

2025-2030 年中国化妆品行业深度调研 与投资战略预测报告

Annual Research and Consultation Report of Panorama Survey
and Development Strategy on China Industry

(中国企业高层战略决策参考必备)



关注微信，
行业干货，
财经资讯，
一手掌握。

2025 年度版
中国行业研究咨询报告系列
中研普华决策参考

● 行业研究咨询报告 (推荐指数★★★★★)

《中国行业研究咨询报告》是中研普华依托国家统计局、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。凭借中研普华在其多年的行业研究经验基础上建立起的完善产业研究体系，一整套的产业研究方法始终处于行业领先地位，是目前国内覆盖面最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的行业研究报告系列。

《中国行业研究咨询报告》充分体现了中研普华所特有的与国际接轨的咨询背景和专家智力资源的优势，以客户需求为导向，以行业为主线，全面整合行业、市场、企业等多层面信息源，依据权威数据和科学的分析体系，在研究领域上突出全方位特色，着重从行业发展的方向、格局和政策环境，帮助客户评估行业投资价值，准确把握行业发展趋势，寻找最佳营销机会与商机，具有相当的预见性和权威性，是企业领导人制定发展战略、风险评估和投资决策的重要参考。

我们的优势：

丰富的专家资源和信息资源：中研普华依托国家发展改革委和国家信息中心系统丰富的数据资源，建成了独具特色和覆盖全面的产业监测体系。同时，与国内众多研究机构和专家有着密切的合作关系。

《中国行业研究咨询报告》全部由国内一流经济学家、行业专家作为顾问，由多年从事相关行业的资深研究员撰写，他们长期专门从事行业研究，掌握着大量的第一手资料，加上我们严格的审稿制度，使报告的质量都有充分的保证。

行业覆盖范围广、针对性强：中研普华《中国行业研究咨询报告》的入选行业普遍具有市场前景好、行业竞争激烈和企业重组频繁等特征。我们在对行业进行综合分析的同时，还对其中重要的细分行业或产品进行单独分析。其信息量大，实用性强是任何同类产品难以企及的。

内容全面、论述生动：中研普华《中国行业研究咨询报告》在研究内容上突出全方位特色，报告以本年度最新数据的实证描述为基础，全面、深入、细致地分析各行业的市场供求、进出口形势、投资状况、发展趋势和政策取向以及主要企业的运营状况，提出富有见地的判断和投资建议；在形式上，报告以丰富的数据和图表为主，突出文章的可读性和可视性，避免套话和空话。报告附加了与行业相关的数据、政策法规目录、主要企业信息及行业的大事记等，为投资者和业界人士提供了一幅生动的行业全景图。

深入的洞察力和预见力：我们不仅研究国内市场，对国际市场也一直在进行职业的观察和分析，因此我们更能洞察这些行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在。我们有 100 多位专家的智慧宝库为您提供决策的洞察这些行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在。

有创造力和建设意义的策略：对行业或具体产品的投资特性、市场规模、供求状况、行业竞争状况（结构与主要竞争企业）、发展趋势等进行分析 and 论证，寻求规律、发展机会、现存问题的解决方案、做大做强的对策等等。

一、报告简介 PROFILE

2025-2030 年中国化妆品行业深度调研与投资战略预测报告		
【出版日期】 2025 年 5 月	【报告页码】 223 页	【图表数量】 65 个
【中文全套】 RMB 13000	【中文电子】 RMB 12500	【中文印刷】 RMB 12500
【英文全套】 USD 6500	【英文电子】 USD 6000	【英文印刷】 USD 6000
【全国热线】 400-856-5388 400-086-5388 全国免费热线		中研普华公司介绍
【订阅热线】 0755-25425716 25425726 25425736		了解中研普华的实力
【订阅热线】 0755-25425756 25425776 25425706		下载征订表
【版权声明】 本报告由中国产业研究院出品，报告版权归中研普华公司所有。本报告是中研普华公司的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中研普华公司书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中研普华公司有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中研普华公司是中国成立时间最长，拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推荐一种“ 鉴别咨询公司实力的主要方法 ”。		

化妆品是指以涂抹、喷洒或者其他类似方法，散布于人体表面的任何部位，如皮肤、毛发、指趾甲、唇齿等，以达到清洁、保养、美容、修饰和改变外观，或者修正人体气味，保持良好状态为目的的化学工业品或精细化工产品。

化妆品行业作为消费升级的核心赛道，承载着消费者对“美丽经济”与“健康生活”的双重需求。Z 世代（1995-2009 年出生）成为消费主力军，以及“她经济”“他经济”“银发经济”多元需求的爆发，化妆品行业正经历从“基础护肤”向“科技抗衰”“精准护肤”的范式转变。本报告将化妆品行业定义为：以个人护理与美容为核心，涵盖基础护肤、彩妆、洗护发、香水、功能性护肤品等细分领域，通过研发创新、品牌营销及渠道变革实现价值增值的消费产业，其产业链覆盖原料供应、生产制造、品牌运营、零售终端及消费者服务全环节。

本报告最大的特点就是前瞻性和适时性。报告根据化妆品行业的发展轨迹及多年的实践经验，对行业未来的发展趋势做出审慎分析与预测，是化妆品行业企业、科研单位、销售企业、投资企业准确了解行业当前最新发展动态，把握市场机会，做出正确经营决策和明确企业发展方向不可多得的精品，也是业内第一份对行业上下游产业链以及行业重点企业进行全面系统分析的重量级报告。

本报告将帮助化妆品行业企业、科研单位、销售企业、投资企业准确了解行业当前最新发展动向，及早发现行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点……，前瞻性的把握行业未被满足的市场需求和趋势，形成企业良好的可持续发展优势，有效规避行业投资风险，更有效率地巩固或者拓

