

2026-2031年中国化妆品行业供需预测及投资价值评估咨询报告

报告简介

近年来本土化妆品公司的市场份额逐年提高，根据中道泰和的统计，排名前二十的企业中出现了上海家化、伽蓝集团、百雀羚、韩束、云南白药等多家本土。从市场前二十的占比来看，外资企业占据了80%，本土只占据20%。其中，前六名皆为外资品牌。。

2017年全球市场规模达到4649.42亿美元，同比增速达到5.3%。2018年全球市场规模更是达到了4851亿美元。2019年全球化妆品市场规模达到4983亿美元。

在全球范围来看，中国化妆品市场仍旧强劲，特别是日韩品牌。

跨国公司的霸主地位依然无法撼动，其凭借强大的研发能力、品牌影响力及营销能力，牢牢占据化妆品产业领先地位，排名前列的公司依次是欧莱雅、宝洁、联合利华、雅诗兰黛和资生堂，合计约占全球市场份额的

52.4%。欧美日企业引领全球美容理念和产业发展方向，在可预见的将来这一格局仍将延续。成熟市场的品牌集中度很高，如加拿大化妆品市场，宝洁、欧莱雅和露华浓三大品牌合计占比达到80%。

根据工商信息查询，截止2020年4月，中国累计注册化妆品类企业(生产、销售、研发等类)96万多家，存续51万家左右，在业21万多家。目前在业的企业中，5000万注册资本以上的企业有14795家，1000-5000万注册之间的企业有65261家，其余企业为注册资本金小于1000万元的中小企业。

截止2020年4月，国内化妆品许可生产企业数量为5287家，广东省占比54.70%，为2892家，占比最高。

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、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国化妆

品市场进行了分析研究。报告在总结中国化妆品行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国化妆品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

