2026-2031年中国化妆品行业全景调研与发展战略研究预测报告

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。

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、国家海关总署、国家信息中心、国务院发展研究中心、中国香料香精化妆品工业协会、中国口腔清洁护理用品工业协会、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国化妆品及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势与技术等进行了分析，并重点分析了我国化妆品行业发展状况和特点，以及中国化妆品行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的化妆品行业发展态势作了详细分析，并对化妆品行业进行了趋向研判，是化妆品经营企业，科研，投资机构等单位准确了解目前化妆品业发展动

态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 化妆品行业发展综述 1

第一节 化妆品行业定义及分类 1

一、化妆品的定义 1

二、化妆品的主要作用 1

三、化妆品的分类 1

第二节 化妆品行业统计标准 3

一、统计部门和统计口径 3

二、行业主要统计方法介绍 4

三、行业涵盖数据种类介绍 4

第三节 化妆品行业特性分析 6

一、行业周期性 6

二、行业季节性 6

三、行业区域性 6

第四节 化妆品行业产业链分析 7

一、产业链结构分析 7

二、行业上游相关行业分析 7

三、行业下游相关行业分析 13

四、上下游行业对本行业的影响分析 15

第二章 中国化妆品行业市场环境分析 16

第一节 化妆品行业政策环境分析 16

一、行业政策动向 16

二、行业发展规划 24

第二节 化妆品行业经济环境分析 30

一、我国宏观经济 30

二、宏观经济对行业影响 59

第三节 化妆品行业消费环境分析 60

一、消费群体变化分析 60

二、不同人口特征城市居民化妆品购买比例 61

二、不同人口特征城市居民化妆品购买比例 64

四、不同媒介接触频率居民化妆品消费情况 66

五、城市居民接触各类化妆品广告排名情况 68

第二部分 行业深度分析

第三章 国际化妆品行业发展分析及经验借鉴 69

第一节 全球化妆品市场总体情况分析 69

一、全球化妆品行业发展特点 69

二、全球化妆品市场规模分析 70

三、全球化妆品市场占比分析 70

四、全球化妆品行业竞争格局 71

五、全球化妆品市场区域分布 72

六、国际化妆品市场渠道浅析 72

七、国际化妆品产品研发潮流 73

第二节 全球主要国家(地区)市场分析 74

一、美国 74

二、欧洲 82

三、日本 87

四、韩国 92

五、其他国家或地区 98

第三节 国际重点化妆品企业运营分析 101

一、法国欧莱雅集团发展分析 101

二、英国联合利华集团发展分析 105

三、美国宝洁集团发展分析 108

四、美国强生集团发展分析 111

五、其他化妆品企业发展分析 113

第四章 我国化妆品行业运行现状分析 118

第一节 我国化妆品行业发展状况分析 118

一、我国化妆品行业发展阶段 118

二、我国化妆品行业发展总体概况 119

三、我国化妆品行业发展特点分析 120

四、我国化妆品行业商业模式分析 121

第二节 化妆品行业发展现状 122

一、我国化妆品行业市场规模 122

二、我国化妆品行业发展分析 123

三、中国化妆品企业发展分析 125

第三节 化妆品市场情况分析 129

一、中国化妆品市场总体概况 129

二、中国化妆品产品市场发展分析 130

三、化妆品市场消费分析 134

第四节 我国化妆品市场价格走势分析 136

一、全国市场价格走势 136

二、城市市场价格走势 137

三、农村市场价格走势 137

第五章 2026-2031年我国化妆品市场供需形势分析 138

第一节 行业市场规模 138

一、全部化妆品企业零售总额 138

二、限额以上化妆品企业零售总额 138

三、规模以上化妆品企业销售规模 139

第二节 化妆品行业供需平衡分析 140

一、全国化妆品行业供给情况分析 140

二、各地区化妆品行业供给情况分析 140

三、各地区化妆品行业需求情况分析 141

四、全国化妆品行业产销率分析 141

第三节 化妆品行业经营情况分析 141

一、中国化妆品关注度分析 141

二、中国化妆品行业发展主要特点 142