展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。

二、报告目录 CONTENTS

第一章 化妆品行业相关概述

第一节 化妆品简介

- 一、化妆品的定义
- 二、化妆品的作用
- 三、化妆品的分类

第二节 化妆品行业的地位分析

- 一、行业在国民经济中的地位
- 二、行业目前所处的生命周期
- 三、行业在所处产业链中地位

第三节 化妆品行业产业链相关市场分析

一、原材料市场分析

- (一) 天然油脂原料
- (二) 合成油脂原料
- (三) 粉质原料
- (四) 胶质原料
- (五) 表面活性剂

二、包装市场分析

- (一) 纸质包装
- (二) 玻璃包装
- (三) 塑料包装
- (四) 铝包装

第四节 化妆品行业统计标准

- 一、行业统计部门和口径
- 二、行业统计方法

第二章 国际化妆品市场运行概况

第一节 国际化妆品市场的总体概况

- 一、世界化妆品行业发展概况
- 二、世界名牌化妆品特点分析
- 三、世界知名化妆品品牌分析
- 四、世界知名化妆品行业前景

第二节 世界化妆品行业区域发展分析

- 一、美国化妆品行业发展分析

二、日本化妆品行业发展分析

三、法国化妆品行业发展分析

四、欧盟化妆品行业发展分析

五、韩国化妆品行业发展分析

第三节 世界化妆品企业及品牌分析

一、欧莱雅（loreal）

（一）企业基本情况概述

（二）企业产品结构分析

（三）企业品牌发展分析

（四）企业经营情况分析

（五）企业在华营销策略分析

（六）企业在华投资情况

二、宝洁（p&g, procter&gamble）

（一）企业基本情况概述

（二）企业产品结构分析

（三）企业品牌发展分析

（四）企业经营情况分析

（五）企业营销策略分析

（六）企业在华投资情况

三、联合利华（unilever）

（一）企业基本情况概述

（二）企业产品结构分析

（三）企业品牌发展分析

（四）企业经营情况分析

（五）企业投资策略分析

（六）企业在华投资情况

四、雅芳（avon）

（一）企业基本情况概述

（二）企业产品结构分析

（三）企业品牌发展分析

（四）企业经营情况分析

（五）企业营销策略分析

（六）企业在华投资情况

五、资生堂（shiseido）

（一）企业基本情况概述

（二）企业产品结构分析

(三) 企业品牌发展分析

(四) 企业经营情况分析

(五) 企业营销策略分析

(六) 企业在华投资情况

六、安利 (amway)

(一) 企业基本情况概述

(二) 企业产品结构分析

(三) 企业品牌发展分析

(四) 企业经营情况分析

(五) 企业营销策略分析

(六) 企业在华投资情况

七、雅诗兰黛 (ESTÉE LAUDER)

(一) 企业基本情况概述

(二) 企业产品服务分析

(三) 企业品牌发展分析

(四) 企业经营情况分析

(五) 企业营销策略分析

(六) 企业在华投资情况

八、如新 (nu skin)

(一) 企业基本情况概述

(二) 企业产品结构分析

(三) 企业经营情况分析

(四) 企业竞争优势分析

(五) 企业营销策略分析

(六) 企业在华投资情况

九、花王株式会社

(一) 企业基本情况概述

(二) 企业产品结构分析

(三) 企业品牌发展分析

(四) 企业经营情况分析

(五) 企业在华投资情况

十、爱茉莉 (amore)

(一) 企业基本情况概述

(二) 企业产品结构分析

(三) 企业品牌发展分析

(四) 企业营销策略分析

（五）企业在华投资情况

第三章 中国化妆品行业发展环境分析

第一节 中国宏观经济发展环境分析

一、中国 gdp 增长情况

（一）中国 gdp 增长状况

（二）行业与 gdp 的关联性分析

二、居民人均收入变化

（一）居民人均收入变化情况

（二）行业与居民收入的关联性分析

第二节 中国化妆品行业政策环境分析

一、化妆品行业政策动向

（一）中国化妆品监管机构及职责

（二）中国化妆品被监管对象及特点

（三）中国化妆品监管的最新进展

（四）中国化妆品行业新政策解读

（五）国家引导防晒类护肤品消费

（六）国家规范化妆品产品技术要求

（七）国家完善化妆品安全风险评估

（八）《化妆品生产企业卫生规范》

（九）《化妆品卫生监督条例》

（十）《化妆品卫生监督条例实施细则》

（十一）《进出口化妆品监督检验管理办法》

二、化妆品行业发展规划

（一）行业规模规划

（二）行业企业规划

（三）行业品牌规划

（四）行业产品规划

第三节 化妆品行业技术环境分析

一、化妆品行业技术发展现状

二、化妆品行业的新技术

三、化妆品行业的新原料

四、化妆品技术开发研究方向

第四节 化妆品行业消费环境分析

一、消费群体变化分析

二、消费观念变化分析

三、消费者心理研究

- (一) 消费者价值心理
- (二) 消费者规范心理
- (三) 消费者习惯心理
- (四) 消费者身份心理
- (五) 消费者情感心理

四、消费者行为研究

- (一) 女性消费者行为研究
- (二) 男性消费者行为研究
- (三) 儿童消费者行为研究
- (四) 中老年消费者行为研究
- (五) 低收入消费者行为研究
- (六) 高收入消费者行为研究

第四章 2022-2024 年中国化妆品制造所属行业经济运行分析

第一节 2022-2024 年中国化妆品行业发展分析

第二节 2022-2024 年中国化妆品所属行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、资产规模增长分析
- 三、销售规模增长分析
- 四、利润规模增长分析

