**2024-2029年中国化妆品行业市场竞争格局与投资风险分析报告**

**报告简介**

被称为美丽经济的中国美容化妆品市场，经过20多年的迅猛发展，现今已经取得了前所未有的成就。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。化妆品企业如雨后春笋般越来越多，名目繁多的化妆品品牌层出不穷，市场竞争愈演愈烈。

外资日化巨头大多有着几十年甚至上百年的品牌历史，在国际以及国内都有着不可磨灭的品牌影响力，高端市场上更是牢牢把握绝大部分市场份额。但是国内亦涌现出一批优秀本土化妆品品牌，如上海家化旗下的佰草集，上海伽蓝集团的自然堂以及相宜本草、美即面膜等，这也一定程度上改变了当下化妆品市场的竞争格局。

2015-2020年我国化妆品的消费规模从2049亿元增长到了3400亿元，复合增长率约为8.81%。据国家统计局统计数据，2020年我国化妆品零售总额为3400亿元，同比增长了9.5%，2020年的疫情对整体经济造成了较大的影响，在此环境下我国化妆品零售仍能保持增长。

2020年6月29日，国务院公布《化妆品监督管理条例》，《条例》对化妆品所使用的原料进行了规定，禁止用于化妆品生产的原料目录由国务院药品监督管理部门制定、公布。此外，电子商务平台经营者应当对平台内化妆品经营者进行实名登记，承担平台内化妆品经营者管理责任。《条例》自2021年1月1日起施行。2020年9月28日，国家药监局综合司一口气发布了三大征求意见稿，分别是《化妆品生产质量管理规范(征求意见稿)》、《化妆品不良反应监测管理办法(征求意见稿)》和《化妆品抽样检验管理规范(征求意见稿)》。2020年12月9日，国家财政部、国家税务总局发布《关于广告费和业务宣传费支出税前扣除有关事项的公告》，明确了对化妆品制造或销售企业发生的广告费和业务宣传费支出，不超过当年销售(营业)收入30%的部分，准予扣除;超过部分，准予在以后纳税年度结转扣除。2021年1月，国家市场监督管理总局发布《化妆品注册备案管理办法》(以下简称《办法》)，自2021年5月1日起施行。这是我国首部专门针对化妆品注册备案管理的部门规章。《办法》落实四个最严要求，突出问题导向，细化《条例》确定的原则制度，严格审批审评和备案管理，强化风险控制;深化放管服改革，鼓励研发企业创新，优化注册备案程序，落实各方主体责任和监管责任。

