

2023-2029年中国化妆品市场现状研究 分析与发展前景预测报告

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2023-2029年中国化妆品市场现状研究分析与发展前景预测报告

报告编号： 1A21802 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8800 元 纸质+电子版：9000 元

优惠价格： 电子版：7920 元 纸质+电子版：8220 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/2/80/HuaZhuangPinShiChangDiaoChaBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

化妆品行业是一个高度竞争和不断创新的领域，涵盖了护肤、彩妆、香水和洗护用品等多个细分市场。近年来，随着消费者对健康和天然成分的重视，天然有机化妆品和无害化学成分的产品越来越受欢迎。同时，个性化和定制化趋势推动了小众品牌和定制化服务的兴起，满足了消费者对独特性和个人偏好的追求。

未来，化妆品行业将更加注重科技和可持续性。生物技术的应用将开发出具有更高功效和更少副作用的活性成分，如干细胞技术、基因工程和微生物发酵。同时，可持续包装和绿色供应链将成为行业标准，以减少塑料使用和废弃物，提高资源循环利用率。此外，AR和VR技术的集成将提供虚拟试妆和皮肤分析服务，增强消费者体验和购买决策的准确性。随着社会对包容性和多样性的倡导，化妆品品牌将更加关注不同肤色、年龄和性别需求，推出更加包容的产品线。

第一部分 行业发展现状

第一章 化妆品的相关概述

第一节 化妆品的介绍

- 一、化妆品的定义
- 二、化妆品的主要作用
- 三、化妆品的分类

第二节 中国化妆品行业的发展沿革

- 一、古代化妆品
- 二、现代化妆品

第三节 化妆品产业特性分析

- 一、化妆品的产品特性

二、中国化妆品的监督管理特性

第二章 2023年国际化妆品市场营运形势分析

第一节 2023年国际化妆品市场的总体概况分析

- 一、国际化妆品的区域市场发展综述
- 二、国际化妆品原料市场的新趋势
- 三、国际化妆品产品研发潮流

第二节 美国

- 一、美国化妆品市场综述
- 二、美国化妆品销售市场发展近况
- 三、美国化妆品市场规模及发展趋势分析
- 四、美国化妆品行业法规管理概述
- 五、美国对化妆品标签有着严格要求

第三节 欧洲

- 一、欧洲化妆品市场总体发展状况
- 二、欧盟化妆品行业的新法规解读
- 三、德国化妆品行业天然产品发展态势良好
- 四、法国化妆品行业发展分析
- 五、俄罗斯化妆品市场容量分析

第四节 日本

- 一、日本化妆品市场的总体概况
- 二、日本化妆品企业大力开拓中老年消费市场
- 三、日本化妆品的政府管制概述
- 四、日本化妆品行业的发展趋势

第五节 韩国

- 一、韩国化妆品行业发展概述
- 二、韩国化妆品企业加快在中国的发展
- 三、韩国天然化妆品产业发展势头强劲

第三章 2023年中国化妆品市场发展格局分析

第一节 2023年中国化妆品行业总体概况分析

- 一、“十一五”期间中国化妆品行业发展综述
- 二、我国化妆品行业oem生产节奏加快
- 三、我国化妆品零售终端市场呈现新特点

第二节 2017-2022年中国化妆品市场发展分析

- 一、2023年中国化妆品行业销售状况分析
- 二、2023年我国化妆品市场掀起营养护肤新潮

三、2023年国内药店化妆品市场生存现状

四、2023年国内外企业争相布局有机化妆品市场

第三节 2023年中国化妆品市场消费分析

一、化妆品市场消费者的构成

二、女性购买化妆品的心理因素研究

三、化妆品网络消费者的类型及购买行为

四、2023年化妆品网络消费状况透析

五、化妆品消费的新趋势分析

第四节 2023年中国化妆品包装发展分析

一、化妆品包装的特性

二、国内美容化妆品包装分析

三、化妆品包装需标注所有成分

四、美容化妆品包装的发展走向

第五节 2023年中国化妆品市场存在的问题分析

一、中国化妆品市场面临的难题

二、国内美容化妆品市场的薄弱方面

三、国内化妆品市场亟待整合

四、本土化妆品企业存在的深层次问题

第六节 2023年中国化妆品市场发展的对策分析

一、中国化妆品市场发展的建议

二、国内化妆品市场的发展对策

三、化妆品企业发展要集体补标识规范课

四、化妆品行业地位提升的对策探讨

第二部分 国内行业市场分析

第四章 2017-2022年中国化妆品制造行业主要数据监测分析

第一节 2017-2022年中国化妆品制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2017-2022年中国化妆品制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第三节 2017-2022年中国化妆品制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第四节 2017-2022年中国化妆品制造行业盈利能力分析

