

2023-2029年中国化妆品行业研究与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2023-2029年中国化妆品行业研究与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/202308/31-554358.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

近两年全球经济有所回暖，带动化妆品消费反弹。2017年全球市场规模达到4649.42亿美元，同比增速达到5.3%。同一时期，中国化妆品市场增速始终高于世界平均水平，2017年化妆品市场规模达到3616亿元，同比增速达到9.6%。

2017年我国化妆品零售总额达到2,514亿元，同比+13.14%。2018年1-6月，我国限额以上化妆品零售额为1,276亿元，同比+14.2%，增速在15个商品品类中位居第一。

当前，中国市场上拥有美容化妆品生产厂家4000多家，主要分布在香港、广东、上海、江苏、北京、山东等地区，其中广东地区占有超过50%的生产厂家，遥遥领先于其他地区。

中国的美容化妆品产业基本上可以划分为三大块，一是以基础洗涤类产品（如香皂、洗衣粉等）为主的产品结构，二是个人护理型产品（如洗面奶、膏霜等）为主的产品结构，三是以化妆类产品（如口红、香水等）为主的产品结构。

目前外资品牌已占中国化妆品总销量的近60%，而销售额却占到近90%。具体而言，高端个人护理型产品在目前的中国市场主要由外资品牌把握，并在消费市场上拥有了一定的知名度和市场占有率。其代表品牌如：欧莱雅、旁氏、欧柏莱、欧莱雅、倩碧、雅芳、兰寇、SK-2、资生堂、CD，其产品的一般零售价较高，属于中国市场高档的化妆品系列。而化妆类产品则形成外资和中国品牌平分秋色的局面，基础洗涤类产品则由中国品牌掌控。值得注意的是，宝洁、欧莱雅国际化妆品巨头已经开始发力中国的二三线城市，大举逼近中低端市场。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国化妆品行业研究与发展趋势研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

