

2021年中国美妆行业分析报告- 产业竞争格局与未来趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国美妆行业分析报告-产业竞争格局与未来趋势研究》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/532436532436.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

1、政策环境

美妆行业在近几年迅速崛起，同时行业监管持续加强，利好政策不断助力行业发展。如：食品药品监管总局曾在2018年印发《化妆品分类规范（征求意见稿）》——该规范以产品功能宣称、作用部位、产品剂型和使用人群为依据细化分类，实施编码原则。以下是与美妆行业相关政策汇总一览：

我国美妆行业相关法律法规和政策一览

发布时间

发布单位

名称

内容

2017年

食品药品监管总局

《化妆品监督抽检工作规范》

为规范化妆品监督抽检工作，根据《化妆品卫生监督条例》等有关法规规章，国家食品药品监督管理总局组织制定了《化妆品监督抽检工作规范》

2018年

食品药品监管总局

《化妆品风险监测工作规程》

近年来，为加强化妆品监管，提高化妆品监管工作主动性和针对性，总局组织开展了化妆品风险监测工作。在总结经验和深入调研的基础上，总局制定了《化妆品风险监测工作规程》

2018年

食品药品监督管理总局

《化妆品分类规范》（征求意见稿）

为进一步规范和指导化妆品分类工作，国家食品药品监督管理总局组织起草了《化妆品分类规范》

2019年

国家药监局

《关于实施特殊用途化妆品行政许可延续承诺制审批有关事宜的公告》

为进一步提升化妆品审评审批效率，落实企业主体责任，依据《化妆品卫生监督条例》相关规定，2019年5月29日，国家药品监督管理局就实施特殊用途化妆品行政许可延续承诺制审批有关事宜做出公告

2019年

国家药监局

《化妆品检验检测机构能力建设指导原则》

为加强化妆品检验检测体系建设，提升检验检测能力，强化对化妆品检验检测机构在能力建设方面的指导，国家药品监督管理局组织制定了《化妆品检验检测机构能力建设指导原则》

2017年

国家药监局

《化妆品注册和备案检验工作规范》

为规范化妆品注册和备案检验工作，保证化妆品注册和备案检验工作公开、公平、公正、科学，国家药品监督管理局制定了《化妆品注册和备案检验工作规范》

2020年

国务院

《化妆品监督管理条例》

《化妆品监督管理条例》已经2020年1月3日国务院第77次常务会议通过，现予公布，自2021年1月1日起施行资料来源：政府官网、观研天下数据中心整理

2、经济环境

经济环境是指企业在提供服务或生产运营中直接面临的经济条件、经济关系和经济特征等经济方面的客观因素。经济环境主要包括经济周期、人均收入、人口、价格和基础设施等方面的因素。从总体上来看，近年来国内经济环境正逐渐进入一个新的经济周期，现正逐步走出经济低谷。此期间国内经济运行均保持在合理的区间范围，结构调整取得积极进展，经济结构转型进一步加快。目前，国内GDP不再保持高速增长，经济发展已进入新常态，调结构已成为当前发展所必需。国内人均收入稳步提高，居民消费价格涨幅控制在较低指标，就业形势总体基本稳定。自08年金融危机以来，全球多年处于“低利率、低增长、低通胀”的态势，但自2017年全球主要经济出现同步增长态势，2019年全球经济仍保持良好发展态势，2020年新冠病毒对全球经济造成了一定的影响，但国内由于采取了良好的应对措施，虽然仍受到了一定的影响，但总体上来说对经济影响不重大。对国内来说，政府实行积极的财政政策，推进供给侧改革，这些措施使得国内经济依旧保持较高增速，这对我国的企业的发展提供有力的支撑。且随着我国新型工业化、信息化和城镇化的推进发展，为我国的消费行业的发展提供了广阔的增长空间，由于目前居民的生活品质上升，对皮肤以及身体其他部位的保养和修饰成为了很大的市场需求，加上目前自媒体上各类美妆博主的不断宣传，为美妆行业的成长带来了巨大的推动力。当前我国正处于稳增长、调结构的战略转型时期，国家政府确保经济发展处于合理的增长区间。从整体趋势上来看，虽然因为新冠疫情期间国内经济发展增速放缓，但由于调控及时，对美妆行业影响有限。

