

# 2020年中国美妆行业前景分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国美妆行业前景分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/502272502272.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

近年来随着女性社会地位的不断增强、消费意愿的提升，我国化妆品消费市场不断增长。而作为化妆品的细分市场，美妆领域也呈现快速增长态势。

目前我国美妆消费市场主力军主要是90、95后消费者，人群消费占比在 1/3 左右，消费金额占比却已接近 50%。另据数据显示，2018年15-24岁、25-34岁人均年度花销分别在 1713 元/1499 元，也高于其他年龄层，人均消费增速及消费频次增速均引领整体。

从区域分布来看，一线/二线群体消费人群占比最大。数据显示，在2020年3月，我国美妆人群中一线占比在 8%，二线（包括准一线，下同）占比在35%，三线及以下群体数量占比 49%。

一二线群体贡献主要美妆消费占比情况

数据来源：公开数据整理

另一方面受直播带货等影响，我国美妆市场的加速低线下沉。根据天猫数据显示，2019年小镇青年的美妆个护线上消费增速38%，超过上线城市16%的增速。以微信生态商家SaaS服务商有赞为例，其美妆直播下单用户四线及以下城市占比明显高于美妆整体。

预计随着注意力资源变迁、下沉市场崛起、技术/产业支持的影响下，为争夺注意力资源，各平台对美妆扶持有望不断加码。例如快手通过流量扶持、运营指导、政策扶持等一系列工作帮助商家越卖越好，联动商业化团队大力支持知名国货品牌。对新晋美妆品牌开启扶持成长计划。淘宝的阿里“春雷计划”将在天猫美妆洗护落地。将加大扶持中小品牌力度，帮助外贸工厂品牌化转型，加速孵化 1000 个年销售额超过千万的新开店品牌。

主要电商/社交平台的商业化布局

平台

平台口号

核心导向

流量特点

盈利模式

美妆相关布局

快手

记录世界记录你

熟人社交

去中心化运营，公平普惠的流量分发机制

## 直播为主

通过流量扶持、运营指导、政策扶持等一系列工作帮助商家越卖越好，联动商业化团队大力支持知名国货品牌。对新晋美妆品牌开启扶持成长计划，欢迎知名美妆品牌、新锐国货品牌、优质潜力品牌加入快手

## B站

ACG 弹幕视频追番神器

## 内容生态

依托粉丝关系、兴趣推送的分发机制，根据用户关注话题等数据进行定制化推荐。

游戏、直播为主，广告、电商为辅

成立子公司上海萌派，专门运营 MCN 业务；搭建商业广告接单平台“花火”。时尚区包含“美妆”类目，已成商业化程度最高分区。2 月兰蔻即与 B 站合作进行了新产品「极光水」的线上发布。

## 淘宝（直播）

带给你真实的逛街体验，边看直播边剁手

## 促进成交

平台-直播间-商家，内容为流量分发的中间层。

## 服务费为主

阿里“春雷计划”将在天猫美妆洗护落地。将加大扶持中小品牌力度，帮助外贸工厂品牌化转型，加速孵化 1000 个年销售额超过千万的新开店品牌。天猫将与珀莱雅、强生等 12 个集团建立长线合作机制，打造新品牌孵化基地。

## 抖音

记录美好生活

## 算法推荐

中心化强运营，流量分发权主要由抖音掌握

## 信息流广告为主

助力本土美妆品牌生产出具有创意的精品内容。举办“要你好看”国货美妆创意大赛、首届抖音美妆节、抖音好物推荐官等一系列活动。资料来源：公开资料整理（WW）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国美妆行业前景分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策

