|  |
| --- |
| [2024-2030年化妆品市场深度调查分析及发展前景研究报告](https://www.20087.com/5/32/HuaZhuangPinShiChangXuQiuFenXiYuCe.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2024-2030年化妆品市场深度调查分析及发展前景研究报告](https://www.20087.com/5/32/HuaZhuangPinShiChangXuQiuFenXiYuCe.html) |
| 报告编号： | 1A55325　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8500 元　　纸介＋电子版：8800 元 |
| 优惠价： | 电子版：7600 元　　纸介＋电子版：7900 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/5/32/HuaZhuangPinShiChangXuQiuFenXiYuCe.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　化妆品行业近年来呈现出强劲的增长态势，受到全球化、社交媒体影响和消费者对个人形象重视的多重驱动。天然有机、无动物测试和皮肤友好型产品成为市场热点，反映了消费者对健康和环保的日益关注。同时，个性化护肤方案和智能美妆工具的出现，满足了消费者对高效、精准护肤的需求。  
　　未来，化妆品行业将更加侧重于科技创新和品牌故事。基于基因组学和皮肤微生物组研究的个性化护肤解决方案将逐渐成熟，通过分析个体的皮肤状况和遗传特征，提供定制化的护肤建议和产品。同时，虚拟试妆和增强现实技术的应用将改变消费者的购物体验，无需实体试用即可预览化妆效果。此外，品牌将更加重视讲述其背后的故事和价值观，与消费者建立情感连接，提升品牌忠诚度。  
　　《[2024-2030年化妆品市场深度调查分析及发展前景研究报告](https://www.20087.com/5/32/HuaZhuangPinShiChangXuQiuFenXiYuCe.html)》深入剖析了当前化妆品行业的现状，全面梳理了化妆品市场需求、市场规模、产业链结构以及价格体系。化妆品报告探讨了化妆品各细分市场的特点，展望了市场前景与发展趋势，并基于权威数据进行了科学预测。同时，化妆品报告还对品牌竞争格局、市场集中度、重点企业运营状况进行了客观分析，指出了行业面临的风险与机遇。化妆品报告旨在为化妆品行业内企业、投资公司及政府部门提供决策支持，是把握行业发展趋势、规避风险、挖掘机遇的重要参考。  
  
第一部份 市场现状  
第一章 全球化中的中国化妆品市场  
　　第一节 全球化中的中国化妆品市场分析  
　　　　一、中国化妆品市场在全球市场地位  
　　　　二、全球化对中国化妆品行业影响  
　　　　三、全球化对中国化妆品市场影响  
　　第二节 中国化妆品企业参与全球化竞争分析  
　　第三节 外资化妆品参与中国市场竞争分析  
　　第四节 中国化妆品行业应对全球化发展策略  
  
第二章 全球化中的化妆品国际市场分析  
　　第一节 2024年国际化妆品市场发展分析  
　　　　一、拉美化妆品市场  
　　　　二、欧洲化妆品市场  
　　　　　　1、法国  
　　　　　　2、德国  
　　　　　　3、英国  
　　　　三、亚太地区化妆品市场  
　　　　　　1、日本  
　　　　　　2、东盟化妆品市场  
　　第二节 国际热门化妆品细分市场分析  
　　　　一、香薰产品市场  
　　　　二、天然婴儿护理品  
　　　　三、全球化妆笔市场  
　　第三节 主要国家化妆品市场分析  
　　　　一、日本化妆品市场  
　　　　二、法国化妆品市场  
　　　　三、韩国化妆品市场  
　　　　　　1、韩国化妆品优势  
　　　　　　2、行业发展生命周期  
　　　　　　3、发展特点  
　　　　　　4、值得学习的营销经验  
　　第四节 全球名牌化妆品分析  
　　　　一、全球主要化妆品品牌  
　　　　二、全球名牌化妆品特点  
　　　　三、名牌化妆品销售策略  
  
第三章 2024年中国化妆品市场分析及预测  
　　第一节 中国化妆品业的OEM状况分析  
　　　　一、化妆品业OEM现状  
　　　　二、OEM加工存在的问题  
　　　　三、OEM在国外状况分析  
　　　　四、化妆品行业发展趋势  
　　第二节 2024年我国化妆品行业发展及预测  
　　　　一、我国化妆品行业发展分析  
　　　　二、我国化妆品消费特点  
　　　　　　1、产品细分日益清晰，消费需求更加个性化  
　　　　　　2、“天然”、“活性”、“健康”成为新兴理念，本草护肤品倍受关注  
　　　　　　3、护肤品子行业市场规模最大，占化妆品行业整体比重不断提高  
　　　　三、近年我国化妆品销售增长情况  
　　　　四、2024年化妆品行业广告投放  
　　　　　　1．上半年化妆品电视广告投入达217亿  
　　　　　　2．投放电视广告的面膜品牌最多  
　　　　　　3．润肤产品成电视广告的主力军  
　　　　　　4．巴黎欧莱雅半年广告投入35.83亿元  
　　第三节 2023-2024年中国化妆品行业品牌集中度分析  
　　　　一、高端、中高端品牌占比  
　　　　二、行业集中度分析  
  
