

# 2022-2028年中国化妆品市场 评估与投资前景报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国化妆品市场评估与投资前景报告》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/202112/252172.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国化妆品市场评估与投资前景报告》共二十章。首先介绍了化妆品行业市场发展环境、化妆品整体运行态势等，接着分析了化妆品行业市场运行的现状，然后介绍了化妆品市场竞争格局。随后，报告对化妆品做了重点企业经营状况分析，最后分析了化妆品行业发展趋势与投资预测。您若想对化妆品产业有个系统的了解或者想投资化妆品行业，本报告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 化妆品的相关概述

#### 1.1 化妆品的介绍

##### 1.1.1 化妆品的定义

##### 1.1.2 化妆品的主要作用

##### 1.1.3 化妆品的分类

#### 1.2 中国化妆品行业的发展历程

##### 1.2.1 古代化妆品

##### 1.2.2 现代化妆品

#### 1.3 化妆品产业特性分析

##### 1.3.1 化妆品的产品特性

##### 1.3.2 中国化妆品的监督管理特性

#### 1.4 化妆品产业链发展分析

##### 1.4.1 产业链简况

##### 1.4.2 上游行业的影响

##### 1.4.3 下游行业的影响

### 第二章 2017-2021年国际化妆品市场分析

#### 2.1 国际化妆品市场概述

##### 2.1.1 国际化妆品市场规模分析

- 2.1.2 全球化妆品市场竞争格局
- 2.1.3 国际化妆品销售渠道变化
- 2.1.4 国际高端化妆品市场格局
- 2.1.5 国际化妆品原料市场趋势
- 2.1.6 国际化妆品产品研发潮流
- 2.2 美国
  - 2.2.1 美国化妆品市场综述
  - 2.2.2 美国化妆品市场规模
  - 2.2.3 抗衰老护肤品发展迅猛
  - 2.2.4 行业法规管理概述
  - 2.2.5 产品标签要求严格
- 2.3 欧洲
  - 2.3.1 欧洲彩妆市场发展概况
  - 2.3.2 欧盟化妆品行业法规解读
  - 2.3.3 欧盟禁令对市场的影响
  - 2.3.4 欧盟提高市场进入门槛
  - 2.3.5 意大利化妆品市场发展
- 2.4 日本
  - 2.4.1 日本化妆品市场总体概况
  - 2.4.2 日本化妆品市场规模分析
  - 2.4.3 日本化妆品行业发展趋势
  - 2.4.4 日本男士化妆品发展迅速
  - 2.4.5 日企加快布局中国市场
  - 2.4.6 日本化妆品市场管制概述
- 2.5 韩国
  - 2.5.1 韩国化妆品出口规模
  - 2.5.2 天然化妆品市场火热
  - 2.5.3 加快开拓中国市场
  - 2.5.4 行业主要OEM工厂
  - 2.5.5 行业成功经验借鉴
  - 2.5.6 市场发展趋势分析
- 2.6 其他国家或地区

- 2.6.1 印度化妆品市场分析
- 2.6.2 东南亚化妆品市场分析
- 2.6.3 中东北方化妆品市场发展
- 2.6.4 泰国化妆品市场前景广阔

### 第三章 2017-2021年中国化妆品市场分析

- 3.1 中国化妆品行业总体概况
  - 3.1.1 市场政策动态分析
  - 3.1.2 市场总体发展态势
  - 3.1.3 OEM生产节奏加快
  - 3.1.4 终端零售市场特点
  - 3.1.5 高端市场发展特点
  - 3.1.6 行业风险投资分析
- 3.2 2017-2021年中国化妆品市场发展态势分析
  - 3.2.1 市场发展特征
  - 3.2.2 产品特点现状
  - 3.2.3 零售市场规模
  - 3.2.4 细分市场规模
  - 3.2.5 零售价格分析
  - 3.2.6 零售渠道分析
  - 3.2.7 市场竞争分析
- 3.3 2021年中国化妆品市场发展动态分析
  - 3.3.1 2021年市场并购动态
  - 3.3.2 国内日化企业IPO动态
  - 3.3.3 企业综艺广告投放分析
  - 3.3.4 市场“双11”动态分析
  - 3.3.5 消费税新政利好彩妆市场
- 3.4 中国化妆品电子商务市场分析
  - 3.4.1 化妆品电商优缺点
  - 3.4.2 电商市场规模
  - 3.4.3 跨境电商逐步打开
  - 3.4.4 消费者行为分析