四、行业主要经济效益影响因素 143

五、行业经营情况分析 144

第四节 化妆品行业进出口分析 146

一、行业出口分析 146

二、行业进口分析 148

第六章 化妆品行业网络监测分析 150

第一节 化妆品品牌关注度分析 150

一、不同等级化妆品关注度 150

二、大众化妆品搜索指数 151

三、高档化妆品搜索指数 152

四、活性化妆品搜索指数 152

第三节 化妆品产品关注度分析 154

一、化妆品品类关注度 154

二、护肤类化妆品搜索指数 154

三、彩妆化妆品搜索指数 154

四、头发护理类化妆品搜索指数 155

五、香水类化妆品搜索指数 156

第四节 男士化妆品关注度分析 156

一、男士化妆品搜索指数 156

二、男士化妆品品牌关注度 157

三、男士洁面单品口碑关注度 158

四、男士化妆品具体品牌口碑关注度 158

第五节 化妆品网民人群属性分析 159

一、性别属性 159

二、年龄属性 159

三、区域属性 160

第六节 化妆品网购市场发展分析 160

一、化妆品网购行业产业链分析 160

二、化妆品网购市场发展现状 164

第三部分 市场全景调研

第七章 我国化妆品细分市场分析及预测 170

第一节 按产品功能划分细分市场分析预测 170

一、发用化妆品 170

二、脸部化妆品 172

三、护肤化妆品 176

四、防晒化妆品 184

五、香水 188

六、彩妆 196

第二节 按产品档次划分细分市场分析预测 199

一、高端化妆品市场分析 199

二、大众化妆品市场分析 202

第三节 潜力产品细分市场分析预测 204

一、儿童化妆品市场分析预测 204

二、男性化妆品市场分析与前景预测 209

三、中老年化妆品市场分析与前景预测 216

第四节 热点产品细分市场分析预测 220

一、药妆市场分析预测 220

二、有机/天然化妆品市场分析预测 227

三、护体化妆品市场分析预测 232

四、纳米化妆品市场分析预测 235

第八章 我国化妆品行业营销趋势及策略分析 238

第一节 化妆品行业传统渠道策略分析 238

一、传统销售渠道概述 238

二、商场专柜渠道分析 238

三、超市卖场渠道分析 239

四、专营店渠道分析 240

五、加盟专卖渠道分析 241

六、药店零售渠道分析 242

七、美容院零渠道分析 243

八、电视购物渠道分析 244

第二节 化妆品行业电子商务渠道分析 249

一、渠道特性分析 249

二、渠道优劣势分析 250

三、与传统渠道关联 251

四、渠道经营策略 254

五、渠道广告投放 256

第三节 化妆品市场营销概况及趋势分析 259

一、化妆品市场营销趋势透析 259

二、迪彩创新体验模式 265

三、化妆品软文营销的关键点 273

四、社会化内容为王的借势传播时代 274

五、互联网营销的“无微不至” 275

六、重拾农村市场“被遗忘的角落” 276

第四节 化妆品行业的产品策略分析 277

一、行业领先产品策略分析 277

二、行业典型产品案例分析 283

第五节 化妆品行业的定价策略分析 284

一、行业领先定价策略分析 284

二、行业典型定价案例分析 284

第六节 化妆品行业的促销策略分析 288

一、行业促销策略概述 288

二、行业领先促销策略分析 291

三、行业典型促销案例分析 292

第七节 化妆品梯度营销渠道策略分析 300

一、梯度营销的必要性 300

二、渠道梯度 301

三、目标消费者梯度 306

第九章 化妆品行业区域市场分析 309

第一节 行业总体区域结构特征分析 309

一、行业市场分布情况 309

二、行业产值分布情况 309

三、行业利润分布情况 309

第二节 广东省化妆品行业发展现状及前景预测 310

一、广东省化妆品行业发展规划及配套措施 310

二、广东省化妆品行业在行业中的地位变化 313

三、广东省化妆品行业经济运行状况分析 313

第三节 江苏省化妆品行业发展现状及前景预测 313

一、江苏省化妆品行业发展规划及配套措施 313

二、江苏省化妆品行业在行业中的地位变化 317

三、江苏省化妆品行业经济运行状况分析 317

第四节 上海市化妆品行业发展现状及前景预测 318

一、上海市化妆品行业发展规划及配套措施 318

二、上海市化妆品行业在行业中的地位变化 321

三、上海市化妆品行业经济运行状况分析 321

第五节 安徽省化妆品行业发展现状及前景预测 322

一、安徽省化妆品行业发展规划及配套措施 322

二、安徽省化妆品行业在行业中的地位变化 328

