

2024-2030年中国化妆品行业深度研究与行业发展趋势报告

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

《2024-2030年中国化妆品行业深度研究与行业发展趋势报告》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/R1201/202310/13-570644.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

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国化妆品行业深度研究与行业发展趋势报告》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。

报告目录：

第1章：化妆品行业综述及核心数据来源说明

1.1 化妆品行业的界定

1.1.1 化妆品的界定

1.1.2 化妆品相关概念辨析

1.1.3 化妆品行业归属国民经济行业分类

1.2 化妆品行业分类

1.3 化妆品专业术语说明

1.4 本报告研究范围界定说明

1.5 本报告核心数据来源及统计标准说明

第2章：中国化妆品行业宏观环境分析（PEST）

2.1 中国化妆品行业政策（Policy）环境分析

2.1.1 中国化妆品行业监管体系及机构介绍

（1）中国化妆品行业主管部门

（2）中国化妆品行业自律组织

2.1.2 中国化妆品行业标准体系建设现状

（1）中国化妆品标准体系建设

（2）中国化妆品现行标准汇总

（3）中国化妆品即将实施标准

2.1.3 中国化妆品行业发展相关政策规划汇总及解读

（1）中国化妆品行业发展相关政策汇总

（2）中国化妆品行业发展相关规划汇总

（3）行业重点政策规划解读

2.1.4 政策环境对化妆品行业发展的影响总结

2.2 中国化妆品行业经济（Economy）环境分析

2.2.1 中国宏观经济发展现状

- (1) 中国GDP及增长情况
- (2) 社会消费品零售总额分析
- (3) 中国工业经济增长情况
- (4) 中国固定资产投资情况

2.2.2 中国宏观经济发展展望

- (1) 国际机构对中国GDP增速预测
- (2) 国内机构对中国宏观经济指标增速预测

2.2.3 中国化妆品行业发展与宏观经济相关性分析

2.3 中国化妆品行业社会（Society）环境分析

2.3.1 中国化妆品行业社会环境分析

- (1) 中国人口规模及增速
- (2) 中国城镇化水平变化
- (3) 中国居民人均可支配收入
- (4) 中国居民人均消费支出及结构
- (5) 中国居民消费习惯变化