- 3.4.5 市场竞争格局
- 3.4.6 发展趋势展望
- 3.5 化妆品市场消费分析
  - 3.5.1 化妆品市场消费特征
  - 3.5.2 人均化妆品消费规模
  - 3.5.3 化妆品市场消费者构成
  - 3.5.4 女性消费者群体特征
  - 3.5.5 女性化妆品消费心理
  - 3.5.6 网络消费者购买行为
  - 3.5.7 高端化妆品消费分析
- 3.6 化妆品包装发展分析
  - 3.6.1 化妆品包装的特性
  - 3.6.2 化妆品包装市场亮点
  - 3.6.3 民族特色包装受欢迎
  - 3.6.4 化妆品包装新规解析
  - 3.6.5 化妆品包装发展走向
- 3.7 中国化妆品市场存在的问题
  - 3.7.1 企业经营困境
  - 3.7.2 市场亟需整合
  - 3.7.3 产品质量有待提高
  - 3.7.4 行业发展制约因素
- 3.8 中国化妆品市场发展的对策
  - 3.8.1 促进行业发展
  - 3.8.2 培育品牌力度
  - 3.8.3 规范产品标识
  - 3.8.4 提升行业地位

#### 第四章 中国化妆品制造所属行业财务状况

- 4.1 中国化妆品制造所属行业经济规模
  - 4.1.1 2017-2021年化妆品制造业销售规模
  - 4.1.2 2017-2021年化妆品制造业利润规模
  - 4.1.3 2017-2021年化妆品制造业资产规模

- 4.2 中国化妆品制造所属行业盈利能力指标分析
  - 4.2.1 2017-2021年化妆品制造业亏损面
  - 4.2.2 2017-2021年化妆品制造业销售毛利率
  - 4.2.3 2017-2021年化妆品制造业成本费用利润率
  - 4.2.4 2017-2021年化妆品制造业销售利润率
- 4.3 中国化妆品制造所属行业营运能力指标分析
  - 4.3.1 2017-2021年化妆品制造业应收账款周转率
  - 4.3.2 2017-2021年化妆品制造业流动资产周转率
  - 4.3.3 2017-2021年化妆品制造业总资产周转率
- 4.4 中国化妆品制造所属行业偿债能力指标分析
  - 4.4.1 2017-2021年化妆品制造业资产负债率
  - 4.4.2 2017-2021年化妆品制造业利息保障倍数
- 4.5 中国化妆品制造所属行业财务状况综合评价
  - 4.5.1 化妆品制造业财务状况综合评价
  - 4.5.2 影响化妆品制造业财务状况的经济因素分析

## 第五章 中国化妆品所属行业进出口数据分析

- 5.1 中国化妆品所属行业进出口总量数据分析
  - 5.1.1 2017-2021年中国化妆品进口分析
  - 5.1.2 2017-2021年中国化妆品出口分析
  - 5.1.3 2017-2021年中国化妆品贸易现状分析
  - 5.1.4 2017-2021年中国化妆品贸易顺逆差分析
- 5.2 2017-2021年主要贸易国化妆品所属行业进出口情况分析
  - 5.2.1 2017-2021年主要贸易国化妆品进口市场分析
  - 5.2.2 2017-2021年主要贸易国化妆品出口市场分析
- 5.3 2017-2021年主要省市化妆品所属行业进出口情况分析
  - 5.3.1 2017-2021年主要省市化妆品进口市场分析
  - 5.3.2 2017-2021年主要省市化妆品出口市场分析