第三节 2022-2024 年中国化妆品所属行业成本费用分析

- 一、销售成本统计
- 二、主要费用统计

第四节 2022-2024 年中国化妆品所属行业运营效益分析

- 一、偿债能力分析
- 二、盈利能力分析
- 三、运营能力分析

第五章 2022-2024 年中国化妆品行业市场总体运行态势

第一节 中国化妆品市场总体概况

- 一、中国化妆品市场规模分析
- 二、中国化妆品市场特点分析
- 三、中国化妆品市场结构分析
- 四、化妆品区域市场结构分析

第二节 中国化妆品区域市场分析

- 一、华东地区化妆品市场分析
 - 二、华中地区化妆品市场分析
 - 三、华北地区化妆品市场分析
 - 四、东北地区化妆品市场分析
 - 五、西北地区化妆品市场分析
 - 六、华南地区化妆品市场分析
 - 七、西南地区化妆品市场分析
- 第三节 中国化妆品市场存在的问题

- 一、化妆品市场总体问题分析
 - 二、化妆品市场的卫生问题
 - 三、化妆品市场薄弱环节
- 第四节 中国化妆品市场发展的对策分析
- 一、化妆品市场发展总体对策
 - 二、化妆品市场卫生问题的对策
 - 三、化妆品行业地位提升的对策

第六章 2022-2024 年中国化妆品所属行业进出口状况分析

- 第一节 2022-2024 年中国护肤品进出口分析
- 一、2022-2024 年中国护肤品进出口分析
 - 二、2022-2024 年中国护肤品进出口均价
 - 三、2024 年中国护肤品进出口流向
 - 四、2024 年中国护肤品进出口省市
- 第二节 2022-2024 年中国香水及花露水所属行业进出口分析
- 一、2022-2024 年中国香水及花露水进出口分析
 - 二、2022-2024 年中国香水及花露水所属行业进出口均价
 - 三、2024 年中国香水及花露水进出口流向
 - 四、2024 年中国香水及花露水进出口省市
- 第三节 2022-2024 年中国护发品所属行业进出口分析
- 一、2022-2024 年中国护发品所属行业进出口分析
 - 二、2022-2024 年中国护发品所属行业进出口均价
 - 三、2024 年中国护发品进出口流向
 - 四、2024 年中国护发品进出口省市

第七章 中国护肤品市场发展分析

- 第一节 护肤品市场发展现状分析
- 一、护肤品市场发展历程

二、护肤品市场发展特点

三、护肤品市场规模分析

四、护肤品市场产品结构

第二节 护肤品市场竞争格局分析

一、现有品牌间竞争

二、潜在进入者威胁

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、消费者议价能力

第三节 不同档次护肤品市场格局

一、高档护肤品品牌市场格局

（一）高档护肤品市场容量

（二）高档护肤品品牌竞争

二、中档护肤品品牌市场格局

（一）中档护肤品市场容量

（二）中档护肤品品牌竞争

三、大众护肤品品牌市场格局

（一）大众护肤品市场容量

（二）大众护肤品品牌竞争

第四节 护肤品细分市场分析

一、美白类产品市场分析

二、保湿类产品市场分析

三、防晒类产品市场分析

四、紧致产品分析

五、抗脂紧致产品市场分析

第五节 面膜市场发展分析

一、面膜市场现状分析

二、面膜市场销售总额

三、面膜市场的渗透率

四、面膜购买渠道分析

五、面膜购买影响因素

六、不同价格产品结构

第八章 中国发用化妆品市场发展分析

第一节 发用化妆品市场发展现状

一、发用化妆品市场发展特点

二、发用化妆品市场规模分析

三、发用化妆品市场产品结构

第二节 发用化妆品市场竞争分析

一、发用化妆品企业竞争分析

二、发用化妆品品牌竞争分析

三、发用化妆品细分产品分析

第三节 发用化妆品细分市场规模分析

一、不同档次发用化妆品市场规模

（一）高档发用化妆品市场规模

（二）大众发用化妆品市场规模

二、发用化妆品细分产品市场规模

（一）染发剂市场规模

（二）护发素市场规模

（三）洗发水市场规模

（四）定型剂市场规模

（五）防脱产品市场规模

（六）沙龙护理市场规模

第九章 中国彩妆市场发展分析

第一节 彩妆市场发展现状

一、彩妆市场发展特点

二、彩妆市场规模分析

三、彩妆市场产品结构

四、彩妆消费市场特点

第二节 彩妆市场竞争分析

一、彩妆企业竞争格局

二、彩妆品牌竞争格局

三、彩妆细分产品格局

第三节 彩妆细分市场规模及品牌分析

一、不同档次彩妆市场规模

（一）高档彩妆市场规模

（二）大众彩妆市场规模

二、彩妆细分产品市场品牌市场占有率

（一）眼部彩妆市场品牌市场占有率

（二）脸部彩妆市场品牌市场占有率

（三）唇部彩妆市场品牌市场占有率

（四）美甲产品市场品牌市场占有率

第十章 中国防晒品市场发展分析

第一节 防晒品市场发展现状

- 一、防晒品市场发展特点
- 二、防晒品市场规模分析
- 三、防晒品市场产品结构
- 四、防晒品消费市场特点

第二节 防晒品市场竞争分析

- 一、防晒品企业竞争格局
- 二、防晒品品牌竞争格局
- 三、防晒品细分产品格局

第三节 防晒品细分市场格局

- 一、不同档次防晒产品市场格局
 - （一）高档防晒产品市场格局
 - （二）大众防晒产品市场格局
- 二、防晒品细分产品市场规模
 - （一）晒后修复市场规模
 - （二）日晒防护市场规模

