

2024-2030年中国化妆品市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2024-2030年中国化妆品市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/L31618NPK7.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2023-10-13

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国化妆品市场分析与投资前景研究报告》介绍了化妆品行业相关概述、中国化妆品产业运行环境、分析了中国化妆品行业的现状、中国化妆品行业竞争格局、对中国化妆品行业做了重点企业经营状况分析及中国化妆品产业发展前景与投资预测。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。

未显示数据请查阅正文

据博思数据发布的《2024-2030年中国化妆品市场分析与投资前景研究报告》表明：2022年上半年我国化妆品类商品零售类值累计值达1904.9亿元，期末总额比上年累计下降2.5%。

指标	2022年6月	2022年5月	2022年4月	2022年3月	2022年2月	化妆品类商品零售类值当期值(亿元)	424.3	290.9	213.8	344.7	化妆品类商品零售类值累计值(亿元)	1904.9	1472.7	1168.1	949.3	617.8	化妆品类商品零售类值同比增长(%)	8.1	-11	-22.3	-6.3	化妆品类商品零售类值累计增长(%)	-2.5	-5.2	-3.6	1.8	7
----	---------	---------	---------	---------	---------	-------------------	-------	-------	-------	-------	-------------------	--------	--------	--------	-------	-------	-------------------	-----	-----	-------	------	-------------------	------	------	------	-----	---

报告目录：

第1章：化妆品行业综述及核心数据来源说明

1.1 化妆品行业界定

1.1.1 化妆品的界定

1.1.2 化妆品相关概念辨析

1.1.3 化妆品行业所归属国民经济行业分类

1.2 化妆品行业分类

1.3 化妆品行业专业术语说明

1.4 本报告研究范围界定说明

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

1.5.1 本报告权威数据来源

1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明

第2章：中国化妆品行业宏观环境分析（PEST）

2.1 中国化妆品行业政策（Policy）环境分析

2.1.1 中国化妆品行业监管体系及机构介绍

- 1、中国化妆品行业主管部门
- 2、中国化妆品行业自律组织
- 2.1.2 中国化妆品行业标准体系建设现状
 - 1、中国化妆品标准体系建设
 - 2、中国化妆品现行标准汇总
 - (1) 中国化妆品行业现行标准汇总
 - (2) 中国化妆品行业现行标准属性分析
 - 3、中国化妆品即将实施标准
 - 4、中国化妆品重点标准解读
- 2.1.3 中国化妆品行业发展相关政策规划汇总及解读
 - 1、中国化妆品行业发展相关政策汇总
 - 2、中国化妆品行业发展相关规划汇总
- 2.1.4 中国化妆品行业重点政策规划解读
 - 1、《化妆品监督管理条例》
 - 2、《化妆品功效宣称评价规范》
 - 3、《化妆品注册备案管理办法》
 - 4、《化妆品行业“十四五”发展规划》
- 2.1.5 政策环境对化妆品行业发展的影响总结
- 2.2 中国化妆品行业经济（Economy）环境分析
 - 2.2.1 中国宏观经济发展现状
 - 1、中国GDP及增长情况
 - 2、中国三次产业结构
 - 3、中国居民消费价格（CPI）
 - 4、中国工业经济增长情况
 - 5、中国固定资产投资情况
 - 6、中国社会消费品零售情况
 - 2.2.2 中国宏观经济发展展望
 - 1、国际机构对中国GDP增速预测
 - 2、国内机构对中国宏观经济指标增速预测
 - 2.2.3 中国化妆品行业发展与宏观经济相关性分析
- 2.3 中国化妆品行业社会（Society）环境分析
 - 2.3.1 中国化妆品行业社会环境分析

- 1、中国人口规模及增速
- 2、中国人口结构
 - (1) 年龄结构
 - (2) 中国人口性别结构
- 3、中国城镇化水平变化
 - (1) 中国城镇化现状
 - (2) 中国城镇化趋势展望
- 4、中国居民消费习惯变化
 - (1) 线上渠道成为主要的购物渠道
 - (2) 体验式消费需求增加
 - (3) 对国产品牌的倾向性更高

