

# 2020-2026年中国美妆市场 深度调研及投资策略分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2020-2026年中国美妆市场深度调研及投资策略分析报告》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.abaogao.com/b/hzhp/4410432915.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

伴随着美妆类垂直品台的兴起，海外面膜品牌可莱丝、丽得姿也频频出现在各大线上销售榜单之中。从日化渠道来看，本土品牌三生花、自然堂、珀莱雅、韩束和韩后等均是依托日化渠道崛起。屈臣氏、娇兰佳人和唐三彩等三家与本土品牌定位契合的CS渠道商，其门店数量处于不断增加和下沉中，截至2017年3家日化专营店在中国的门店数量已经达到6271家。2017年以来：渗透率提升、互联网下半场背景下行业出现新变化17年大众护肤品行业增速出现拐点，行业整体增速开始回升，同时行业也出现了一系列新变化：首先，低线城市人群正在从基础个护消费过度到精细护理用品的消费，在日化专营店不断向低线城市下沉的过程中，需求在供给匹配的过程中将得到进一步的释放。其次，互联网进入下半场，新的渠道格局以及新的营销模式也带来新的市场机会，不少本土品牌凭借敏锐的市场嗅觉抓住机遇，走出了差异化发展之路。因此看到，多数品牌营收增速开始回暖，根据公开资料显示，2017年本土龙头品牌百雀羚和自然堂的销售分别增长了28.3%和31%；上海家化化妆品类的营收复苏明显，从2016年的负增长到2017年的16.13%，珀莱雅的营收更是止住了两年的下滑趋势，2017年营收增速为9.83%，比去年同期提升了11.16个百分点。这些品牌目前均在自身所布局的细分领域站稳脚跟。

总结来看，二十多年行业发展的过程中，中国的日化企业夹缝中求生存，在极其残酷的竞争环境中，寻找自己的立足之地。其中一批优秀国内品牌通过对本土文化的熟悉、对本土消费者的深刻理解，在一些细分领域形成了进行差异化运作的竞争优势。而本土电商和日化专营渠道的崛起也为本土品牌的发展提供了沃土，大批潜力品牌从此冒出，继而渗入甚至反攻主流渠道。未来本土品牌将在营销、产品和渠道进一步发力，并借助资本的力量实现弯道超车，外资巨头市场份额越来越多的将面临守势，新时期下整个日化产业的格局也将迎来新一轮的洗牌。2017年高端市场美妆品牌CR10排名大众美妆市场（CR20）