第十一章 中国香水市场发展分析

第一节 香水市场发展现状

- 一、香水市场规模分析
- 二、香水市场产品结构
- 三、香水消费市场特点

第二节 香水市场竞争分析

- 一、香水企业竞争格局
- 二、香水品牌竞争格局
- 三、香水细分产品格局

第三节 香水细分市场规模分析

- 一、不同档次香水市场规模
 - （一）高档香水市场规模
 - （二）大众香水市场规模
- 二、香水细分产品市场规模
 - （一）女士香水市场规模
 - （二）男士香水市场规模

第十二章 中国各类型化妆品市场分析

第一节 按产品档次划分细分市场分析

一、高端化妆品市场分析

- (一) 高端化妆品品牌关注度分析
- (二) 高端化妆品市场现状分析
- (三) 高端化妆品营销渠道及策略

二、大众化妆品市场分析

- (一) 大众化妆品品牌关注度分析
- (二) 大众化妆品市场现状分析
- (三) 大众化妆品营销渠道及策略

第二节 潜力产品细分市场分析与趋势分析

一、婴儿护肤品市场分析与趋势分析

- (一) 婴儿护肤品主要产品种类
- (二) 婴儿护肤品品牌竞争格局
- (三) 婴儿护肤品市场消费者分析
- (四) 婴儿护肤品营销渠道及策略
- (五) 婴儿护肤品市场的趋势预测

二、男性化妆品市场分析与趋势分析

- (一) 男性化妆品关注度分析

1、男性化妆品搜索指数

2、男性关注清洁产品

3、男性关注化妆品品牌排名

- (二) 男性化妆品市场现状
- (三) 男性化妆品竞争力分析
- (四) 男性化妆品营销渠道
- (五) 男性化妆品市场前景

三、中老年化妆品市场分析与趋势分析

- (一) 中老年化妆品产品需求种类
- (二) 中老年化妆品市场现状分析
- (三) 中老年化妆品市场营销分析
- (四) 中老年化妆品市场趋势预测

第三节 热点产品细分市场分析与趋势分析

一、药妆市场发展现状及趋势分析

- (一) 药妆定义及主要分类
- (二) 药妆市场的政策规范

- (三) 国外药妆市场现状
- (四) 国内药妆市场现状
- (五) 国内药妆市场竞争格局
- (六) 国内药妆市场存在问题
- (七) 国内药妆市场趋势分析

二、有机/天然化妆品市场发展现状及趋势分析

- (一) 有机/天然化妆品的定义与认证
- (二) 全球有机/天然化妆品市场现状
- (三) 有机/天然化妆品的政策规范
- (四) 有机/天然化妆品的品牌分析
- (五) 有机/天然化妆品的趋势分析

第十三章 中国化妆品行业营销模式分析

第一节 化妆品直销模式分析

- 一、化妆品直销特征
- 二、化妆品直销类型
- 三、化妆品直销优势
- 四、化妆品直销现状
- 五、化妆品直销竞争
- 六、化妆品直销案例
 - (一) 雅芳直销案例分析
 - (二) 安利直销案例分析
 - (三) 完美直销案例分析
 - (四) 玫琳凯直销案例分析

第二节 化妆品连锁经营模式分析

- 一、化妆品连锁经营特征
- 二、化妆品连锁经营优势
- 三、化妆品连锁经营现状
- 四、化妆品连锁经营前景

第三节 化妆品梯度营销模式分析

- 一、梯度营销的必要性
- 二、化妆品渠道梯度营销
- 三、化妆品品牌梯度营销
- 四、化妆品价格梯度营销
- 五、化妆品促销梯度营销
- 六、化妆品服务梯度营销

七、化妆品消费者梯度营销

第十四章 中国化妆品行业营销渠道分析

第一节 化妆品传统营销渠道分析

一、商场专柜渠道分析

- (一) 渠道发展现状
- (二) 渠道发展优势
- (三) 渠道趋势预测

二、超市卖场渠道分析

- (一) 渠道发展现状
- (二) 渠道发展优势
- (三) 渠道趋势预测

三、专营店渠道分析

- (一) 渠道发展现状
- (二) 渠道发展优势
- (三) 渠道趋势预测

四、连锁专卖渠道分析

- (一) 渠道发展现状
- (二) 渠道发展优势
- (三) 渠道趋势预测

五、药店零售渠道分析

- (一) 渠道发展现状
- (二) 渠道发展优势
- (三) 渠道趋势预测

第二节 化妆品电商渠道发展分析

一、化妆品电商市场发展现状

- (一) 化妆品电商行业总体态势
- (二) 化妆品的网购渗透率走势
- (三) 化妆品网购交易规模分析
- (四) 化妆品网购企业市场份额

二、化妆品电商发展模式分析

- (一) b2b 模式
- (二) b2c 模式
- (三) c2c 模式

三、化妆品电商典型平台分析

- (一) 天猫/淘宝

- (二) 京东商城
- (三) 乐蜂网
- (四) 聚美优品
- (五) 天天网
- (六) 知我药妆
- (七) 米奇网

第十五章 中国化妆品行业营销策略分析

第一节 化妆品行业产品策略分析

- 一、品牌定位策略
- 二、产品组合策略
- 三、产品差异化策略
- 四、新产品开发策略
- 五、产品生命周期运用策略

第二节 化妆品行业定价策略分析

- 一、成本导向定价策略
- 二、竞争导向定价策略
- 三、顾客导向定价策略

第三节 化妆品行业促销策略分析

- 一、广告促销策略
- 二、活动促销策略
- 三、促销案例分析

第十六章 中国化妆品行业重点省市市场竞争分析

第一节 广东省化妆品行业市场竞争及前景

- 一、广东省化妆品消费特征分析
- 二、广东省化妆品行业运行态势
- 三、广东省化妆品市场供需分析
- 四、广东省化妆品市场竞争格局
- 五、广东省化妆品市场趋势预测