第一章 全球化中的中国化妆品市场

第一节 全球化中的中国化妆品市场分析

一、中国化妆品市场在全球市场地位

二、全球化对中国化妆品行业影响

三、全球化对中国化妆品市场影响

第二节 中国化妆品企业参与全球化竞争分析

第三节 外资化妆品参与中国市场竞争分析

第四节 中国化妆品行业应对全球化发展策略

第二章 2022-2023年全球化妆品国际市场分析

第一节 国际化妆品市场发展分析

一、拉美化妆品市场

二、欧洲化妆品市场

三、亚太地区化妆品市场

第二节 国际热门化妆品细分市场分析

一、香薰产品市场

二、天然婴儿护理品

三、全球化妆笔市场

第三节 主要国家化妆品市场分析

一、日本化妆品市场

二、法国化妆品市场

三、韩国化妆品市场

第四节 全球名牌化妆品分析

一、全球主要化妆品品牌

二、全球名牌化妆品特点

三、名牌化妆品销售策略

第三章 2022-2023年中国化妆品市场分析及预测

第一节 中国化妆品业的OEM状况分析

一、化妆品业OEM现状

二、OEM加工存在的问题

三、OEM在国外状况分析

四、化妆品行业发展趋势

第二节 我国化妆品行业发展及预测

一、我国化妆品行业发展分析

二、我国化妆品消费特点

三、近年我国化妆品销售增长情况

四、2022-2023年化妆品行业广告投放

第三节 2022-2023年中国化妆品行业品牌集中度分析

一、高端、中高端品牌占比

二、行业集中度分析

第四章 2018-2022年中国化妆品产业规模效应分析

第一节 2018-2022年我国规模以上化妆品制造企业数量

第二节 2018-2022年我国规模以上化妆品制造资产合计

第三节 2018-2022年我国规模以上化妆品制造销售收入

第四节 2018-2022年我国规模以上化妆品制造利润总额

第五章 2018-2022年中国化妆品制造财务指标

第一节 2018-2022年我国规模以上化妆品制造偿债能力

第二节 2018-2022年我国规模以上化妆品制经营能力

第三节 2018-2022年我国规模以上化妆品制盈利能力

第六章 2017-2022年中国化妆品对外贸易分析

第一节 2017-2022年中国化妆品进口总体情况

第二节 2017-2022年中国化妆品出口总体情况

第七章 中国化妆品区域市场

第一节 北京化妆品市场

第二节 上海化妆品市场

第三节 广东化妆品市场

第八章 护肤品市场

第一节 中国护肤品行业

一、护肤品行业发展历程

二、护肤品行业发展现状

第二节 中国护肤品市场分析

一、男性护肤品市场

二、功能性护肤品市场

三、奢华保养护肤品市场

第三节 护肤品品牌竞争格局

一、整体竞争格局

二、国内外品牌竞争格局

三、市场竞争深度分析

第四节 护肤品市场发展趋势

第九章 防晒用品市场

第一节 防晒用品市场

一、防晒用品市场特点

二、防晒用品市场前景

第二节 竞争状况

一、竞争焦点

二、市场渗透率

第三节 中国防晒化妆品市场发展趋势分析

第十章 祛斑与祛痘产品市场

第一节 祛斑产品市场

一、产品特点

二、市场前景

三、消费者分析

四、竞争分析

第二节 祛痘产品市场

一、祛痘产品市场现状

二、祛痘产品市场竞争

第十一章 彩妆市场

第一节 全球彩妆市场分析

一、全球彩妆市场

二、全球彩妆细分市场

三、全球彩妆市场预测

第二节 中国彩妆市场分析

一、中国彩妆市场分析

二、中国彩妆市场需求

三、中国彩妆市场竞争

四、彩妆市场预测

第十二章 发用品市场

第一节 发用品市场分析

一、洗护发产品市场规模

二、洗护发产品品牌集中度

三、洗护发产品市场需求

四、洗护发产品价格分析

五、我国洗发水企业操作的误区

第二节 中国洗发水品牌的格局与发展

一、品牌现状与格局

二、品牌竞争特征

三、洗发水市场发展趋势

第十三章 化妆品消费者分析

第一节 化妆品消费市场调查分析

第二节 化妆品消费者分析

一、女性化妆品消费者调查

二、儿童化妆品消费者调查

三、上海化妆品消费者调查

第三节 护肤品消费者分析

第四节 防晒化妆品消费者分析

第五节 洗发水和染发类产品消费者分析

第十四章 中国化妆品市场竞争

第一节 中国化妆品市场竞争现状

第二节 中国化妆品市场竞争格局

第三节 中国化妆品市场竞争趋势

第四节 化妆品巨头中国市场竞争

第十五章 主要外资化妆品公司分析

第一节 法国欧莱雅集团 (LOREAL)

一、主要产品

二、行业地位

三、竞争实力

四、经营状况

第二节 美国宝洁公司 (PROCTER & GAMBLE)

一、主要产品

二、行业地位

三、竞争实力

四、经营状况

第三节 美国安利公司 (AMWAY)

一、主要产品

二、行业地位

三、竞争实力

四、经营状况

第四节 美国雅芳 (AVON)

一、主要产品

二、行业地位

三、竞争实力

四、经营状况

第十六章 中国主要化妆品企业分析

第一节 上海家化联合股份有限公司

一、主要产品

二、行业地位

三、竞争实力

四、经营状况

第二节 索芙特股份有限公司

一、主要产品

二、行业地位

三、竞争实力

四、经营状况

第三节 福建泉州恒泉化妆品有限公司

一、主要产品

二、行业地位

三、竞争实力

第四节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、主要产品

二、行业地位

三、竞争实力

四、经营状况

第十七章 中国化妆品市场营销

第一节 化妆品行业营销模式分析

一、目标营销

二、专柜营销

三、药店营销

四、服务营销

五、直销经营

第二节 化妆品行业营销策略分析

一、中国化妆品品牌营销策略

二、国外化妆品渠道营销策略

第三节 化妆品行销售渠道分析

第十八章 中国化妆品行业投资分析

第一节 中国化妆品行业投资机会分析

第二节 中国化妆品行业投资环境分析

第三节 中国化妆品行业投资前景分析

第十九章 2023-2029年化妆品市场发展趋势及预测

第一节 2023-2029年国际化妆品市场发展趋势

一、全球化妆品市场发展趋势及预测

二、2023-2029年全球美容化妆品市场预测

第二节 2023-2029年中国化妆品市场发展趋势

一、中国化妆品行业发展趋势

二、中国化妆品市场发展趋势

第三节 2023-2029年中国化妆品市场发展预测

- 一、2023-2029年中国化妆品市场消费格局
- 二、2023-2029年中国化妆品市场销售预测
- 三、2023-2029年中国护肤品市场规模预测
- 四、2023-2029年中国彩妆市场容量预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/202308/31-554358.html>