

2021-2027年中国美妆产业 发展现状与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国美妆产业发展现状与市场全景评估报告》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.cction.com/report/202011/191886.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中国化妆品行业的发展有着漫长的历史。大致分为四个阶段：早期阶段、缓慢发展阶段、快速发展阶段及规范发展阶段。目前我国化妆品市场呈现了百花齐放的局面，为了更好的满足消费者的需求，国家制定了相关法律法规，使化妆品行业走上了规范化发展之路。随着我国国民收入倍增计划、城镇化战略实施的深入，我国城镇居民总量进一步扩大，人均可支配收入进一步提高，带动了化妆品领域市场规模的持续增加。我国化妆品市场销售规模从2012年的2,526.47亿元增长到2016年的3,360.61亿元，复合增长率为7.39%，成为仅次于美国的全球第二大化妆品消费国。

从竞争格局来看，海外品牌主导中高端市场、国产品牌主导大众市场的格局基本稳定。近年来格局有所变化的是，经典海外品牌虽具有先发优势，但国产品牌凭借高性价比和新营销模式快速成长，同时一些定位细分化的新兴日韩品牌抢滩中国市场，抢夺份额。全球来看，亚太仍然是全球化妆品最大的消费地区，市场销售额占比大约为36.9%。在亚太这个巨大的市场上，日本最为成熟，本土第一品牌在国内的市占率超过20%，而和日本同是全球化妆品最大消费市场的中国，本土第一品牌的市占率仅为2%。这意味着整体市场仍然有提升的空间。

人口结构变化、收入水平提升带来的消费升级、消费习惯的改变、核心消费人群的增加、化妆品消费理念的加强、营销渠道的多元化将是决定未来中国化妆品市场容量的核心因素。中国化妆品行业将在未来几年继续保持稳定增长态势，预计到2021年市场容量将达到4,337亿元，2018至2021年年均复合增长率5.4%，行业发展空间巨大，行业内的龙头企业也将从行业增长中获得更多的红利。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国美妆产业发展现状与市场全景评估报告》共十四章。首先介绍了美妆相关概念及发展环境，接着分析了中国美妆规模及消费需求，然后对中国美妆市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国美妆面临的机遇及发展前景。您若想对中国美妆有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 美妆行业发展综述

1.1 美妆行业定义及分类

- 1.1.1 行业定义
- 1.1.2 行业产品/服务分类
- 1.1.3 行业主要商业模式
- 1.2 美妆行业特征分析
 - 1.2.1 产业链分析
 - 1.2.2 美妆行业在产业链中的地位
 - 1.2.3 美妆行业生命周期分析
 - (1) 行业生命周期理论基础
 - (2) 美妆行业生命周期
- 1.3 最近3-5年中国美妆行业经济指标分析
 - 1.3.1 赢利性
 - 1.3.2 成长速度
 - 1.3.3 附加值的提升空间
 - 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
 - 1.3.5 风险性
 - 1.3.6 行业周期
 - 1.3.7 竞争激烈程度指标
 - 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 美妆行业运行环境（PEST）分析

- 2.1 美妆行业政治法律环境分析
 - 2.1.1 行业管理体制分析
 - 2.1.2 行业主要法律法规
 - 2.1.3 行业相关发展规划
- 2.2 美妆行业经济环境分析
 - 2.2.1 国际宏观经济形势分析
 - 2.2.2 国内宏观经济形势分析
 - 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 美妆行业社会环境分析
 - 2.3.1 美妆产业社会环境
 - 2.3.2 社会环境对行业的影响
 - 2.3.3 美妆产业发展对社会发展的影响

2.4 美妆行业技术环境分析

2.4.1 美妆技术分析

2.4.2 美妆技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国美妆行业运行分析

3.1 我国美妆行业发展状况分析

3.1.1 我国美妆行业发展阶段

3.1.2 我国美妆行业发展总体概况

3.1.3 我国美妆行业发展特点分析

3.2 2016-2019年美妆行业发展现状

3.2.1 2016-2019年我国美妆行业市场规模

3.2.2 2016-2019年我国美妆行业发展分析

3.2.3 2016-2019年我国美妆企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2016-2019年重点省市市场分析

