

2024-2029年化妆品ODM市场发展调查及供需格局分析预测报告

报告简介

化妆品ODM，通俗地讲就是“化妆品贴牌”，即有市场需求、有销售渠道的化妆品品牌，因为减少成本或是生产能力不足，为了增加产量，扩大销量，降低新上生产线的风险，抢占市场的空间，通过合同订购的方式，委托其它专业厂家生产化妆品产品后，直接贴上自己的品牌商标。

目前美国内化妆品行业整体处于高速发展之中，目前全国大约有2万个化妆品品牌，但并非每个化妆品企业或者品牌都拥有自属的制造工厂，化妆品品牌的蓬勃发展也促进了化妆品代工企业OEM&ODM业务的繁荣，在国内也呈现快速成长之势。随着世界化妆品巨头开始纷纷涉足大陆市场，在进口税高昂的大环境之下，国内OEM&ODM模式显然成为其更能压缩成本的选择，将产品的研究、开发、生产制造、包装、灌装甚至包装设计等部分或全部环节委托给OEM&ODM企业。在中国加入WTO以来，更是有越来越多的化妆品OEM业务转移到中国。

随着人们的消费水平不断提高，化妆品已经成为了人们生活的必需品，而化妆品代工快速推动了化妆品行业的发展，同时也丰富了化妆品的品种。化妆品市场高速发展，各品牌层出不穷，寻找化妆品代工企业合作无疑是一种低成本高效率的模式。因此说，中国化妆品代工市场拥有着巨大的发展前景。2019年，国内化妆品ODM行业市场已经达到567亿元。

可以说，化妆品OEM&ODM模式凭借其专业化分工的优势，正在成为越来越多品牌商家的选择，包括国际知名品牌、本土大型品牌以及化妆品初创企业等。但目前化妆品代工行业的发展仍主要表现为行业内企业数量的激增，尚缺乏运营管理等方面的质的突破。各种代工厂商同质化严重，产品差异并不明显，未来同类公司之间在销售领域的竞争将更加激烈，如何节省开发成本、缩短新品开发时间、把握最新产品趋势将成为化妆品代工企业发展的新课题，而能够拥有尖端技术开发能力和自主配方的OEM&ODM企业将成为化妆品成品商的首选

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、国务院发展研究中心、中国化妆品行业协会、中道泰和产业研究院、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，对中国国家“十三五”经济和社会运行和成果进行分析、产业链上下游行业发展状况、行业供需形势、进出口等进行了深入研究，并重点分析了中国化妆品ODM行业发展状况和特点，以及“十四五”中国化妆品ODM行业将面临的挑战、行业的区域发展状况与竞争格局。报告还对“十四五”全球及中国化妆品ODM行业发展动向和趋势作了详细分析和预测，并对化妆品ODM行业进行了趋向研判，是化妆品ODM生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前化妆品ODM行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品研究报告。

报告目录

第一章 化妆品odm行业发展概述 1

第一节 化妆品odm的概念 1

一、化妆品odm的界定	1
二、化妆品odm的特点	1
第二节 化妆品odm行业发展成熟度	2
一、化妆品odm行业发展周期分析	2
二、化妆品odm行业中外市场成熟度对比	3
第三节 化妆品odm行业产业链分析	4
一、化妆品odm行业上游原料供应市场分析	4
二、化妆品odm行业下游产品需求市场状况	5
第二章 2019-2023年中国化妆品odm行业运行环境分析	7
第一节 2019-2023年中国宏观经济环境分析	7
一、国民经济运行情况gdp	7
二、消费价格指数cpi、ppi	8
三、全国居民收入情况	9
四、恩格尔系数	10
五、工业发展形势	11
六、固定资产投资情况	12
七、财政收支状况	13
八、社会消费品零售总额	14
九、对外贸易&进出口	15
十、科学技术和教育	19
十一、文化旅游、卫生健康和体育	21
十二、资源、环境和应急管理	23
第二节 2019-2023年中国化妆品odm行业发展政策环境分析	25
一、国内宏观政策发展建议	25