## 第六章 2017-2021年中国化妆品网络市场调查分析

- 6.1 2017-2021年中国化妆品总体调查分析
  - 6.1.1 行业搜索指数趋势

- 6.1.2 行业搜索词特征
- 6.1.3 品牌关注度分析
- 6.1.4 品类检索趋势概况
- 6.2 2017-2021年化妆品细分品类关注度分析
  - 6.2.1 护肤类产品
  - 6.2.2 彩妆类产品
  - 6.2.3 香氛类产品
  - 6.2.4 美发护发类产品
- 6.3 2021年化妆品消费者行为特征分析
  - 6.3.1 化妆品主要用户群
  - 6.3.2 消费者行为偏好分析
  - 6.3.3 消费者集中区域分析
  - 6.3.4 男士化妆品用户特征

## 第七章 2017-2021年护肤品市场分析

- 7.1 中国护肤品市场综述
  - 7.1.1 品牌发展阶段
  - 7.1.2 市场总体概况
  - 7.1.3 市场增长态势
  - 7.1.4 市场消费特征
  - 7.1.5 中小企业定位
- 7.2 2017-2021年中国护肤品市场格局分析
  - 7.2.1 市场发展规模
  - 7.2.2 市场消费需求
  - 7.2.3 消费行为分析
  - 7.2.4 国产品牌崛起
  - 7.2.5 网络广告投放
- 7.3 2017-2021年护肤品市场竞争分析
  - 7.3.1 市场竞争特征分析
  - 7.3.2 国外巨头竞争实力
  - 7.3.3 品牌竞争格局分析
  - 7.3.4 市场产品格局分析



- 7.3.5 市场竞争态势分析
- 7.4 2017-2021年国内滋润护肤品市场发展分析
  - 7.4.1 面部滋润产品销售规模
  - 7.4.2 面部滋润产品消费者分析
  - 7.4.3 唇部滋润产品发展现状
  - 7.4.4 护手霜市场发展现状
- 7.5 护肤品市场营销分析
  - 7.5.1 典型销售渠道
  - 7.5.2 销售渠道创新
  - 7.5.3 营销模式分析
  - 7.5.4 营销策略分析
  - 7.5.5 营销案例解析
- 7.6 护肤品行业发展前景分析
  - 7.6.1 市场前景预测
  - 7.6.2 绿色生态护肤品
  - 7.6.3 花朵美容护肤品
  - 7.6.4 茶系列护肤品
  - 7.6.5 精华液护肤品
  - 7.6.6 未来发展趋势

## 第八章 2017-2021年彩妆市场分析

- 8.1 2017-2021年彩妆市场发展综述
  - 8.1.1 市场发展规模
  - 8.1.2 市场销售渠道
  - 8.1.3 市场需求分析
  - 8.1.4 市场份额分析
- 8.2 2017-2021年彩妆市场格局分析
  - 8.2.1 主要阵营分析
  - 8.2.2 区域市场格局
  - 8.2.3 品牌竞争格局
  - 8.2.4 企业动态分析
  - 8.2.5 大众品牌格局