2.3.2 社会环境对化妆品行业的影响总结

2.4 中国化妆品行业技术（Technology）环境分析

2.4.1 化妆品行业技术工艺流程

2.4.2 化妆品行业关键技术分析

2.4.3 化妆品行业研发投入与创新现状

1、中国化妆品行业研发投入

2、中国化妆品行业创新现状

2.4.4 化妆品行业专利申请及公开情况

1、化妆品专利申请

2、化妆品专利公开

3、化妆品热门申请人

4、化妆品热门技术

2.4.5 技术环境对化妆品行业发展的影响总结

第3章：全球化妆品行业发展状况及趋势前景预判

3.1 全球化妆品行业发展历程介绍

3.2 全球化妆品行业宏观环境背景

3.2.1 全球化妆品行业经济环境概况

1、全球宏观经济整体发展情况

2、主要地区宏观经济走势分析

(1) 美国宏观经济环境分析

(2) 欧元区宏观经济环境分析

(3) 日本宏观经济环境分析

3、全球宏观经济发展展望

3.2.2 全球化妆品行业政法环境概况

3.2.3 全球化妆品行业技术环境概况

1、化妆品行业专利申请及公开情况

(1) 化妆品专利申请

(2) 化妆品专利公开

2、化妆品热门申请人

3、化妆品热门技术

3.2.4 新冠疫情对全球化妆品行业的影响分析

3.3 全球化妆品行业发展现状及市场规模体量分析

3.3.1 全球化妆品行业发展现状概述

3.3.2 全球化妆品行业市场规模体量

3.3.3 全球化妆品行业细分市场调研

3.4 全球化妆品行业区域发展格局及重点区域市场分析

3.4.1 全球化妆品行业区域发展格局

1、全球化妆品产业资源区域分布

2、全球范围内化妆品行业贸易状况

(1) 全球化妆品进出口总额

(2) 全球化妆品进口贸易情况

(3) 全球化妆品出口贸易情况

3、全球化妆品行业区域发展格局

3.4.2 全球化妆品行业重点区域市场调研

1、美国化妆品行业发展状况分析

(1) 美国化妆品行业发展历程

(2) 美国化妆品行业市场规模

(3) 美国化妆品市场竞争格局

(4) 美国化妆品监管体系

2、欧洲化妆品行业发展状况分析

(1) 欧洲化妆品行业发展历程

(2) 欧洲化妆品行业市场规模

(3) 欧洲化妆品市场竞争格局

(4) 欧洲化妆品监管体系

3、日本化妆品行业发展状况分析

(1) 日本化妆品行业发展历程

(2) 日本化妆品行业市场规模

(3) 日本化妆品市场竞争格局

3.5 全球化妆品行业市场竞争格局及重点企业案例研究

3.5.1 全球化妆品行业市场竞争格局

1、全球化妆品企业竞争层次分析

2、全球化妆品企业竞争格局分析

3、全球化妆品行业集中度分析

3.5.2 全球化妆品企业兼并重组状况

3.5.3 全球化妆品行业重点企业案例

1、雅诗兰黛

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 品牌经营状况分析

(5) 企业销售区域分布

(6) 企业在华投资布局

(7) 企业在华业绩表现

2、欧莱雅

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 品牌经营状况分析

(5) 企业销售区域分布

(6) 企业在华投资布局

(7) 企业在华业绩表现

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业主营业务分析

- (4) 品牌经营状况分析
- (5) 企业销售区域分布
- (6) 企业在华投资布局
- (7) 企业在华业绩表现

4、宝洁公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 品牌经营状况分析
- (5) 企业销售区域分布
- (6) 企业在华投资布局
- (7) 企业在华业绩表现

5、联合利华

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 品牌经营状况分析
- (5) 企业销售区域分布
- (6) 企业在华投资布局
- (7) 企业在华业绩表现

3.6 全球化妆品行业发展趋势预判及市场前景分析

3.6.1 全球化妆品行业发展趋势预判

3.6.2 全球化妆品行业市场前景分析

第4章：中国化妆品行业进出口贸易状况及对外贸易依存度

4.1 全球及中国化妆品行业发展差距分析

4.1.1 全球及中国化妆品行业上游原料供应差距

4.1.2 全球及中国化妆品行业产品差距

4.2 中国化妆品行业进出口贸易整体状况

4.3 中国化妆品行业进口贸易状况

4.3.1 中国化妆品行业进口规模

4.3.2 中国化妆品行业进口价格水平

- 4.3.3 中国化妆品行业进口产品结构
- 4.3.4 中国化妆品行业主要进口来源地
- 4.4 中国化妆品行业出口贸易状况
 - 4.4.1 中国化妆品行业出口规模
 - 4.4.2 中国化妆品行业出口价格水平
 - 4.4.3 中国化妆品行业出口产品结构
 - 4.4.4 中国化妆品行业主要出口目的地
- 4.5 中国化妆品行业对外贸易依存度分析
- 4.6 中国化妆品进出口贸易影响因素及发展趋势预判
 - 4.6.1 中国化妆品进出口贸易影响因素分析
 - 4.6.2 中国化妆品进出口贸易发展趋势预判

