

# 2023-2029年中国化妆品市 场前景研究与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国化妆品市场前景研究与市场供需预测报告》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/R1201/202309/05-556385.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](mailto: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来家，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年中国化妆品市场前景研究与市场供需预测报告》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/R1201/202309/05-556385.html>