的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】第一章 2017-2020年中国美妆行业发展概述第一节 美妆行业发展情况概述一、美妆行业相关定义二、美妆行业基本情况介绍三、美妆行业发展特点分析第二节 中国美妆行业上下游产业链分析一、产业链模型原理介绍二、美妆行业产业链条分析三、中国美妆行业产业链环节分析1、上游产业2、下游产业第三节 中国美妆行业生命周期分析一、美妆行业生命周期理论概述二、美妆行业所属的生命周期分析第四节 美妆行业经济指标分析一、美妆行业的赢利性分析二、美妆行业的经济周期分析三、美妆行业附加值的提升空间分析第五节 中国美妆行业进入壁垒分析一、美妆行业资金壁垒分析二、美妆行业技术壁垒分析三、美妆行业人才壁垒分析四、美妆行业品牌壁垒分析五、美妆行业其他壁垒分析 第二章 2017-2020年全球美妆行业市场发展现状分析第一节 全球美妆行业发展历程回顾第二节 全球美妆行业市场区域分布情况第三节 亚洲美妆行业地区市场分析一、亚洲美妆行业市场现状分析二、亚洲美妆行业市场规模与市场需求分析三、亚洲美妆行业市场前景分析第四节 北美美妆行业地区市场分析一、北美美妆行业市场现状分析二、北美美妆行业市场规模与市场需求分析三、北美美妆行业市场前景分析第五节 欧盟美妆行业地区市场分析一、欧盟美妆行业市场现状分析二、欧盟美妆行业市场规模与市场需求分析三、欧盟美妆行业市场前景分析第六节 全球美妆行业重点企业分析一、企业A1、企业介绍2、企业主营业务3、企业经营分析二、企业B1、企业介绍2、企业主营业务3、企业经营分析三、企业C1、企业介绍2、企业主营业务3、企业经营分析第七节 2021-2026年世界美妆行业分布走势预测第八节 2021-2026年全球美妆行业市场规模预测 第三章 中国美妆产业发展环境分析第一节 我国宏观经济环境分析一、中国GDP增长情况分析二、工业经济发展形势分析三、社会固定资产投资分析四、全社会消费品零售总额五、城乡居民收入增长分析六、居民消费价格变化分析七、对外贸易发展形势分析第二节 中国美妆行业政策环境分析一、行业监管体制现状二、行业主要政策法规第三节 中国美妆产业社会环境发展分析一、人口环境分析二、教育环境分析三、文化环境分析四、生态环境分析五、消费观念分析 第四章 中国美妆行业运行情况第一节 中国美妆行业发展状况情况介

介绍一、行业发展历程回顾二、行业创新情况分析三、行业发展特点分析	第二节
中国美妆行业市场规模分析	第三节
中国美妆行业需求情况分析	第五节
中国美妆行业发展趋势分析	第五章
中国美妆所属行业运行数据监测	第一节
中国美妆所属行业总体规模分析一、企业数量结构分析二、行业资产规模分析	第二节
中国美妆所属行业产销与费用分析一、流动资产二、销售收入分析三、负债分析四、利润规模分析五、产值分析	第三节
中国美妆所属行业财务指标分析一、行业盈利能力分析二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析四、行业发展能力分析	第六章
2017-2020年中国美妆市场格局分析	第一节
中国美妆行业竞争现状分析一、中国美妆行业竞争情况分析二、中国美妆行业主要品牌分析	第二节
中国美妆行业集中度分析一、中国美妆行业市场集中度分析二、中国美妆行业企业集中度分析	第三节
中国美妆行业存在的问题	第四节
中国美妆行业解决问题的策略分析	第五节
中国美妆行业竞争力分析一、生产要素二、需求条件三、支援与相关产业四、企业战略、结构与竞争状态五、政府的作用	第七章
2017-2020年中国美妆行业需求特点与动态分析	第一节
中国美妆行业消费市场动态情况	第二节
中国美妆行业消费市场特点分析一、需求偏好二、价格偏好三、品牌偏好四、其他偏好	第三节
美妆行业成本分析	第四节
美妆行业价格影响因素分析一、供需因素二、成本因素三、渠道因素四、其他因素	第五节
中国美妆行业价格现状分析	第六节
中国美妆行业平均价格走势预测一、中国美妆行业价格影响因素二、中国美妆行业平均价格走势预测三、中国美妆行业平均价格增速预测	第八章
2017-2020年中国美妆行业区域市场现状分析	第一节
中国美妆行业区域市场规模分布	第二节
中国华东地区美妆市场分析一、华东地区概述二、华东地区经济环境分析三、华东地区美妆市场规模分析四、华东地区美妆市场规模预测	第三节
华中地区市场分析一、华中地区概述二、华中地区经济环境分析三、华中地区美妆市场规模分析四、华中地区美妆市场规模预测	第四节
华南地区市场分析一、华南地区概述二、华南地区经济环境分析三、华南地区美妆市场规模分析四、华南地区美妆市场规模预测	第九章
2017-2020年中国美妆行业竞争情况	第一节
中国美妆行业竞争结构分析（波特五力模型）一、现有企业间竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力	第二节
中国美妆行业SWOT分析一、行业优势分析二、行业劣势分析三、行业机会分析四、行业威胁分析	第三节
中国美妆行业竞争环境分析（PEST）一、政策环境二、经济环境三、社会环境四、技术环境	第十章
美妆行业企业分析（随数据更新有调整）	第一节
企业一、企业概况二、主营业务三、发展现状四、优劣势分析	第二节
企业一、企业概况二、主营业务三、发展现状四、优劣势分析	第三节
企业一、企业概况二、主营业务三、发展现状四、优劣势分析	第四节
企业一、企业概况二、主营业务三、发展现状四、优劣势分析	第五节
企业一、企业概况二、主营业务三、发展现状四、优劣势分析	第十一章

