

中国化妆品行业市场深度调研及发展前景与投资战略研究报告(2024-2029版)

报告简介

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化学工业品或精细化工产品。人们追求美丽的天性使化妆品市场始终保持长盛不衰，但随着时代发展和环境改变，产业竞争特点已出现较大变化，尤其是金融危机后，大众消费形态需求开始转变，消费者开始倾向“大众精品”(Masstige)，即选择具备高价精品的品质，同时价格并不过分昂贵的“中档偏高”品牌，这一倾向使得跨国公司营销策略有所调整。传统的百货、化妆品专卖店渠道，开始向药妆店、药房、网络等渠道扩散，其便捷性和经济实惠得到消费者的青睐。

随着中国经济水平的提高，二胎政策全面放开，孕产期专业肌肤护理知识的普及，提升了孕妇用护肤品的市场需求。不难看出，全面二胎政策带来的生育高峰及消费升级将成为拉动母婴行业高速增长的双引擎。孕妇护肤品作为母婴行业与美容护肤行业的一个交叉分类，可谓是乘着政策红利顺势崛起。随着城镇化的推进以及消费为导向的经济增长模式的转型，二、三线城市居民数量、人均收入稳步上升同时消费习惯和消费观念发生巨大的变化。鉴于现代销售渠道下沉有限，日用化妆品店在二、三线城市得到迅速发展。化妆品企业多管齐下实行多元化的销售渠道建设，在巩固原有传统销售渠道的同时布局电商渠道，实现多渠道销售。

近年来，随着我国电商产业迅猛发展，网购成我国主要化妆品消费渠道，通过国内第三方工商注册信息查询机构--

企查查查询结果显示，经营业务包含“化妆品生产”，同时通过“在业/存续，非分支机构，有商标信息，制造业”筛选，截至2021年国内企业数量为22510家，同比2020年年底的20937家增加了1573家。目前，我国已有多个城市提出打造美丽健康产业基地。如广州市白云区“白云美湾”、广州市花都区“中国美都”、广州市黄埔区“南方美谷”、清远市的“美妆硅谷产业园”、上海市奉贤区“东方美谷”、湖州市吴兴区“美妆小镇”、成都市武侯区“她妆美谷”、北京昌平区的“未来美城”等。各个城市都已在紧抓化妆品行业快速发展的窗口期。

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、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

第一章 化妆品行业发展综述

第一节 化妆品行业概述及分类

一、行业概述

二、行业主要产品分类

三、行业主要商业模式

第二节 化妆品行业特征分析

一、化妆品行业在国民经济中的地位

二、化妆品行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、化妆品行业生命周期

第三节 化妆品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

第二章 2019-2023年中国化妆品行业运行环境分析

第一节 化妆品行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

第二节 化妆品行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 化妆品行业社会环境分析

一、化妆品产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、化妆品产业发展对社会发展的影响

第四节 化妆品行业技术环境分析

一、化妆品技术分析

二、化妆品技术发展水平

三、行业主要技术发展趋势

第三章 2019-2023年中国化妆品行业运行分析

第一节 化妆品行业发展状况分析

一、化妆品行业发展阶段

二、化妆品行业发展总体概况

三、化妆品行业发展特点分析

第二节 化妆品行业发展现状

一、化妆品行业市场规模

二、化妆品行业发展分析

三、化妆品企业发展分析

第四章 化妆品产品细分市场分析

第一节 美白化妆品产品市场分析

一、美白化妆品产品特色

二、美白化妆品产品市场规模

三、美白化妆品产品市场发展前景及规模预测

第二节 美白化妆品产品价格分析

一、美白化妆品价格走势

二、影响美白化妆品价格的关键因素分析

1、成本

2、供需情况

三、2019-2023年美白化妆品产品价格变化趋势

四、美白化妆品主要企业价格策略分析

第三节 精华化妆品产品市场分析

一、精华化妆品产品特色

二、精华化妆品产品市场规模

三、精华化妆品产品市场前景及规模预测

第四节 精华化妆品产品价格分析

一、精华化妆品价格走势

二、影响精华化妆品价格的关键因素分析

1、成本

2、供需情况

三、2019-2023年精华化妆品产品价格变化趋势

四、精华化妆品主要企业价格策略分析

第五章 2019-2023年中国化妆品行业整体运行指标分析

第一节 化妆品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

第二节 化妆品行业产销情况分析

一、化妆品行业工业总产值

二、化妆品行业工业销售值

第三节 化妆品行业财务指标总体分析

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

第六章 2019-2023年中国化妆品行业供需形势分析

第一节 化妆品行业供给分析

一、化妆品行业供给分析

二、2019-2023年化妆品行业供给变化趋势

三、化妆品行业区域供给分析

第二节 化妆品行业需求情况

一、化妆品行业需求市场

二、化妆品行业客户结构

三、化妆品行业需求的地区差异

第三节 化妆品市场应用及需求预测

一、化妆品应用市场总体需求分析

1、化妆品应用市场需求特征

2、化妆品应用市场需求总规模

二、2024-2029年化妆品行业领域需求量预测

1、2024-2029年化妆品行业领域需求产品/服务功能预测

2、2024-2029年化妆品行业领域需求产品/服务市场格局预测

三、重点行业化妆品产品/服务需求分析预测

第七章 2019-2023年中国化妆品行业产业结构分析

第一节 化妆品产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析

第二节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国化妆品行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第八章 2019-2023年中国化妆品行业产业链分析