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**

第一节 化妆品行业定义及分类

一、化妆品的定义

二、化妆品的主要作用

三、化妆品的分类

第二节 化妆品行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 化妆品行业特性分析

一、行业周期性

二、行业季节性

三、行业区域性

第四节 化妆品行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、行业上游相关行业分析

三、行业下游相关行业分析

四、上下游行业对本行业的影响分析

**第二章 中国化妆品行业市场环境分析**

第一节 化妆品行业政策环境分析

一、行业政策动向

二、行业发展规划

第二节 化妆品行业经济环境分析

一、我国宏观经济

二、宏观经济对行业影响

第三节 化妆品行业消费环境分析

一、消费群体变化分析

二、不同人口特征城市居民化妆品购买比例

二、不同人口特征城市居民化妆品购买比例

四、不同媒介接触频率居民化妆品消费情况

五、城市居民接触各类化妆品广告排名情况

**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**

第一节 全球化妆品市场总体情况分析

一、全球化妆品行业发展特点

二、全球化妆品市场规模分析

三、全球化妆品市场占比分析

四、全球化妆品行业竞争格局

五、全球化妆品市场区域分布

六、国际化妆品市场渠道浅析

七、国际化妆品产品研发潮流

第二节 全球主要国家(地区)市场分析

一、美国

二、欧洲

三、日本

四、韩国

五、其他国家或地区

第三节 国际重点化妆品企业运营分析

一、法国欧莱雅集团发展分析

二、英国联合利华集团发展分析

三、美国宝洁集团发展分析

四、美国强生集团发展分析

五、其他化妆品企业发展分析

**第四章 我国化妆品行业运行现状分析**

第一节 我国化妆品行业发展状况分析

一、我国化妆品行业发展阶段

二、我国化妆品行业发展总体概况

三、我国化妆品行业发展特点分析

四、我国化妆品行业商业模式分析

第二节 化妆品行业发展现状

一、我国化妆品行业市场规模

二、我国化妆品行业发展分析

三、中国化妆品企业发展分析

第三节 化妆品市场情况分析

一、中国化妆品市场总体概况

二、中国化妆品产品市场发展分析

三、化妆品市场消费分析

第四节 我国化妆品市场价格走势分析

一、全国市场价格走势

二、城市市场价格走势

三、农村市场价格走势

**第五章 2024-2029年我国化妆品市场供需形势分析**

第一节 行业市场规模

一、全部化妆品企业零售总额

二、限额以上化妆品企业零售总额

三、规模以上化妆品企业销售规模

第二节 化妆品行业供需平衡分析

一、全国化妆品行业供给情况分析

二、各地区化妆品行业供给情况分析

三、各地区化妆品行业需求情况分析

四、全国化妆品行业产销率分析

第三节 化妆品行业经营情况分析

一、中国化妆品关注度分析

二、中国化妆品行业发展主要特点

四、行业主要经济效益影响因素

五、行业经营情况分析

第四节 化妆品行业进出口分析

一、行业出口分析

二、行业进口分析

**第六章 化妆品行业网络监测分析**

第一节 化妆品品牌关注度分析

一、不同等级化妆品关注度

二、大众化妆品搜索指数

三、高档化妆品搜索指数

四、活性化妆品搜索指数

第三节 化妆品产品关注度分析

一、化妆品品类关注度

二、护肤类化妆品搜索指数

三、彩妆化妆品搜索指数

四、头发护理类化妆品搜索指数

五、香水类化妆品搜索指数

第四节 男士化妆品关注度分析

一、男士化妆品搜索指数

二、男士化妆品品牌关注度

三、男士洁面单品口碑关注度

四、男士化妆品具体品牌口碑关注度

第五节 化妆品网民人群属性分析

一、性别属性

二、年龄属性

三、区域属性

第六节 化妆品网购市场发展分析

一、化妆品网购行业产业链分析

二、化妆品网购市场发展现状

**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**

第一节 按产品功能划分细分市场分析预测

一、发用化妆品

二、脸部化妆品

三、护肤化妆品

四、防晒化妆品

五、香水

六、彩妆

第二节 按产品档次划分细分市场分析预测

一、高端化妆品市场分析

二、大众化妆品市场分析

第三节 潜力产品细分市场分析预测

一、儿童化妆品市场分析预测

二、男性化妆品市场分析与前景预测

三、中老年化妆品市场分析与前景预测

第四节 热点产品细分市场分析预测

一、药妆市场分析预测

二、有机/天然化妆品市场分析预测

三、护体化妆品市场分析预测

四、纳米化妆品市场分析预测

**第八章 我国化妆品行业营销趋势及策略分析**

第一节 化妆品行业传统渠道策略分析

一、传统销售渠道概述

二、商场专柜渠道分析

三、超市卖场渠道分析

四、专营店渠道分析

五、加盟专卖渠道分析

六、药店零售渠道分析

七、美容院零渠道分析

八、电视购物渠道分析

第二节 化妆品行业电子商务渠道分析

一、渠道特性分析

二、渠道优劣势分析

三、与传统渠道关联

四、渠道经营策略

