

2024-2030年中国化妆品及 护肤品市场深度分析与市场供需预测报告

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

《2024-2030年中国化妆品及护肤品市场深度分析与市场供需预测报告》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/202401/437718.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

2018年全年全国化妆品零售额达到了2619亿元，同比增加9.6%，高于同期社会消费品零售总额增速0.6个百分点。截止至2022年6月全国化妆品零售额为265亿元，同比增长22.5%。累计方面，2022年上半年全国化妆品零售额达到1462亿元，与去年同期相比增长13.2%。中企顾问网发布的《2024-2030年中国化妆品及护肤品市场深度分析与市场供需预测报告》共九章。首先介绍了中国化妆品及护肤品行业市场发展环境、化妆品及护肤品整体运行态势等，接着分析了中国化妆品及护肤品行业市场运行的现状，然后介绍了化妆品及护肤品市场竞争格局。随后，报告对化妆品及护肤品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国化妆品及护肤品行业发展趋势与投资预测。您若想对化妆品及护肤品产业有个系统的了解或者想投资中国化妆品及护肤品行业，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 中国化妆品及护肤品所属行业发展综述 1.1 化妆品及护肤品行业定义及分类 1.1.1 行业概念及定义 1.1.2 行业主要产品大类 1.1.3 行业在国民经济中的地位 1.2 化妆品及护肤品行业统计标准 1.2.1 化妆品及护肤品行业统计部门和统计口径 1.2.2 化妆品及护肤品行业统计方法 1.2.3 化妆品及护肤品行业数据种类 1.3 化妆品及护肤品行业产业链分析 1.3.1 化妆品及护肤品行业上下游产业概况 1.3.2 化妆品及护肤品行业主要下游产业分析 (1) 美容业 (2) 化妆品及护肤品消费人群 1.3.3 化妆品及护肤品行业上游产业分析 (1) 化妆品及护肤品包装行业分析 (2) 化妆品及护肤品原材料分析 第二章 化妆品及护肤品所属行业环境分析 2.1 行业政策环境分析 2.1.1 行业相关政策动向 (1) 我国化妆品及护肤品相关政策动向 (2) 国家引导防晒类化妆品及护肤品消费 2.1.2 化妆品及护肤品行业发展规划 2.1.3 化妆品及护肤品的行业标准 2.2 行业经济环境分析 2.2.1 宏观经济环境分析 (1) 经济环境现状分析 (2) 宏观经济预测 2.2.2 国内宏观经济发展分析 (1) 我国GDP增长 (2) 城镇固定资产投资 (3) 工业增加值增长 (4) 居民人均收入变化 (5) 国内宏观经济预测 2.2.3 行业宏观经济环境分析 (1) 行业与GDP的关联性分析 (2) 行业与居民收入的关联性分析 2.3 行业消费需求环境分析 2.3.1 行业需求特征分析 2.3.2 行业需求趋势分析 (1) 消费观念变化分析 (2) 化妆品及护肤品的发展方向 (3) 男士化妆品及护肤品需求特点 2.3.3 行业市场消费行为分析 (1) 非理性消费 (2) 不言悔消费 (3) 不同性别居民的化妆品及护肤品购买分析 (4) 不同收入居民的化妆品及护肤品购买分析 2.4 行业技术环境分析 2.4.1 行业专利申请分析 2.4.2 行业专利公开分析 2.4.3 行业专利申请人分析 2.4.4 行业热门技术分析 第三章 中国化妆品及