2.3.2 社会环境对化妆品行业的影响总结

2.4 中国化妆品行业技术（Technology）环境分析

2.4.1 化妆品行业技术工艺流程

2.4.2 化妆品行业关键技术分析

2.4.3 化妆品行业研发投入与创新现状

- (1) 中国化妆品行业研发投入
- (2) 中国化妆品行业创新现状

2.4.4 化妆品行业专利申请及公开情况

- (1) 化妆品专利申请
- (2) 化妆品专利公开
- (3) 化妆品热门申请人

2.4.5 技术环境对行业发展的影响分析

第3章：全球化妆品行业发展状况及趋势前景预判

3.1 全球化妆品行业发展历程介绍

3.2 全球化妆品行业宏观环境背景

3.2.1 全球化妆品行业经济环境概况

(1) 全球经济发展状况

(2) 美国宏观经济分析

(3) 日本宏观经济分析

(4) 欧元区宏观经济分析

(5) 国际宏观经济形势展望

3.2.2 全球化妆品行业政法环境概况

3.2.3 全球化妆品行业技术环境概况

(1) 化妆品行业专利申请及公开情况

(2) 化妆品热门申请人

(3) 化妆品热门技术

3.2.4 新冠疫情对全球化妆品行业的影响分析

3.3 全球化妆品行业发展现状及市场规模体量分析

3.3.1 全球化妆品行业发展现状概述

3.3.2 全球化妆品行业市场规模体量

3.3.3 全球化妆品行业细分市场分析

3.4 全球化妆品行业区域发展格局及重点区域市场研究

3.4.1 全球化妆品行业区域发展格局

(1) 全球化妆品产业资源区域分布

(2) 全球范围内化妆品行业贸易状况

(3) 全球化妆品行业区域发展格局

3.4.2 全球化妆品行业重点区域市场分析

(1) 美国化妆品市场发展分析

(2) 日本化妆品市场发展分析

(3) 欧洲化妆品市场发展分析

3.5 全球化妆品行业市场竞争格局及重点企业案例研究

3.5.1 全球化妆品行业市场竞争格局

(1) 全球化妆品企业竞争层次分析

(2) 全球化妆品企业竞争格局分析

(3) 全球化妆品行业集中度分析

3.5.2 全球化妆品企业兼并重组状况

(1) 全球化妆品行业兼并重组重点事件汇总

(2) 全球化妆品行业兼并重组原因分析

3.5.3 全球化妆品行业重点企业案例

(1) 欧莱雅集团

(2) 雅诗兰黛集团

(3) 宝洁公司

(4) 联合利华

(5) 资生堂集团

3.6 全球化妆品行业发展趋势预判及市场前景预测

3.6.1 全球化妆品行业发展趋势预判

3.6.2 全球化妆品行业前景预测

第4章：中国化妆品行业发展状况及市场痛点分析

4.1 中国化妆品行业发展历程分析

4.2 中国化妆品行业进出口贸易状况分析

4.2.1 中国化妆品行业进出口贸易概况

4.2.2 中国化妆品行业进口贸易状况

(1) 化妆品行业进口规模

(2) 化妆品行业进口价格水平

(3) 化妆品行业进口产品结构

(4) 化妆品行业主要进口来源地

4.2.3 中国化妆品行业出口贸易状况

(1) 化妆品行业出口规模

(2) 化妆品行业出口价格水平

(3) 化妆品行业出口产品结构

(4) 化妆品行业主要出口目的地

(5) 中国化妆品行业进出口贸易影响因素及发展趋势分析

4.3 中国化妆品行业市场主体类型及规模分析

4.3.1 中国化妆品行业市场主体类型及入场方式

- 4.3.2 中国化妆品行业市场主体数量规模
- 4.4 中国化妆品行业市场供给状况
 - 4.4.1 中国化妆品行业市场供给能力分析
 - 4.4.2 中国化妆品行业市场供给水平分析
- 4.5 中国化妆品行业市场需求状况
 - 4.5.1 限额以上化妆品企业零售总额
 - 4.5.2 中国化妆品行业主要企业销量汇总
- 4.6 中国化妆品行业市场规规模体量分析
- 4.7 中国化妆品行业市场行情走势分析
- 4.8 中国化妆品行业市场痛点分析

第5章：中国化妆品行业竞争状况及市场格局解读

- 5.1 中国化妆品行业波特五力模型分析
 - 5.1.1 化妆品行业现有竞争者之间的竞争分析
 - 5.1.2 化妆品行业关键要素供应商议价能力分析
 - 5.1.3 化妆品行业消费者议价能力分析
 - 5.1.4 化妆品行业潜在进入者分析
 - 5.1.5 化妆品行业替代品风险分析
 - 5.1.6 化妆品行业竞争情况总结
- 5.2 中国化妆品行业投融资、兼并与重组状况
 - 5.2.1 中国化妆品行业投融资发展状况
 - 5.2.2 中国化妆品行业兼并与重组状况
- 5.3 中国化妆品市场竞争格局分析
 - 5.3.1 中国化妆品行业竞争层次
 - 5.3.2 中国化妆品企业市场格局
- 5.4 中国化妆品行业市场集中度分析
- 5.5 中国化妆品企业国际市场竞争参与状况

第6章：中国化妆品产业链全景梳理及布局状况分析

- 6.1 中国化妆品产业链分析

- 6.1.1 化妆品产业链结构梳理
- 6.1.2 化妆品产业链生态图谱
- 6.2 中国化妆品产业价值链分析
 - 6.2.1 化妆品行业成本结构分析
 - 6.2.2 化妆品行业价值链分析
- 6.3 中国化妆品行业上游供应状况分析
 - 6.3.1 中国化妆品行业上游市场概述
 - (1) 化妆品原材料行业
 - (2) 化妆品包装行业
 - 6.3.2 中国化妆品行业上游价格传导机制分析
 - 6.3.3 中国化妆品行业上游关键原料供应市场分析
 - (1) 甘油
 - (2) 乳化剂
 - (3) 植物提取物
 - (4) 透明质酸
 - 6.3.4 中国化妆品行业上游供应市场影响总结
- 6.4 中国化妆品行业中游细分市场分析
 - 6.4.1 中国化妆品行业中游细分市场格局
 - 6.4.2 中国化妆品行业中游细分市场分析
 - (1) 护肤品
 - (2) 彩妆
 - (3) 护发美发市场
 - (4) 清洁类产品市场
 - (5) 香氛市场
 - 6.4.3 中国大众化妆品与高端化妆品市场分析
 - (1) 大众化妆品
 - (2) 高端化妆品
- 6.5 中国化妆品行业消费行为特征分析
 - 6.5.1 女性消费者行为研究
 - 6.5.2 男性消费者行为研究
- 6.6 中国化妆品行业销售渠道发展分析
 - 6.6.1 中国化妆品行业线下销售渠道发展分析

(1) 线下渠道

(2) 新兴线下渠道——美妆集合店

6.6.2 中国化妆品行业线上销售渠道发展分析

(1) 市场规模

(2) 线上渠道结构

6.6.3 中国化妆品行业销售渠道发展趋势及前景

第7章：中国化妆品行业重点企业布局案例研究

7.1 中国化妆品行业重点企业布局状况梳理

7.2 中国化妆品行业代表性企业发展布局案例

7.2.1 上海家化联合股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业化妆品产品

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

7.2.2 珀莱雅化妆品股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业化妆品产品布局

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

7.2.3 广东丸美生物技术股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业化妆品产品布局

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

7.2.4 拉芳家化股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

7.2.5 上海相宜本草化妆品股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业化妆品产品布局
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