### 8.3 2017-2021年彩妆市场细分产品市场分析

#### 8.3.1 细分产品规模

#### 8.3.2 细分产品格局

#### 8.3.3 线上底妆产品销售额

#### 8.3.4 线上气垫产品热销

#### 8.3.5 眼部产品市场

#### 8.3.6 唇彩市场分析

### 8.4 彩妆行业存在的问题及发展建议

#### 8.4.1 企业发展障碍

#### 8.4.2 市场较为混乱

#### 8.4.3 加强市场监管

#### 8.4.4 本土品牌发展建议

### 8.5 彩妆行业发展前景分析

#### 8.5.1 产品发展方向

#### 8.5.2 产品创新趋势

#### 8.5.3 个性化趋势

#### 8.5.4 年轻化趋势

#### 8.5.5 营销模式改变

## 第九章 2017-2021年防晒用品市场分析

### 9.1 防晒用品的概述

#### 9.1.1 防晒化妆品综述

#### 9.1.2 防晒化妆品的种类

#### 9.1.3 防晒化妆品的识别及应用

### 9.2 各类防晒产品主要成分分析

#### 9.2.1 化学性防晒成分（含紫外线吸收剂）

#### 9.2.2 物理性防晒成分（含紫外线散乱剂）

#### 9.2.3 纯天然防晒成分

### 9.3 全球防晒品市场发展分析

#### 9.3.1 市场销售状况

#### 9.3.2 市场需求分析

#### 9.3.3 市场发展特征

- 9.3.4 市场监管分析
- 9.3.5 市场趋势预测
- 9.4 中国防晒品市场发展概述
  - 9.4.1 市场推动因素
  - 9.4.2 产品趋势特征
  - 9.4.3 产品消费诉求
  - 9.4.4 市场销售渠道
  - 9.4.5 市场开发潜力
- 9.5 2017-2021年中国防晒品市场发展分析
  - 9.5.1 防晒产品销售额
  - 9.5.2 隔离防晒霜兴起
  - 9.5.3 市场竞争态势分析
  - 9.5.4 市场发展前景展望

## 第十章 2017-2021年洗面奶和美白用品市场分析

- 10.1 洁面乳市场
  - 10.1.1 洁面乳相关介绍
  - 10.1.2 洁面乳市场概述
  - 10.1.3 洁面乳销售规模
  - 10.1.4 洁面乳网络销售额
  - 10.1.5 洁面乳消费者分析
- 10.2 美白产品市场
  - 10.2.1 美白护肤品市场特点分析
  - 10.2.2 美白护肤品竞争阵营透析
  - 10.2.3 美白护肤品行业监管分析
  - 10.2.4 美白护肤产品市场态势
- 10.3 祛斑产品市场
  - 10.3.1 祛斑产品主要特点
  - 10.3.2 祛斑行业发展趋势
  - 10.3.3 消费者行为分析

## 第十一章 2017-2021年发用化妆品市场分析

- 11.1 发用品市场概述
  - 11.1.1 护发品定义及类别
  - 11.1.2 洗发护发产品市场特征
  - 11.1.3 洗护发市场竞争格局
  - 11.1.4 高端洗护发市场态势
  - 11.1.5 洗护发网络销售格局
- 11.2 洗发水
  - 11.2.1 市场格局演变
  - 11.2.2 品牌阵营分析
  - 11.2.3 本土品牌发展困境
  - 11.2.4 细分市场发展机遇
  - 11.2.5 市场销售结构分析
  - 11.2.6 市场销售渠道
  - 11.2.7 市场细分及定位策略
  - 11.2.8 洗发水品牌营销分析
  - 11.2.9 洗发水市场发展方向
- 11.3 护发素
  - 11.3.1 护发素总类介绍
  - 11.3.2 护发用品市场概况
  - 11.3.3 护发素品牌分析
- 11.4 染发剂
  - 11.4.1 染发剂市场概况
  - 11.4.2 染发剂市场创新
  - 11.4.3 染发剂发展趋势

## 第十二章 2017-2021年男士化妆品市场分析

- 12.1 2017-2021年全球男士化妆品市场发展分析
  - 12.1.1 全球销售情况
  - 12.1.2 印度市场分析
  - 12.1.3 德国市场分析
  - 12.1.4 中国市场格局
  - 12.1.5 市场日渐升温