护肤品所属行业发展状况分析 3.1 中国化妆品及护肤品所属行业发展状况分析 3.1.1 中国化妆品及护肤品所属行业发展总体概况 3.1.2 中国化妆品及护肤品行业发展主要特点 3.1.3 化妆品及护肤品所属行业经营情况分析 (1) 化妆品及护肤品所属行业经营效益分析 (2) 化妆品及护肤品所属行业盈利能力分析 (3) 化妆品及护肤品所属行业运营能力分析 (4) 化妆品及护肤品所属行业偿债能力分析 (5) 化妆品及护肤品所属行业发展能力分析 3.2 中国化妆品及护肤品所属行业经济指标分析 3.2.1 化妆品及护肤品所属行业主要经济效益影响因素 3.2.2 中国化妆品及护肤品所属行业经济指标分析 3.2.3 不同地区企业经济指标分析 (1) 不同地区销售收入情况分析 (2) 不同地区资产总额情况分析 (3) 不同地区负债情况分析 (4) 不同地区销售产值情况分析 (5) 不同地区利润总额情况分析 (6) 不同地区产成品情况分析 3.3 中国化妆品及护肤品所属行业供需平衡分析 3.3.1 全国化妆品及护肤品所属行业供给情况分析 (1) 全国化妆品及护肤品所属行业总产值分析 (2) 全国化妆品及护肤品所属行业产成品分析 3.3.2 各地区化妆品及护肤品所属行业供给情况分析 (1) 总产值排名前10个地区分析 (2) 产成品排名前10个地区分析 3.3.3 全国化妆品及护肤品所属行业需求情况分析 (1) 全国化妆品及护肤品所属行业销售产值分析 (2) 全国化妆品及护肤品所属行业销售收入分析 2024-2030年中国化妆品及护肤品市场销售规模走势 3.3.4 各地区化妆品及护肤品所属行业需求情况分析 (1) 销售产值排名前10个地区分析 (2) 销售收入排名前10个地区分析 3.3.5 全国化妆品及护肤品所属行业产销率分析 3.4 中国化妆品及护肤品所属行业进出口市场分析 3.4.1 化妆品及护肤品所属行业进出口综述 3.4.2 化妆品及护肤品所属行业出口分析 (1) 总体出口情况 (2) 出口产品结构 3.4.3 化妆品及护肤品所属行业进口分析 (1) 总体进口情况 (2) 进口产品结构 第四章 化妆品及护肤品所属行业竞争状况分析 4.1 行业总体市场竞争状况分析 4.2 行业市场竞争状况分析 4.2.1 化妆品及护肤品市场发展状况 4.2.2 化妆品及护肤品市场竞争状况分析 (1) 美国市场 (2) 英国市场 (3) 韩国市场 (4) 巴西市场 4.2.3 化妆品及护肤品市场发展趋势分析 4.2.4 跨国公司在中国市场的投资布局 (1) 欧莱雅在华市场投资布局分析 (2) 宝洁在华市场投资布局分析 (3) 资生堂在华市场投资布局分析 (4) 雅芳在华市场投资布局分析 (5) 联合利华在华市场投资布局分析 4.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析 (1) 欧莱雅在中国的竞争策略 (2) 宝洁在中国的竞争策略 (3) 联合利华在中国的竞争策略 4.3 行业国内市场竞争状况分析 4.3.1 国内化妆品及护肤品行业竞争格局分析 4.3.2 国内化妆品及护肤品行业品牌关注度分析 4.3.3 国内化妆品及护肤品行业市场规模分析 4.3.4 国内化妆品及护肤品行业潜在威胁分析 4.4 行业投资兼并与重组整合分析 4.4.1 化妆品及护肤品行业投资兼并与重组整合概况 4.4.2 化妆品及护肤品企业投资兼并与重组整合 (1) 投资兼并与重组现状 (2) 投资兼并与重组案例 4.4.3 国内化妆品及护肤品企业投资兼并与重组整合 (1) 投资兼并与重组现状 (2) 投资兼并与重组案例 4.4.4 化妆品及护肤品行业投资兼