三、安徽省化妆品行业经济运行状况分析 328

第六节 浙江省化妆品行业发展现状及前景预测 329

一、浙江省化妆品行业发展规划及配套措施 329

二、浙江省化妆品行业在行业中的地位变化 333

三、浙江省化妆品行业经济运行状况分析 333

第七节 北京市化妆品行业发展现状及前景预测 334

一、北京市化妆品行业发展规划及配套措施 334

二、北京市化妆品行业在行业中的地位变化 335

三、北京市化妆品行业经济运行状况分析 336

第八节 湖北省化妆品行业发展现状及前景预测 336

一、湖北省化妆品行业发展规划及配套措施 336

二、湖北省化妆品行业在行业中的地位变化 353

三、湖北省化妆品行业经济运行状况分析 353

第四部分 竞争格局分析

第十章 2026-2031年化妆品行业竞争形势及策略 354

第一节 行业总体市场竞争状况分析 354

一、化妆品行业竞争结构分析 354

二、化妆品行业集中度分析 357

三、化妆品行业SWOT分析 358

第二节 中国化妆品行业竞争格局分析 360

一、化妆品行业整体竞争格局 360

二、高档化妆品市场竞争格局 360

三、中档化妆品市场竞争格局 360

四、大众化妆品市场竞争格局 360

第三节 外资化妆品品牌在华格局分析 361

一、外资巨头竞争格局 361

二、抢占三线城市市场 361

三、大众品牌竞争力减弱 362

四、国际直销品牌的发展 362

五、部分 品牌退出中国市场 363

六、加码高端和细分化妆品市场 364

第四节 化妆品市场竞争策略分析 364

一、“成本领先”竞争手段 364

二、“标岐立异”竞争战略 364

三、“目标集群”竞争战略 365

第十一章 2026-2031年化妆品行业领先企业经营形势分析 366

第一节 上海百雀羚化妆品有限公司 366

一、企业发展概况 366

二、企业发展历程分析 367

三、企业产品结构分析 367

四、企业经营收入分析 367

第二节 珀莱雅化妆品股份有限公司 368

一、企业发展概况 368

二、企业品牌分析 368

三、企业产品结构分析 371

四、企业渠道分析 371

五、企业供应链分析 371

六、企业研发能力分析 372

第三节 伽蓝(集团)股份有限公司 373

一、企业发展概况 373

二、企业品牌分析 374

三、企业产品结构分析 374

四、企业新产品分析 374

五、企业经营情况分析 375

六、企业销售渠道与网络 375

七、企业经营优劣势分析 376

八、企业未来发展战略 376

第四节 上海相宜本草化妆品股份有限公司 377

一、企业发展概况 377

二、企业品牌分析 377

三、企业产品结构分析 377

四、企业新产品分析 378

五、企业经营情况分析 378

六、企业销售渠道与网络 378

七、企业经营优劣势分析 379

八、企业未来发展战略 381

第五节 上海上美化妆品有限公司 382

一、企业发展概况 382

二、企业研发基地分析 382

三、企业品牌结构分析 383

四、企业研发能力分析 386

五、企业渠道布局分析 386

第六节 上海家化联合股份有限公司 386

一、企业发展概况 386

二、企业品牌分析 387

三、企业产品结构分析 387

四、企业新产品分析 388

五、企业经营收入分析 388

六、企业偿债能力分析 389

七、企业经营效率分析 389

八、企业发展能力分析 390

九、企业获利能力分析 390

十、企业经营优劣势分析 390

十二、企业未来发展战略 392

第七节 广州卡迪莲化妆品有限公司 393

一、企业发展概况 393

二、企业品牌分析 393

三、企业产品结构分析 393

四、企业未来发展战略 393

第八节 广东丸美生物技术股份有限公司 394

一、企业发展概况 394

二、企业品牌分析 394

三、企业产品结构分析 394

四、企业经营情况分析 396

六、企业销售渠道与网络 396

七、企业经营优劣势分析 396

第九节 广州环亚化妆品科技有限公司 397

一、企业发展概况 397

二、企业品牌分析 398

三、企业产品结构分析 398

四、企业经营情况分析 399

五、企业销售渠道与网络 399

第十节 韩后化妆品股份有限公司 399

一、企业发展概况 399

二、企业品牌分析 399

三、企业产品结构分析 400

四、企业经营情况分析 400

第十一节 浙江欧诗漫美容科技有限公司 400

一、企业发展概况 400

二、企业品牌分析 401

三、企业产品结构分析 401