- 一、主要盈利指标分析
- 二、资产规模增长分析

第五节 我国化妆品行业进出口数据分析

- 一、2023年我国美容品或化妆品及护肤品的进出口数据分析
- 二、2012年1-12月我国香水及花露水的进出口数据分析89
- 三、2023年我国护发品的进出口数据分析

第五章 中国化妆品网络市场调查分析

第一节 2023年我国化妆品网络市场调查状况

- 一、总体分析
- 二、化妆品品牌属性与品牌等级情况
- 三、化妆品产品分类情况
- 四、化妆品网民特征透析
-

- 一、总体分析
- 二、化妆品品牌等级情况
- 三、化妆品网民特征透析
-

- 一、总体分析
- 二、化妆品品牌等级情况
- 三、化妆品产品分类情况

第六章 2023年中国护肤品市场发展态势分析

第一节 2023年中国护肤品行业营运综述

- 一、中国护肤品品牌发展的四个阶段
- 二、中国护肤品市场总体概况
- 三、国产“老字号”护肤品市场销售现况
- 四、中小护肤品企业发展对策分析

第二节 2017-2022年中国护肤品市场走势分析

- 一、2023年我国护肤品市场发展形态分析
- 二、2023年我国护肤品市场持续快速增长
- 三、2023年护肤品市场植物护肤品异军突起
- 四、2023年精油护肤品市场呈火爆发展态势
- 五、2022-2023年护肤品进出口分析

第三节 2023年中国护肤品市场竞争格局分析

- 一、我国护肤品市场竞争态势分析

- 二、国内主要护肤品竞争手段分析
- 三、2023年中国高端特殊护肤品市场竞争激烈
- 四、品牌成为护肤品竞争突破点

第四节 2023年中国护肤品市场营销分析

- 一、国内护肤品销售渠道分析
- 二、国内护肤品营销策略分析
- 三、护肤品营销模式创新
- 四、星纯护肤品的营销案例解析

第五节 2017-2029年中国护肤品行业发展前景分析

- 一、绿色生态护肤品市场前景看好
- 二、花朵美容护肤品有望成为新宠
- 三、茶护肤品发展前景分析
- 四、未来最有潜力的护肤品市场

第七章 2023年中国防晒用品市场运行格局分析

第一节 防晒用品的概述

- 一、防晒化妆品的常识综述
- 二、防晒化妆品的种类
- 三、防晒化妆品的识别及应用

第二节 各类防晒产品主要成分分析

- 一、化学性防晒成分（含紫外线吸收剂）
- 二、物理性防晒成分（含紫外线散乱剂）
- 三、纯天然防晒成分

第三节 2023年全球防晒品市场的发展分析

- 一、全球防晒品市场发展概述
- 二、2023年美国出台实施防晒品监管新规
- 三、韩国市场防晒霜受消费者青睐

第四节 2023年中国防晒品市场的发展分析

- 一、夏防晒品市场终端分析
- 二、防晒化妆品市场发展状况
- 三、2023年防晒品终端市场竞争激烈
- 四、未来防晒护肤品发展趋势
- 五、专用防晒化妆品市场发展潜力分析

第八章 2023年中国洗面奶和美白用品市场分析

第一节 洗面奶市场

- 一、洗面奶相关介绍

二、中国洗面奶零售渠道分析

第二节 美白产品市场

- 一、美白用品市场的特点
- 二、2023年美白产品销售热潮提前到来

第三节 祛斑产品市场

- 一、祛斑护肤品主要特点
- 二、中国祛斑产品市场发展的三大趋势
- 三、祛斑护肤品消费者购买因素分析

第九章 2023年中国发用化妆品市场发展分析

第一节 2023年中国发用品产业总体概述

- 一、护发品定义及类别
- 二、洗发护发销售特点及趋势变化
- 三、中药洗护发产品成市场竞争新热点
- 四、新兴护发用品市场发展前景展望

第二节 洗发水

- 一、洗发水市场步入繁荣阶段
- 二、中国高端洗发水市场的发展形态剖析
- 三、洗发水市场细分以及定位策略
- 四、洗发水市场品牌营销分析
- 五、我国洗发水市场本土品牌突破实例分析
- 六、洗发水市场的发展方向