第5章：中国化妆品行业市场供给状况及市场行情走势预判

- 5.1 中国化妆品行业发展历程介绍
 - 5.1.1 中国化妆品发展历程
 - 5.1.2 中国化妆品技术发展历程
 - 5.1.3 中国化妆品品牌发展历程
- 5.2 中国化妆品行业市场特性解析
- 5.3 中国化妆品行业市场主体类型及入场方式
 - 5.3.1 中国化妆品行业市场主体类型
 - 5.3.2 中国化妆品行业市场主体入场方式
- 5.4 中国化妆品行业市场主体数量情况
 - 5.4.1 中国化妆品行业历年新增企业数量
 - 5.4.2 中国化妆品行业注册企业经营状态
 - 5.4.3 中国化妆品行业企业注册资本分布
 - 5.4.4 中国化妆品行业注册企业省市分布
- 5.5 中国化妆品行业市场供给能力分析
 - 5.5.1 中国化妆品行业主要企业产能情况
 - 5.5.2 中国化妆品行业主要企业新建项目分析
- 5.6 中国化妆品行业市场供给水平分析
 - 5.6.1 中国化妆品行业备案数量
 - 5.6.2 中国化妆品行业主要企业产量情况

5.7 中国化妆品行业市场行情走势预判

5.7.1 中国化妆品市场行情情况

5.7.2 中国化妆品主要企业价格情况

第6章：中国化妆品行业市场需求状况及市场规模体量分析

6.1 中国化妆品行业需求特征分析

6.1.1 中国化妆品行业产品需求特征

6.1.2 中国化妆品行业护肤需求特征

1、精简护肤

2、护肤成分

6.1.3 中国化妆品行业底妆与唇妆需求特征

6.1.4 中国化妆品行业香氛类产品需求特征

6.1.5 中国化妆品行业销售渠道需求特征

6.2 中国化妆品行业市场销售状况

6.2.1 限额以上化妆品企业零售总额

6.2.2 中国化妆品行业主要企业销售情况

6.3 中国化妆品行业市场规模体量分析

第7章：中国化妆品产业链全景梳理及供应链布局状况

7.1 中国化妆品产业结构属性（产业链）分析

7.1.1 化妆品产业链结构梳理

7.1.2 化妆品产业链生态图谱

7.2 中国化妆品产业价值属性（价值链）分析

7.2.1 化妆品行业成本结构分析

7.2.2 化妆品行业价值链分析

7.3 中国化妆品行业上游供应状况分析

7.3.1 中国化妆品行业上游市场概述

1、化妆品原材料行业

2、化妆品包装行业

（1）化妆品包装市场概述

（2）化妆品包装市场发展现状

（3）化妆品包装市场发展趋势

(4) 化妆品包装市场规模预测

7.3.2 中国化妆品行业上游价格传导机制分析

7.3.3 中国化妆品行业上游关键原料——甘油供应市场调研

1、甘油市场概述

(1) 甘油的分类

(2) 甘油的作用

2、甘油市场供应现状

3、甘油市场竞争格局

7.3.4 中国化妆品行业上游关键原料——乳化剂供应市场调研

1、乳化剂市场概述

2、乳化剂供应现状

3、乳化剂市场竞争格局

7.3.5 中国化妆品行业上游关键原料——植物提取物供应市场调研

1、植物提取物市场概述

2、植物提取物供应现状

3、植物提取物市场竞争格局

(1) 区域分布现状

(2) 企业竞争格局

7.3.6 中国化妆品行业上游关键原料——玻尿酸供应市场调研

1、玻尿酸市场概述

2、玻尿酸市场发展现状

(1) 玻尿酸原料市场规模

(2) 玻尿酸化妆品市场规模

(3) 玻尿酸需求情况

3、玻尿酸产业竞争格局

7.3.7 中国化妆品行业上游供应的影响总结

7.4 中国化妆品行业中游细分市场调研

7.4.1 中国化妆品行业中游细分市场格局

1、中国化妆品行业中游市场

2、中国化妆品行业中游细分格局

7.4.2 中国护肤品市场调研

1、护肤品市场概述

- 2、护肤品市场发展现状
- 3、护肤品市场竞争格局
 - (1) 企业竞争格局
 - (2) 品牌竞争格局
 - (3) 市场集中度
- 4、护肤品市场影响因素分析
- 5、护肤品市场发展趋势
 - (1) 护肤品市场发展趋势
 - (2) 护肤品市场规模预判

7.4.3 中国彩妆市场调研

- 1、彩妆市场概述
- 2、彩妆市场发展现状
- 3、彩妆市场竞争格局
 - (1) 企业竞争格局
 - (2) 品牌竞争格局
 - (3) 市场集中度
- 4、彩妆市场影响因素分析
- 5、彩妆市场发展趋势
 - (1) 彩妆市场发展趋势
 - (2) 彩妆市场规模预判

7.4.4 中国护发美发市场调研

- 1、护发美发市场概述
- 2、护发美发市场发展现状
- 3、护发美发市场竞争格局
 - (1) 企业竞争格局
 - (2) 品牌竞争格局
 - (3) 市场集中度
- 4、护发美发影响因素分析
- 5、护发美发市场发展趋势
 - (1) 护发美发市场发展趋势
 - (2) 护发美发市场规模预判