第四章 2019-2024年中国化妆品产业规模效应分析  
　　第一节 2019-2024年我国规模以上化妆品制造企业数量  
　　第二节 2019-2024年我国规模以上化妆品制造资产合计  
　　第三节 2019-2024年我国规模以上化妆品制造销售收入  
　　第四节 2019-2024年我国规模以上化妆品制造利润总额  
  
第五章 2019-2024年中国化妆品制造财务指标  
　　第一节 2019-2024年我国规模以上化妆品制造债偿能力  
　　第二节 2019-2024年我国规模以上化妆品制经营能力  
　　第三节 2019-2024年我国规模以上化妆品制盈利能力  
  
第六章 2024年中国化妆品对外贸易分析  
　　　　一、2024年中国化妆品进口总体情况  
　　　　二、2024年中国化妆品出口总体情况  
  
第二部分 市场细分  
第七章 中国化妆品区域市场  
　　第一节 北京化妆品市场  
　　第二节 上海化妆品市场  
　　第三节 广东化妆品市场  
　　　　　　1．地理分布  
　　　　　　2．生产规模  
　　　　　　3．经营状况  
  
第八章 护肤品市场  
　　第一节 中国护肤品行业  
　　　　一、护肤品行业发展历程  
　　　　二、护肤品行业发展现状  
　　第二节 2024年中国护肤品市场分析  
　　　　一、男性护肤品市场  
　　　　二、功能性护肤品市场  
　　　　三、奢华保养护肤品市场  
　　第三节 护肤品品牌竞争格局  
　　　　一、整体竞争格局  
　　　　二、国内外品牌竞争格局  
　　　　三、市场竞争深度分析  
　　　　　　1、品牌之间消费群结构差异明显  
　　　　　　2、消费群结构分析  
　　　　　　3、男性护肤品市场分析  
　　　　　　4、品牌之间忠诚度差异不明显，竞争力主要看市场份额和成长性。  
　　第四节 护肤品市场发展趋势  
  
第九章 防晒用品市场  
　　第一节 防晒用品市场  
　　　　一、防晒用品市场特点  
　　　　二、防晒用品市场前景  
　　第二节 竞争状况  
　　　　一、竞争焦点  
　　　　二、市场渗透率  
　　第三节 中国防晒化妆品市场发展趋势分析  
  
第十章 祛斑与祛痘产品市场  
　　第一节 祛斑产品市场  
　　　　一、产品特点  
　　　　二、市场前景  
　　　　三、消费者分析  
　　　　四、竞争分析  
　　第二节 祛痘产品市场  
　　　　一、祛痘产品市场现状  
　　　　　　1、祛痘产品众多，祛痘品牌偏少  
　　　　　　2、祛痘品牌优势凸现，强者更强  
　　　　　　3、祛痘产品价格差异大，中高档祛痘产品受青睐  
　　　　二、祛痘产品市场竞争  
  
第十一章 彩妆市场  
　　第一节 全球彩妆市场分析  
　　　　一、全球彩妆市场  
　　　　二、全球彩妆细分市场  
　　　　三、2024年全球彩妆市场预测  
　　第二节 中国彩妆市场分析  
　　　　一、中国彩妆市场分析  
　　　　二、中国彩妆市场需求  
　　　　三、中国彩妆市场竞争  
　　　　四、2024年彩妆市场预测  
  
第十二章 发用品市场  
　　第一节 发用品市场分析  
　　　　一、洗护发产品市场规模  
　　　　二、洗护发产品品牌集中度  
　　　　三、洗护发产品市场需求  
　　　　四、洗护发产品价格分析  
　　　　五、我国洗发水企业操作的误区  
　　第二节 国内洗发水品牌的格局与发展  
　　　　一、品牌现状与格局  
　　　　　　1、主要竞争品牌——“一霸双雄”  
　　　　　　2、市场占有率与渗透率比较  
　　　　　　3、主要品牌地域分布  
　　　　　　4、品牌忠诚度比较  
　　　　　　5、各品牌消费群体定位  
　　　　二、品牌竞争特征  
　　　　三、洗发水市场发展趋势  
　　　　　　1、现有产品分类  
　　　　　　2、未来产品发展趋势  
　　第三节 消费者分析  
  