品牌

所属公司

2014（%）

2015（%）

2016（%）

2017（%）

市占率变化

百雀羚

上海百雀羚日化有限公司

2.6

3.4

4.0

4.5

1.9

玫琳凯

杭州玫琳凯有限公司

5.4

5.0

4.1

3.6

-1.8

巴黎欧莱雅

欧莱雅中国有限公司

4.7

4.1

3.7

3.3

-1.4

自然堂

珈蓝集团有限公司

2.3

2.5

2.8

3.1

0.8

Olay

宝洁（广州）有限公司

4.6

3.9

3.2

2.8

-1.8

韩束

上海上美化妆品有限公司

1.6

2.4

2.7

2.7

1.1

兰蔻

欧莱雅中国有限公司

2.1

2.1

2.1

2.5

0.4

雅诗兰黛

雅诗兰黛（上海）商贸有限公司

2.0

2.1

2.0

2.5

0.5

萃雅

无限极（中国）有限公司

1.5

1.7

2.1

2.1

0.6

一叶子

上海上美化妆品有限公司

-

0.9

1.3

2.0

1.1

佰草集

上海家化联合有限公司

2.2

2.1

2.0

1.8

-0.4

完美

完美（中国）有限公司

2.3

2.3

2.1

1.8

-0.5

珀莱雅

珀莱雅化妆品有限公司

2.2

2.1

1.9

1.8

-0.4

欧珀莱

资生堂中国有限公司

1.8

1.7

1.7

1.7

-0.1

韩后

韩后化妆品有限公司

0.7

1.0

1.3

1.6

0.9

悦诗风吟

爱茉莉太平洋化妆品有限公司

0.4

0.9

1.4

1.5

1.1

雅姿

安利（中国）有限公司

2.5

2.2

1.8

1.5

-1.0

相宜本草

上海相宜本草化妆品有限公司

2.0

1.9

1.7

1.5

-0.5

屈臣氏

屈臣氏（香港）集团有限公司

1.3

1.4

1.2

1.1

-0.2

水密码

丹姿集团有限公司

1.1

1.2

1.1

1.1

0.0

雅漾

皮尔法伯集团

0.9

1.0

1.0

1.0

0.1

SK-II

宝洁（广州）有限公司

0.6

0.6

0.7

1.0

0.4

隆力奇

江苏隆力奇集团有限公司

1.3

1.3

1.2

1.0

-0.3

御泥坊



湖南御家汇互联网有限公司

0.4

0.7

1.0

1.0

0.6

Dior

克里斯汀迪奥香水及化妆品有限公司

0.8

0.8

0.9

1.0

0.2

丸美

广东丸美生物技术有限公司

1.1

1.1

1.1

1.0

-0.1

欧莱雅男士

欧莱雅中国有限公司

0.9

0.9

0.9

0.9

0.0

兰芝

爱茉莉太平洋化妆品有限公司

0.9

0.9

0.9

0.8

-0.1

后

LG生活健康贸易有限公司

0.2

0.4

0.7

0.7

0.5

欧瑞莲

欧瑞莲化妆品（中国有限公司）

0.1

0.3

0.5

0.7

0.6

其他

其他

49.3

47.3

46.9

46.8

-2.5

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国美妆市场深度调研及投资策略分析报告》共十四章。首先介绍了中国美妆行业市场发展环境、美妆整体运行态势等，接着分析了中国美妆行业市场运行的现状，然后介绍了美妆市场竞争格局。随后，报告对美妆做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国美妆行业发展趋势与投资预测。您若想对美妆产业有个系统的了解或者想投资中国美妆行业，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 美妆行业相关基础概述

### 1.1 美妆的定义及分类

#### 1.1.1 美妆的界定

#### 1.1.2 美妆的分类

#### 1.1.3 美妆的特性

### 1.2 美妆行业特点分析

#### 1.2.1 市场特点分析

#### 1.2.2 行业经济特性

#### 1.2.3 行业发展周期分析

#### 1.2.4 行业进入风险

#### 1.2.5 行业成熟度分析

## 第二章 2014-2019年中国美妆行业市场发展环境分析

### 2.1 中国美妆行业经济环境分析

#### 2.1.1 中国经济运行情况

##### 1、国民经济运行情况GDP

##### 2、消费价格指数CPI、PPI

##### 3、全国居民收入情况

##### 4、恩格尔系数

##### 5、工业发展形势

#### 2.1.2 经济环境对行业的影响分析

### 2.2 中国美妆行业政策环境分析

#### 2.2.1 行业监管环境

##### 1、行业主管部门

##### 2、行业监管体制

#### 2.2.2 行业政策分析

#### 2.2.3 政策环境对行业的影响分析

### 2.3 中国美妆行业社会环境分析

#### 2.3.1 行业社会环境

##### 1、人口规模分析

- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、消费观念变迁
- 7、消费升级趋势
- 2.3.2社会环境对行业的影响分析
- 2.4中国美妆行业技术环境分析
  - 2.4.1美妆生产工艺水平
  - 2.4.2行业主要技术发展趋势
  - 2.4.3技术环境对行业的影响

### 第三章 中国美妆行业上、下游产业链分析

- 3.1 美妆行业产业链概述
  - 3.1.1 产业链定义
  - 3.1.2 美妆行业产业链
- 3.2 美妆行业主要上游产业发展分析
  - 3.2.1 上游产业发展现状
  - 3.2.2 上游产业供给分析
  - 3.2.3 上游供给价格分析
  - 3.2.4 主要供给企业分析
- 3.3 美妆行业主要下游产业发展分析
  - 3.3.1 下游产业发展现状
  - 3.3.2 下游产业需求分析
  - 3.3.3 下游主要需求企业分析
- 3.4 中国美妆所属行业业务量情况分析
  - 3.4.1 美妆所属行业业务量走势
  - 3.4.2 业务量产品结构分析
  - 3.4.3 业务量区域结构分析
  - 3.4.4 业务量企业结构分析