五、渠道广告投放

第三节 化妆品市场营销概况及趋势分析

一、化妆品市场营销趋势透析

二、迪彩创新体验模式

三、化妆品软文营销的关键点

四、社会化内容为王的借势传播时代

五、互联网营销的无微不至

六、重拾农村市场被遗忘的角落

第四节 化妆品行业的产品策略分析

一、行业领先产品策略分析

二、行业典型产品案例分析

第五节 化妆品行业的定价策略分析

一、行业领先定价策略分析

二、行业典型定价案例分析

第六节 化妆品行业的促销策略分析

一、行业促销策略概述

二、行业领先促销策略分析

三、行业典型促销案例分析

第七节 化妆品梯度营销渠道策略分析

一、梯度营销的必要性

二、渠道梯度

三、目标消费者梯度

**第九章 化妆品行业区域市场分析**

第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业市场分布情况

二、行业产值分布情况

三、行业利润分布情况

第二节 广东省化妆品行业发展现状及前景预测

一、广东省化妆品行业发展规划及配套措施

二、广东省化妆品行业在行业中的地位变化

三、广东省化妆品行业经济运行状况分析

第三节 江苏省化妆品行业发展现状及前景预测

一、江苏省化妆品行业发展规划及配套措施

二、江苏省化妆品行业在行业中的地位变化

三、江苏省化妆品行业经济运行状况分析

第四节 上海市化妆品行业发展现状及前景预测

一、上海市化妆品行业发展规划及配套措施

二、上海市化妆品行业在行业中的地位变化

三、上海市化妆品行业经济运行状况分析

第五节 安徽省化妆品行业发展现状及前景预测

一、安徽省化妆品行业发展规划及配套措施

二、安徽省化妆品行业在行业中的地位变化

三、安徽省化妆品行业经济运行状况分析

第六节 浙江省化妆品行业发展现状及前景预测

一、浙江省化妆品行业发展规划及配套措施

二、浙江省化妆品行业在行业中的地位变化

三、浙江省化妆品行业经济运行状况分析

第七节 北京市化妆品行业发展现状及前景预测

一、北京市化妆品行业发展规划及配套措施

二、北京市化妆品行业在行业中的地位变化

三、北京市化妆品行业经济运行状况分析

第八节 湖北省化妆品行业发展现状及前景预测

一、湖北省化妆品行业发展规划及配套措施

二、湖北省化妆品行业在行业中的地位变化

三、湖北省化妆品行业经济运行状况分析

**第四部分 竞争格局分析**

**第十章 2024-2029年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

二、化妆品行业集中度分析

三、化妆品行业SWOT分析

第二节 中国化妆品行业竞争格局分析

一、化妆品行业整体竞争格局

二、高档化妆品市场竞争格局

三、中档化妆品市场竞争格局

四、大众化妆品市场竞争格局

第三节 外资化妆品品牌在华格局分析

一、外资巨头竞争格局

二、抢占三线城市市场

三、大众品牌竞争力减弱

四、国际直销品牌的发展

五、部分 品牌退出中国市场

六、加码高端和细分化妆品市场

第四节 化妆品市场竞争策略分析

一、成本领先竞争手段

二、标岐立异竞争战略

三、目标集群竞争战略

**第十一章 2024-2029年化妆品行业领先企业经营形势分析**

第一节 上海百雀羚化妆品有限公司

一、企业发展概况

二、企业发展历程分析

三、企业产品结构分析

四、企业经营收入分析

第二节 珀莱雅化妆品股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业渠道分析

五、企业供应链分析

六、企业研发能力分析

第三节 伽蓝(集团)股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业新产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业经营优劣势分析

八、企业未来发展战略

第四节 上海相宜本草化妆品股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业新产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业经营优劣势分析

八、企业未来发展战略

第五节 上海上美化妆品有限公司

一、企业发展概况

二、企业研发基地分析

三、企业品牌结构分析

四、企业研发能力分析

五、企业渠道布局分析

第六节 上海家化联合股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业新产品分析

五、企业经营收入分析

六、企业偿债能力分析

七、企业经营效率分析

八、企业发展能力分析

九、企业获利能力分析

十、企业经营优劣势分析

十二、企业未来发展战略

第七节 广州卡迪莲化妆品有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业未来发展战略

第八节 广东丸美生物技术股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业经营情况分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业经营优劣势分析