- 12.1.6 发展趋势分析
- 12.2 2017-2021年中国男士护肤品市场分析
  - 12.2.1 市场销售规模
  - 12.2.2 市场竞争格局
  - 12.2.3 行业集中度分析
  - 12.2.4 市场发展态势
  - 12.2.5 市场消费行为
  - 12.2.6 直销市场分析
  - 12.2.7 发展瓶颈因素
- 12.3 2017-2021年国内男士化妆品关注度分析
  - 12.3.1 行业检索量持续上升
  - 12.3.2 产品及品牌关注度分析
  - 12.3.3 用户重点关注内容分析
  - 12.3.4 三四线城市关注度上升
  - 12.3.5 男士护肤品关注度分析
- 12.4 男士化妆品开发分析
  - 12.4.1 市场现状
  - 12.4.2 市场潜力
  - 12.4.3 可行性分析
  - 12.4.4 开发品种分析
  - 12.4.5 品牌开发策略
- 12.5 男士化妆品市场营销分析
  - 12.5.1 消费心理与行为特征
  - 12.5.2 市场消费特点
  - 12.5.3 营销问题分析
  - 12.5.4 营销策略分析

### 第十三章 2017-2021年儿童化妆品市场分析

- 13.1 儿童化妆品市场产品介绍
  - 13.1.1 个人护理用品
  - 13.1.2 驱虫产品
  - 13.1.3 按摩油系列

13.1.4 其他儿童化妆品

13.2 2017-2021年儿童化妆品市场发展概况

13.2.1 市场竞争格局

13.2.2 市场渠道竞争

13.2.3 申报审评指南

13.2.4 行业利好政策

13.2.5 市场挑战分析

13.2.6 市场定位与营销策略

13.3 儿童化妆品市场趋势

13.3.1 市场潜力

13.3.2 发展方向

13.3.3 未来趋势

13.3.4 渠道趋势

第十四章 2017-2021年中老年化妆品市场分析

14.1 2017-2021年中老年人化妆品市场发展概况

14.1.1 老年化妆品种类

14.1.2 市场发展综述

14.1.3 运行特点解析

14.1.4 市场潜力巨大

14.2 中老年人化妆品市场的问题及对策

14.2.1 制约因素

14.2.2 产品缺失

14.2.3 开发策略

14.2.4 营销策略

第十五章 2017-2021年天然化妆品市场分析

15.1 国际天然化妆品市场发展分析

15.1.1 市场销量分析

15.1.2 主要品牌介绍

15.1.3 市场并购分析

15.1.4 美国市场分析

- 15.1.5 英国市场分析
- 15.1.6 日本市场分析
- 15.2 绿色化妆品发展概述
  - 15.2.1 绿色化妆品介绍
  - 15.2.2 绿色化妆品产业特点
  - 15.2.3 建立产业制度的意义
  - 15.2.4 完善产业制度的建议
- 15.3 中国天然活性化妆品品牌关注度分析
  - 15.3.1 市场价值凸显
  - 15.3.2 品牌关注度排行
  - 15.3.3 消费者关注度分析
- 15.4 天然化妆品市场前景展望
  - 15.4.1 发展趋势
  - 15.4.2 前景预测
  - 15.4.3 市场潜力
  - 15.4.4 投资前景

## 第十六章 2017-2021年中国化妆品市场营销分析

- 16.1 中国化妆品行业主要市场渠道
  - 16.1.1 销售渠道介绍
  - 16.1.2 批发市场
  - 16.1.3 零售终端市场
  - 16.1.4 专业市场
- 16.2 化妆品市场营销概述
  - 16.2.1 化妆品市场营销特点
  - 16.2.2 连锁店成专营渠道主流
  - 16.2.3 化妆品软文营销的关键点
- 16.3 化妆品品牌营销渠道选择
  - 16.3.1 核心销售渠道
  - 16.3.2 品牌功效渠道
  - 16.3.3 互动体验渠道
- 16.4 化妆品网络营销