3.4 美妆细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2016-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 美妆产品/服务价格分析

3.5.1 2016-2019年美妆价格走势

3.5.2 影响美妆价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2021-2027年美妆产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要美妆企业价位及价格策略

第四章 我国美妆所属行业整体运行指标分析

4.1 2016-2019年中国美妆所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2016-2019年中国美妆所属行业运营情况分析

4.2.1 我国美妆行业营收分析

4.2.2 我国美妆行业成本分析

4.2.3 我国美妆行业利润分析

4.3 2016-2019年中国美妆所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国美妆行业供需形势分析

5.1 美妆行业供给分析

5.1.1 2016-2019年美妆行业供给分析

5.1.2 2021-2027年美妆行业供给变化趋势

5.1.3 美妆行业区域供给分析

5.2 2016-2019年我国美妆行业需求情况

5.2.1 美妆行业需求市场

5.2.2 美妆行业客户结构

5.2.3 美妆行业需求的地区差异

5.3 美妆市场应用及需求预测

5.3.1 美妆应用市场总体需求分析

(1) 美妆应用市场需求特征

(2) 美妆应用市场需求总规模

5.3.2 2021-2027年美妆行业领域需求量预测

(1) 2021-2027年美妆行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2021-2027年美妆行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业美妆产品/服务需求分析预测

第六章 美妆行业产业结构分析

6.1 美妆产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国美妆行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 美妆产业结构调整方向分析

6.3.5 建议

第七章 我国美妆行业产业链分析

7.1 美妆行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 美妆上游行业分析

7.2.1 美妆产品成本构成

7.2.2 2016-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2021-2027年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对美妆行业的影响

7.3 美妆下游行业分析

7.3.1 美妆下游行业分布

7.3.2 2016-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2021-2027年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对美妆行业的影响

第八章 我国美妆行业渠道分析及策略

8.1 美妆行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对美妆行业的影响

8.1.3 主要美妆企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 美妆行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 美妆行业营销策略分析