- 1、继续实施积极的财政政策，加大结构调整力度 25
- 2、采取组合调控措施，确保物价水平稳定 26
- 二、化妆品odm行业政策分析 26
- 三、相关行业政策影响分析 28
- 第三节 2019-2023年中国化妆品odm行业发展社会环境分析 29
- 第三章 2019-2023年中国化妆品odm行业市场发展分析 31
- 第一节 化妆品odm行业市场发展现状 31
- 一、市场发展概况 31
- 二、发展热点回顾 31
- 三、市场存在问题及策略分析 35
- 第二节 化妆品odm行业技术发展 37
- 一、技术特征现状分析 37
- 二、新技术研发及应用动态 37
- 三、技术发展趋势 41
- 第三节 中国化妆品odm行业消费市场分析 42
- 一、消费特征分析 42
- 二、消费需求趋势 43
- 三、品牌市场消费结构 44
- 第四节 化妆品odm行业产销数据统计分析 45
- 一、整体市场规模 45
- 二、区域市场数据统计情况 45
- 第五节 2024-2029年化妆品odm行业市场发展趋势 46
- 第四章 中国化妆品odm行业供给情况分析 & 趋势 47
- 第一节 2019-2023年中国化妆品odm行业市场供给分析 47

- 一、化妆品odm整体供给情况分析 47
- 二、化妆品odm重点区域供给分析 47
- 第二节 化妆品odm行业供给关系因素分析 48
 - 一、需求变化因素 48
 - 二、厂商产能因素 49
 - 三、原料供给状况 49
 - 四、技术水平提高 50
 - 五、政策变动因素 50
- 第三节 2024-2029年中国化妆品odm行业市场供给趋势 50
 - 一、化妆品odm整体供给情况趋势分析 50
 - 二、化妆品odm重点区域供给趋势分析 50
 - 三、影响未来化妆品odm供给的因素分析 51
- 第五章 化妆品odm行业产品价格分析 52
 - 第一节 中国化妆品odm行业产品历年价格回顾 52
 - 第二节 中国化妆品odm行业产品当前市场价格 52
 - 一、产品当前价格分析 52
 - 二、产品未来价格预测 54
 - 第三节 中国化妆品odm行业产品价格影响因素分析 54
 - 一、全球经济形式及影响 54
 - 二、人民币汇率变化影响 58
 - 三、其它 60
- 第六章 化妆品odm主要上下游产品分析 61
 - 第一节 化妆品odm上下游分析 61
 - 一、与行业上下游之间的关联性 61

