价格走势 23

二、重点企业分布 23

第二部分 产业发展关键趋势

第三章 2019-2023年中国化妆品行业整体运行指标分析 33

第一节 中国化妆品行业总体规模分析 33

一、企业数量结构分析 33

二、行业规模分析 33

第二节 中国化妆品行业产销分析 34

一、行业情况总体分析 34

二、行业销售收入总体分析 36

第三节 中国化妆品行业财务指标总体分析 37

一、行业盈利能力分析 37

二、行业偿债能力分析 38

三、行业营运能力分析 39

四、行业发展能力分析 40

第四章 化妆品产业链的分析 41

第一节 行业集中度 41

第二节 主要环节的增值空间 41

第三节 行业进入壁垒和驱动因素 42

第四节 上下游行业影响及趋势分析 45

第五章 区域市场情况深度研究 53

第一节 长三角区域市场情况分析 53

第二节 珠三角区域市场情况分析 54

第三节 环渤海区域市场情况分析 55

第四节 化妆品行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 56

一、华北大区市场分析 56

二、华中大区市场分析 56

三、华南大区市场分析 57

四、华东大区市场分析 57

五、东北大区市场分析 58

六、西南大区市场分析 58

七、西北大区市场分析 59

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析 59

第六章 2024-2029年需求预测分析 66

第一节 化妆品行业领域2024-2029年需求量预测 66

第二节 2024-2029年化妆品行业领域需求功能预测 67

第三节 2024-2029年化妆品行业领域需求市场格局预测 70

第三部分 产业竞争格局分析

第七章 化妆品市场竞争格局分析 71

第一节 行业竞争结构分析 71

一、现有企业间竞争 71

二、潜在进入者分析 73

三、替代品威胁分析 73

四、供应商议价能力 74

五、客户议价能力 74

第二节 行业集中度分析 75

一、市场集中度分析 75

二、企业集中度分析 75

三、区域集中度分析 76

第三节 行业国际竞争力比较 76

一、需求条件 76

二、支援与相关产业 77

三、企业战略、结构与竞争状态 78

四、政府的作用 80

第四节 化妆品行业主要企业竞争力分析 81

一、重点企业资产总计对比分析 81

二、重点企业全年营业收入对比分析 82

三、重点企业利润总额对比分析 83

四、重点企业综合竞争力对比分析 83

第五节 化妆品行业竞争格局分析 84

一、2019-2023年化妆品行业竞争分析 84

二、2019-2023年国内外化妆品竞争分析 84

三、2019-2023年中国化妆品市场竞争分析 87

第八章 主要企业的排名与产业结构分析 88

第一节 行业企业排名分析 88

第二节 产业结构分析 89

一、市场细分充分程度的分析 89

二、各细分市场领先企业排名 96

三、各细分市场占总市场的结构比例 102

四、领先企业的结构分析(所有制结构) 106

第三节 产业价值链条的结构分析及产业链条

的整体竞争优势分析 107

一、产业价值链条的构成 107

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 107

第四节 产业结构发展预测 108

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析(投资政策、外资政策、限制性政策) 108

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 110

三、中国化妆品行业参与国际竞争的战略市场定位 112

第九章 前十大领先企业分析 115

第一节 上海家化联合股份有限公司分析 115

一、主营业务及经营状况 115

二、历年销售规模、利润指标 119

三、主要市场定位 121

四、主要优势与主要劣势 122

五、市场拓展战略与手段分析 126

第二节 上海相宜本草化妆品有限公司分析 127

一、主营业务及经营状况 127

二、历年销售规模、利润指标 128

三、主要市场定位 129

四、主要优势与主要劣势 129

五、市场拓展战略与手段分析 131

第三节 欧莱雅(中国)有限公司分析 132

一、主营业务及经营状况 132

二、历年销售规模、利润指标 132

三、主要市场定位 133

四、主要优势与主要劣势 133

五、市场拓展战略与手段分析 134

第四节 伽蓝(集团)有限公司分析 135

一、主营业务及经营状况 135

二、历年销售规模、利润指标 136

三、主要市场定位 136

四、主要优势与主要劣势 137

五、市场拓展战略与手段分析 138

第五节 浙江欧诗漫集团有限公司分析 139

一、主营业务及经营状况 139

二、历年销售规模、利润指标 141

三、主要市场定位 141

四、主要优势与主要劣势 142