并与重组整合特征判断 第五章 化妆品及护肤品所属行业主要产品市场分析 5.1 洁肤品市场分析 5.1.1 洁肤品行业市场需求分析 5.1.2 洁肤品行业主要产品市场分析 (1) 洗面奶 (2) 卸妆类洁肤品 (3) 精油皂 5.1.3 洁肤品行业主要品牌竞争及发展前景分析 (1) 洁肤品行业品牌竞争分析 (2) 洁肤品行业发展前景分析 5.2 润肤/化妆品及护肤品市场分析 5.2.1 润肤/化妆品及护肤品行业市场需求分析 5.2.2 润肤/化妆品及护肤品行业主要产品市场分析 (1) 滋润保湿类化妆品及护肤品 (2) 美白类化妆品及护肤品 (3) 防晒类化妆品及护肤品 (4) 祛痘类化妆品及护肤品 (5) 祛斑类化妆品及护肤品 (6) 抗皱、抗衰老类化妆品及护肤品 5.2.3 润肤/化妆品及护肤品行业市场发展前景分析 (1) 护肤类化妆品品牌关注度 (2) 化妆品及护肤品牌竞争分析 (3) 化妆品及护肤品发展趋势 5.3 男士化妆品及护肤品市场分析 5.3.1 男士化妆品及护肤品行业市场需求分析 5.3.2 男士化妆品及护肤品行业主要产品分析 5.3.3 男士化妆品及护肤品行业品牌竞争格局 5.3.4 男士化妆品及护肤品行业市场发展前景分析 5.4 其它化妆品及护肤品市场分析 5.4.1 其它化妆品及护肤品行业市场需求分析 5.4.2 其它化妆品及护肤品行业主要产品市场分析 (1) 护手润化妆品及护肤品 (2) 护身体化妆品及护肤品 (3) 润唇膏 (4) 眼部护理化妆品及护肤品 5.5 化妆品及护肤品行业主要产品需求分析 5.5.1 化妆品及护肤品行业产品类别关注度分析 (1) 2018年行业产品类别关注度分析 (2) 2022年行业产品类别关注度分析 5.5.2 化妆品及护肤品行业产品关注度分析 (1) 2018年行业产品关注度分析 (2) 2022年行业产品关注度分析 第六章 中国化妆品及护肤品行业重点区域市场分析 6.1 行业总体区域结构特征分析 6.1.1 行业区域结构总体特征 6.1.2 行业区域集中度分析 6.1.3 行业区域分布特点分析 6.1.4 行业规模指标区域分布分析 6.1.5 行业效益指标区域分布分析 6.2 广东省化妆品及护肤品行业发展分析及预测 6.2.1 广东省化妆品及护肤品行业发展规划及配套设施 6.2.2 广东省化妆品及护肤品行业在行业中的地位变化 6.2.3 广东省化妆品及护肤品所属行业经济运行状况分析 6.2.4 广东省化妆品及护肤品行业发展趋势预测 6.3 浙江省化妆品及护肤品行业发展分析及预测 6.3.1 浙江省化妆品及护肤品行业发展规划及配套设施 6.3.2 浙江省化妆品及护肤品行业在行业中的地位变化 6.3.3 浙江省化妆品及护肤品所属行业经济运行状况分析 6.3.4 浙江省化妆品及护肤品行业发展趋势预测 6.4 上海市化妆品及护肤品行业发展分析及预测 6.4.1 上海市化妆品及护肤品行业发展规划及配套设施 6.4.2 上海市化妆品及护肤品行业在行业中的地位变化 6.4.3 上海市化妆品及护肤品所属行业经济运行状况分析 6.4.4 上海市化妆品及护肤品行业发展趋势预测 6.5 江苏省化妆品及护肤品行业发展分析及预测 6.5.1 江苏省化妆品及护肤品行业发展规划及配套设施 6.5.2 江苏省化妆品及护肤品行业在行业中的地位变化 6.5.3 江苏省化妆品及护肤品所属行业经济运行状况分析 6.5.4 江苏省化妆品及护肤品行业发展趋势预测 6.6 福建省化妆品及护肤品行业发展分析及预测 6.6.1 福建省化妆品及护肤品行业发展规划及配套设施 6.6.2 福建省化妆品及护肤品行业在行业中的地位变