二、上游原材料供应形势分析 63

三、下游产品解析 65

第二节 化妆品odm行业产业链分析 66

一、行业上游影响及风险分析 66

二、行业下游风险分析及提示 66

三、关联行业风险分析及提示 66

第七章 2019-2023年中国化妆品odm行业渠道分析及策略 68

第一节 化妆品odm行业渠道分析 68

一、渠道形式及对比 68

二、各类渠道对化妆品odm行业的影响 69

三、主要化妆品odm企业渠道策略研究 70

四、各区域主要代理商情况 72

第二节 化妆品odm行业用户分析 72

一、用户认知程度分析 72

二、用户需求特点分析 73

三、用户购买途径分析 73

第三节 化妆品odm行业营销策略分析 74

一、中国化妆品odm营销概况 74

二、化妆品odm营销策略探讨 74

三、化妆品odm营销发展趋势 75

第八章 2019-2023年中国化妆品odm行业主要指标监测分析 76

第一节 2019-2023年中国化妆品odm产业工业总产值分析 76

一、2019-2023年中国化妆品odm产业工业总产值分析 76

二、不同规模企业工业总产值分析 76

三、不同所有制企业工业总产值比较	77
第二节 2019-2023年中国化妆品odm产业主营业务收入分析	77
一、2019-2023年中国化妆品odm产业主营业务收入分析	77
二、不同规模企业主营业务收入分析	77
三、不同所有制企业主营业务收入比较	78
第三节 2019-2023年中国化妆品odm产业产品成本费用分析	78
一、2019-2023年中国化妆品odm产业销售成本分析	78
二、不同规模企业销售成本比较分析	79
三、不同所有制企业销售成本比较分析	79
第四节 2019-2023年中国化妆品odm产业利润总额分析	79
一、2019-2023年中国化妆品odm产业利润总额分析	79
二、不同规模企业利润总额比较分析	80
三、不同所有制企业利润总额比较分析	80
第五节 2019-2023年中国化妆品odm产业资产负债分析	80
一、2019-2023年中国化妆品odm产业资产负债分析	80
二、不同规模企业资产负债比较分析	81
三、不同所有制企业资产负债比较分析	81
第六节 2019-2023年中国化妆品odm行业财务指标分析	81
一、行业盈利能力分析	81
二、行业偿债能力分析	82
三、行业营运能力分析	82
四、行业发展能力分析	82
第九章 中国化妆品odm行业区域市场分析	84
第一节 华北地区化妆品odm行业分析	84

- 一、2019-2023年行业发展现状分析 84
- 二、2019-2023年市场规模情况分析 85
- 三、2024-2029年市场需求情况分析 85
- 四、2024-2029年行业发展前景预测 85
- 五、2024-2029年行业投资风险预测 85
- 第二节 东北地区化妆品odm行业分析 86
 - 一、2019-2023年行业发展现状分析 86
 - 二、2019-2023年市场规模情况分析 88
 - 三、2024-2029年市场需求情况分析 88
 - 四、2024-2029年行业发展前景预测 89
 - 五、2024-2029年行业投资风险预测 89
- 第三节 华东地区化妆品odm行业分析 89
 - 一、2019-2023年行业发展现状分析 89
 - 二、2019-2023年市场规模情况分析 90
 - 三、2024-2029年市场需求情况分析 90
 - 四、2024-2029年行业发展前景预测 90
 - 五、2024-2029年行业投资风险预测 91
- 第四节 华南地区化妆品odm行业分析 91
 - 一、2019-2023年行业发展现状分析 91
 - 二、2019-2023年市场规模情况分析 92
 - 三、2024-2029年市场需求情况分析 93
 - 四、2024-2029年行业发展前景预测 93
 - 五、2024-2029年行业投资风险预测 93
- 第五节 华中地区化妆品odm行业分析 94

一、2019-2023年行业发展现状分析	94
二、2019-2023年市场规模情况分析	95
三、2024-2029年市场需求情况分析	95
四、2024-2029年行业发展前景预测	96
五、2024-2029年行业投资风险预测	96
第六节 西南地区化妆品odm行业分析	96
一、2019-2023年行业发展现状分析	96
二、2019-2023年市场规模情况分析	97
三、2024-2029年市场需求情况分析	97
四、2024-2029年行业发展前景预测	97
五、2024-2029年行业投资风险预测	98
第七节 西北地区化妆品odm行业分析	98
一、2019-2023年行业发展现状分析	98
二、2019-2023年市场规模情况分析	99
三、2024-2029年市场需求情况分析	99
四、2024-2029年行业发展前景预测	99
五、2024-2029年行业投资风险预测	100
第十章 公司对化妆品odm行业竞争格局分析	101
第一节 行业竞争结构分析	101
一、现有企业间竞争	101
二、潜在进入者分析	101
三、替代品威胁分析	103
四、供应商议价能力	104
五、客户议价能力	104