第十三章 化妆品消费者分析  
　　第一节 化妆品消费市场调查分析  
　　第二节 化妆品消费者分析  
　　　　一、女性化妆品消费者调查  
　　　　二、儿童化妆品消费者调查  
　　　　　　1、消费者分析  
　　　　　　2、消费者心目中的婴儿护肤产品特征  
　　　　三、上海化妆品消费者调查  
　　　　　　1、采样人群分析  
　　　　　　2、消费者化妆品信息来源分析  
　　　　　　3、化妆品购买地点调查分析  
　　　　　　4、选择化妆品商店的原因分析  
　　　　　　5、选择化妆品因素分析  
　　第三节 护肤品消费者分析  
　　　　一、一批品牌深入人心  
　　　　二、女性使用洁肤护肤品各有偏好  
　　　　三、年龄和收入影响品牌的选择  
　　　　四、品牌地域特色明显  
　　　　五、适合自己的肤质最重要  
　　　　六、三分之一女性近一年更换过洁肤护肤品牌  
　　第四节 防晒化妆品消费者分析  
　　第五节 洗发水和染发类产品消费者分析  
　　　　　　1．北京地区：近三成调查对象使用护发素  
　　　　　　2．沪宁地区：25岁之前偏重自然、浅色系  
　　　　　　3．沪宁女性染发着色系成熟 男士染发比例较高  
　　　　　　4．温雅、彩蕴、卡尼尔占据彩染前三 专业发廊销售额稳步提升  
  
第三部分 竞争格局  
第十四章 中国化妆品市场竞争  
　　　　一、国内化妆品市场竞争现状  
　　　　二、国内化妆品市场竞争格局  
　　　　三、国内化妆品市场竞争趋势  
　　　　　　1、我国化妆品市场的消费格局  
　　　　　　2、我国化妆品的生产格局  
　　　　　　3、我国本土化妆品生产企业的SWOT分析  
　　　　四、化妆品巨头中国市场竞争  
  
第十五章 主要外资化妆品公司分析  
　　第一节 法国欧莱雅集团（L’OREAL）  
　　　　一、主要产品  
　　　　二、行业地位  
　　　　三、竞争实力  
　　　　四、经营状况  
　　第二节 美国宝洁公司（PROCTER &amp; GAMBLE）  
　　　　一、主要产品  
　　　　二、行业地位  
　　　　三、竞争实力  
　　　　四、经营状况  
　　第三节 美国安利公司（AMWAY）  
　　　　一、主要产品  
　　　　二、行业地位  
　　　　三、竞争实力  
　　　　四、经营状况  
　　第四节 美国雅芳（AVON）  
　　　　一、主要产品  
　　　　二、行业地位  
　　　　三、竞争实力  
　　　　四、经营状况  
  
第十六章 国内主要化妆品企业分析  
　　第一节 上海家化联合股份有限公司  
　　　　一、主要产品  
　　　　二、行业地位  
　　　　三、竞争实力  
　　　　四、经营状况  
　　第二节 索芙特股份有限公司  
　　　　一、主要产品  
　　　　二、行业地位  
　　　　三、竞争实力  
　　　　四、经营状况  
　　第三节 福建泉州恒泉化妆品有限公司  
　　　　一、主要产品  
　　　　二、行业地位  
　　　　三、竞争实力  
　　第四节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司  
　　　　一、主要产品  
　　　　二、行业地位  
　　　　三、竞争实力  
　　　　四、经营状况  
  
第十七章 中国化妆品市场营销  
　　第一节 化妆品行业营销模式分析  
　　　　一、目标营销  
　　　　二、专柜营销  
　　　　三、药店营销  
　　　　四、服务营销  
　　　　五、直销经营  
　　第二节 化妆品行业营销策略分析  
　　　　一、中国化妆品品牌营销策略  
　　　　二、国外化妆品渠道营销策略  
　　第三节 化妆品行销售渠道分析  
  
第十八章 2024年中国化妆品行业投资分析  
　　第一节 中国化妆品行业投资机会分析  
　　第二节 中国化妆品行业投资环境分析  
　　第三节 中国化妆品行业投资前景分析  
　　　　　　1、抗皮肤衰老化妆品  
　　　　　　2、美白化妆品  
　　　　　　3、防脱发、育发产品  
  