7.2.6 华熙生物科技股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业化妆品产品布局
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

7.2.7 上海上美化妆品股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业化妆品产品布局
- (4) 企业产品技术水平分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

7.2.8 漳州片仔癀药业股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业化妆品产品布局

- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

7.2.9 伽蓝（集团）股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业化妆品产品布局
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

7.2.10 云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业化妆品产品布局
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

第8章：中国化妆品行业市场及战略布局策略建议

8.1 中国化妆品行业SWOT分析

8.2 中国化妆品行业发展潜力评估

8.3 中国化妆品行业发展前景预测

8.4 中国化妆品行业发展趋势预判

8.5 中国化妆品行业进入与退出壁垒

8.6 中国化妆品行业投资风险预警

8.7 中国化妆品行业投资价值评估

8.8 中国化妆品行业投资机会分析

8.8.1 中国化妆品行业产业链薄弱环节投资机会

8.8.2 中国化妆品行业优势细分领域投资机会

8.8.3 中国化妆品行业重点区域市场投资机会

8.8.4 中国化妆品行业产业空白点投资机会

8.9 中国化妆品行业投资策略与建议

8.10 中国化妆品行业可持续发展建议

图表目录

图表1：化妆品相关概念辨析

图表2：《国民经济行业分类（GB/T 4754-2021年）》中化妆品行业所归属类别

图表3：化妆品行业产品分类表

图表4：化妆品行业专业术语说明

图表5：本报告化妆品行业研究范围界定

图表6：本报告权威数据资料来源汇总

图表7：中国化妆品行业监管体系

图表8：中国化妆品行业主管部门

图表9：中国化妆品行业自律组织

图表10：中国化妆品标准体系建设

图表11：截至2022年中国化妆品行业部分现行国家标准

图表12：截至2022年中国化妆品行业部分现行行业标准

图表13：截至2022年中国化妆品行业现行地方标准

图表14：截至2022年中国化妆品行业部分现行企业标准

图表15：截至2022年中国化妆品行业部分现行团体标准

图表16：截至2022年中国化妆品行业现行标准属性分布（单位：项，%）

图表17：截至2022年中国化妆品行业即将实施标准

图表18：截至2022年中国化妆品行业正在制定标准汇总

图表19：中国化妆品行业重点标准解读

图表20：截至2022年中国化妆品行业主要政策汇总及解读

图表21：截至2022年中国化妆品行业发展规划汇总

图表22：《化妆品监督管理条例》政策解读

图表23：《化妆品功效宣称评价规范》政策解读

图表24：《化妆品注册备案管理办法》政策解读

图表25：《化妆品行业“十四五”发展规划》政策解读

图表26：政策环境对中国化妆品行业发展的影响总结

图表27：2010-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表28：2010-2022年中国社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）

图表29：2010-2022年中国全部工业增加值及增速（单位：万亿元，%）

图表30：2010-2022年中国固定资产投资额（不含农户）及增速（单位：万亿元，%）

图表31：部分国际机构对2022年中国GDP增速的预测（单位：%）

图表32：2022年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）

图表33：2017-2021年中国GDP与化妆品行业营收规模相关性

图表34：2017-2021年中国固定资产投资额与化妆品行业营收规模相关性

图表35：2010-2021年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）

图表36：2010-2021年中国城镇人口规模及城镇化率（单位：万人，%）

图表37：中国城市化进程发展阶段

图表38：2010-2022年中国居民人均可支配收入（单位：元）

图表39：2010-2022年中国居民人均消费支出（单位：元）

图表40：2013-2022年中国居民人均消费支出结构（单位：%）

图表41：2021年中国消费者通过不同方式购物频率情况（单位：%）

图表42：2021年中国消费者不同品类商品购物方式选择（单位：%）

图表43：2021年中国消费者品牌忠诚度影响因素调查（单位：%）

图表44：2021年中国消费者国内外品牌偏好调研（单位：%）

图表45：社会环境对化妆品行业发展的影响分析

图表46：乳剂类化妆品行业技术工艺流程

图表47：中国化妆品行业关键技术分析

图表48：2020-2021年中国化妆品行业代表性上市公司研发投入水平（单位：亿元，%）

图表49：中国化妆品行业创新成果

图表50：2010-2021年中国化妆品行业专利申请数量（单位：项）

图表51：2010-2021年中国化妆品行业专利公开数量（单位：项）

图表52：截至2021年中国化妆品行业专利申请人Top10（单位：项）

图表53：截止到2021年中国化妆品行业相关专利分布领域TOP10（单位：项，%）

图表54：技术环境对中国低压电器行业发展的影响总结

图表55：全球化妆品行业发展历程

图表56：2016-2021年世界及主要经济体GDP同比增长率（单位：%）

图表57：2018-2021年美国GDP环比变化（单位：%）

图表58：2009-2021年日本GDP变化情况（单位：%）

图表59：2018-2021年欧元区GDP季度同比变化（单位：%）

图表60：2022-2027年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表61：全球化妆品行业政法环境概况