第九节 广州环亚化妆品科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业经营情况分析

五、企业销售渠道与网络

第十节 韩后化妆品股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业经营情况分析

第十一节 浙江欧诗漫美容科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业新产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业经营优劣势分析

八、企业未来发展战略

第十二节 广州市巧美化妆品有限公司

一、企业发展概况

二、企业产品质量分析

三、企业生产能力分析

四、企业未来发展战略

第十三节 广东名臣有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业新产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业经营优劣势分析

八、企业未来发展战略

第十四节 索芙特股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业新产品分析

五、企业经营收入分析

六、企业偿债能力分析

七、企业经营效率分析

八、企业发展能力分析

九、企业获利能力分析

十、企业经营优劣势分析

十一、企业未来发展战略

第十五节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业新产品分析

五、企业经营收入分析

六、企业偿债能力分析

七、企业经营效率分析

八、企业发展能力分析

九、企业获利能力分析

十、企业投资收益分析

十一、企业经营优劣势分析

十二、企业未来发展战略

第十六节 广东幸美化妆品股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业主要经营指标分析

四、企业营收利润分析

五、企业资产负债分析

六、企业销售渠道与网络

第十七节 娇韵诗化妆品(上海)有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业经营情况分析

第十八节 天津郁美净集团有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业优劣势分析

六、企业未来发展战略

第十九节 佛山市安安化妆品有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业发展历程分析

四、企业生产能力分析

第二十节 北京大宝化妆品有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业新产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业经营优劣势分析

八、企业未来发展战略

第二十节 浙江芳华日化集团有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业新产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业经营优劣势分析

八、企业未来发展战略

第二十一节 霸王国际(集团)控股有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业经营情况分析

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营优劣势分析

七、企业未来发展战略

第二十三节 美即控股国际有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业经营情况分析

五、企业销售渠道与网络

六、企业经营优劣势分析

七、企业未来发展战略

第二十四节 江苏东洋之花化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业经营分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业优劣势分析

六、企业未来发展战略

第二十五节 湖南御泥坊化妆品有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业技术研发分析

四、企业销售渠道与网络

第二十六节 欧莱雅(中国)有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业新产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业经营优劣势分析

八、企业未来发展战略

第二十七节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业新产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业经营优劣势分析

八、企业未来发展战略

第二十八节 安婕妤化妆品科技股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业未来发展战略

第二十九节 资生堂丽源化妆品有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业新产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业经营优劣势分析

八、企业未来发展战略

第三十节 高丝化妆品有限公司

一、企业发展概况

二、企业品牌分析

三、企业产品结构分析

四、企业新产品分析

五、企业经营情况分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业经营优劣势分析

八、企业未来发展战略

**第五部分 发展前景展望**

**第十二章 2024-2029年化妆品行业前景及趋势预测**

第一节 2024-2029年化妆品市场发展前景

一、2024-2029年化妆品市场发展潜力分析

二、2024-2029年化妆品市场发展前景展望

三、2024-2029年化妆品细分行业发展前景

第二节 2024-2029年化妆品市场发展趋势预测

一、2024-2029年化妆品行业发展趋势

二、2024-2029年化妆品市场规模预测

三、2024-2029年化妆品行业消费趋势预测

四、2024-2029年化妆品细分市场发展趋势

五、2024-2029年化妆品行业投资规模预测

六、2024-2029年化妆品行业利润规模预测

第三节 2024-2029年中国化妆品行业供需预测

一、2024-2029年中国化妆品行业供给预测

二、2024-2029年中国化妆品行业供需平衡预测

**第十三章 2024-2029年化妆品行业投资分析**

第一节 化妆品行业投资特性分析

二、化妆品行业盈利因素分析

三、化妆品行业盈利模式分析

第二节 2024-2029年化妆品行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 化妆品行业投融资情况