7.4.5 中国清洁类化妆品市场调研

- 1、清洁类化妆品市场概述
- 2、清洁类化妆品市场发展现状
- 3、清洁类化妆品市场竞争格局
 - (1) 企业竞争格局
 - (2) 品牌竞争格局
 - (3) 市场集中度
- 4、清洁类化妆品影响因素分析
- 5、清洁类化妆品市场发展趋势
 - (1) 清洁类化妆品市场发展趋势
 - (2) 清洁类化妆品市场规模预判

7.4.6 中国香氛市场调研

- 1、香氛市场概述
- 2、香氛市场发展现状
- 3、香氛市场竞争格局
 - (1) 企业竞争格局
 - (2) 品牌竞争格局
 - (3) 市场集中度
- 4、香氛市场影响因素分析
- 5、香氛市场发展趋势
 - (1) 香氛市场发展趋势
 - (2) 香氛市场规模预判

7.5 中国大众化妆品及高端化妆品市场调研

7.5.1 中国大众化妆品及高端化妆品细分市场格局

7.5.2 中国大众化妆品市场调研

- 1、大众化妆品市场发展现状
- 2、大众化妆品市场竞争格局
 - (1) 企业竞争格局
 - (2) 品牌竞争格局
 - (3) 市场集中度

3、大众化妆品市场前景预测

7.5.3 中国高端化妆品市场调研

- 1、高端化妆品市场发展现状

2、高端化妆品市场竞争格局

(1) 企业竞争格局

(2) 品牌竞争格局

(3) 市场集中度

3、高端化妆品市场前景预测

7.6 中国化妆品供应链布局诊断

第8章：中国化妆品行业下游销售渠道结构分析

8.1 中国化妆品行业下游销售渠道市场结构

8.1.1 中国化妆品行业销售渠道市场结构

8.1.2 中国化妆品行业细分产品下游销售渠道市场结构

1、护肤品下游销售渠道市场结构

2、彩妆下游销售渠道市场结构

3、护发美发下游销售渠道市场结构

4、清洁类化妆品下游销售渠道市场结构

5、香氛下游销售渠道市场结构

8.2 中国化妆品行业线下销售渠道发展分析（商超+专卖店+美容店+美妆集合店等）

8.2.1 中国化妆品行业线下销售渠道概况

1、化妆品线下销售结构

2、化妆品线下市场规模

8.2.2 中国化妆品行业线下销售渠道发展状况

1、护肤品线下销售规模

2、彩妆线下销售规模

3、护发美发线下销售规模

4、清洁类化妆品线下销售规模

5、香氛线下销售规模

8.2.3 中国化妆品行业线下销售渠道竞争状况

1、护肤品线下销售渠道竞争状况

2、彩妆线下销售渠道竞争状况

3、护发美发线下销售渠道竞争状况

4、清洁类化妆品线下销售渠道竞争状况

5、香氛线下销售渠道竞争状况

8.2.4 中国化妆品行业线下销售渠道发展趋势

8.3 中国化妆品行业线上销售渠道发展分析（电商+跨境电商）

8.3.1 中国化妆品行业线上销售渠道概况

- 1、化妆品线上销售结构
- 2、化妆品线上市场规模

8.3.2 中国化妆品行业线上销售渠道发展状况

- 1、护肤品线上销售规模
- 2、彩妆线上销售规模
- 3、护发美发线上销售规模
- 4、清洁类化妆品线上销售规模
- 5、香氛线上销售规模

8.3.3 中国化妆品行业线上销售渠道竞争状况

- 1、护肤品线上销售渠道竞争状况
- 2、彩妆线上销售渠道竞争状况
- 3、护发美发线上销售渠道竞争状况
- 4、清洁类化妆品线上销售渠道竞争状况
- 5、香氛线上销售渠道竞争状况