图表62：2010-2021年全球化妆品行业专利申请数量（单位：项）

图表63：2010-2021全球化妆品行业专利公开数量（单位：项）

图表64：截至2021年全球化妆品行业专利申请人Top10（单位：项）

图表65：截止到2021年全球化妆品行业相关专利分布领域TOP10（单位：项，%）

图表66：新冠疫情对全球化妆品行业的影响分析

图表67：2010-2021年全球化妆品市场规模及增长（单位：亿美元，%）

图表68：2010-2021年全球化妆品产品结构（单位：%）

图表69：全球化妆品龙头原材料供应商分布

图表70：2021年全球化妆品消费国市场份额（单位：%）

图表71：美国化妆品行业发展历程

图表72：2010-2021年美国化妆品市场规模及增长情况（单位：亿美元，%）

图表73：2021年美国前十大化妆品企业市场份额（单位：%）

图表74：日本化妆品行业发展历程

图表75：2010-2021年日本化妆品市场规模（单位：亿美元）

图表76：2021年日本前十大化妆品企业市场份额（单位：%）

图表77：欧洲化妆品发展历程

图表78：2010-2021年欧洲化妆品市场规模情况（单位：亿美元）

图表79：2021年东欧前十大化妆品企业市场份额（单位：%）

图表80：2021年西欧前十大化妆品企业市场份额（单位：%）

图表81：全球化妆品企业竞争层次分析

图表82：2016-2021年全球化妆品行业竞争格局情况（单位：%）

图表83：2011-2021年CR3/5/10化妆品企业销售额占全球化妆品市场份额（单位：%）

图表84：2020-2021年全球化妆品行业重点并购事件汇总

图表85：中国化妆品行业兼并与重组动因及案例分析

图表86：化妆品巨头通过收购方式进行扩张的重要里程碑情况分析

图表87：欧莱雅集团发展历程

图表88：2011-2021年欧莱雅集团营业收入变动情况（单位：亿欧元，%）

图表89：2011-2021年欧莱雅集团营业利润变动情况（单位：亿欧元，%）

图表90：2021年欧莱雅集团营业收入产品结构（单位：亿欧元，%）

图表91：欧莱雅集团旗下品牌

图表92：2021年欧莱雅集团营业收入区域构成（单位：亿欧元，%）

图表93：欧莱雅集团旗下品牌在中国主要社交媒体粉丝量

图表94：2016-2021年欧莱雅在中国的市占率（单位：%）

图表95：雅诗兰黛集团发展历程

图表96：2016-2021财年雅诗兰黛集团营业收入情况（单位：亿美元，%）

图表97：2016-2021财年雅诗兰黛集团净利润变动情况（单位：亿美元，%）

图表98：2021年财年雅诗兰黛集团产品构成情况（单位：%）

图表99：雅诗兰黛集团旗下品牌情况

图表100：2021年财年雅诗兰黛集团销售收入区域收入及构成情况（单位：%）

图表101：2016-2021年雅诗兰黛在中国的市占率（单位：%）

图表102：宝洁集团发展历程

图表103：2016-2021年财年宝洁集团营业收入变化情况（单位：亿美元，%）

图表104：2016-2021年财年宝洁集团净利润变化情况（单位：亿美元，%）

图表105：2021年财年宝洁集团销售收入部门构成情况（单位：%）

图表106：宝洁集团旗下品牌情况

图表107：2016-2021年潘婷、海飞丝在全球护发市场占有率情况（单位：%）

图表108：2016-2021年OLAY和SK-II在全球护肤品市场占有率情况（单位：%）

图表109：2021财年宝洁集团销售收入区域构成情况（单位：%）

图表110：截至2021年美国宝洁公司在华投资布局汇总

图表111：2016-2021年宝洁在中国的市占率（单位：%）

图表112：联合利华发展概况

图表113：2016-2021年联合利华营业收入情况（单位：亿美元，%）

图表114：2016-2021年联合利华净利润变动情况（单位：亿美元，%）

图表115：2011-2021年联合利华业务结构占比变化（按收入）（单位：%）

图表116：联合利华旗下品牌情况

图表117：2017-2021年联合利华收购情况

图表118：2011-2021年英国联合利华市场分布占比和变化情况（按收入）（单位：%）

图表119：2016-2021年联合利华在中国的市占率（单位：%）

图表120：资生堂集团发展历程

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/202310/13-570644.html>