五、市场拓展战略与手段分析 144

第六节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司分析 144

一、主营业务及经营状况 144

二、历年销售规模、利润指标 146

三、主要市场定位 146

四、主要优势与主要劣势 146

五、市场拓展战略与手段分析 147

第七节 高丝化妆品有限公司分析 148

一、主营业务及经营状况 148

二、历年销售规模、利润指标 149

三、主要市场定位 149

四、主要优势与主要劣势 149

五、市场拓展战略与手段分析 150

第八节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司分析 151

一、主营业务及经营状况 151

二、历年销售规模、利润指标 152

三、主要市场定位 153

四、主要优势与主要劣势 153

五、市场拓展战略与手段分析 154

第九节 名臣健康用品股份有限公司分析 155

一、主营业务及经营状况 155

二、历年销售规模、利润指标 156

三、主要市场定位 156

四、主要优势与主要劣势 157

五、市场拓展战略与手段分析 157

第十节 雅芳(中国)有限公司分析 158

一、主营业务及经营状况 158

二、历年销售规模、利润指标 160

三、主要市场定位 160

四、主要优势与主要劣势 161

五、市场拓展战略与手段分析 162

第四部分 市场需求分析与投资方向推荐

第十章 应用领域及行业供需分析 164

第一节 需求分析 164

一、化妆品行业需求市场 164

二、化妆品行业客户结构 166

三、化妆品行业需求的地区差异 167

第二节 供给分析 169

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 170

一、化妆品行业的需求预测 170

二、化妆品行业的供应预测 171

三、供求平衡分析 171

四、供求平衡预测 172

第四节 市场价格走势分析 172

第十一章 影响企业经营的关键趋势 174

第一节 市场整合成长趋势 174

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测 175

第三节 企业区域市场拓展的趋势 176

第四节 科研开发趋势及替代技术进展 179

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势 179

第六节 中国化妆品行业SWOT分析 180

第十二章 2024-2029年化妆品行业投资价值评估分析 183

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 183

第二节 产业发展的空白点分析 185

第三节 投资回报率比较高的投资方向 186

第四节 新进入者应注意的障碍因素 188

第五节 营销分析与营销模式推荐 190

一、渠道构成 190

二、销售贡献比率 203

三、覆盖率 203

四、销售渠道效果 209

五、价值流程结构 210

图表目录

图表：化妆品行业周期 11

图表：限额以上化妆品零售额增长率 11

图表：2019-2023年中国化妆品零售总额统计 13

图表：2019-2023年中国化妆品网络零售总额统计 15

图表：2019-2023年全球化妆品行业市场规模 20

图表：2019-2023年全球化妆品地区需求结构情况 20

图表：2024-2029年全球化妆品行业市场规模预测 21

图表：2019-2023年全球化妆品行业市场平均价格走势 23

图表：2019-2023年韩国化妆品企业主要品牌销售额 25

图表：2019-2023年东南亚美容品和个人护理品市场占有率 26

图表：2019-2023年中国化妆品行业规模 33

图表：2019-2023年中国化妆品行业规模增长率 34

图表：2019-2023年中国化妆品零售总额(限额以上单位) 36

图表：2019-2023年中国化妆品行业总资产收益率 37

图表：2019-2023年中国化妆品行业营业利润率 37

图表：2019-2023年中国化妆品行业资产负债率 38

图表：2019-2023年中国化妆品行业流动比率 38

图表：2019-2023年中国化妆品行业总资产周转率 39

图表：2019-2023年中国化妆品行业流动资产周转率 39

图表：2019-2023年中国化妆品行业总资产增长率 40

图表：2019-2023年中国化妆品行业净利润增长率 40

图表：2019-2023年中美日韩四国CR30中本土品牌占比 41

图表：原料厂商环节企业地区分布情况 46

图表：原料厂商环节企业规模分布情况 46

图表：分销商环节企业地区分布情况 47

图表：分销商环节企业销售额分布情况 47

图表：全球10大化妆品原料厂商分布 48

图表：2019-2023年中国化妆品行业长三角区域市场规模情况 53