8.3.4 中国化妆品行业线上销售渠道发展趋势

8.4 中国化妆品行业下游需求用户消费行为特征分析

8.4.1 女性消费者行为研究

- 1、女性消费群体购买动机
- 2、女性群体消费情况

8.4.2 男性消费者行为研究

- 1、男性消费群体购买动机
- 2、男性群体消费情况

第9章：中国化妆品行业市场竞争状况及国际竞争力分析

9.1 中国化妆品行业波特五力模型分析

9.1.1 化妆品行业现有竞争者之间的竞争

9.1.2 化妆品行业关键要素的供应商议价能力分析

9.1.3 化妆品行业消费者议价能力分析

9.1.4 化妆品行业潜在进入者分析

9.1.5 化妆品行业替代品风险分析

9.1.6 化妆品行业竞争情况总结

9.2 中国化妆品行业投融资、兼并与重组状况

9.2.1 中国化妆品行业投融资发展状况

9.2.2 中国化妆品行业兼并与重组状况

9.3 中国化妆品行业市场竞争格局分析

9.3.1 中国化妆品行业竞争层次

9.3.2 中国化妆品企业市场格局

9.4 中国化妆品行业市场集中度分析

9.5 中国化妆品行业国际市场竞争力分析

9.6 中国化妆品行业重点企业海外布局状况

第10章：中国化妆品产业区域布局状况及重点区域市场调研

10.1 中国化妆品产业区域布局状况

10.1.1 中国化妆品行业上游资源区域分布状况

10.1.2 中国化妆品行业注册企业数量区域分布

10.1.3 中国化妆品行业区域市场发展格局分析

1、代表性企业分布

2、专利申请排名

10.2 中国化妆品产业集群及产业园区建设状况

10.3 中国化妆品产业重点区域市场调研

10.3.1 广东省化妆品行业发展状况

1、化妆品行业区域发展环境

(1) 经济环境

(2) 政治环境

2、化妆品行业区域发展现状

(1) 限额以上单位化妆品零售额

(2) 发展特点

3、化妆品行业区域市场竞争

4、化妆品行业区域发展趋势

10.3.2 浙江省化妆品行业发展状况

1、化妆品行业区域发展环境

(1) 经济环境

(2) 政治环境

2、化妆品行业区域发展现状

(1) 限额以上单位化妆品零售额

(2) 发展特点

3、化妆品行业区域市场竞争

4、化妆品行业区域发展趋势

10.3.3 江苏省化妆品行业发展状况

1、化妆品行业区域发展环境

(1) 经济环境

(2) 政治环境

2、化妆品行业区域发展现状

(1) 限额以上单位化妆品零售额

(2) 发展特点

3、化妆品行业区域市场竞争

4、化妆品行业区域发展趋势

10.3.4 山东省化妆品行业发展状况

1、化妆品行业区域发展环境

(1) 经济环境

(2) 政治环境

2、化妆品行业区域发展现状

(1) 限额以上单位化妆品零售额

(2) 发展特点

3、化妆品行业区域市场竞争

4、化妆品行业区域发展趋势

10.3.5 上海市化妆品行业发展状况

1、化妆品行业区域发展环境

(1) 经济环境

(2) 政治环境

2、化妆品行业区域发展现状

(1) 限额以上单位化妆品零售额

(2) 发展特点

3、化妆品行业区域市场竞争

4、化妆品行业区域发展趋势

第11章：中国化妆品行业发展痛点及产业转型升级布局动向追踪

11.1 中国化妆品行业商业模式分析

11.2 中国化妆品行业经营效益分析

11.2.1 中国化妆品行业营收状况

11.2.2 中国化妆品行业利润水平

1、利润增速

2、毛利率水平

11.2.3 中国化妆品行业成本管控

11.3 中国化妆品行业市场痛点分析

11.4 中国化妆品产业结构优化与转型升级发展路径

11.5 中国化妆品产业结构优化与转型升级布局动向追踪

11.5.1 中国化妆品产业结构优化布局动向追踪

1、《产业结构调整指导目录（2019年本）》优化化妆品产业结构

2、线上销售渠道扩张

11.5.2 中国化妆品博思数据化管理布局动向追踪

1、企业管理信息化

2、行业监管信息化

11.5.3 中国化妆品产业低碳化/绿色转型布局动向追踪

第12章：中国化妆品行业重点企业案例研究

12.1 中国化妆品行业重点企业布局状况梳理

12.2 中国化妆品行业重点企业布局案例研究

12.2.1 上海家化联合股份有限公司

1、企业发展历程及基本信息

（1）发展历程

（2）基本信息

（3）股权结构

2、企业业务架构及经营情况

（1）企业整体业务架构

（2）企业整体经营情况

3、企业化妆品业务布局及发展状况

（1）企业化妆品品牌

- (2) 企业化妆品业务供给布局状况
- (3) 企业化妆品业务销售布局状况
- (4) 企业化妆品业务研发创新状况
- (5) 企业化妆品业务投融资分析
- 4、企业化妆品业务最新发展动向追踪
- 5、企业经营优劣势分析

12.2.2 珀莱雅化妆品股份有限公司

1、企业发展历程及基本信息

- (1) 发展历程
- (2) 基本信息
- (3) 股权结构

2、企业业务架构及经营情况

- (1) 企业整体业务架构
- (2) 企业整体经营情况

3、企业化妆品业务布局及发展状况

- (1) 企业化妆品品牌
- (2) 企业化妆品业务供给布局状况
- (3) 企业化妆品业务销售布局状况
- (4) 企业化妆品业务研发创新状况
- (5) 企业化妆品业务投融资分析

4、企业化妆品业务最新发展动向追踪

5、企业经营优劣势分析

12.2.3 广东丸美生物技术股份有限公司

1、企业发展历程及基本信息

- (1) 发展历程
- (2) 基本信息
- (3) 股权结构

2、企业业务架构及经营情况

- (1) 企业整体业务架构
- (2) 企业整体经营情况

3、企业化妆品业务布局及发展状况

- (1) 企业化妆品品牌

- (2) 企业化妆品业务供给布局状况
- (3) 企业化妆品业务销售布局状况
- (4) 企业化妆品业务研发创新状况
- (5) 企业化妆品业务投融资分析
- 4、企业化妆品业务最新发展动向追踪
- 5、企业经营优劣势分析