### 第四章 国际美妆所属行业市场发展分析

#### 4.1 2014-2019年国际美妆行业发展现状

##### 4.1.1 国际美妆行业发展现状

##### 4.1.2 国际美妆行业发展规模

##### 4.1.3 国际美妆主要技术水平

#### 4.2 2014-2019年国际美妆市场研究

##### 4.2.1 国际美妆市场特点

##### 4.2.2 国际美妆市场结构

##### 4.2.3 国际美妆市场规模

#### 4.3 2014-2019年国际区域美妆行业研究

##### 4.3.1 欧洲

##### 4.3.2 美国

##### 4.3.3 日韩

#### 4.4 2020-2026年国际美妆行业发展展望

##### 4.4.1 国际美妆行业发展趋势

##### 4.4.2 国际美妆行业规模预测

##### 4.4.3 国际美妆行业发展机会

### 第五章 2014-2019年中国美妆所属行业发展概述

#### 5.1 中国美妆行业发展状况分析

##### 5.1.1 中国美妆行业发展阶段

##### 5.1.2 中国美妆行业发展总体概况

##### 5.1.3 中国美妆行业发展特点分析

#### 5.2 2014-2019年美妆行业发展现状

##### 5.2.1 2014-2019年中国美妆行业发展热点

##### 5.2.2 2014-2019年中国美妆行业发展现状各线市场美妆销售增速

##### 5.2.3 2014-2019年中国美妆企业发展分析

#### 5.3 中国美妆行业细分市场概况

##### 5.3.1 市场细分充分程度

##### 5.3.2 细分市场结构分析

#### 5.4 中国美妆行业发展问题及对策建议

##### 5.4.1 中国美妆行业发展制约因素

##### 5.4.2 中国美妆行业存在问题分析

### 5.4.3 中国美妆行业发展对策建议

## 第六章 中国美妆所属行业运行指标分析及预测

### 6.1 中国美妆所属行业企业数量分析

#### 6.1.1 2014-2019年中国美妆所属行业企业数量情况

#### 6.1.2 2014-2019年中国美妆所属行业企业竞争结构

### 6.2 2014-2019年中国美妆所属行业财务指标总体分析

#### 6.2.1 行业盈利能力分析

#### 6.2.2 行业偿债能力分析

#### 6.2.3 行业营运能力分析

#### 6.2.4 行业发展能力分析

### 6.3 中国美妆所属行业市场规模分析及预测

#### 6.3.1 2014-2019年中国美妆行业市场规模分析

#### 6.3.2 2020-2026年中国美妆行业市场规模预测

### 6.4 中国美妆行业市场供需分析及预测

#### 6.4.1 中国美妆行业市场供给分析

##### 1、2014-2019年中国美妆行业市场供给规模分析

##### 2、2020-2026年中国美妆行业市场供给规模预测

#### 6.4.2 中国美妆行业市场需求分析

##### 1、2014-2019年中国美妆行业市场需求规模分析

##### 2、2020-2026年中国美妆行业市场需求规模预测

## 第七章 中国互联网+美妆行业发展现状及前景

### 7.1 互联网给美妆行业带来的冲击和变革分析

#### 7.1.1 互联网时代美妆行业大环境变化分析

#### 7.1.2 互联网给美妆行业带来的突破机遇分析

#### 7.1.3 互联网给美妆行业带来的挑战分析

#### 7.1.4 互联网+美妆行业融合创新机会分析

### 7.2 中国互联网+美妆行业市场发展现状分析

#### 7.2.1 中国互联网+美妆行业投资布局分析

##### 1、中国互联网+美妆行业投资切入方式

##### 2、中国互联网+美妆行业投资规模分析

- 3、中国互联网+美妆行业投资业务布局
- 7.2.2 美妆行业目标客户互联网渗透率分析
- 7.2.3 中国互联网+美妆行业市场规模分析
- 7.2.4 中国互联网+美妆行业竞争格局分析
- 1、中国互联网+美妆行业参与者结构
- 2、中国互联网+美妆行业竞争者类型
- 3、中国互联网+美妆行业市场占有率
- 7.3 中国互联网+美妆行业市场发展前景分析
- 7.3.1 中国互联网+美妆行业市场增长动力分析
- 7.3.2 中国互联网+美妆行业市场发展瓶颈剖析
- 7.3.3 中国互联网+美妆行业市场发展趋势分析

## 第八章 中国美妆需求市场调查

- 8.1 中国电子商务市场分析
- 8.1.1 电子商务市场交易规模
- 8.1.2 电子商务市场行业分布
- 8.1.3 移动电子商务市场分析
- 8.1.4 移动电子商务交易规模
- 8.1.5 移动电子商务用户规模
- 1、手机网民规模
- 2、移动互联网流量
- 3、移动电子商务企业规模占比