第二节 江苏省化妆品行业市场竞争及前景

- 一、江苏省化妆品消费特征分析
- 二、江苏省化妆品行业运行态势
- 三、江苏省化妆品市场供需分析
- 四、江苏省化妆品市场竞争格局
- 五、江苏省化妆品市场趋势预测

第三节 上海市化妆品行业市场竞争及前景

- 一、上海市化妆品消费特征分析
- 二、上海市化妆品行业运行态势
- 三、上海市化妆品市场供需分析
- 四、上海市化妆品市场竞争格局
- 五、上海市化妆品市场趋势预测

第四节 安徽省化妆品行业市场竞争及前景

- 一、安徽省化妆品消费特征分析
- 二、安徽省化妆品行业运行态势
- 三、安徽省化妆品市场供需分析
- 四、安徽省化妆品市场竞争格局
- 五、安徽省化妆品市场趋势预测

第五节 浙江省化妆品行业市场竞争及前景

- 一、浙江省化妆品消费特征分析
- 二、浙江省化妆品行业运行态势
- 三、浙江省化妆品市场供需分析
- 四、浙江省化妆品市场竞争格局
- 五、浙江省化妆品市场趋势预测

第六节 北京市化妆品行业市场竞争及前景

- 一、北京市化妆品消费特征分析
- 二、北京市化妆品行业运行态势
- 三、北京市化妆品市场供需分析
- 四、北京市化妆品市场竞争格局
- 五、北京市化妆品市场趋势预测

第七节 湖北省化妆品行业市场竞争及前景

- 一、湖北省化妆品消费特征分析
- 二、湖北省化妆品行业运行态势
- 三、湖北省化妆品市场供需分析
- 四、湖北省化妆品市场竞争格局
- 五、湖北省化妆品市场趋势预测

第十七章 中国化妆品行业重点企业竞争分析

第一节 上海家化联合股份有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营状况分析

四、企业经济指标分析

五、企业品牌发展分析

六、企业销售网络分布

第二节 上海相宜本草化妆品股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济效益分析

五、企业成本费用分析

六、企业销售网络分布

第三节 索芙特股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业品牌发展分析

六、企业销售网络分布

第四节 霸王国际集团

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济指标分析

五、企业品牌发展分析

六、企业销售网络分布

第五节 北京大宝化妆品有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济效益分析

五、企业成本费用分析

六、企业品牌发展分析

第六节 广东拉芳日化有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济效益分析

五、企业成本费用分析

六、企业品牌发展分析

第七节 江苏隆力奇集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济效益分析

五、企业成本费用分析

六、企业销售网络分布

第八节 联合利华（中国）有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济效益分析

五、企业成本费用分析

六、企业竞争优势分析

第九节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济效益分析

五、企业成本费用分析

六、企业发展战略分析

第十节 上海卓多姿中信化妆品有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经济效益分析

五、企业成本费用分析

六、企业发展战略分析

第十八章 2025-2030 年中国化妆品市场趋势调查

第一节 2025-2030 年中国化妆品行业的发展趋势

一、化妆品行业总体发展走向

二、化妆品需求市场发展趋势

三、化妆品产品发展趋势分析

四、化妆品营销渠道发展趋势

第二节 2025-2030 年中国化妆品市场规模预测

- 一、2025-2030 年中国化妆品市场规模预测
- 二、2025-2030 年高档化妆品市场规模预测
- 三、2025-2030 年大众化妆品市场规模预测

第三节 2025-2030 年中国化妆品细分市场趋势分析

- 一、2025-2030 年护肤品市场趋势分析
 - (一) 2025-2030 年护肤品市场规模预测
 - (二) 2025-2030 年护肤品细分市场预测
- 二、2025-2030 年发用化妆品市场趋势分析
 - (一) 2025-2030 年发用化妆品市场规模预测
 - (二) 2025-2030 年发用化妆品市场结构预测
- 三、2025-2030 年彩妆市场趋势分析
 - (一) 2025-2030 年彩妆市场规模预测
 - (二) 2025-2030 年彩妆细分市场预测
- 四、2025-2030 年防晒品市场趋势分析
 - (一) 2025-2030 年防晒品市场规模预测
 - (二) 2025-2030 年防晒品细分市场预测
- 五、2025-2030 年香水市场趋势分析
 - (一) 2025-2030 年香水市场规模预测
 - (二) 2025-2030 年香水细分市场预测

第四节 2025-2030 年中国化妆品各区域市场规模预测

- 一、2025-2030 年华东地区市场规模预测
- 二、2025-2030 年华中地区市场规模预测
- 三、2025-2030 年华北地区市场规模预测
- 四、2025-2030 年东北地区市场规模预测
- 五、2025-2030 年西北地区市场规模预测
- 六、2025-2030 年华南地区市场规模预测
- 七、2025-2030 年西南地区市场规模预测

第十九章 2025-2030 年中国化妆品行业投资分析

第一节 化妆品行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒分析
 - (一) 技术壁垒
 - (二) 渠道壁垒
 - (三) 品牌壁垒

二、行业投资机会分析

- (一) 95 后将带动行业消费增长
- (二) 渠道下沉扩大市场容量
- (三) 中国的高消费时代到来
- (四) 产业升级成本将会压缩
- (五) 网络市场加快市场开拓

第二节 化妆品行业投资前景分析

- 一、行业政策波动风险
- 二、行业技术落后风险
- 三、行业市场竞争风险
- 四、行业企业内部风险
- 五、行业宏观经济波动风险
- 六、行业产品结构变动风险
- 七、行业其他相关风险