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 4

三、附加值的提升空间 4

四、进入壁垒/退出机制 5

五、风险性 5

六、行业周期 7

七、竞争激烈程度指标 7

八、当前行业发展所属周期阶段的判断 7

第三节 关联产业发展分析 7

一、行业上游相关行业分析 7

1、化妆品原材料市场分析 7

2、化妆品包装市场分析 10

二、行业下游相关行业分析 11

1、零售行业发展现状分析 11

2、网络零售发展现状分析 13

三、上下游行业对本行业的影响分析 14

1、上游行业对化妆品行业的影响分析 14

2、下游行业对化妆品行业的影响分析 14

第二章 中国化妆品行业的国际比较分析 15

第一节 中国化妆品行业竞争力指标分析 15

第二节 中国化妆品行业经济指标国际比较分析 16

第三节 全球化妆品行业市场需求分析 16

一、市场规模现状 16

二、需求结构分析 17

三、市场前景展望 17

第四节 全球化妆品行业市场供给分析 19

一、市场价格走势 19

二、重点企业分布 19

第三章 2021-2026年中国化妆品行业整体运行指标分析 23

第一节 中国化妆品行业总体规模分析 23

一、企业数量结构分析 23

二、行业规模分析 23

第二节 中国化妆品行业产销分析 24

一、行业情况总体分析 24

二、行业销售收入总体分析 26

第三节 中国化妆品行业财务指标总体分析 26

一、行业盈利能力分析 27

二、行业偿债能力分析 27

三、行业营运能力分析 27

四、行业发展能力分析 27

第四章 化妆品产业链的分析 28

第一节 行业集中度 28

第二节 主要环节的增值空间 28

第三节 行业进入壁垒和驱动因素 28

第四节 上下游行业影响及趋势分析 29

第二部分 市场深度调研

第五章 区域市场情况深入研究 30

第一节 长三角区域市场情况分析 30

第二节 珠三角区域市场情况分析 30

第三节 环渤海区域市场情况分析 30

第四节 化妆品行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 30

一、华北大区市场分析 31

二、华中大区市场分析 31

三、华南大区市场分析 32

四、华东大区市场分析 32

五、东北大区市场分析 33

六、西南大区市场分析 33

七、西北大区市场分析 34

第五节 主要省市集中度及竞争力模式分析 34

第六章 2026-2031年需求预测分析 52

第一节 化妆品行业领域2026-2031年需求量预测 52

第二节 2026-2031年化妆品行业领域需求功能预测 52

第三节 2026-2031年化妆品行业领域需求市场格局预测 62

第三部分 市场竞争格局

第七章 化妆品市场竞争格局分析 79

第一节 行业竞争结构分析 79

一、现有企业间竞争 79

二、潜在进入者分析 81

三、替代品威胁分析 81

四、供应商议价能力 82

五、客户议价能力 82

第二节 行业集中度分析 82

一、市场集中度分析 82

二、企业集中度分析 83

三、区域集中度分析 83

第三节 行业国际竞争力比较 83

一、需求条件 83

二、支援与相关产业 84

三、企业战略、结构与竞争状态 92

四、政府的作用 93

第四节 化妆品行业主要企业竞争力分析 94

一、重点企业资产总计对比分析 94

二、重点企业从业人员对比分析 94

三、重点企业全年营业收入对比分析 96

四、重点企业利润总额对比分析 96

五、重点企业综合竞争力对比分析 96

第五节 化妆品行业竞争格局分析 98

一、2021-2026年化妆品行业竞争分析 98

二、2021-2026年国内外化妆品竞争分析 98

三、2021-2026年中国化妆品市场竞争分析 98

四、2021-2026年中国化妆品市场集中度分析 99

第八章 主要企业的排名与产业结构分析 100

第一节 行业企业排名分析 100

第二节 产业结构分析 100

一、市场细分充分程度的分析 100

二、各细分市场领先企业排名 101

三、各细分市场占总市场的结构比例 103

四、领先企业的结构分析(所有制结构) 103

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 104

一、产业价值链的构成 104

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 104

第四节 产业结构发展预测 106

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) 106

相关行业政策影响分析 106

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 111

三、中国化妆品行业参与国际竞争的战略市场定位 111

第九章 前十大领先企业分析 113

第一节 上海百雀羚化妆品有限公司 113

一、主营业务及经营状况 113

二、历年销售规模、利润指标 113

三、主要市场定位 114

四、主要优势与主要劣势 114

五、市场拓展战略与手段分析 114

第二节 珀莱雅化妆品股份有限公司 114

一、主营业务及经营状况 114

二、历年销售规模、利润指标 115

三、主要市场定位 115

四、主要优势与主要劣势 117

五、市场拓展战略与手段分析 118

第三节 伽蓝(集团)股份有限公司 118

一、主营业务及经营状况 118

二、历年销售规模、利润指标 118

三、主要市场定位 119

四、主要优势与主要劣势 119

五、市场拓展战略与手段分析 119

第四节 上海相宜本草化妆品股份有限公司 120

一、主营业务及经营状况 120

二、历年销售规模、利润指标 120

三、主要市场定位 120

四、主要优势与主要劣势 121

五、市场拓展战略与手段分析 123