## 第九章 中国美妆行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国美妆行业竞争格局分析
- 9.1.1 美妆行业区域分布格局
- 9.1.2 美妆行业企业规模格局
- 9.1.3 美妆行业企业性质格局
- 9.2 中国美妆行业竞争五力分析
- 9.2.1 美妆行业上游议价能力
- 9.2.2 美妆行业下游议价能力
- 9.2.3 美妆行业新进入者威胁

- 9.2.4 美妆行业替代产品威胁
- 9.2.5 美妆行业现有企业竞争
- 9.3 中国美妆行业竞争SWOT分析
  - 9.3.1 美妆行业优势分析（S）
  - 9.3.2 美妆行业劣势分析（W）
  - 9.3.3 美妆行业机会分析（O）
  - 9.3.4 美妆行业威胁分析（T）
- 9.4 中国美妆行业投资兼并重组整合分析
  - 9.4.1 投资兼并重组现状
  - 9.4.2 投资兼并重组案例
- 9.5 中国美妆行业竞争策略建议

## 第十章 中国美妆行业领先企业竞争力分析

- 10.1 上海家化联合股份有限公司
  - 10.1.1 企业发展基本情况
  - 10.1.2 企业主营业务分析
  - 10.1.3 企业竞争优势分析
  - 10.1.4 企业经营状况分析
- 10.2 上海相宜本草化妆品有限公司
  - 10.2.1 企业发展基本情况
  - 10.2.2 企业主营业务分析
  - 10.2.3 企业竞争优势分析
  - 10.2.4 企业经营状况分析
- 10.3 美即控股国际有限公司
  - 10.3.1 企业发展基本情况
  - 10.3.2 企业主营业务分析
  - 10.3.3 企业竞争优势分析
  - 10.3.4 企业经营状况分析
- 10.4 上海伽蓝（集团）股份有限公司
  - 10.4.1 企业发展基本情况
  - 10.4.2 企业主营业务分析
  - 10.4.3 企业竞争优势分析



#### 10.4.4 企业经营状况分析

### 10.5 美狸美妆

#### 10.5.1 企业发展基本情况

#### 10.5.2 企业主营业务分析

#### 10.5.3 企业竞争优势分析

#### 10.5.4 企业经营状况分析

## 第十一章 2020-2026年中国美妆行业发展趋势与投资机会研究

### 11.1 2020-2026年中国美妆行业市场发展潜力分析

#### 11.1.1 中国美妆行业市场空间分析

#### 11.1.2 中国美妆行业竞争格局变化

#### 11.1.3 中国美妆行业互联网+前景

### 11.2 2020-2026年中国美妆行业发展趋势分析

#### 11.2.1 中国美妆行业品牌格局趋势

#### 11.2.2 中国美妆行业渠道分布趋势

#### 11.2.3 中国美妆行业市场趋势分析

### 11.3 2020-2026年中国美妆行业投资机会与建议

#### 11.3.1 中国美妆行业投资前景展望

#### 11.3.2 中国美妆行业投资机会分析

#### 11.3.3 中国美妆行业投资建议

## 第十二章 2020-2026年中国美妆行业投资分析与风险规避

### 12.1 中国美妆行业关键成功要素分析

### 12.2 中国美妆行业投资壁垒分析

### 12.3 中国美妆行业投资风险与规避

#### 12.3.1 宏观经济风险与规避

#### 12.3.2 行业政策风险与规避

#### 12.3.3 上游市场风险与规避

#### 12.3.4 市场竞争风险与规避

#### 12.3.5 技术风险分析与规避

#### 12.3.6 下游需求风险与规避

### 12.4 中国美妆行业融资渠道与策略

12.4.1 美妆行业融资渠道分析

12.4.2 美妆行业融资策略分析

### 第十三章 2020-2026年中国美妆行业盈利模式与投资战略规划分析()

13.1 国外美妆行业投资现状及经营模式分析

13.1.1 境外美妆行业成长情况调查

13.1.2 经营模式借鉴

13.1.3 国外投资新趋势动向

13.2 中国美妆行业商业模式探讨

13.2.1 行业主要商业模式

13.2.2 自建模式

13.2.3 特许加盟模式

13.2.4 代理模式

13.3 中国美妆行业投资发展战略规划

13.3.1 战略优势分析

13.3.2 战略机遇分析

13.3.3 战略规划目标

13.3.4 战略措施分析

13.4 最优投资路径设计

13.4.1 投资对象

13.4.2 投资模式

13.4.3 预期财务状况分析

13.4.4 风险资本退出方式

### 第十四章 研究结论及建议()

14.1 研究结论

14.2 投资建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/4410432915.html>