- 16.4.1 化妆品网络营销特征和优势
- 16.4.2 化妆品网络营销发展历程
- 16.4.3 产品网络营销体系日渐完善
- 16.4.4 化妆品网络营销存在的问题
- 16.4.5 化妆品网络营销策略建议
- 16.4.6 化妆品网络营销发展趋势
- 16.5 化妆品专卖店经营
  - 16.5.1 化妆品专卖店市场现状
  - 16.5.2 化妆品专卖成发展趋势
  - 16.5.3 化妆品专卖店运营策略
  - 16.5.4 化妆品专卖店前景展望
- 16.6 化妆品市场营销对策及建议
  - 16.6.1 营销方式创新
  - 16.6.2 做好渠道选择
  - 16.6.3 推进内容营销
  - 16.6.4 打造微关系营销
  - 16.6.5 关注农村市场
- 16.7 化妆品梯度营销渠道策略分析
  - 16.7.1 梯度营销的必要性
  - 16.7.2 渠道梯度
  - 16.7.3 目标消费者梯度

## 第十七章 国外主要化妆品企业运营分析

- 17.1 法国欧莱雅 ( L'Oreal )
  - 17.1.1 企业发展概况
  - 17.1.2 企业经营状况
  - 17.1.3 重点品牌介绍
  - 17.1.4 中国市场布局
  - 17.1.5 加强本地产品开发
- 17.2 美国宝洁公司 ( Procter&Gamble )
  - 17.2.1 企业发展概况
  - 17.2.2 企业经营状况



- 17.2.3 重点品牌介绍
- 17.2.4 中国市场布局
- 17.2.5 加强本地产品开发
- 17.3 雅诗兰黛 (Estelauder)
- 17.3.1 企业发展概况
- 17.3.2 企业经营状况
- 17.3.3 重点品牌介绍
- 17.3.4 中国市场布局
- 17.3.5 加强本地产品开发
- 17.4 美国雅芳 (AVON)
- 17.4.1 企业发展概况
- 17.4.2 企业经营状况
- 17.4.3 重点品牌介绍
- 17.4.4 中国市场布局
- 17.4.5 加强本地产品开发
- 17.5 日本资生堂 (Shiseido)
- 17.5.1 企业发展概况
- 17.5.2 企业经营状况
- 17.5.3 重点品牌介绍
- 17.5.4 中国市场布局
- 17.5.5 加强本地产品开发

## 第十八章 国内主要化妆品企业运营分析

- 18.1 霸王国际 (集团) 控股有限公司
- 18.1.1 企业发展概况
- 18.1.2 企业营销战略
- 18.1.3 经营效益分析
- 18.1.4 业务经营分析
- 18.1.5 财务状况分析
- 18.1.6 未来前景展望
- 18.2 中国儿童护理有限公司 (青蛙王子国际控股有限公司)
- 18.2.1 企业发展概况

- 18.2.2 企业营销战略
- 18.2.3 经营效益分析
- 18.2.4 业务经营分析
- 18.2.5 财务状况分析
- 18.2.6 未来前景展望
- 18.3 上海家化联合股份有限公司
  - 18.3.1 企业发展概况
  - 18.3.2 企业营销战略
  - 18.3.3 经营效益分析
  - 18.3.4 业务经营分析
  - 18.3.5 财务状况分析
  - 18.3.6 未来前景展望
- 18.4 天夏智慧城市科技股份有限公司（原索芙特股份有限公司）
  - 18.4.1 企业发展概况
  - 18.4.2 企业营销战略
  - 18.4.3 经营效益分析
  - 18.4.4 业务经营分析
  - 18.4.5 财务状况分析
  - 18.4.6 未来前景展望
- 18.5 上海伽蓝（集团）股份有限公司
  - 18.5.1 企业发展概况
  - 18.5.2 企业营销战略
  - 18.5.3 经营效益分析
  - 18.5.4 业务经营分析
  - 18.5.5 财务状况分析
  - 18.5.6 未来前景展望