第二节 行业集中度分析	106
一、市场集中度分析	106
二、企业集中度分析	106
三、区域集中度分析	107
第三节 行业国际竞争力比较	108
一、生产要素	108
二、需求条件	108
三、支援与相关产业	109
四、企业战略、结构与竞争状态	110
五、政府的作用	110
第四节 2019-2023年化妆品odm行业竞争格局分析	110
一、2019-2023年国内外化妆品odm对比分析	110
二、2019-2023年我国化妆品odm市场竞争分析	112
三、2024-2029年国内主要化妆品odm企业动向	112
第十一章 化妆品odm企业竞争策略分析	114
第一节 化妆品odm市场竞争策略分析	114
一、化妆品odm市场增长潜力分析	114
二、化妆品odm主要潜力品种分析	114
三、现有化妆品odm产品竞争策略分析	115
四、潜力化妆品odm品种竞争策略选择	116
五、典型企业产品竞争策略分析	116
第二节 化妆品odm企业竞争策略分析	118
第三节 化妆品odm行业产品定位及市场推广策略分析	122
一、化妆品odm行业产品市场定位	122

- 二、化妆品odm行业广告推广策略 123
- 三、化妆品odm行业产品促销策略 124
- 四、化妆品odm行业招商加盟策略 124
- 五、化妆品odm行业网络推广策略 125
- 第十二章 化妆品odm企业竞争分析 127
- 第一节 诺斯贝尔化妆品股份有限公司 127
- 一、企业基本情况 127
- 二、企业销售收入及盈利水平分析 128
- 三、企业主要客户分析 128
- 四、企业发展战略 129
- 第二节 广州栋方生物科技股份有限公司 130
- 一、企业基本情况 130
- 二、企业销售收入及盈利水平分析 131
- 三、企业主要客户分析 131
- 四、企业发展战略 132
- 第三节 上海乐宝日化股份有限公司 133
- 一、企业基本情况 133
- 二、企业销售收入及盈利水平分析 135
- 三、企业主要客户分析 135
- 四、企业发展战略 136
- 第四节 苏州安特化妆品股份有限公司 137
- 一、企业基本情况 137
- 二、企业销售收入及盈利水平分析 140
- 三、企业主要客户分析 140

四、企业发展战略 141

第五节 江苏美爱斯化妆品股份有限公司 143

一、企业基本情况 143

二、企业销售收入及盈利水平分析 144

三、企业主要客户分析 144

四、企业发展战略 145

第六节 广东芭薇生物科技股份有限公司 146

一、企业基本情况 146

二、企业销售收入及盈利水平分析 147

三、企业主要客户分析 148

四、企业发展战略 148

第七节 广州科玛生物科技股份有限公司 150

一、企业基本情况 150

二、企业销售收入及盈利水平分析 152

三、企业主要客户分析 153

四、企业发展战略 154

第八节 安徽琪嘉日化股份有限公司 155

一、企业基本情况 155

二、企业销售收入及盈利水平分析 157

三、企业主要客户分析 157

四、企业发展战略 158

第九节 澳宝化妆品集团有限公司 158

一、企业基本情况 158

二、企业销售收入及盈利水平分析 159

三、企业主要客户分析	159
四、企业发展战略	159
第十节 珠海伊斯佳科技股份有限公司	160
一、企业基本情况	160
二、企业销售收入及盈利水平分析	163
三、企业主要客户分析	163
四、企业发展战略	164
第十三章 化妆品odm行业投资战略研究	166
第一节 化妆品odm行业发展战略研究	166
一、战略综合规划	166
二、技术开发战略	166
三、业务组合战略	168
四、区域战略规划	170
五、产业战略规划	170
六、营销品牌战略	171
七、竞争战略规划	171
第二节 对我国化妆品odm品牌的战略思考	172
一、企业品牌的重要性	172
二、化妆品odm实施品牌战略的意义	174
三、化妆品odm企业品牌的现状分析	177
四、我国化妆品odm企业的品牌战略	177
五、化妆品odm品牌战略管理的策略	181
第三节 化妆品odm行业投资战略研究	183
附录：	186