12.2.4 拉芳家化股份有限公司

1、企业发展历程及基本信息

- (1) 发展历程
- (2) 基本信息
- (3) 股权结构

2、企业业务架构及经营情况

- (1) 企业整体业务架构
- (2) 企业整体经营情况

3、企业化妆品业务布局及发展状况

- (1) 企业化妆品品牌
- (2) 企业化妆品业务供给布局状况
- (3) 企业化妆品业务销售布局状况
- (4) 企业化妆品业务研发创新状况
- (5) 企业化妆品业务投融资分析

4、企业化妆品业务最新发展动向追踪

5、企业经营优劣势分析

12.2.5 上海相宜本草化妆品股份有限公司

1、企业发展历程及基本信息

- (1) 发展历程
- (2) 基本信息
- (3) 股权结构

2、企业业务架构及经营情况

- (1) 企业整体业务架构
- (2) 企业整体经营情况

3、企业化妆品业务布局及发展状况

- (1) 企业化妆品品牌

- (2) 企业化妆品业务供给布局状况
- (3) 企业化妆品业务销售布局状况
- (4) 企业化妆品业务研发创新状况
- (5) 企业化妆品业务投融资分析
- 4、企业化妆品业务最新发展动向追踪
- 5、企业经营优劣势分析

12.2.6 华熙生物科技股份有限公司

1、企业发展历程及基本信息

- (1) 发展历程
- (2) 基本信息
- (3) 股权结构

2、企业业务架构及经营情况

- (1) 企业整体业务架构
- (2) 企业整体经营情况

3、企业化妆品业务布局及发展状况

- (1) 企业化妆品品牌
- (2) 企业化妆品业务供给布局状况
- (3) 企业化妆品业务销售布局状况
- (4) 企业化妆品业务研发创新状况
- (5) 企业化妆品业务投融资分析

4、企业化妆品业务最新发展动向追踪

5、企业经营优劣势分析

12.2.7 上海上美化妆品股份有限公司

1、企业发展历程及基本信息

- (1) 发展历程
- (2) 基本信息
- (3) 股权结构

2、企业业务架构及经营情况

- (1) 企业整体业务架构
- (2) 企业整体经营情况

3、企业化妆品业务布局及发展状况

- (1) 企业化妆品品牌

- (2) 企业化妆品业务供给布局状况
- (3) 企业化妆品业务销售布局状况
- (4) 企业化妆品业务研发创新状况
- (5) 企业化妆品业务投融资分析
- 4、企业化妆品业务最新发展动向追踪
- 5、企业经营优劣势分析

12.2.8 福建片仔癀化妆品有限公司

1、企业发展历程及基本信息

- (1) 发展历程
- (2) 基本信息
- (3) 股权结构

2、企业业务架构及经营情况

- (1) 企业整体业务架构
- (2) 企业整体经营情况

3、企业化妆品业务布局及发展状况

- (1) 企业化妆品品牌
- (2) 企业化妆品业务供给布局状况
- (3) 企业化妆品业务销售布局状况
- (4) 企业化妆品业务研发创新状况
- (5) 企业化妆品业务投融资分析

4、企业化妆品业务最新发展动向追踪

5、企业经营优劣势分析

12.2.9 伽蓝（集团）股份有限公司

1、企业基本信息

- (1) 基本信息
- (3) 股权结构

2、企业业务架构及经营情况

- (1) 企业整体业务架构
- (2) 企业整体经营情况

3、企业化妆品业务布局及发展状况

- (1) 企业化妆品品牌
- (2) 企业化妆品业务供给布局状况

- (3) 企业化妆品业务销售布局状况
- (4) 企业化妆品业务研发创新状况
- (5) 企业化妆品业务投融资分析
- 4、企业化妆品业务最新发展动向追踪
- 5、企业经营优劣势分析

12.2.10 云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司

- 1、企业发展历程及基本信息
 - (1) 发展历程
 - (2) 基本信息
 - (3) 股权结构
- 2、企业业务架构及经营情况
 - (1) 企业整体业务架构
 - (2) 企业整体经营情况
- 3、企业化妆品业务布局及发展状况
 - (1) 企业化妆品品牌
 - (2) 企业化妆品业务供给布局状况
 - (3) 企业化妆品业务销售布局状况
 - (4) 企业化妆品业务研发创新状况
 - (5) 企业化妆品业务投融资分析
- 4、企业化妆品业务最新发展动向追踪
- 5、企业经营优劣势分析

第13章：中国化妆品行业发展潜力评估及市场前景预判

- 13.1 中国化妆品行业SWOT分析
- 13.2 中国化妆品行业发展潜力评估
- 13.3 中国化妆品行业市场前景分析
- 13.4 中国化妆品行业发展趋势预判
 - 13.4.1 中国化妆品行业细分产品发展趋势
 - 13.4.2 中国化妆品行业技术发展趋势
- 1、合成生物技术
 - (1) 合成生物技术发展现状
 - (2) 合成生物技术发展机遇
- 2、生物发酵技术