第四节 2024-2029年化妆品行业投资机会

一、80后将带动行业消费增长

二、渠道下沉扩大市场容量

三、中国的高消费时代到来

四、产业升级成本将会压缩

五、网络市场加快市场开拓

第五节 2024-2029年化妆品行业投资风险及防范

一、行业政策波动风险

二、行业技术落后风险

三、行业供求变动风险

四、行业企业内部风险

五、行业宏观经济波动风险

六、行业产品结构变动风险

七、行业消费者意识转变风险

八、行业其他相关风险

第六节 中国化妆品行业投资建议

一、行业存在问题分析

二、行业投资建议

**第十四章 2024-2029年化妆品业面临的困境及对策**

第一节 2019-2023年化妆品行业面临的困境

一、行业法规存在漏洞

二、市场监管不成熟

三、科技质量低制约化妆品发展

四、资金不足限制化妆品市场发展

五、品牌意识弱，市场份额少

六、国内企业资本运作能力低，竞争力弱

第二节 化妆品企业面临的困境及对策

一、重点化妆品企业面临的困境及对策

二、中小化妆品企业发展困境及策略分析

三、国内化妆品企业的出路分析

第三节 中国化妆品行业存在的问题及对策

一、中国化妆品行业存在的问题

二、化妆品行业发展的建议对策

第四节 中国化妆品市场发展面临的挑战与对策

一、中国化妆品市场发展面临的挑战

二、中国化妆品市场发展的对策分析

**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**

第一节 化妆品企业品牌战略分析

一、化妆品品牌的重要性

二、化妆品实施品牌战略的意义

三、化妆品企业品牌的现状分析

四、我国化妆品企业的品牌战略

五、化妆品品牌战略管理的策略

第二节 中小化妆品企业发展战略

第二节 中小化妆品企业发展战略

第三节 化妆品行业产品策略分析

一、品牌定位策略分析

二、产品组合策略分析

三、产品差异化策略分析

四、新产品开发策略分析

五、产品生命周期运用策略分析

第四节 化妆品行业定价策略分析

一、结合产品品牌及产品定位的价格定价

二、结合产品组合及产品功效的价格定价

三、结合竞争对手的价格定价

第五节 化妆品行业促销策略分析

一、行业促销策略概述

二、广告促销策略

三、活动促销策略

第六节 化妆品行业包装策略分析

一、化妆品的心理价位

二、消费者的购买行为方式

三、化妆品包装策略

第七节 化妆品行业投资战略研究

一、2024-2029年化妆品行业投资战略

二、2024-2029年细分行业投资战略

**第十六章 研究结论及发展建议**

第一节 化妆品行业研究结论及建议

第二节 化妆品子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和化妆品行业发展建议

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

**图表目录**

图表：化妆品产业链

图表：原料厂商环节企业区域分布情况

图表：原料厂商环节不同规模企业分布情况

图表：分销商环节企业分布情况

图表：全球10大化妆品原料厂商分布

图表：2019-2023年我国化妆品包装市场规模

图表：2019-2023年我国化妆品企业零售收入

图表：2019-2023年全国化妆品零售增速走势图

图表：2019-2023年我国化妆品网络零售总额

图表：中国GDP季度增长趋势图

图表：2019-2023年我国GDP示意图

图表：2019-2023年我国三次产业增加值占比

图表：2019-2023年年末人口数及其构成

图表：2019-2023年城镇新增就业人数

图表：2019-2023年我国全员劳动生产率

图表：2019-2023年每月居民消费价格涨跌幅示意图

图表：2019-2023年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2019-2023年我国每月新建商品住宅价格变化示意图

图表：2019-2023年全国一半公共预算收入示意图

图表：2019-2023年年末国家外汇储备

图表：2019-2023年我国粮食产量示意图

图表：2019-2023年我国全部工业增加值及其增长速度

图表：2019-2023年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2019-2023年我国建筑业增加值及其增长率

图表：2019-2023年我国全社会固定资产投资示意图

图表：2019-2023年我国固定资产投资及其占比

图表：2019-2023年分行业固定资产投资(不含农户)及其增长速度

图表：2019-2023年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2019-2023年房地产开发和销售主要指标及其增长速度