《关于印发化妆品命名规定和命名指南的通知》 186

《关于印发国产非特殊用途化妆品备案管理办法的通知》 188

《关于化妆品生产许可有关事项的公告》 190

《化妆品生产许可工作规范》 191

《化妆品中可能存在的安全性风险物质风险评估指南》 202

《化妆品监督管理条例》 205

《关于进一步规范化妆品风险监测工作的通知》 233

图表目录

图表：行业发展周期理论 2

图表：化妆品odm产业链 5

图表：2019-2023年我国国内生产总值及其增长速度 7

图表：2019-2023年三次产业增加值占国内生产总值比重 8

图表：2019-2023年cpi同比增速 8

图表：2019-2023年工业生产者出厂价格涨跌幅 9

图表：2019-2023年全国居民人均可支配收入及其增长速度 10

图表：2019-2023年我国城乡居民恩格尔系数情况 11

图表：2019-2023年全部工业增加值及其增速 12

图表：2019-2023年三次产业投资占固定资产投资(不含农业)比重 13

图表：2019-2023年全国一般公共预算收入 13

图表：2019-2023年社会消费品零售总额 14

图表：2019-2023年货物进出口总额 15

图表：2019-2023年货物进出口总额及其增速 16

图表：2019-2023年主要商品出口数量、金额及其增长速度 16

图表：2019-2023年主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重 17

- 图表：2019-2023年外商直接投资(不含银行、证券、保险领域)及其增长速度 18
- 图表：2019-2023年对外非金融类直接投资额及其增速 18
- 图表：2019-2023年研究与实验发展(r&d)经费支出及其增长速度 19
- 图表：2019-2023年专利申请、授权和有效专利情况 20
- 图表：2019-2023年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数 21
- 图表：2019-2023年国内游客人次及其增长速度 22
- 图表：2019-2023年年末卫生技术人员人数 23
- 图表：2019-2023年清洁能源消费占能源消费总量的比重 24
- 图表：化妆品行业相关政策及主要内容 28
- 图表：2014-2018年化妆品类公司中国市场市占率情况(单位：%) 44
- 图表：2019-2023年化妆品odm行业市场规模 45
- 图表：各区域化妆品odm企业产值占比情况 46
- 图表：2019-2023年英国各季度经济增速情况 57
- 图表：化妆品odm产业链 61
- 图表：各类渠道的对比及特点 69
- 图表：终端消费者对化妆品odm行业的用户认知程度 73
- 图表：2019-2023年中国化妆品odm行业总产值情况 76
- 图表：2019-2023年不同规模化妆品odm企业产值占比情况 76
- 图表：2019-2023年不同所有制化妆品odm企业产值占比情况 77
- 图表：2019-2023年中国化妆品odm行业主营业务收入情况 77
- 图表：2019-2023年不同规模化妆品odm企业主营业务收入占比情况 78
- 图表：2019-2023年不同所有制化妆品odm企业主营业务收入占比情况 78
- 图表：2019-2023年中国化妆品odm行业销售成本占营收比重情况 78
- 图表：2019-2023年不同规模化妆品odm企业销售成本占营收比重情况 79