13.4.3 中国化妆品行业原料发展趋势

1、核心活性成分

2、胶原蛋白

13.4.4 中国化妆品行业品牌发展趋势

第14章：中国化妆品行业投资特性及投资机会分析

14.1 中国化妆品行业投资前景预警

14.1.1 中国化妆品行业外部风险

14.1.2 中国化妆品行业企业内部风险

14.1.3 中国化妆品行业创新风险

14.1.4 中国化妆品行业供求变动风险

14.2 中国化妆品行业市场进入与退出壁垒分析

14.3 中国化妆品行业投资价值评估

14.4 中国化妆品行业投资机会分析

14.4.1 中国化妆品行业产业链薄弱环节投资机会

14.4.2 中国化妆品行业优势细分领域投资机会

14.4.3 中国化妆品行业重点区域市场投资机会

14.4.4 中国化妆品行业产业空白点投资机会

第15章：中国化妆品行业投资趋势分析与可持续发展建议

15.1 中国化妆品行业投资趋势分析与建议

15.1.1 下游市场投资趋势分析

15.1.2 技术领域投资趋势分析

15.1.3 渠道领域投资趋势分析

15.2 中国化妆品行业可持续发展建议

15.2.1 从企业的角度

15.2.2 从政府的角度

图表目录

图表1：化妆品相关概念辨析

图表2：《国民经济行业分类（GB/T 4754-2017）》中化妆品行业所归属类别

图表3：化妆品行业产品分类表

图表4：化妆品行业专业术语说明

图表5：本报告化妆品行业研究范围界定

图表6：本报告权威数据资料来源汇总

图表7：本报告的主要研究方法及统计标准说明

图表8：中国化妆品行业监管体系

图表9：中国化妆品行业主管部门

图表10：中国化妆品行业自律组织

图表11：截至2023年中国化妆品标准体系建设（单位：项，%）

图表12：截至2023年中国化妆品行业部分现行国家标准

图表13：截至2023年中国化妆品行业部分现行行业标准

图表14：截至2023年中国化妆品行业现行地方标准

图表15：截至2023年中国化妆品行业部分现行企业标准

图表16：截至2023年中国化妆品行业部分现行团体标准

图表17：截至2023年中国化妆品行业现行标准属性分布（单位：项，%）

图表18：截至2022年中国化妆品行业即将实施标准

图表19：截至2022年中国化妆品行业正在制定标准汇总

图表20：中国化妆品行业重点标准解读

图表21：截至2022年中国化妆品行业主要政策汇总及解读

图表22：截至2022年中国化妆品行业发展规划汇总

图表23：《化妆品监督管理条例》政策解读

图表24：《化妆品功效宣称评价规范》政策解读

图表25：《化妆品注册备案管理办法》政策解读

图表26：《化妆品行业“十四五”发展规划》政策解读

图表27：政策环境对中国化妆品行业发展的影响总结

图表28：2010-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表29：2010-2022年中国三次产业结构（单位：%）

图表30：2019-2022年中国CPI变化情况（单位：%）

图表31：2010-2022年中国全部工业增加值及增速（单位：万亿元，%）

图表32：2010-2022年中国固定资产投资额（不含农户）及增速（单位：万亿元，%）

图表33：2010-2022年中国社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）

图表34：部分国际机构对2022-2023年中国GDP增速的预测（单位：%）

图表35：2022年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）

图表36：2017-2021年中国GDP与化妆品行业市场规模相关性

图表37：2017-2021年中国社会消费品零售总额与化妆品行业市场规模相关性

图表38：2010-2021年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）

图表39：2010-2021年中国人口年龄结构（单位：%）

图表40：2010-2021年中国人口性别结构（单位：%）

图表41：2010-2021年中国城镇人口规模及城镇化率（单位：万人，%）

图表42：中国城市化进程发展阶段

图表43：2021年中国消费者通过不同方式购物频率情况（单位：%）

图表44：2021年中国消费者不同品类商品购物方式选择（单位：%）

图表45：2021年中国消费者品牌忠诚度影响因素调查（单位：%）

图表46：2021年中国消费者国内外品牌偏好调研（单位：%）

图表47：社会环境对化妆品行业发展的影响分析

图表48：乳剂类化妆品行业技术工艺流程

图表49：中国化妆品行业关键技术分析

图表50：2020-2022年中国化妆品行业代表性上市公司研发投入水平（单位：亿元，%）

图表51：中国化妆品行业创新成果

图表52：2010-2022年中国化妆品行业专利申请数量（单位：项）

图表53：2010-2022年中国化妆品行业专利公开数量（单位：项）

图表54：截至2023年中国化妆品行业专利申请人Top10（单位：项）

图表55：截止到2023年中国化妆品行业相关专利分布领域TOP10（单位：项，%）

图表56：技术环境对中国化妆品行业发展的影响总结

图表57：全球化妆品行业发展历程

图表58：2017-2021年世界及主要经济体GDP同比增长率（单位：%）

图表59：2016-2021年美国国内生产总值变化趋势图（单位：万亿美元，%）

图表60：2018-2021年欧元区GDP季度同比变化（单位：%）

图表61：2009-2021年日本GDP变化情况（单位：%）

图表62：2022-2023年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表63：全球化妆品行业政法环境概况