第三节 护发素

- 一、护发素的介绍
- 二、护发化妆品的总体概况
- 三、护发素市场的品牌分析

第四节 染发剂

- 一、中国染发剂市场概况
- 二、中国染发剂产品市场有待创新
- 三、染发剂市场发展趋势的特点

第十章 2023年中国男士化妆品市场营运局势分析

第一节 2023年中国男士化妆品的市场概况分析

- 一、催生男士化妆品发展的三大要素
- 二、男性化妆品市场进入快速增长期
- 三、男士化妆品市场发展的趋势剖析
- 四、本土企业在男士专用化妆品市场有机可寻

第二节 2023年中国男士化妆品开发分析

- 一、开发男士化妆品对企业的意义
- 二、男士化妆品开发的可能性
- 三、男士化妆品品种开发设想
- 四、男士化妆品品牌开发

第三节 2023年中国男士化妆品市场营销分析

- 一、中国男士化妆品消费者的心理与行为特征
- 二、中国男士化妆品市场营销的问题分析
- 三、针对我国男士心理与行为特点的化妆品营销策略

第十一章 2023年中国儿童化妆品市场发展局势分析

第一节 儿童化妆品市场产品介绍

- 一、个人护理用品
- 二、按摩油系列
- 三、其他儿童化妆品

第二节 2023年中国儿童化妆品市场发展概况分析

- 一、儿童化妆品市场成长缓慢的原因分析
- 二、中国儿童化妆品市场逐渐走向繁荣
- 三、儿童化妆品消费趋势特点
- 四、儿童化妆品市场的产品和营销攻略

第三节 2017-2029年中国儿童化妆品市场趋势分析

- 一、中国儿童化妆品市场发展潜力大
- 二、儿童化妆品市场前景展望
- 三、未来儿童化妆品市场生机勃勃
- 四、中国儿童化妆品的渠道趋势

第十二章 2023年中国中老年化妆品市场营运分析

第一节 2023年中国中老年人化妆品市场发展概况分析

- 一、老年化妆品的种类
- 二、老年人化妆品市场发展综述
- 三、抗衰老化妆品受中老年女性的青睐
- 四、老年化妆品市场有待发展开拓

第二节 2023年中国中老年人化妆品市场的问题及对策分析

- 一、老年人化妆品市场发展的制约因素分析
- 二、我国老年专用护肤品市场存在空白
- 三、开发老年人化妆品市场的对策建议
- 四、中老年人化妆品的广告营销策略

第三部分 行业竞争与市场营销分析

第十三章 2023年中国天然化妆品市场运行格局分析

第一节 2023年国际天然化妆品市场发展概况分析

- 一、全球四大天然化妆品品牌介绍
- 二、全球天然有机化妆品市场发展状况
- 三、美国天然化妆品进入标准化时代

第二节 2023年中国绿色化妆品发展概述

- 一、绿色化妆品的介绍
- 二、建立并完善绿色化妆品产业制度的意义
- 三、中国绿色化妆品产业法律制度完善的建议

第三节 2017-2029年中国天然化妆品市场发展趋势分析

- 一、天然成分化妆品市场的发展趋势
- 二、绿色化妆品在中国大有市场
- 三、绿色化妆品专卖店投资前景可观

第十四章 2023年中国其他热点化妆品市场发展分析

第一节 香水

- 一、中国香水市场发展现状分析
- 二、我国香水消费与国外消费存在差异
- 三、我国香水市场的发展建议
- 四、香水市场消费新的走势
- 五、香水市场的发展方向

第二节 护体化妆品

- 一、美体产品的作用
- 二、护体化妆品市场的品牌概述

第三节 纳米化妆品

- 一、纳米技术在化妆品中的应用
- 二、纳米化妆品具有的优势
- 三、纳米美容化妆品的开发概况

第十五章 2023年中国化妆品原料与成分分析

第一节 化妆品原料构成

- 一、油性原料（油、脂、蜡）
- 二、表面活性剂
- 三、保湿剂
- 四、香精
- 五、防腐剂

第二节 化妆品成分简析

- 一、化妆品成分概述
- 二、应当避免的化妆品成分
- 三、质量好的化妆品应含有的成分

第三节 化妆品成分安全性研究

- 一、除皱产品主打成分
- 二、美白产品主打成分

第十六章 2023年中国主要地区化妆品市场营运分析

第一节 广东

- 一、广东化妆品行业发展概述
- 二、广东化妆品专营店竞争局势透析
- 三、中山市强化化妆品产业监管
- 四、广东化妆品业亟需出“大腕”