第四部分 发展趋势  
第十九章 2024-2030年化妆品市场发展趋势及预测  
　　第一节 2024-2030年国际化妆品市场发展趋势  
　　　　一、全球化妆品市场发展趋势及预测  
　　　　二、2024-2030年全球美容化妆品市场预测  
　　第二节 2024-2030年中国化妆品市场发展趋势  
　　　　一、中国化妆品行业发展趋势  
　　　　二、中国化妆品市场发展趋势  
　　第三节 中:智:林－2024-2030年中国化妆品市场发展预测  
　　　　一、2024-2030年中国化妆品市场消费格局  
　　　　二、2024-2030年中国化妆品市场销售预测  
　　　　三、2024-2030年中国护肤品市场规模预测  
　　　　四、2024-2030年中国彩妆市场容量预测  
  
图表目录  
　　图表 1 2019-2024年全球各区域化妆品市场规模变动趋势  
　　图表 2 2019-2024年全球化妆品各细分产品市场份额变动趋势  
　　图表 3 2019-2024年全球化妆品产业TOP5销售收入（十亿美元）  
　　图表 4 2024年化妆品各品类电视广告投放品牌个数  
　　图表 5 2024年化妆品各品类电视广告投放刊例  
　　图表 6 2024年化妆品电视广告投放前25位品牌  
　　图表 7 化妆品品牌分类  
　　图表 8 CR30品牌排名与市占率  
　　图表 9 2019-2024年规模以上化妆品制造企业分析  
　　图表 10 2019-2024年规模以上化妆品制造资产合计  
　　图表 11 2019-2024年规模以上化妆品制造产品销售收入合计  
　　图表 12 2019-2024年规模以上化妆品制造产品利润总额统计  
　　图表 13 2019-2024年规模以上化妆品制造产品资产负债率统计  
　　图表 14 2019-2024年规模以上化妆品制造产品经营能力  
　　图表 15 2019-2024年规模以上化妆品制造毛利率  
　　图表 16 2019-2024年规模以上化妆品制造销售利润率  
　　图表 17 2024年中国化妆品进口数据  
　　图表 18 2024年中国化妆品出口数据  
　　图表 19 广东各地化妆品企业平均厂房面积和生产人员  
　　图表 20 广东省各地化妆品企业平均销售额  
　　图表 21 防晒系列护肤品主要消费群体年龄分布  
　　图表 22 防晒系列护肤品主要消费群体婚姻状况  
　　图表 23 影响消费者不购买祛斑产品的因素  
　　图表 24 购买祛斑产品消费习惯分析  
　　图表 25 洗发水市场占有率排名  
　　图表 26 洗发水市场品牌渗透率  
　　图表 27 洗发水品牌忠诚度  
　　图表 28 洗发水品牌占有率与忠诚度比较  
　　图表 29 收入与年龄定位图  
　　图表 30 洗发水市场集中度  
　　图表 31 购买洗发水主要考虑因素  
　　图表 32 消费者对产品功能的要求  
　　图表 33 消费者购买儿童护肤品的首选品牌  
　　图表 34 不同年龄段儿童其护肤品的首选品牌  
　　图表 35 消费者心目中的婴儿护肤产品特征  
　　图表 36 儿童化妆品常使用的产品种类分析  
　　图表 37 儿童护肤品不同购买人情况  
　　图表 38 消费者购买儿童化妆品时最关心的  
　　图表 39 消费者购买不同年龄段儿童化妆品时最关心的  
　　图表 40 消费者购买儿童化妆品时看重的特点  
　　图表 41 消费者最喜欢的促销类型  
　　图表 42 各类护肤品品牌知名度排名  
　　图表 43 各类洁肤护肤品品牌知名度排名  
　　图表 44 不同年龄阶段的女性对洁肤护肤品的选择  
　　图表 45 不同收入层次的女性对洁肤护肤品的选择  
　　图表 46 不同城市女性对洁肤护肤品品牌的选择  
　　图表 47 不同女性在洁肤、护肤品上的花费与其家庭人均月收入的比例  
　　图表 48 消费者购买防晒护肤品关注的细节  
　　图表 49 北京不同年龄阶段的女性选择防晒品时最为注重的  
　　图表 50 武汉消费者购买防晒护肤品能接受的价格  
　　图表 51 成都消费者购买防晒护肤品能接受的价格  
　　图表 52 消费者最喜欢的防晒护肤品牌  
　　图表 53 2024年上海家化主营业务收入构成  
　　图表 54 2024年索芙特股份有限公司主营收入构成  
略……

了解《[2024-2030年化妆品市场深度调查分析及发展前景研究报告](https://www.20087.com/5/32/HuaZhuangPinShiChangXuQiuFenXiYuCe.html)》，报告编号：1A55325，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/5/32/HuaZhuangPinShiChangXuQiuFenXiYuCe.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！