四、企业新产品分析 402

五、企业经营情况分析 402

六、企业销售渠道与网络 402

七、企业经营优劣势分析 403

八、企业未来发展战略 405

第十二节 广州市巧美化妆品有限公司 405

一、企业发展概况 405

二、企业产品质量分析 405

三、企业生产能力分析 406

四、企业未来发展战略 406

第十三节 广东名臣有限公司 406

一、企业发展概况 406

二、企业品牌分析 407

三、企业产品结构分析 407

四、企业新产品分析 407

五、企业经营情况分析 407

六、企业销售渠道与网络 407

七、企业经营优劣势分析 408

八、企业未来发展战略 408

第十四节 索芙特股份有限公司 409

一、企业发展概况 409

二、企业品牌分析 409

三、企业产品结构分析 409

四、企业新产品分析 410

五、企业经营收入分析 410

六、企业偿债能力分析 411

七、企业经营效率分析 411

八、企业发展能力分析 412

九、企业获利能力分析 412

十、企业经营优劣势分析 412

十一、企业未来发展战略 413

第十五节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司 413

一、企业发展概况 413

二、企业品牌分析 414

三、企业产品结构分析 415

四、企业新产品分析 415

五、企业经营收入分析 415

六、企业偿债能力分析 416

七、企业经营效率分析 416

八、企业发展能力分析 416

九、企业获利能力分析 416

十、企业投资收益分析 416

十一、企业经营优劣势分析 417

十二、企业未来发展战略 418

第十六节 广东幸美化妆品股份有限公司 418

一、企业发展概况 418

二、企业品牌分析 419

三、企业主要经营指标分析 419

四、企业营收利润分析 419

五、企业资产负债分析 420

六、企业销售渠道与网络 420

第十七节 娇韵诗化妆品(上海)有限公司 421

一、企业发展概况 421

二、企业品牌分析 422

三、企业产品结构分析 422

四、企业经营情况分析 423

第十八节 天津郁美净集团有限公司 423

一、企业概况 423

二、企业经营分析 424

三、企业产品结构分析 424

四、企业销售渠道与网络 424

五、企业优劣势分析 424

六、企业未来发展战略 425

第十九节 佛山市安安化妆品有限公司 425

一、企业发展概况 425

二、企业品牌分析 426

三、企业发展历程分析 427

四、企业生产能力分析 429

第二十节 北京大宝化妆品有限公司 429

一、企业发展概况 429

二、企业品牌分析 430

三、企业产品结构分析 430

四、企业新产品分析 430

五、企业经营情况分析 430

六、企业销售渠道与网络 430

七、企业经营优劣势分析 430

八、企业未来发展战略 431

第二十节 浙江芳华日化集团有限公司 432

一、企业发展概况 432

二、企业品牌分析 432

三、企业产品结构分析 432

四、企业新产品分析 432

五、企业经营情况分析 432

六、企业销售渠道与网络 433

七、企业经营优劣势分析 433

八、企业未来发展战略 433

第二十一节 霸王国际(集团)控股有限公司 433

一、企业发展概况 433

二、企业品牌分析 434

三、企业产品结构分析 436

四、企业经营情况分析 436

五、企业销售渠道与网络 438

六、企业经营优劣势分析 439

七、企业未来发展战略 441

第二十三节 美即控股国际有限公司 442

一、企业发展概况 442

二、企业品牌分析 442

三、企业产品结构分析 442

四、企业经营情况分析 442

五、企业销售渠道与网络 442

六、企业经营优劣势分析 443

七、企业未来发展战略 443

第二十四节 江苏东洋之花化妆品有限公司 443

一、企业概况 443

二、企业经营分析 444

三、企业产品结构分析 444

四、企业销售渠道与网络 445

五、企业优劣势分析 445

六、企业未来发展战略 445

第二十五节 湖南御泥坊化妆品有限公司 445

一、企业发展概况 445

二、企业品牌分析 446

三、企业技术研发分析 446

四、企业销售渠道与网络 446

第二十六节 欧莱雅(中国)有限公司 446

一、企业发展概况 446

二、企业品牌分析 447

三、企业产品结构分析 447

四、企业新产品分析 447

五、企业经营情况分析 447

六、企业销售渠道与网络 448