化 6.6.3 福建省化妆品及护肤品所属行业经济运行状况分析 6.6.4 福建省化妆品及护肤品行业发展趋势预测 6.7 北京市化妆品及护肤品行业发展分析及预测 6.7.1 北京市化妆品及护肤品行业发展规划及配套设施 6.7.2 北京市化妆品及护肤品行业在行业中的地位变化 6.7.3 北京市化妆品及护肤品所属行业经济运行状况分析 6.7.4 北京市化妆品及护肤品行业发展趋势预测 6.8 辽宁省化妆品及护肤品行业发展分析及预测 6.8.1 辽宁省化妆品及护肤品行业发展规划及配套设施 6.8.2 辽宁省化妆品及护肤品行业在行业中的地位变化 6.8.3 辽宁省化妆品及护肤品所属行业经济运行状况分析 6.8.4 辽宁省化妆品及护肤品行业发展趋势预测 6.9 天津市化妆品及护肤品行业发展分析及预测 6.9.1 天津市化妆品及护肤品行业发展规划及配套设施 6.9.2 天津市化妆品及护肤品行业在行业中的地位变化 6.9.3 天津市化妆品及护肤品所属行业经济运行状况分析 6.9.4 天津市化妆品及护肤品行业发展趋势预测 6.10 四川省化妆品及护肤品行业发展分析及预测 6.10.1 四川省化妆品及护肤品行业发展规划及配套设施 6.10.2 四川省化妆品及护肤品行业在行业中的地位变化 6.10.3 四川省化妆品及护肤品所属行业经济运行状况分析 6.10.4 四川省化妆品及护肤品行业发展趋势预测

第七章 化妆品及护肤品所属行业主要企业生产经营分析 7.1 化妆品及护肤品企业发展总体状况分析 7.1.1 化妆品及护肤品所属行业企业规模 7.1.2 化妆品及护肤品资产总值状况 7.1.3 化妆品及护肤品所属行业销售收入和利润 7.2 化妆品及护肤品行业领先企业个案分析 7.2.1 广州宝洁有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营状况分析 (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 7.2.2 江苏隆力奇集团有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营状况分析 (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 7.2.3 联合利华(中国)有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营状况分析 (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 7.2.4 玫琳凯(中国)化妆品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营状况分析 (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 7.2.5 强生(中国)有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营状况分析 (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 7.2.6 雅芳(中国)有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营状况分析 (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 7.2.7 上海家化联合股份有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营状况分析 (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 7.2.8 资生堂丽源化妆品有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营状况分析 (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 7.2.9 湖北丝宝股份有限公司经营情况