2015-2020年中国人均可支配收入 数据来源：国家统计局、观研天下数据中心整理

3、社会环境

社会文化环境是指企业生存和发展过程中面临的社会风俗和习惯、人口规模与地理分布、社会结构、宗教信仰、文化传统等因素的形成和变动。任何企业的营销活动都会受到其所处社会文化环境的影响，社会文化环境对企业营销的影响也是最复杂、最重要的。企业在决定未来投资方向、改进与革新产品等重大决策问题时，必须慎重考虑人口规模、风俗习惯对消费者偏好的影响、社会人口年龄结构等等因素。

一个企业所面临的社会环境也会对企业产生巨大的影响，主要因素有劳动力资源结构、消费倾向、受教育程度及文化背景等。中国拥有庞大的人口基数，造就了世界上最大的人口消费市场，随着城市化进程和居民收入的持续增长，加上目前各类的美妆技术的兴起，人们对个性化的追求等因素，国内对美妆产品的需求迅速扩张，相对其它国家有不可比拟的优势。

2014-2019年我国人口总数（万人）数据来源：国家统计局、观研天下数据中心整理

4、技术环境

近几年美妆行业引入了ERP、OA等系统，优化了企业内部运行以及管理流程，提高了企业效率。

ERP系统是企业资源计划 (Enterprise Resource Planning) 的简称，是指建立在信息技术基础上，集信息技术与先进管理思想于一身，以系统化的管理思想，为企业员工及决策层提供决策手段的管理平台。

它是从MRP（物料需求计划）发展而来的新一代集成化管理信息系统，它扩展了MRP的功能，其核心思想是供应链管理。它跳出了传统企业边界，从供应链范围去优化企业的资源，优化了现代企业的运行模式，反映了市场对企业合理调配资源的要求。它对于改善企业业务流程、提高企业核心竞争力具有显著作用。

办公自动化（Office Automation，简称OA），是将计算机、通信等现代化技术运用到传统办公方式，进而形成的一种新型办公方式。办公自动化利用现代化设备和信息化技术，代替办公人员传统的部分手动或重复性业务活动，优质而高效地处理办公事务和业务信息，实现对信息资源的高效利用，进而达到提高生产率、辅助决策的目的，最大限度地提高工作效率和质量、改善工作环境。（lyz）

与综合行业信息门户。《2021年中国美妆行业分析报告-产业竞争格局与未来趋势研究》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
- 四、美妆行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、美妆行业需求主体分析

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、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、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 欧洲美妆行业地区市场分析

一、欧洲美妆行业市场现状分析

二、欧洲美妆行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲美妆行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界美妆行业分布走势预测

第七节 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、全社会消费品美妆总额
- 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 中国美妆行业供应情况分析

第四节 中国美妆行业需求情况分析

第五节 我国美妆行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国美妆行业供需平衡分析

第七节 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影响因素分析

二、中国美妆行业市场集中度分析

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 中国美妆行业钻石模型分析

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 美妆行业成本结构分析

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SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

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、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

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、美妆行业竞争风险分析

四、美妆行业其他风险分析

第二节 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

第四节 美妆行业竞争力提升策略

- 一、美妆行业产品差异性策略
- 二、美妆行业个性化服务策略
- 三、美妆行业的促销宣传策略
- 四、美妆行业信息智能化策略
- 五、美妆行业品牌化建设策略
- 六、美妆行业专业化治理策略

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

第三节 中国美妆行业价格策略

第四节 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/532436532436.html>