图表：2019-2023年社会消费品零售总额示意图

图表：2019-2023年我国货物进出口总额示意图

图表：2019-2023年货物进出口总额及其增长速度

图表：2019-2023年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2019-2023年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2019-2023年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2019-2023年外商直接投资(不含银行、证券、保险)及其增长速度

图表：2019-2023年对外直接投资额(不含银行、证券、保险)及其增长速度

图表：2019-2023年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2019-2023年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2019-2023年快递业务量及其增长速度

图表：2019-2023年年末固定互联网宽带接入用户和移动宽带用户数

图表：2019-2023年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2019-2023年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2019-2023年全国居民人均消费支出及其构成

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

图表：2019-2023年研究与实验发展经费支出及其增长速度

图表：2019-2023年专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：2019-2023年卫生技术人员数量示意图

图表：2019-2023年万元国内生产总值耗能率

图表：2019-2023年清洁能源消费量占比

图表：不同性别居民的化妆品购买占比情况

图表：不同年龄居民的化妆品购买占比情况

图表：不同学历居民的化妆品购买占比情况

图表：不同收入居民的化妆品购买占比情况

图表：不同电视媒介接触频率居民化妆品消费占比

图表：不同广播媒介接触频率居民化妆品消费占比

图表：不同报纸媒介接触频率居民化妆品消费占比

图表：不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费占比

图表：不同网络媒介接触频率居民化妆品消费占比

图表：我国城市居民接触各类化妆品广告排名

图表：2019-2023年全球化妆品市场规模

图表：2019-2023年全球化妆品市场销售额

图表：2019-2023年全球化妆品市场占比

图表：2019-2023年全球化妆品市场区域分布

图表：美国化妆品各类销售渠道占比

图表：2019-2023年美国化妆品市场规模

图表：2019-2023年俄罗斯化妆品市场销售规模

图表：2019-2023年意大利化妆品市场销售规模

图表：2019-2023年日本化妆品市场销售规模

图表：2019-2023年日本男士化妆品市场规模

图表：2019-2023年韩国化妆品市场规模

图表：东南亚美容品和个人护理品市场占有率

图表：2019-2023年我国化妆品行业市场销售规模

图表：2019-2023年化妆品市场增长

图表：2019-2023年我国化妆品人均消费

图表：2019-2023年中国化妆品网购交易额

图表：2019-2023年我国化妆品企业零售收入

图表：2019-2023年我国限额以上化妆品企业零售总额

图表：2019-2023年我国规模以上化妆品企业销售规模

图表：2019-2023年我国化妆品行业企业数量

图表：中国化妆品行业区域市场供给分布分析

图表：2019-2023年我国化妆品行业产销率

图表：2019-2023年化妆品品牌发源地分布

图表：2019-2023年我国化妆品行业利润率

图表：2019-2023年我国化妆品运营能力

图表：2019-2023年我国化妆品行业偿债能力

图表：2019-2023年我国化妆品行业发展能力

图表：2019-2023年中国美容化妆品及护肤品出口量统计表

图表：2019-2023年我国化妆品出口结构

图表：2019-2023年中国美容化妆品及护肤品进口量统计表

图表：2019-2023年中国进口化妆品结构比例分析

图表：2019-2023年大众品牌检索量占比分析

图表：2019-2023年高端化妆品牌检索量占比情况

图表：2019-2023年我国化妆品品类关注度度对比

图表：2019-2023年我国彩妆关注度前十

图表：2019-2023年我国头发护理类化妆品搜索占比

图表：2019-2023年我国香水类化妆品搜索指数占比