第三节 化妆品行业投资建议

- 一、强化本土品牌的本土特色
- 二、注重跟踪研发和合作研发策略
- 三、从趋势性技术寻找市场机会
- 四、积极申请专利技术学会自我保护

图表目录

- 图表：化妆品分类（按使用目的分）
- 图表：化妆品分类（按使用部位分）
- 图表：2022-2024 年中国化妆品行业市场规模及增长率（按细分领域：护肤/彩妆/洗护等）
- 图表：2025-2030 年中国化妆品行业市场规模预测（分场景：线上/线下/跨境）
- 图表：2022-2024 年中国化妆品行业人均消费支出及同比增速
- 图表：2025-2030 年全球与中国化妆品市场占比对比及预测
- 图表：2022-2024 年中国化妆品行业细分市场占比（护肤/彩妆/功效性产品等）
- 图表：2022-2024 年中国化妆品消费者年龄分布及变化趋势
- 图表：2025-2030 年 Z 世代（95 后）与银发群体消费偏好预测
- 图表：2022-2024 年中国化妆品消费场景占比（自用/礼赠/体验型消费）
- 图表：2025-2030 年男性化妆品市场渗透率及规模预测
- 图表：2022-2024 年消费者关注化妆品功效 TOP10（抗衰/修护/美白等）
- 图表：2022-2024 年中国化妆品行业线上渠道占比及增速（电商/直播/私域）
- 图表：2025-2030 年线下渠道转型方向占比（体验店/即时零售/智慧门店）
- 图表：2022-2024 年头部化妆品品牌数字化营销投入占比

图表：2025-2030 年 AI 技术在化妆品行业应用场景预测（肤质检测/个性化推荐等）

图表：2022-2024 年中国化妆品行业跨境贸易规模及增速

图表：2022-2024 年化妆品行业专利申请量及技术分布（生物技术/纳米技术等）

图表：2025-2030 年功效性化妆品技术成熟度曲线（抗衰/防晒/敏感肌护理）

图表：2022-2024 年合成生物学在化妆品原料开发中的应用案例占比

图表：2025-2030 年绿色包装材料渗透率预测（可降解/可回收/轻量化）

图表：2022-2024 年化妆品行业临床测试投入占比及政策影响

图表：2022-2024 年化妆品行业政策发布数量及关键词云图（监管/税收/环保）

图表：2025-2030 年化妆品行业合规成本占比预测（备案/检测/召回）

图表：2022-2024 年儿童化妆品专项治理政策影响分析（企业数量/产品下架率）

图表：2025-2030 年碳中和目标下化妆品企业碳足迹管理投入预测

图表：2022-2024 年跨境电商化妆品政策调整对进口品牌的影响

图表：2022-2024 年中国化妆品行业 CR10 企业市场份额及变化

图表：2025-2030 年本土品牌与国际品牌竞争策略对比（产品/渠道/价格）

图表：2022-2024 年化妆品行业并购案例数量及金额（按领域：护肤/彩妆等）

图表：2025-2030 年国货品牌出海目标市场占比预测（东南亚/中东/欧美）

图表：2022-2024 年化妆品行业 DTC 模式销售额占比及增速

图表：2022-2024 年中国化妆品行业上游原料供应商集中度（CR5）

图表：2025-2030 年化妆品原料国产替代率预测（玻尿酸/胶原蛋白等）

图表：2022-2024 年化妆品行业物流成本占比及优化方向（智能仓储/绿色运输）

图表：2025-2030 年区域产业集群竞争力对比（长三角/珠三角/川渝）

图表：2022-2024 年化妆品行业投资金额及案例数量（按轮次：天使/A 轮/PE）

图表：2025-2030 年化妆品行业投资热点领域预测（功效护肤/男性经济/出海）

图表：2022-2024 年化妆品行业估值溢价率及退出案例分析（IPO/并购）

图表：2025-2030 年化妆品行业潜在风险矩阵（政策/技术/舆情）

图表：2022-2024 年化妆品行业 ESG 评级分布及投资关联度

图表：2022-2024 年中国化妆品行业下沉市场（三线及以下城市）渗透率及增速

图表：2025-2030 年县域市场化妆品消费增速预测（分品类：护肤/彩妆）

图表：2022-2024 年海南自贸港化妆品进口额及政策红利影响

图表：2025-2030 年粤港澳大湾区化妆品产业协同效应指数

图表：2022-2024 年西部地区化妆品消费增速与全国均值对比

图表：2022-2024 年化妆品行业环保包装材料使用占比及成本变化

图表：2025-2030 年零残忍化妆品（Cruelty-Free）市场渗透率预测

图表：2022-2024 年化妆品企业公益投入占比及消费者好感度关联

图表：2025-2030 年化妆品行业循环经济模式覆盖率预测（回收/再利用）

图表：2022-2024 年 ESG 评级对化妆品企业融资成本的影响系数

订阅报告，请来电咨询 400-856-5388 400-086-5388

- ①.请详细填写封底客户征订表后传真给我们
- ②.通过银行转帐、邮局汇款形式支付购买报告款项
- ③.我们收到汇款凭证后，特快专递报告或者发送报告邮件
- ④.款项到帐后快递款项发票
- ⑤.大批量采购报告可享受会员优惠，详情来电咨询