七、企业经营优劣势分析 448

八、企业未来发展战略 449

第二十七节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司 450

一、企业发展概况 450

二、企业品牌分析 450

三、企业产品结构分析 450

四、企业新产品分析 453

五、企业经营情况分析 453

六、企业销售渠道与网络 453

七、企业经营优劣势分析 453

八、企业未来发展战略 454

第二十八节 安婕妤化妆品科技股份有限公司 454

一、企业发展概况 454

二、企业品牌分析 455

三、企业产品结构分析 455

四、企业未来发展战略 456

第二十九节 资生堂丽源化妆品有限公司 456

一、企业发展概况 456

二、企业品牌分析 457

三、企业产品结构分析 457

四、企业新产品分析 457

五、企业经营情况分析 457

六、企业销售渠道与网络 458

七、企业经营优劣势分析 458

八、企业未来发展战略 459

第三十节 高丝化妆品有限公司 460

一、企业发展概况 460

二、企业品牌分析 461

三、企业产品结构分析 461

四、企业新产品分析 461

五、企业经营情况分析 461

六、企业销售渠道与网络 461

七、企业经营优劣势分析 461

八、企业未来发展战略 462

第五部分 发展前景展望

第十二章 2026-2031年化妆品行业前景及趋势预测 464

第一节 2026-2031年化妆品市场发展前景 464

一、2026-2031年化妆品市场发展潜力分析 464

二、2026-2031年化妆品市场发展前景展望 465

三、2026-2031年化妆品细分行业发展前景 466

第二节 2026-2031年化妆品市场发展趋势预测 467

一、2026-2031年化妆品行业发展趋势 467

二、2026-2031年化妆品市场规模预测 467

三、2026-2031年化妆品行业消费趋势预测 468

四、2026-2031年化妆品细分市场发展趋势 469

五、2026-2031年化妆品行业投资规模预测 470

六、2026-2031年化妆品行业利润规模预测 470

第三节 2026-2031年中国化妆品行业供需预测 471

一、2026-2031年中国化妆品行业供给预测 471

二、2026-2031年中国化妆品行业供需平衡预测 471

第十三章 2026-2031年化妆品行业投资分析 472

第一节 化妆品行业投资特性分析 472

二、化妆品行业盈利因素分析 473

三、化妆品行业盈利模式分析 474

第二节 2026-2031年化妆品行业发展的影响因素 475

一、有利因素 475

二、不利因素 476

第三节 化妆品行业投融资情况 476

第四节 2026-2031年化妆品行业投资机会 479

一、80后将带动行业消费增长 479

二、渠道下沉扩大市场容量 480

三、中国的高消费时代到来 482

四、产业升级成本将会压缩 482

五、网络市场加快市场开拓 483

第五节 2026-2031年化妆品行业投资风险及防范 486

一、行业政策波动风险 486

二、行业技术落后风险 486

三、行业供求变动风险 487

四、行业企业内部风险 487

五、行业宏观经济波动风险 487

六、行业产品结构变动风险 487

七、行业消费者意识转变风险 487

八、行业其他相关风险 488

第六节 中国化妆品行业投资建议 488

一、行业存在问题分析 488

二、行业投资建议 489

第十四章 2026-2031年化妆品业面临的困境及对策 492

第一节 2021-2026年化妆品行业面临的困境 492

一、行业法规存在漏洞 492

二、市场监管不成熟 492

三、科技质量低制约化妆品发展 492

四、资金不足限制化妆品市场发展 493

五、品牌意识弱，市场份额少 493

六、国内企业资本运作能力低，竞争力弱 493

第二节 化妆品企业面临的困境及对策 494

一、重点化妆品企业面临的困境及对策 494

二、中小化妆品企业发展困境及策略分析 495

三、国内化妆品企业的出路分析 496

第三节 中国化妆品行业存在的问题及对策 497

一、中国化妆品行业存在的问题 497

二、化妆品行业发展的建议对策 498

第四节 中国化妆品市场发展面临的挑战与对策 500

一、中国化妆品市场发展面临的挑战 500

二、中国化妆品市场发展的对策分析 501

第六部分 发展战略研究

第十五章 化妆品行业发展战略研究 503

第一节 化妆品企业品牌战略分析 503

一、化妆品品牌的重要性 503