图表64：2010-2022年全球化妆品行业专利申请数量（单位：项）

图表65：2010-2021年全球化妆品行业专利公开数量（单位：项）

图表66：截至2023年全球化妆品行业专利申请人Top10（单位：项）

图表67：截止到2023年全球化妆品行业相关专利分布领域TOP10（单位：项，%）

图表68：新冠疫情对全球化妆品行业的影响分析

图表69：2010-2022年全球化妆品市场规模及增长（单位：亿美元，%）

图表70：2010-2022年全球化妆品产品结构（单位：%）

图表71：全球十大化妆品龙头原材料供应商分布

图表72：2017-2022年全球化妆品行业进出口总额情况（单位：亿美元，%）

图表73：2017-2022年全球化妆品行业进口额情况（单位：亿美元，%）

图表74：2022年1-11月化妆品行业主要进口来源地分析——按金额（单位：%）

图表75：2017-2022年全球化妆品行业出口额情况（单位：亿美元，%）

图表76：2022年1-11月化妆品行业主要出口来源地分析——按金额（单位：%）

图表77：2022年全球化妆品消费国市场份额（单位：%）

图表78：美国化妆品行业发展历程

图表79：2010-2022年美国化妆品市场规模及增长情况（单位：亿美元，%）

图表80：2021年美国前十大化妆品企业市场份额（单位：%）

图表81：欧洲化妆品发展历程

图表82：2010-2022年欧洲化妆品市场规模情况（单位：亿美元）

图表83：2021年东欧前十大化妆品企业市场份额（单位：%）

图表84：2021年西欧前十大化妆品企业市场份额（单位：%）

图表85：日本化妆品行业发展历程

图表86：2010-2021年日本化妆品市场规模（单位：亿美元）

图表87：2021年日本前十大化妆品企业市场份额（单位：%）

图表88：全球化妆品企业竞争层次分析

图表89：2016-2021年全球化妆品行业竞争格局情况（单位：%）

图表90：2011-2021年CR3/5/10化妆品企业销售额占全球化妆品市场份额（单位：%）

图表91：2020-2022年全球化妆品行业重点并购事件汇总

图表92：雅诗兰黛集团发展历程

图表93：2017-2022财年雅诗兰黛集团营业收入情况（单位：亿美元，%）

图表94：2017-2022财年雅诗兰黛集团净利润变动情况（单位：亿美元，%）

图表95：2022年财年雅诗兰黛集团产品构成情况——按销售收入（单位：%）

图表96：雅诗兰黛集团旗下品牌情况

图表97：2022年财年雅诗兰黛集团销售收入区域构成情况（单位：%）

图表98：2016-2021年雅诗兰黛在中国的市占率（单位：%）

图表99：欧莱雅集团发展历程

图表100：2017-2022年欧莱雅集团营业收入变动情况（单位：亿欧元，%）

图表101：2011-2022年欧莱雅集团净收入变动情况（单位：亿欧元，%）

图表102：2021年欧莱雅集团产品结构——按销售收入（单位：%）

图表103：欧莱雅集团旗下品牌

图表104：2021年欧莱雅集团营业收入区域构成（单位：%）

图表105：截至2023年欧莱雅集团旗下品牌在中国主要社交媒体粉丝量（单位：万人）

图表106：2016-2021年欧莱雅在中国的市占率（单位：%）

图表107：资生堂集团发展历程

图表108：2017-2022年日本资生堂集团营业收入变化情况（单位：万亿日元，%）

图表109：2017-2022年日本资生堂集团净利润变化情况（单位：亿日元，%）

图表110：2021年日本资生堂集团产品收入占比情况（单位：%）

图表111：日本资生堂集团旗下品牌情况

图表112：2022年H1日本资生堂集团主要品牌净销售额增速（单位：%）

图表113：2020-2022年日本资生堂集团分区域业绩情况（单位：%）

图表114：资生堂集团在中国线下渠道布局

图表115：资生堂集团护肤品品牌在天猫开店情况

图表116：2016-2022年资生堂集团在华业绩及增长情况（单位：亿日元，%）

图表117：宝洁集团发展历程

图表118：2017-2022年财年宝洁集团营业收入变化情况（单位：亿美元，%）

图表119：2017-2021年财年宝洁集团净利润变化情况（单位：亿美元，%）

图表120：2022年财年宝洁集团销售收入部门构成情况（单位：%）

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/L31618NPK7.html>