全程配有客服专员为您提供贴心服务

三、公司介绍 COMPANY

中研普华集团创始于 1998 年，是中国领先的产业研究专业机构，公司致力于为企业中高层管理人员、企事业发展研究部门人员、市场投资人士、投行及咨询行业人士、投资专家等提供各行业丰富翔实的市场研究资料和商业竞争情报；为国内外的行业企业、研究机构、社会团体和政府部门提供专业的行业市场研究、商业分析、投资咨询、市场战略咨询等服务。公司经历 20 多年的发展，现已成为中国领先的细分市场研究机构及金融咨询领域权威专家。我们拥有多年的投资银行、企业上市一体化服务、市场调研、细分行业研究、项目可行性研究及投资咨询专业经验。目前，中研普华已经为上万家包括政府机构、银行、研究所、行业协会、咨询公司、投资公司、集团公司和各行业公司在内的单位提供了专业的产业研究报告、项目投资咨询及竞争情报研究服务，并得到客户的广泛认可；为众多企业进行了上市导向战略规划，同时也为境内外上百家上市企业进行财务辅导、行业细分领域研究和募投方案的设计，并协助其顺利上市；还协助国内多家证券公司开展 IPO 业务。

随着中国加入 WTO，中国企业将面临更多严峻挑战，市场信息显的尤为重要。中研普华将集团公司在国际市场上成功运作的商业服务模式引入中国，帮助中国企业成长，在国内外市场不断取得新的竞争优势和新的成长。在这种形势下，中研普华迅速崛起，已成为中国首屈一指的资讯服务商。面对中国新经济形势，我们以一名“辅导员”的身份，结合中国企业目前现状，为企业引进和提供最前沿的行业市场商情和企业管理资讯，通过中研普华 One Stop Service（一站式服务），秉承“管理是本质、信息是基础、效益是目的”的原则，愿意与所有具有前瞻性的中国企业分享成功实践的经验，用务实的精神和优质的服务，携手成就未来。

目前，中研普华已将客户服务总部设于深圳，信息研究中心设在北京，营销传播中心设在上海，海外资讯中心设于香港，并在广州、杭州、成都、青岛、武汉、哈尔滨等地设有分支机构。

顾问团队 CONSULTANT TEAM

中研普华始终把引进优秀的员工加盟作为公司的核心目标之一，公司员工拥有多种专业学历背景：统计学、金融学、产业经济学、市场营销学、国际贸易学、经济学、社会学、数学等数十个专业。中研普华现有 350 多名员工中，本科以上学历占 98.5%，60%具有双学位、硕士及博士学位，高级研究员 180 多名，专家顾问 45 人，市场调研专家 16 人，数据建模专家 8 人，海外咨询专家 5 人，公司大多数员工曾在国内多家知名产业研究所与证券研究机构有过丰富的从业经验。高素质的专业人才是中研普华的最大财富，也是我们向客户提供优质服务的保证。

业务范围 BUSINESS SCOPE

中研普华业务范围主要囊括了细分产业领域研究、IPO 咨询、并购与重组、投资咨询、项目可行性分析、行业市场研究、市场调查、商业计划书编制及营销策划咨询等领域。中研普华业务覆盖全球主要国家及地区，为外资企业注资中国及跨国合作提供了切实高效的服务。公司 80%以上的业务主要针对大中华区实施，我们在中国大陆 220 多个主要城市设立调查网点（如北京、上海、天津、重庆、南京、武汉、成都、长沙、杭州、西安、兰州、石家庄、沈阳、济南、郑州、合肥、福州、厦门、南宁等），为客户提供专项市场调查的同时，也为市场研究及投资咨询服务提供主要的数据支

持。公司拥有在中国香港、澳门、台湾及部分海外地区实施项目的宝贵经验。公司已与国内外上百家专业调研机构建立长期合作关系，确保了跨国性项目的有效实施和执行。

细分市场研究

医疗 通讯 机电 汽车 房产 轻工
家电 日化 食品 零售 酒店 金融
传媒 建材 能源 石化 农业 文教

项目可行性研究

可行性研究 项目建议书 项目计划书
募投可研报告 项目申请报告 资金申请报告
境外投资申请 项目评估报告 投资价值报告

商业计划书

商业计划书 项目计划书 商业策划书
招商计划书 创业计划书 私募计划书
并购计划书 合作计划书 商业企划书 标书

专项市场调研

专项市场研究 产品营销研究 品牌调查研究
广告媒介研究 渠道商圈研究 满意度研究
神秘顾客调查 消费者研究 调查执行技术

兼并重组研究

兼并重组 公司兼并 企业重组 资产重组
股权重组 借壳上市 跨国并购 横向并购
纵向并购 现金并购 企业私有化

IPO 上市咨询

上市前规范 上市前咨询 上市前融资
细分市场调研 募投项目可研 发展战略规划
尽职调查 上市后服务 一体化方案

产业园区规划

产业园区规划 产业分析规划 城市/区域规划
空间规划咨询 招商策划咨询 总部经济规划
智慧城市规划 地产策划咨询 一体化服务

十五五规划

政府规划研究 产业发展规划 企业发展规划
区域发展规划 城市发展规划 战略规划研究
热点领域聚焦 热点解决方案

特色小镇

特色产业规划 申报立项 招商策划
特色小镇特征 政策汇总 评分细则
商业运营模式 经典案例 投融资模式

产业地产

项目拿地 产业定位 产业规划 产业招商
产业运营 产业新城 产业小镇 产业综合体
开发模式 关键要素 赢利模式 解决方案

核心竞争力 CORE COMPETITIVENESS

丰富的行业经验。我们针对各行业都设有产业研究组，组长均具有资深实际行业从业经验，研究组定期举办行业主题研讨会及进行典型企业走访调研，积累了丰富的行业实践经验，以此为基础，充分运用扎实的理论知识，更好的为客户提供服务。

资深的专家顾问。我们的专家团队来自于国家级科研院所、著名大学教授、以及具备成功经验的企业家，在产业研究、市场调研、投资咨询、管理咨询等领域拥有强大的专业能力，能及时有效的满足客户需求。