二、化妆品实施品牌战略的意义 504

三、化妆品企业品牌的现状分析 505

四、我国化妆品企业的品牌战略 506

五、化妆品品牌战略管理的策略 507

第二节 中小化妆品企业发展战略 509

第二节 中小化妆品企业发展战略 511

第三节 化妆品行业产品策略分析 512

一、品牌定位策略分析 512

二、产品组合策略分析 513

三、产品差异化策略分析 514

四、新产品开发策略分析 515

五、产品生命周期运用策略分析 516

第四节 化妆品行业定价策略分析 518

一、结合产品品牌及产品定位的价格定价 518

二、结合产品组合及产品功效的价格定价 518

三、结合竞争对手的价格定价 519

第五节 化妆品行业促销策略分析 519

一、行业促销策略概述 519

二、广告促销策略 521

三、活动促销策略 526

第六节 化妆品行业包装策略分析 528

一、化妆品的心理价位 528

二、消费者的购买行为方式 529

三、化妆品包装策略 530

第七节 化妆品行业投资战略研究 530

一、2026-2031年化妆品行业投资战略 530

二、2026-2031年细分行业投资战略 531

第十六章 研究结论及发展建议 533

第一节 化妆品行业研究结论及建议 533

第二节 化妆品子行业研究结论及建议 534

第三节 中道泰和化妆品行业发展建议 536

一、行业发展策略建议 536

二、行业投资方向建议 536

三、行业投资方式建议 537

图表目录

图表：化妆品产业链 7

图表：原料厂商环节企业区域分布情况 8

图表：原料厂商环节不同规模企业分布情况 8

图表：分销商环节企业分布情况 9

图表：全球10大化妆品原料厂商分布 9

图表：2021-2026年我国化妆品包装市场规模 12

图表：2021-2026年我国化妆品企业零售收入 13

图表：2021-2026年全国化妆品零售增速走势图 14

图表：2021-2026年我国化妆品网络零售总额 14

图表：中国GDP季度增长趋势图 30

图表：2021-2026年我国GDP示意图 31

图表：2021-2026年我国三次产业增加值占比 31

图表：2021-2026年末人口数及其构成 31

图表：2021-2026年城镇新增就业人数 32

图表：2021-2026年我国全员劳动生产率 33

图表：2021-2026年每月居民消费价格涨跌幅示意图 33

图表：2021-2026年居民消费价格比上年涨跌幅度 33

图表：2021-2026年我国每月新建商品住宅价格变化示意图 34

图表：2021-2026年全国一半公共预算收入示意图 35

图表：2021-2026年末国家外汇储备 35

图表：2021-2026年我国粮食产量示意图 36

图表：2021-2026年我国全部工业增加值及其增长速度 37

图表：2021-2026年主要工业产品产量及其增长速度 38

图表：2021-2026年我国建筑业增加值及其增长率 40

图表：2021-2026年我国全社会固定资产投资示意图 40

图表：2021-2026年我国固定资产投资及其占比 41

图表：2021-2026年分行业固定资产投资(不含农户)及其增长速度 41

图表：2021-2026年固定资产投资新增主要生产与运营能力 42

图表：2021-2026年房地产开发和销售主要指标及其增长速度 42

图表：2021-2026年社会消费品零售总额示意图 43

图表：2021-2026年我国货物进出口总额示意图 44

图表：2021-2026年货物进出口总额及其增长速度 44

图表：2021-2026年主要商品出口数量、金额及其增长速度 45

图表：2021-2026年主要商品进口数量、金额及其增长速度 45

图表：2021-2026年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 46

图表：2021-2026年外商直接投资(不含银行、证券、保险)及其增长速度 47

图表：2021-2026年对外直接投资额(不含银行、证券、保险)及其增长速度 47

图表：2021-2026年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 48

图表：2021-2026年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 48

图表：2021-2026年快递业务量及其增长速度 50

图表：2021-2026年末固定互联网宽带接入用户和移动宽带用户数 50