分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产品结构及新产品动向 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况优劣势分析 7.2.10 妮维雅(上海)有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营状况分析 (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 第八章 化妆品及护肤品行业发展趋势分析与预测 8.1 中国化妆品及护肤品市场发展趋势 8.1.1 中国化妆品及护肤品市场发展趋势分析 8.1.2 中国化妆品及护肤品市场发展前景预测 8.2 化妆品及护肤品行业投资特性分析 8.2.1 化妆品及护肤品行业进入壁垒分析 8.2.2 化妆品及护肤品行业盈利模式分析 8.2.3 化妆品及护肤品行业盈利因素分析 8.3 中国化妆品及护肤品行业投资建议 8.3.1 化妆品及护肤品行业投资风险分析 8.3.2 化妆品及护肤品行业投资建议 第九章 化妆品及护肤品行业的营销策略及渠道分析 9.1 化妆品及护肤品行业的营销策略分析 9.1.1 化妆品及护肤品行业战略营销模式概述 9.1.2 化妆品及护肤品行业企业战略营销模式分析 (1) 成本领先的战略营销模式 (2) 研发领先的战略营销模式 (3) 功效领先的战略营销模式 (4) 渠道领先的战略营销模式 (5) 传播领先的战略营销模式 (6) 服务领先的战略营销模式 9.2 化妆品及护肤品行业的营销渠道分析 9.2.1 化妆品及护肤品行业营销渠道发展模式概述 9.2.2 化妆品及护肤品行业主要营销渠道发展分析 (1) 百货商场专柜 1) 渠道概况 2) 品牌分析 3) 进入壁垒 4) 成本构成 5) 收益分析 (2) 化妆品及护肤品专营店 1) 渠道概况 2) 运营策略 3) 进入壁垒 4) 成本构成 5) 收益分析 1、化妆品专营店利润下降因素分析 2、化妆品专营店现有盈利分析 3、化妆品专营店的核心盈利点 (3) 加盟专卖店 1) 渠道概况 2) 品牌分析 3) 运营策略 4) 成本构成 5) 收益分析 (4) 便利店 (5) 超市、大卖场 1) 渠道概况 2) 品牌分析 3) 进入壁垒 4) 成本构成 5) 收益分析 (6) 直销 1) 人员直销 2) 店铺直销 (7) 电视购物 1) 渠道概况 2) 品牌分析 3) 进入壁垒 4) 成本构成 5) 收益分析 (8) 网络购物 1) 渠道销售规模 2) 渠道特性分析 3) 渠道优劣势分析 4) 与传统渠道关联 5) 渠道经营策略 (9) 药店 1) 渠道概况 2) 品牌分析 3) 进入壁垒 4) 成本构成 5) 收益分析 (10) 美容院 1) 渠道概况 2) 品牌分析 3) 进入壁垒 4) 成本构成 5) 收益分析 9.2.3 化妆品及护肤品行业分销通路分析 9.2.4 化妆品及护肤品行业销售渠道建设方向及应对措施 (1) 变渠道多元为主次分清 (2) 变区域经营为渠道类别经营 (3) 实行品牌引导下的渠道专业化 9.3 化妆品及护肤品行业领先企业营销案例分析 9.3.1 欧莱雅男士化妆品及护肤品营销策略分析 (1) 欧莱雅的广告策略 (2) 品牌名称的性别性 (3) 代言人的选择 (4) 诉求点分析 9.3.2 佰草集营销策略分析——坚持的胜利 (1) 坚持化 (2) 坚持稳健的渠道拓展 (3) 开拓市场的另类营销策略 图表目录：
图表 1：化妆品及护肤品行业产品分类表 图表 2：2024-2030年化妆品及护肤品行业工业总产值及占GDP比重（单位：亿元，%） 图表 3：我国统计上大中小微型企业划分标准（工业类）（单位：人，万元） 图表 4：中国企业的市场主体分类 图表 5：中国不同所有制性质企业

的划分 图表 6：化妆品及护肤品行业所处产业链示意图 图表 7：美容院顾客服务项目选择倾向性调查统计（单位：%） 图表 8：美容行业求职意向与企业需求岗位TOP10对比表 图表 9：女性消费者获得化妆品信息渠道统计（单位：%） 图表 10：女性消费者购买化妆品渠道统计（单位：%） 图表 11：美容行业主要消费群体的职业分布（单位：%） 图表 12：美容行业主要消费群体的年龄分布（单位：%） 图表 13：中国化妆品及护肤品主要消费群体特点分析（元） 图表 14：化妆品及护肤品包装特点 图表 15：化妆品及护肤品包装趋势分析 图表 16：2024-2030年香精香料行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%） 图表 17：2024-2030年香精香料行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%） 图表 18：化妆品及护肤品细分原材料介绍 图表 19：2024-2030年国内化妆品及护肤品行业相关政策列表 图表 20：《化妆品行业发展规划》提出存在的问题 图表 21：化妆品行业规划品牌目标 图表 22：化妆品行业新产品份额规划（单位：%） 图表 23：化妆品及护肤品行业的相关标准 图表 24：2022年经济运行特点 图表 25：2024-2030年主要组织GDP增长率预测值（单位：%） 图表 26：2024-2030年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%） 图表 27：2024-2030年全国固定资产投资（不含农户）同比增长（单位：%） 图表 28：2024-2030年规模以上工业增加值增速走势及预测（单位：%） 图表 29：2024-2030年中国农村居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%） 图表 30：2024-2030年中国城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%） 图表 31：2024-2030年主要经济指标增长及预测（单位：%） 图表 32：中国GDP与化妆品及护肤品行业产值对比图（单位：亿元，万亿元）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/437718.html>