权威的信息数据。中研普华建立了覆盖 3000 多个细分行业市场的数据库并持续的更新。我们设有数据中心，以国家统计局部门、工商部门、行业协会、海关总署及其他战略合作机构为重要信息渠道。另外，我们拥有自己的调研队伍，运用各种调查手段和渠道，准确、及时地掌握权威信息。

科学的研究方法。我们采取专业的研究模型，如：SWOT 分析、波士顿矩阵、波特竞争力、洛伦茨曲线等；精准的数据分析，如：相关分析、方差分析、多维尺度分析、聚类分析、因子分析等；周密的调查方法，如：定性调查、定量调查等相结合的方式，力求为客户提供专业化的服务。

完善的服务体系。我们不仅为您提供专业化的研究报告，还会为您提供超值的售后服务，如：免费数据查询、行业发展建议、投资行业策略、市场深度分析、营销策划、重大展会提示等服务，给您带来完善的一站式服务。

社会影响力 SOCIAL INFLUENCE

中研普华集团是中国成立时间最长，拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构之一。中研普华始终坚持研究的独立性和公正性，其研究结论、调研数据及分析观点广泛被电视媒体、报刊杂志及企业采用。同时，中研普华的研究结论、调研数据及分析观点也大量被国家政府部门及商业门户网站转载，如中央电视台、凤凰卫视、深圳卫视、新浪财经、中国经济信息网、商务部、国资委、发改委、国务院发展研究中心（国研网）等。



了解中研普华的实力：[电视采访报道](#) [门户网站引用](#) [招股说明书引用](#) [权威媒体报道](#) [客户好评如潮](#)

客户征订表

让决策更稳健, 让投资更安全!

单位名称: _____ (盖章)
主营业务: _____
公司负责人: _____ 职务: _____
资料收件人: _____ 职务: _____
电 话: _____ 手机: _____
地 址: _____
邮 编: _____ 电子邮件: _____

报告及专项: _____ 份数: _____

服务方式: ☐ 全套版本 (含印刷版及电子版) ☐ 电子版本 (电子邮件发送) ☐ 印刷版本 (免费快递)
付款总金额: _____ 付款日期: _____

特别推荐订阅套餐

保证100%满意, 您必须拥有

- ☐ **战略套餐:** 5份研究报告, 特惠订阅费用 5万元, 自选报告或咨询客服, 全年尊享专家咨询指导及跟踪服务
套餐价值: 全面了解行业上下游产业链, 对行业脉络进行系统性梳理, 厘清产品流通各个环节, 实现企业的成长与产品的成功。
- ☐ **发展套餐:** 10份研究报告, 特惠订阅费用 8万元, 自选报告或咨询客服, 全年尊享专家咨询指导及跟踪服务
套餐价值: 充分了解行业重点领域发展态势, 准确把握市场热点变化趋势, 为营销策略的制定、企业的战略规划提供有力支持。
- ☐ **智慧套餐:** 15份研究报告, 特惠订阅费用10万元, 自选报告或咨询客服, 全年尊享专家咨询指导及跟踪服务
套餐价值: 深入了解行业细分市场及关联产业发展形势, 挖掘各领域投资机会, 延伸企业经营触角, 实现企业跨行业并购整合。
- ☐ **总裁套餐:** 20份研究报告, 特惠订阅费用12万元, 自选报告或咨询客服, 全年尊享专家咨询指导及跟踪服务
套餐价值: 多角度! 多层面! 透视各行业、各业务发展, 完善集团管控体系, 准确掌舵集团航向, 有效降低企业智力投资成本。

专项咨询定制服务

专项定制需根据企业具体要求出具项目方案, 再做出合理报价

商业计划书编制	商业计划书/项目计划书/商业策划书/招商计划书/创业计划书/私募计划书/并购方案/标书, 编制及翻译。
项目可行性研究	可行性研究/项目建议书/项目计划书/项目申请/资金申请/境外投资/项目评估/机会研究/风险评估服务。
行业市场专项调研	细分市场研究/竞争对手研究/营销研究/品牌调查/广告研究/商圈研究/消费者研究, 覆盖多行业多领域。
产业园区规划咨询	产业集群/园区规划/区域战略规划/城市新区规划/园区建设和运营/园区招商引资/园区功能服务体系等。
IPO上市咨询服务	细分市场调研/募投可研/上市前规范/上市前融资/招股说明书/上会路演/上市后服务/财经公关/再融资。

☐ 汇款至 中国建设银行

帐户名: 深圳市中研普华产业研究院有限公司
开户行: 中国建设银行深圳市分行
帐 号: 44201501100052597578

☐ 汇款至 中国工商银行

帐户名: 深圳市中研普华管理咨询有限公司
开户行: 中国工商银行深圳市分行
帐 号: 4000023009200181386



扫描二维码, 查看
更多研究
报告目录

中研普华集团™
ZERO POWER INTELLIGENCE GROUP



总部地址: 深圳市福田区滨河大道中洲湾西座 27 层 (518000)
全国统一服务热线: 400-856-5388 400-086-5388 免费电话
订阅热线: 0755- 25425716 25425726 25425736 25425706
0755- 25425756 25425776 25420896 25420806
0755- 23895086 25427856 25428586 25429596
传 真: 0755- 25429588 25428099 全年无休 24 小时服务
官方网站: 中国产业研究院 www.ChinaIRN.com 深圳/ 北京/ 上海

订阅方法: 请把征订表用正楷字填写完后传真或快递给我们, 然后通过银行付款。款到后即完成订阅手续, 产品与发票会在款到后 24 小时内以特快专递寄出。订阅传真: 0755- 25429588 25428099 7 天×24 小时 贴心服务