- 图表：2019-2023年不同所有制化妆品odm企业销售成本占营收比重情况 79
- 图表：2019-2023年中国化妆品odm行业利润总额情况 79
- 图表：2019-2023年不同规模化妆品odm企业利润额占比情况 80
- 图表：2019-2023年不同所有制化妆品odm企业利润额占比情况 80
- 图表：2019-2023年中国化妆品odm行业资产负债率情况 80
- 图表：2019-2023年不同规模化妆品odm企业资产负债率情况 81
- 图表：2019-2023年不同所有制化妆品odm企业资产负债率情况 81
- 图表：2019-2023年中国化妆品odm行业毛利率 81
- 图表：2019-2023年化妆品odm行业偿债能力分析 82
- 图表：2019-2023年中国化妆品odm行业运营能力分析 82
- 图表：华北地区城市坐标图 84
- 图表：华北地区各省市化妆品生产企业分布 85
- 图表：2019-2023年华北地区化妆品odm行业市场规模 85
- 图表：2024-2029年华北地区化妆品odm行业投资风险预警 85
- 图表：2019-2023年东北地区化妆品odm行业市场规模 88
- 图表：2024-2029年东北地区化妆品odm行业投资风险预警 89
- 图表：华东地区各省市化妆品生产企业分布 90
- 图表：2019-2023年华东地区化妆品odm行业市场规模 90
- 图表：2024-2029年华东地区化妆品odm行业投资风险预警 91
- 图表：2019-2023年华东地区化妆品odm行业市场规模 92
- 图表：2024-2029年华南地区化妆品odm行业投资风险预警 93
- 图表：华中地区城市坐标图 94
- 图表：华中地区经济环境分析 95
- 图表：华中地区各省化妆品生产企业分布 95

图表：2019-2023年华中地区化妆品odm行业市场规模 95

图表：2024-2029年华中地区化妆品odm行业投资风险预警 96

图表：西南地区经济环境分析 96

图表：2019-2023年西南地区化妆品odm行业市场规模 97

图表：2024-2029年西南地区化妆品odm行业投资风险预警 98

图表：西北地区经济环境分析 98

图表：2019-2023年西北地区化妆品odm行业市场规模 99

图表：2024-2029年西南地区化妆品odm行业投资风险预警 100

图表：化妆品odm产值市场分布 106

图表：化妆品odm行业cr5市场占比 107

图表：化妆品odm行业cr10市场占比 107

图表：化妆品odm企业区域分布情况 108

图表：2024-2029年化妆品odm市场规模预测 114

图表：全球化妆品各品类产品占比情况 115

图表：2016-2018年诺斯贝尔营收及净利润情况 128

图表：诺斯贝尔前五大客户 128

图表：2019-2023年公司营收及净利润情况 131

图表：2019-2023年上半年栋方股份对前五客户销售情况 131

图表：2018年栋方股份对前五客户销售情况 132

图表：2017年栋方股份对前五客户销售情况 132

图表：2015-2017年乐宝股份营收及净利润情况 135

图表：2017年乐宝股份对前五客户销售情况 136

图表：2016年乐宝股份对前五客户销售情况 136

图表：2019-2023年乐宝股份对前五客户销售情况 136

- 图表：2019-2023年公司营收及净利润情况 140
- 图表：2018年安特股份对前五客户销售情况 141
- 图表：2017年安特股份对前五客户销售情况 141
- 图表：2016年安特股份对前五客户销售情况 141
- 图表：2019-2023年公司营收及净利润情况 144
- 图表：2019-2023年美爱斯对前五客户销售情况 145
- 图表：2018年美爱斯对前五客户销售情况 145
- 图表：2017年美爱斯对前五客户销售情况 145
- 图表：2019-2023年公司营收及净利润情况 147
- 图表：2018年芭薇股份对前五客户销售情况 148
- 图表：2017年芭薇股份对前五客户销售情况 148
- 图表：2016年芭薇股份对前五客户销售情况 148
- 图表：2019-2023年公司营收及净利润情况 152
- 图表：2018年科玛股份对前五客户销售情况 153
- 图表：2017年科玛股份对前五客户销售情况 153
- 图表：2016年科玛股份对前五客户销售情况 154
- 图表：2019-2023年公司营收及净利润情况 157
- 图表：2018年琪嘉日化对前五客户销售情况 157
- 图表：2017年琪嘉日化对前五客户销售情况 158
- 图表：2016年琪嘉日化对前五客户销售情况 158
- 图表：2019-2023年公司营收及净利润情况 163
- 图表：2019-2023年上半年伊斯佳对前五客户销售情况 164
- 图表：2018年伊斯佳对前五客户销售情况 164
- 图表：2017年伊斯佳对前五客户销售情况 164

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20200429/168035.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)