2021-2026年中国美妆行业发展前景分析与预测第一节中国美妆行业未来发展前景分析一、美妆行业国内投资环境分析二、中国美妆行业市场机会分析三、中国美妆行业投资增速预测第二节 中国美妆行业未来发展趋势预测第三节 中国美妆行业市场发展预测一、中国美妆行业市场规模预测二、中国美妆行业市场规模增速预测三、中国美妆行业产值规模预测四、中国美妆行业产值增速预测五、中国美妆行业供需情况预测第四节 中国美妆行业盈利走势预测一、中国美妆行业毛利润同比增速预测二、中国美妆行业利润总额同比增速预测 第十二章 2021-2026年中国美妆行业投资风险与营销分析第一节 美妆行业投资风险分析一、美妆行业政策风险分析二、美妆行业技术风险分析三、美妆行业竞争风险四、美妆行业其他风险分析第二节 美妆行业企业经营发展分析及建议一、美妆行业经营模式二、美妆行业销售模式三、美妆行业创新方向第三节 美妆行业应对策略一、把握国家投资的契机二、竞争性战略联盟的实施三、企业自身应对策略 第十三章 2021-2026年中国美妆行业发展战略及规划建议第一节中国美妆行业品牌战略分析一、美妆企业品牌的重要性二、美妆企业实施品牌战略的意义三、美妆企业品牌的现状分析四、美妆企业的品牌战略五、美妆品牌战略管理的策略第二节 中国美妆行业市场的重点客户战略实施一、实施重点客户战略的必要性二、合理确立重点客户三、对重点客户的营销策略四、强化重点客户的管理五、实施重点客户战略要重点解决的问题第三节 中国美妆行业战略综合规划分析一、战略综合规划二、技术开发战略三、业务组合战略四、区域战略规划五、产业战略规划六、营销品牌战略七、竞争战略规划 第十四章 2021-2026年中国美妆行业发展策略及投资建议第一节中国美妆行业产品策略分析一、服务产品开发策略二、市场细分策略三、目标市场的选择第二节 中国美妆行业定价策略分析第三节 中国美妆行业营销渠道策略一、美妆行业渠道选择策略二、美妆行业营销策略第四节 中国美妆行业价格策略第五节 观研天下行业分析师投资建议一、中国美妆行业重点投资区域分析二、中国美妆行业重点投资产品分析图表详见正文 . . . . . 更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/502272502272.html>