图表：2019-2023年我国男士化妆品搜索指数增速

图表：2019-2023年我国男士化妆品品牌关注度

图表：2019-2023年我国男士洁面单品口碑关注度

图表：2019-2023年我国男士化妆品具体品牌口碑关注度前十

图表：2019-2023年我国化妆品性别属性占比

图表：2019-2023年我国化妆品年龄属性占比

图表：2019-2023年我国化妆品区域使用占比

图表：2019-2023年双11天猫化妆品销售市场份额对比

图表：2019-2023年我国洗发水行业市场规模

图表：2019-2023年我国护发产品行业市场规模

图表：2019-2023年我国洗发水行业市场规模

图表：2019-2023年我国洗面奶行业市场规模

图表：2019-2023年我国美白产品市场规模

图表：2019-2023年我国祛斑药妆产品市场规模

图表：2019-2023年我国洗发水行业市场规模

图表：2019-2023年我国洗发水行业市场规模

图表：2019-2023年我国洗发水行业市场规模

图表：女士香水品牌排名

图表：2019-2023年我国香水细分对比

图表：我国香水品牌市场格局

图表：我国线上彩妆市场份额对比

图表：2019-2023年我国洗发水行业市场规模

图表：不同收入水平消费者高端化妆品购买意愿

图表：不同收入水平消费者高端化妆品购买意愿

图表：2019-2023年我国洗发水行业市场规模

图表：2019-2023年我国洗发水行业市场规模

图表：我国农村和城市60岁以上老龄人口数预测

图表：2019-2023年全球药妆市场规模

图表：2019-2023年我国洗发水行业市场规模

图表：2019-2023年热门行业品牌网络广告预告费用排行

图表：2019-2023年热门行业品牌网络广告投放媒体类别排行

图表：2019-2023年化妆品护肤品品牌网络广告预告费用排行

图表：2019-2023年化妆品护肤品品牌网络广告投放媒体类别排行

图表：2019-2023年化妆品护肤品品牌网络广告预估费用排行

图表：2019-2023年化妆品护肤品品牌网络广告投放媒体类别排行

图表：2019-2023年广东省化妆品行业企业数量

图表：化妆品进口环节消费税税目税率表

图表：上海百雀羚日用化学有限公司发展历程

图表：珀莱雅化妆品股份有限公司产品结构分析

图表：上海相宜本草化妆品股份有限公司产品结构

图表：2019-2023年上海相宜本草化妆品股份有限公司营业收入规模

图表：上海相宜本草化妆品股份有限公司销售渠道

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司经营收入

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司偿债能力

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司运营能力

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司发展能力

图表：2019-2023年上海家化联合股份有限公司获利能力

图表：丸美公司经营情况分析

图表：韩后股份产品结构图

图表：2019-2023年索芙特股份有限公司经营收入

图表：2019-2023年索芙特股份有限公司偿债能力

图表：2019-2023年索芙特股份有限公司运营能力

图表：2019-2023年索芙特股份有限公司发展能力

图表：2019-2023年索芙特股份有限公司获利能力

图表：2019-2023年幸美股份主要经营指标分析

图表：2019-2023年幸美股份营收利润表分析

图表：2019-2023年幸美股份资产负债表分析

图表：娇韵诗品牌构成

图表：娇韵诗公司产品营收结构以及全球渠道分析

图表：2019-2023年霸王国际主要经济指标

图表：2019-2023年霸王国际利润表

图表：2019-2023年霸王国际资产负债表

图表：2019-2023年霸王国际现金流量表

图表：欧莱雅2019-2023年经营情况

图表：安婕妤公司产品结构图

图表：2024-2029年我国化妆品市场规模预测

图表：2024-2029年我国化妆品行业支出规模预测

图表：2024-2029年我国化妆品行业利润总额规模预测

图表：2024-2029年我国化妆品行业产值规模预测

图表：2024-2029年中国化妆品行业供需平衡预测

图表：2019-2023年化妆品行业投融资

图表：2019-2023中国化妆品品牌50强

**把握投资 决策经营！**
**咨询订购 请拨打 400-886-7071 邮件 kf@51baogao.cn**
本文地址：https://www.51baogao.cn/rihua/2009huazhuangpin.shtml

[在线订购>>](https://www.51baogao.cn/rihua/2009huazhuangpin.shtml)