第一节 化妆品行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 化妆品上游行业分析

一、化妆品产品成本构成

二、上游行业发展现状

三、2019-2023年上游行业发展趋势

四、上游供给对化妆品行业的影响

第三节 化妆品下游行业分析

一、化妆品下游行业分布

二、下游行业发展现状

三、2019-2023年下游行业发展趋势

四、下游需求对化妆品行业的影响

第九章 2019-2023年中国化妆品行业渠道分析及策略

第一节 化妆品行业渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对化妆品行业的影响

三、主要化妆品企业渠道策略研究

第二节 化妆品行业用户分析

一、用户需求特点分析

二、用户购买途径分析

第三节 化妆品行业营销策略分析

一、中国化妆品营销概况

二、化妆品营销策略探讨

三、化妆品营销发展趋势

第十章 2019-2023年中国化妆品市场运行情况分析

第一节 2019-2023年中国化妆品市场情况分析

一、我国化妆品产能分析

二、我国化妆品市场发展现状分析

第二节 2019-2023年中国化妆品需求与消费情况分析

一、我国化妆品行业总体消费情况分析

二、我国化妆品行业供需错位情况分析

三、我国化妆品行业需求满足情况分析

第三节 2019-2023年中国化妆品市场产品营销分析

一、化妆品市场主要销售渠道分析

二、化妆品市场广告与促销方式分析

三、化妆品市场价格竞争方式分析

第十一章 2019-2023年中国化妆品行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、化妆品行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

二、化妆品行业企业间竞争格局分析

三、化妆品行业集中度分析

四、化妆品行业swot分析

第二节 化妆品行业竞争格局综述

一、化妆品行业竞争概况

1、中国化妆品行业竞争格局

2、化妆品行业未来竞争格局和特点

3、化妆品市场进入及竞争对手分析

二、中国化妆品行业竞争力分析

1、中国化妆品行业竞争力剖析

2、中国化妆品企业市场竞争的优势

3、国内化妆品企业竞争能力提升途径

三、化妆品市场竞争策略分析

第十二章 2019-2023年中国化妆品主要企业发展概述

第一节 the estée lauder companies inc.(雅诗兰黛公司)

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第二节 unilever plc(联合利华(英国)股份有限公司)

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第三节 the procter & gamble company(宝洁公司)

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第四节 l' oréal(欧莱雅(法国)化妆品集团公司)

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第五节 珀莱雅化妆品股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第六节 广东丸美生物技术股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第七节 福建片仔癀化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第八节 云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第九节 上海家化联合股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第十节 上海丽人丽妆化妆品股份有限公司

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、2019-2023年发展规划

第十三章 2024-2029年中国化妆品行业投资前景分析

第一节 化妆品市场发展前景

一、化妆品市场发展潜力

二、化妆品市场发展前景展望

三、化妆品细分行业发展前景分析

第二节 化妆品市场发展趋势预测

一、化妆品行业发展趋势

二、化妆品市场规模预测

三、化妆品行业应用趋势预测

四、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 化妆品行业供需预测

一、化妆品行业供给预测

二、化妆品行业需求预测

三、化妆品供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十四章 2024-2029年中国化妆品行业投资机会与风险分析

第一节 化妆品行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析

第二节 化妆品行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会

第三节 化妆品行业投资风险

- 一、政策风险
- 二、消费者需求下降的风险
- 三、平台风险
- 四、品牌经营状况风险
- 五、供应商集中度较高风险
- 六、商品质量控制风险
- 七、其他风险

第十五章 2024-2029年中国化妆品行业投资战略研究

第一节 化妆品行业发展战略研究

- 一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

第二节 化妆品新产品差异化战略

一、化妆品行业投资战略研究

二、化妆品行业投资战略

三、细分行业投资战略

第十六章 研究结论及投资建议

第一节 化妆品行业研究结论

第二节 化妆品行业投资价值评估

第三节 化妆品行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

附录

第一节 《化妆品新原料注册备案资料要求》

第二节 中国制造2025

第三节 《生产者责任延伸制度推行方案》

一、《生产者责任延伸制度推行方案》政策

二、《生产者责任延伸制度推行方案》解读

第四节 化妆品监督管理条例

图表目录

图表：行业周期表

- 图表：2019-2023年我国化妆品行业市场规模
- 图表：2019-2023年美白化妆品市场规模(亿元)
- 图表：2024-2029年美白化妆品产品市场规模预测(亿元)
- 图表：2019-2023年美白化妆品价格分布
- 图表：2019-2023年精华化妆品产品市场规模(亿元)
- 图表：2024-2029年我国精华化妆品市场规模预测(亿元)
- 图表：2019-2023年精华产品价格分布
- 图表：2019-2023年化妆品行业企业数量
- 图表：2019-2023年化妆品人员规模状况分析
- 图表：2019-2023年化妆品行业资产规模分析
- 图表：2019-2023年化妆品行业工业销售值
- 图表：2019-2023年化妆品行业工业销售值
- 图表：2019-2023年中国化妆品行业盈利能力
- 图表：2019-2023年中国化妆品行业偿债能力
- 图表：2019-2023年中国化妆品行业营运能力
- 图表：2019-2023年中国化妆品行业发展能力
- 图表：2019-2023年化妆品行业供给变化趋势
- 图表：2019-2023年化妆品应用市场需求总规模
- 图表：化妆品产业链
- 图表：化妆品下游销售渠道分类
- 图表：化妆品行业主要销售渠道对比
- 图表：化妆品行业主要销售渠道对于行业影响力分析
- 图表：2019-2023年珀莱雅经营情况
- 图表：丸美股份产品种类

图表：2019-2023年丸美股份经营情况

图表：2019-2023年贝泰妮经营情况

图表：2019-2023年上海家化经营情况

图表：2019-2023年丽人丽妆经营情况

图表：2024-2029年化妆品市场规模预测

图表：2024-2029年化妆品行业供给预测

图表：2024-2029年化妆品行业需求预测

图表：2019-2023年和2025年制造业主要指标

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/20220520/262878.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)