图表：2021-2026年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 51

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入及其增长速度 52

图表：2021-2026年全国居民人均消费支出及其构成 53

图表：2021-2026年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数 54

图表：2021-2026年研究与实验发展经费支出及其增长速度 55

图表：2021-2026年专利申请受理、授权和有效专利情况 55

图表：2021-2026年卫生技术人员数量示意图 57

图表：2021-2026年万元国内生产总值耗能率 58

图表：2021-2026年清洁能源消费量占比 58

图表：不同性别居民的化妆品购买占比情况 64

图表：不同年龄居民的化妆品购买占比情况 64

图表：不同学历居民的化妆品购买占比情况 65

图表：不同收入居民的化妆品购买占比情况 65

图表：不同电视媒介接触频率居民化妆品消费占比 66

图表：不同广播媒介接触频率居民化妆品消费占比 66

图表：不同报纸媒介接触频率居民化妆品消费占比 67

图表：不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费占比 67

图表：不同网络媒介接触频率居民化妆品消费占比 68

图表：我国城市居民接触各类化妆品广告排名 68

图表：2021-2026年全球化妆品市场规模 70

图表：2021-2026年全球化妆品市场销售额 71

图表：2021-2026年全球化妆品市场占比 71

图表：2021-2026年全球化妆品市场区域分布 72

图表：美国化妆品各类销售渠道占比 73

图表：2021-2026年美国化妆品市场规模 75

图表：2021-2026年俄罗斯化妆品市场销售规模 85

图表：2021-2026年意大利化妆品市场销售规模 87

图表：2021-2026年日本化妆品市场销售规模 89

图表：2021-2026年日本男士化妆品市场规模 91

图表：2021-2026年韩国化妆品市场规模 92

图表：东南亚美容品和个人护理品市场占有率 100

图表：2021-2026年我国化妆品行业市场销售规模 122

图表：2021-2026年化妆品市场增长 123

图表：2021-2026年我国化妆品人均消费 125

图表：2021-2026年中国化妆品网购交易额 129

图表：2021-2026年我国化妆品企业零售收入 138

图表：2021-2026年我国限额以上化妆品企业零售总额 138

图表：2021-2026年我国规模以上化妆品企业销售规模 139

图表：2021-2026年我国化妆品行业企业数量 140

图表：中国化妆品行业区域市场供给分布分析 140

图表：2021-2026年我国化妆品行业产销率 141

图表：2021-2026年化妆品品牌发源地分布 142

图表：2021-2026年我国化妆品行业利润率 144

图表：2021-2026年我国化妆品运营能力 145

图表：2021-2026年我国化妆品行业偿债能力 145

图表：2021-2026年我国化妆品行业发展能力 146

图表：2021-2026年中国美容化妆品及护肤品出口量统计表 146

图表：2021-2026年我国化妆品出口结构 147

图表：2021-2026年中国美容化妆品及护肤品进口量统计表 148

图表：2021-2026年中国进口化妆品结构比例分析 148

图表：2021-2026年大众品牌检索量占比分析 151

图表：2021-2026年高端化妆品牌检索量占比情况 152

图表：2021-2026年我国化妆品品类关注度度对比 154

图表：2021-2026年我国彩妆关注度前十 155

图表：2021-2026年我国头发护理类化妆品搜索占比 155

图表：2021-2026年我国香水类化妆品搜索指数占比 156

图表：2021-2026年我国男士化妆品搜索指数增速 156

图表：2021-2026年我国男士化妆品品牌关注度 157

图表：2021-2026年我国男士洁面单品口碑关注度 158

图表：2021-2026年我国男士化妆品具体品牌口碑关注度前十 158

图表：2021-2026年我国化妆品性别属性占比 159

图表：2021-2026年我国化妆品年龄属性占比 159

图表：2021-2026年我国化妆品区域使用占比 160

图表：2021-2026年双11天猫化妆品销售市场份额对比 162