第五节 上海上美化妆品有限公司 124

一、主营业务及经营状况 124

二、历年销售规模、利润指标 124

三、主要市场定位 124

四、主要优势与主要劣势 128

五、市场拓展战略与手段分析 128

第六节 上海家化联合股份有限公司 128

一、主营业务及经营状况 128

二、历年销售规模、利润指标 129

三、主要市场定位 130

四、主要优势与主要劣势 130

五、市场拓展战略与手段分析 130

第七节 广州卡迪莲化妆品有限公司 131

一、主营业务及经营状况 131

二、主要市场定位 131

三、企业产品结构分析 131

四、市场拓展战略与手段分析 131

第八节 广东丸美生物技术股份有限公司 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

第九节 广州环亚化妆品科技有限公司 135

一、企业发展概况 135

二、企业品牌分析 136

三、企业产品结构分析 136

四、企业经营情况分析 136

五、企业销售渠道与网络 136

第十节 韩后化妆品股份有限公司 137

一、企业发展概况 137

二、企业品牌分析 137

三、企业产品结构分析 138

四、企业经营情况分析 138

五、企业经营优劣势分析 138

第四部分 市场供需及发展趋势

第十章 应用领域及行业供需分析 139

第一节 需求分析 139

一、化妆品行业需求市场 139

二、化妆品行业客户结构 140

三、化妆品行业需求的地区差异 141

第二节 供给分析 141

第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 142

一、化妆品行业的需求预测 142

二、化妆品行业的供应预测 142

三、供求平衡分析 142

四、供求平衡预测 143

第四节 市场价格走势分析 143

第十一章 影响企业经营的关键趋势 145

第一节 市场整合成长趋势 145

第二节 需求变化趋势及新的商业机遇预测 145

第三节 企业区域市场拓展的趋势 148

第四节 科研开发趋势及替代技术进展 148

第五节 影响企业销售与服务方式的关键趋势 151

第六节 中国化妆品行业swot分析 152

第十二章 2026-2031年化妆品行业投资价值评估分析 155

第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析 155

第二节 产业发展的空白点分析 156

第三节 投资回报率比较高的投资方向 156

第四节 新进入者应注意的障碍因素 156

第五节 营销分析与营销模式推荐 157

一、渠道构成 157

二、销售贡献比率 157

三、覆盖率 158

四、销售渠道效果 158

五、价值流程结构 158

附录

附录一 浙江省化妆品行业发展规划及配套措施 160

附录二 湖北省化妆品行业发展规划及配套措施 165

图表目录

图表：2021-2026年中国化妆品行业盈利性分析 4

图表：2021-2026年中国化妆品行业市场规模增速 4

图表：2021-2026年我国化妆品企业前二十排名 15

图表：2021-2026年中外化妆品行业经济指标比较 16

图表：2021-2026年全球化妆品行业市场规模统计 16

图表：2021-2026年全球化妆品行业产品市场份额 17

图表：2021-2026年中国化妆品市场整体供给 23

图表：2021-2026年中国化妆品整体市场规模 26

图表：2021-2026年化妆品行业盈利能力 27

图表：2021-2026年化妆品行业偿债能力 27

图表：2021-2026年化妆品行业营运能力 27

图表：2021-2026年化妆品行业发展能力 27

图表：化妆品产业链 29

图表：2021-2026年华北地区市场规模 31

图表：2021-2026年华中地区化妆品市场规模 31

图表：2021-2026年华南地区市场规模 32

图表：2021-2026年华东化妆品市场规模 32

图表：2021-2026年东北地区市场规模分析 33

图表：2021-2026年西南地区化妆品市场规模 33

图表：2021-2026年西北地区市场规模 34

图表：2026-2031年化妆品市场需求预测(亿元) 52

图表：2021-2026年原料厂商环节企业区域分布情况 84

图表：2021-2026年原料厂商环节不同规模企业分布情况 85

图表：2021-2026年分销商环节企业分布情况 85

图表：2021-2026年全球10大化妆品原料厂商分布 86

图表：2021-2026年重点企业总资产对比分析 94

图表：2021-2026年重点企业从业人员对比分析 94

图表：2021-2026年末上海家化员工结构 95

图表：2021-2026年珀莱雅员工结构情况 95

图表：2021-2026年重点企业营业收入对比分析 96

图表：2021-2026年重点企业净利润对比分析 96

图表：我国领先化妆品企业结构分析 103

图表：2021-2026年珀莱雅经营业绩分析 115

图表：上海相宜本草化妆品股份有限公司营业收入情况 120

图表：上海相宜本草化妆品股份有限公司销售渠道 121

图表：2021-2026年历年经营情况 129

图表：2021-2026年经营情况 132

图表：韩后股份产品结构图 138

图表：2026-2031年化妆品行业市场供应规模预测(亿元) 142

图表：2026-2031年供求平衡分析 143

图表：化妆品进口环节消费税税目税率表 165

把握投资 决策经营！

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

报告编号：168026

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20200429/168026.shtml>

在线订购：[点击这里](#)