第二节 浙江

- 一、浙江省化妆品专营店发展迅猛
- 二、杭州市化妆品行业发展概况
- 三、义乌市化妆品行业发展势头迅猛
- 四、2023年丽水龙泉化妆品出口形势良好

第三节 上海

- 一、上海化妆品市场老牌产品受青睐
- 二、上海护肤品市场国货热销
- 三、上海男性化妆品市场份额不断扩大
- 四、上海出台管理规范促进化妆品专卖店发展

第四节 武汉

- 一、武汉化妆品市场中外顶级品牌扎堆
- 二、2023年夏季武汉欧美系高端化妆品小幅提价
- 三、武汉中高端化妆品市场发展空间广阔

第五节 其他地区

- 一、北京化妆品市场“一站式”零售探析
- 二、重庆化妆品市场消费形态分析

第十七章 2023年中国化妆品市场竞争格局分析

第一节 2023年中国化妆品市场竞争概况分析

- 一、同质化导致化妆品市场竞争日益激烈
- 二、化妆品行业竞争加剧挤压新品牌生存空间
- 三、我国化妆品专营店市场竞争格局解析

四、中国化妆品b2c市场竞争格局透析

第二节 2023年中国本土化妆品企业的swot分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机会
- 四、威胁

第三节 2023年中国化妆品企业品牌战略分析

- 一、品牌在市场营销中的功能
- 二、品牌化经营是化妆品企业生存根本之道
- 三、中国化妆品企业的品牌战略

第四节 2023年中国化妆品的包装策略分析

- 一、化妆品的心理价位
- 二、消费者的购买行为方式
- 三、化妆品包装策略

第五节 2023年中国中小化妆品企业竞争战略分析

- 一、中小企业的市场策略
- 二、中小企业产品开发策略
- 三、中小企业发展策略

第十八章 2023年中国化妆品市场营销分析

第一节 2023年中国化妆品行业主要市场渠道分析

- 一、批发市场
- 二、零售终端市场
- 三、专业市场

第二节 2023年中国化妆品市场营销概况分析

- 一、化妆品市场营销的十大趋势透析
- 二、化妆品市场微博营销悄然升温
- 三、迪彩创新体验营销模式成化妆品行业翘楚
- 四、化妆品软文营销的三大关键点

第三节 2023年中国化妆品网络营销分析

- 一、化妆品网络营销的特征和优势
- 二、中国化妆品网络营销发展概况
- 三、我国化妆品sns社区营销异军突起

第四节 2023年中国化妆品直销分析

- 一、化妆品直销的概述
- 二、化妆品直销企业“反周期”规律深度思考
- 三、我国化妆品网上直销市场销售通路的主流趋势

第五节 2023年中国化妆品专卖店经营分析

- 一、中国化妆品专卖店市场发展现状
- 二、化妆品专卖店成行业发展新趋势
- 三、化妆品专卖店的运营策略探讨
- 四、化妆品专卖店发展的前景剖析

第六节 2023年中国化妆品梯度营销渠道的策略分析

- 一、化妆品实行梯度营销的必要性
- 二、渠道梯度
- 三、目标消费者梯度

第四部分 行业企业分析

第十九章 2023年国外化妆品企业及品牌经营情况分析

第一节 法国欧莱雅 (loreal)

- 一、集团简介
- 二、欧莱雅经营状况
- 三、卡尼尔
- 四、美宝莲
- 五、巴黎欧莱雅
- 六、兰蔻
- 七、薇姿

第二节 美国宝洁公司 (procter&gamble)

- 一、公司简介
- 二、宝洁经营状况
- 三、玉兰油
- 四、skii
- 五、沙宣
- 六、舒肤佳

第三节 美国安利公司 (amway)

- 一、公司简介
- 二、雅姿
- 三、丝婷
- 四、雅蜜

第四节 雅诗兰黛 (esteelauder)

- 一、公司简介
- 二、雅诗兰黛旗下品牌
- 三、雅诗兰黛公司经营状况

第五节 美国雅芳 (avon)

- 一、公司简介
- 二、雅芳经营状况
- 三、雅芳品牌在华销售情况分析

第六节 日本资生堂 (shiseido)

- 一、公司简介
- 二、资生堂经营状况
- 三、欧珀莱
- 四、思魅欧珀莱
- 五、uno (吾诺)
- 六、za
- 七、urara悠莱

第七节 爱茉莉集团

- 一、公司简介
- 二、爱茉莉集团经营状况
- 三、iope
- 四、兰芝
- 五、爱丽
- 六、雪花秀

第八节 英国联合利华 (unilever)