图表：2019-2023年中国化妆品行业珠三角区域市场规模情况 54

图表：2019-2023年中国化妆品行业环渤海区域市场规模情况 55

图表：2019-2023年中国化妆品行业华北大区规模情况 56

图表：2019-2023年中国化妆品行业华中大区规模情况 56

图表：2019-2023年中国化妆品行业华南大区规模情况 57

图表：2019-2023年中国化妆品行业华东大区规模情况 57

图表：2019-2023年中国化妆品行业东北大区规模情况 58

图表：2019-2023年中国化妆品行业西南大区规模情况 58

图表：2019-2023年中国化妆品行业西北大区规模情况 59

图表：2024-2029年化妆品行业需求规模预测 66

图表：2024-2029年化妆品行业领域需求功能预测 67

图表：2024-2029年化妆品行业领域需求市场格局预测 70

图表：2019-2023年中国化妆品品牌格局 81

图表：2019-2023年重点企业中国区域资产总额情况 82

图表：2019-2023年重点企业中国区域营业收入情况 82

图表：2019-2023年重点企业中国区域利润总额情况 83

图表：2019-2023年重点企业中国区域综合竞争力情况 83

图表：中国化妆品品牌50强 88

图表：我国农村和城市60岁以上老龄人口数预测 106

图表：领先企业的结构分析(所有制结构) 106

图表：化妆品产业链 107

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司营业收入 117

图表：2019-2023年分季度上海家化联合股份有限公司主要财务数据 117

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司主要财务指标 118

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司现金流量表 118

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司资产负债表 119

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司产销量情况分析表情况分析表 119

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司利润表及现金流量及现金流量表变动分析表 119

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司主营业务分行业情况 120

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司主营业务分产品情况 120

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司主营业务分地区情况 120

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司分产品营业收入规模 121

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司研发投入 127

图表：上海相宜本草化妆品有限公司产品结构 128

图表：2019-2023年上海相宜本草化妆品有限公司营业收入规模 128

图表：上海相宜本草化妆品有限公司销售渠道 129

图表：2019-2023年欧莱雅(中国)有限公司中国区销售收入规模 132

图表：2019-2023年伽蓝(集团)有限公司销售收入规模 136

图表：2019-2023年伽蓝(集团)有限公司可持续发展模型 139

图表：2019-2023年欧诗漫集团销售收入规模 141

图表：2019-2023年玫琳凯(中国)化妆品有限公司销售收入规模 146

图表：2019-2023年高丝集团销售收入规模 149

图表：2019-2023年江苏隆力奇生物科技股份有限公司销售收入规模 152

图表：2019-2023年名臣健康用品股份有限公司销售收入规模 156

图表：2019-2023年雅芳集团销售收入规模 160

图表：2019-2023年中国化妆品行业工业产值 169

图表：2019-2023年中国化妆品行业销售产值 169

图表：2024-2029年中国化妆品行业市场规模预测 170

图表：2024-2029年中国化妆品行业销售产值预测 170

图表：2024-2029年中国化妆品行业工业产值预测 171

图表：2019-2023年中国化妆品行业产销率 171

图表：2024-2029年中国化妆品行业产销率预测 172

图表：2019-2023年中国化妆品行业市场平均价格走势 172

图表：2024-2029年中国化妆品行业市场平均价格走势预测 173

图表：各渠道销售贡献比率 203

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170503/69705.shtml

在线订购：点击这里