图表：2021-2026年我国洗发水行业市场规模 170

图表：2021-2026年我国护发产品行业市场规模 170

图表：2021-2026年我国洗发水行业市场规模 171

图表：2021-2026年我国洗面奶行业市场规模 172

图表：2021-2026年我国美白产品市场规模 173

图表：2021-2026年我国祛斑药妆产品市场规模 174

图表：2021-2026年我国洗发水行业市场规模 178

图表：2021-2026年我国洗发水行业市场规模 186

图表：2021-2026年我国洗发水行业市场规模 189

图表：女士香水品牌排名 190

图表：2021-2026年我国香水细分对比 193

图表：我国香水品牌市场格局 194

图表：我国线上彩妆市场份额对比 196

图表：2021-2026年我国洗发水行业市场规模 199

图表：不同收入水平消费者高端化妆品购买意愿 201

图表：不同收入水平消费者高端化妆品购买意愿 201

图表：2021-2026年我国洗发水行业市场规模 202

图表：2021-2026年我国洗发水行业市场规模 210

图表：我国农村和城市60岁以上老龄人口数预测 220

图表：2021-2026年全球药妆市场规模 222

图表：2021-2026年我国洗发水行业市场规模 223

图表：2021-2026年热门行业品牌网络广告预告费用排行 257

图表：2021-2026年热门行业品牌网络广告投放媒体类别排行 257

图表：2021-2026年化妆品护肤品品牌网络广告预告费用排行 258

图表：2021-2026年化妆品护肤品品牌网络广告投放媒体类别排行 258

图表：2021-2026年化妆品护肤品品牌网络广告预估费用排行 259

图表：2021-2026年化妆品护肤品品牌网络广告投放媒体类别排行 259

图表：2021-2026年广东省化妆品行业企业数量 313

图表：化妆品进口环节消费税税目税率表 336

图表：上海百雀羚日用化学有限公司发展历程 367

图表：珀莱雅化妆品股份有限公司产品结构分析 371

图表：上海相宜本草化妆品股份有限公司产品结构 377

图表：2021-2026年上海相宜本草化妆品股份有限公司营业收入规模 378

图表：上海相宜本草化妆品股份有限公司销售渠道 379

图表：2021-2026年上海家化联合股份有限公司经营收入 388

图表：2021-2026年上海家化联合股份有限公司偿债能力 389

图表：2021-2026年上海家化联合股份有限公司运营能力 389

图表：2021-2026年上海家化联合股份有限公司发展能力 390

图表：2021-2026年上海家化联合股份有限公司获利能力 390

图表：丸美公司经营情况分析 396

图表：韩后股份产品结构图 400

图表：2021-2026年索芙特股份有限公司经营收入 410

图表：2021-2026年索芙特股份有限公司偿债能力 411

图表：2021-2026年索芙特股份有限公司运营能力 411

图表：2021-2026年索芙特股份有限公司发展能力 412

图表：2021-2026年索芙特股份有限公司获利能力 412

图表：2021-2026年幸美股份主要经营指标分析 419

图表：2021-2026年幸美股份营收利润表分析 419

图表：2021-2026年幸美股份资产负债表分析 420

图表：娇韵诗品牌构成 422

图表：娇韵诗公司产品营收结构以及全球渠道分析 423

图表：2021-2026年霸王国际主要经济指标 436

图表：2021-2026年霸王国际利润表 437

图表：2021-2026年霸王国际资产负债表 437

图表：2021-2026年霸王国际现金流量表 438

图表：欧莱雅2021-2026年经营情况 447

图表：安婕妤公司产品结构图 455

图表：2026-2031年我国化妆品市场规模预测 467

图表：2026-2031年我国化妆品行业支出规模预测 470

图表：2026-2031年我国化妆品行业利润总额规模预测 470

图表：2026-2031年我国化妆品行业产值规模预测 471

图表：2026-2031年中国化妆品行业供需平衡预测 471

图表：2021-2026年化妆品行业投融资 476

图表：2021-2026中国化妆品品牌50强 505

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

报告编号：78245

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170513/78245.shtml

在线订购：点击这里