- 一、公司简介
- 二、联合利华公司经营状况
- 三、旁氏
- 四、力士

第二十章 2023年国内化妆品重点企业关键性数据分析

第一节 上海家化联合股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业成长能力分析

第二节 索芙特股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业成长能力分析

第三节 玫琳凯 (中国) 化妆品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业成长能力分析

第四节 雅芳（中国）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业成长能力分析

第五节 天津郁美净集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业成长能力分析

第六节 妮维雅（上海）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业成长能力分析

第七节 四川可采实业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业成长能力分析

第八节 江苏东洋之花化妆品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业成长能力分析

第五部分 发展趋势及投资分析

第二十一章 2017-2029年中国化妆品投资可行性分析

第一节 投资基本概况

- 一、化妆品的产业特性
- 二、化妆品产业的赢利模式剖析
- 三、化妆品项目投资的主要优势
- 四、中国渐成化妆品投资的热点市场

第二节 2017-2029年中国化妆品的投资前景分析

- 一、我国化妆品市场投资存在的商机
- 二、我国化妆品行业口服美容产品投资潜力大
- 三、药妆美肤品市场投资前景看好
- 四、芦荟化妆品的前景和开发

第三节 2017-2029年中国化妆品投资面临的问题及建议分析

- 二、化妆品行业投资风险因素
- 三、化妆品企业投资经营策略
- 四、中药化妆品的投资策略

第二十二章 2017-2029年中国化妆品行业发展前景预测分析

第一节 2017-2029年中国化妆品行业的发展趋势

- 一、全球化妆品市场的发展趋势探析
- 二、绿色与有机化妆品成未来发展方向
- 三、未来化妆品包装向环保化发展

第二节 2017-2029年中国化妆品市场的发展潜力及预测

- 一、农村市场将逐渐成为重要的需求来源
- 二、高校化妆品市场的发展潜力巨大
- 三、2017-2029年中国化妆品制造行业预测分析
- 四、“十三五”时期中国化妆品行业发展目标

图表目录

图表 消费购买行为分类

图表 中国化妆品制造行业从业人数

图表 2017-2022年我国化妆品制造行业产成品增长情况

图表 2017-2022年我国化妆品制造行业工业销售情况

图表 2017-2022年我国化妆品制造业总产值

图表 2017-2022年我国护肤品制造业总产值

图表 2017-2022年我国化妆品制造行业出口交货值

图表 2017-2022年我国化妆品制造行业销售成本

图表 2017-2022年我国化妆品制造行业费用分析

图表 2017-2022年我国化妆品制造行业主要盈利指标分析

图表 2017-2022年我国化妆品制造行业资产规模增长情况

.....

图表 2023年护肤品牌搜索指数

图表 2023年护肤品牌关注度排行

图表 2023年top5护肤品牌分月检索量

图表 2023年护肤品产品类型关注排行

图表 2023年护肤品top5分月检索量

图表 原料厂商环节 企业分布情况

图表 2017-2029年中国护肤品行业工业总产值预测

图表 2017-2022年我国护肤品产量

图表 2023年我国化妆品行业各分支比重数据

图表 2017-2022年中国化妆品市场销售额

图表 2017-2022年我国彩妆市场销售额

图表 2017-2022年护肤品牌top10市场份额

图表 2017-2022年中国彩妆品牌top10市场份额

图表 2017-2022年我国化妆品的市场零售额

图表 化妆品产业链的确定及各环节 企业分布情况

.....

图表 2023年男士化妆品日均检索量

图表 2023年男性肌肤问题关注度排行

图表 2023年男士护肤品牌关注度情况

图表 分销商环节 企业分布情况

图表 oem厂商环节 企业分布情况

图表 化妆品厂商环节 中智林—济研：企业分布情况

图表 上海家化联合股份有限公司偿债能力分析

图表 上海家化联合股份有限公司资本结构分析

图表 上海家化联合股份有限公司经营效率分析

图表 上海家化联合股份有限公司获利能力分析

图表 上海家化联合股份有限公司发展能力分析

图表 上海家化联合股份有限公司现金流量分析

图表 上海家化联合股份有限公司投资收益分析

图表 上海家化联合股份有限公司行业构成分析

图表 上海家化联合股份有限公司分地区业务分析

图表 2023年业绩情况

图表 索芙特股份有限公司偿债能力分析

图表 索芙特股份有限公司资本结构分析

图表 索芙特股份有限公司经营效率分析

图表 索芙特股份有限公司获利能力分析

图表 索芙特股份有限公司发展能力分析

图表 索芙特股份有限公司现金流量分析

图表 索芙特股份有限公司投资收益分析

图表 索芙特股份有限公司业务构成分析

图表 索芙特股份有限公司分地区业务分析

图表 索芙特股份有限公司业务产品构成

略.....

订阅“2023-2029年中国化妆品市场现状研究分析与发展前景预测报告”，编号：1A21802，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/2/80/HuaZhuangPinShiChangDiaoChaBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！