## 第十九章 2022-2028年中国化妆品市场投资潜力分析

- 19.1 化妆品市场投资概况
  - 19.1.1 产业特性
  - 19.1.2 风投现状
  - 19.1.3 投资动态

- 19.1.4 赢利模式
- 19.1.5 投资优势
- 19.1.6 热点市场
- 19.2 化妆品市场投资前景
  - 19.2.1 投资商机
  - 19.2.2 药妆护肤品
  - 19.2.3 芦荟化妆品
  - 19.2.4 孕妇专用化妆品
- 19.3 化妆品投资风险及策略建议
  - 19.3.1 进入壁垒
  - 19.3.2 风险因素
  - 19.3.3 经营策略
  - 19.3.4 投资策略

## 第二十章 2022-2028年中国化妆品行业前景预测

- 20.1 化妆品行业发展趋势分析
  - 20.1.1 全球趋势探析
  - 20.1.2 未来发展方向
  - 20.1.3 渠道趋势剖析
  - 20.1.4 消费市场趋势
  - 20.1.5 环保化趋势
- 20.2 中国化妆品市场发展潜力分析
  - 20.2.1 化妆品市场空间较大
  - 20.2.2 化妆品市场的流行趋势
  - 20.2.3 产品个性化定制趋势
  - 20.2.4 农村市场需求潜力大
  - 20.2.5 企业发展前景良好
  - 20.2.6 化妆品行业发展目标
- 20.3 2022-2028年中国化妆品制造行业预测分析
  - 20.3.1 中国化妆品制造行业发展因素分析
  - 20.3.2 2022-2028年中国化妆品制造行业收入预测
  - 20.3.3 2022-2028年中国化妆品制造行业利润预测

#### 20.3.4 2022-2028年中国化妆品制造行业规模预测

附录：

附录一：《化妆品生产企业卫生规范》

附录二：《化妆品监督管理条例（征求意见稿）》

附录三：化妆品标签管理办法（征求意见稿）

附录四：《进出口化妆品监督检查管理办法》

附录五：《儿童化妆品申报与审评指南》

部分图表目录：

图表1 中国化妆品产业链示意图

图表2 我国化妆品原料厂商分布

图表3 我国化妆品分销商环节企业分布

图表4 2017-2021年全球化妆品市场规模走势

图表5 2021年全球各区域化妆品市场规模对比

图表6 2017-2021年全球各区域化妆品市场规模变动趋势

图表7 2021年全球化妆品细分产品市场规模对比

图表8 2017-2021年全球化妆品各细分产品市场份额变动趋势

图表9 2017-2021年全球化妆品产业TOP5销售收入

图表10 2021年全球化妆品市场竞争格局

图表11 美国化妆品各类销售渠道占比

图表12 俄罗斯化妆品各类销售渠道占比

图表13 全球化妆品产业变化

图表14 2017-2021年全国大型零售企业及限额以上企业化妆品销售额增速

图表15 2017-2021年中国化妆品市场零售额

图表16 2021年中国化妆品零售额同比增速（按月份）

图表17 2017-2021年化妆品主要品类零售额增速

图表18 2021年中国化妆品零售价格统计表

图表19 2017-2021年化妆品零售渠道变化统计

图表20 2021年化妆品商超卖场渠道增速放缓

图表21 2021年化妆品商超渠道品类分销占比

图表22 2021年化妆品百货渠道销售额

图表23 2017-2021年退出中国市场的化妆品品牌统计

图表24 2017-2021年被外资收购的本土日化品牌统计

图表25 2017-2021年聚美优品和京东商城毛利率对比

图表26 2017-2021年中国化妆品网购市场交易规模

图表27 化妆品电商行业各平台交易占比情况

图表28 消费者网购化妆品考虑因素

图表29 消费者网购化妆品时担心的问题

图表30 2017-2021年中/美/日/韩四国人均化妆品消费对比

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/252172.html>