8.3.1 中国美妆营销概况

8.3.2 美妆营销策略探讨

8.3.3 美妆营销发展趋势

第九章 我国美妆行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 美妆行业竞争结构分析

(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

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 美妆行业企业间竞争格局分析

9.1.3 美妆行业集中度分析

9.1.4 美妆行业SWOT分析

9.2 中国美妆行业竞争格局综述

9.2.1 美妆行业竞争概况

(1) 中国美妆行业竞争格局

(2) 美妆行业未来竞争格局和特点

(3) 美妆市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国美妆行业竞争力分析

(1) 我国美妆行业竞争力剖析

(2) 我国美妆企业市场竞争的优势

(3) 国内美妆企业竞争能力提升途径

9.2.3 美妆市场竞争策略分析

第十章 美妆行业领先企业经营形势分析

10.1 珀莱雅化妆品股份有限公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 企业经营状况

10.1.5 企业发展规划

10.2 伽蓝集团公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 企业经营状况

10.2.5 企业发展规划

10.3 上海家化联合股份有限公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 企业经营状况

10.3.5 企业发展规划

10.4 宝洁公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 企业经营状况

10.4.5 企业发展规划

10.5 欧莱雅（法国）化妆品集团公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 企业经营状况

10.5.5 企业发展规划

10.6 上海百雀羚日用化学有限公司

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 产品/服务特色

10.6.4 企业经营状况

10.6.5 企业发展规划

10.7 株式会社资生堂

10.7.1 企业概况

10.7.2 企业优势分析

10.7.3 产品/服务特色

10.7.4 企业经营状况

10.7.5 企业发展规划

10.8 青岛金王应用化学股份有限公司

10.8.1 企业概况

10.8.2 企业优势分析

10.8.3 产品/服务特色

10.8.4 企业经营状况

10.8.5 企业发展规划

10.9 美国雅诗兰黛公司

10.9.1 企业概况

10.9.2 企业优势分析

10.9.3 产品/服务特色

10.9.4 企业经营状况

10.9.5 企业发展规划

10.10 上海上美化妆品有限公司

10.10.1 企业概况

- 10.10.2 企业优势分析
- 10.10.3 产品/服务特色
- 10.10.4 企业经营状况
- 10.10.5 企业发展规划

第十一章 2021-2027年美妆行业投资前景

- 11.1 2021-2027年美妆市场发展前景
 - 11.1.1 2021-2027年美妆市场发展潜力
 - 11.1.2 2021-2027年美妆市场发展前景展望
 - 11.1.3 2021-2027年美妆细分行业发展前景分析
- 11.2 2021-2027年美妆市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2021-2027年美妆行业发展趋势
 - 11.2.2 2021-2027年美妆市场规模预测
 - 11.2.3 2021-2027年美妆行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2021-2027年中国美妆行业供需预测
 - 11.3.1 2021-2027年中国美妆行业供给预测
 - 11.3.2 2021-2027年中国美妆行业需求预测
 - 11.3.3 2021-2027年中国美妆供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 市场整合成长趋势
 - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
 - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2021-2027年美妆行业投资机会与风险

- 12.1 美妆行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2021-2027年美妆行业投资机会

- 12.2.1 产业链投资机会
- 12.2.2 细分市场投资机会
- 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2021-2027年美妆行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5 关联产业风险及防范
 - 12.3.6 产品结构风险及防范
 - 12.3.7 其他风险及防范

第十三章 美妆行业投资战略研究

- 13.1 美妆行业发展战略研究
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 业务组合战略
 - 13.1.4 区域战略规划
 - 13.1.5 产业战略规划
 - 13.1.6 营销品牌战略
 - 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国美妆品牌的战略思考
 - 13.2.1 美妆品牌的重要性
 - 13.2.2 美妆实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 美妆企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国美妆企业的品牌战略
 - 13.2.5 美妆品牌战略管理的策略
- 13.3 美妆经营策略分析
 - 13.3.1 美妆市场细分策略
 - 13.3.2 美妆市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 美妆新产品差异化战略

13.4 美妆行业投资战略研究

13.4.1 2019年美妆行业投资战略

13.4.2 2021-2027年美妆行业投资战略

13.4.3 2021-2027年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议（）

14.1 美妆行业研究结论

14.2 美妆行业投资价值评估

14.3 美妆行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：日化、化妆品以及护肤品的内涵

图表：化妆品的分类情况

图表：行业生命周期理论

图表：美妆行业主要法律法规

图表：2019年世界各国、各地区GDP增长情况

图表：2012-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2012-2016第三产业增加值占国内生产总值比重

图表：2012-2016城镇新增就业人数

图表：2019年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2012-2019年全部工业增加值及其增长速度

图表：2012-2019年全社会固定资产投资

图表：2012-2019年社会消费品零售总额

图表：2012-2019年货物进出口总额

图表：2010-2019年全球化妆品市场规模

图表：2016-2019年全球各区域化妆品市场规模

图表：2010-2019年全球化妆品各细分市场市场规模

图表：2012-2019年快递业务量及其增长速度

图表：2012-2019年快递业务量及其增长速度

图表：2012-2019年全国居民人均可支配收入及其增长速度
图表：2019年全国居民人均消费支出及其构成
图表：2012-2019年普通本专科、中等职业教育、普通高中招生人数
图表：研究与试验发展（R&D）经费支出及其增长速度
图表：2016年部分省市美妆行业收入情况
图表：2012-2019年护肤品市场规模
图表：各国人均护肤品消费比较情况
图表：2016-2019年珀莱雅化妆品股份有限公司主要产品定价
图表：2012-2019年中国美妆行业企业数量结构
图表：2012-2019年中国美妆行业人员规模状况
图表：2012-2019年中国美妆行业资产规模状况
图表：2012-2019年中国美妆行业市场规模状况
图表：2012-2019年中国美妆行业营收状况
图表：2012-2019年中国美妆行业成本状况
图表：2012-2019年中国美妆行业利润状况
图表：2016-2019年中国美妆行业盈利能力分析
图表：2016-2019年中国美妆行业偿债能力分析
图表：2016-2019年中国美妆行业营运能力分析
图表：2016-2019年中国美妆行业发展能力分析
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202011/191886.html>