

2021年中国本土美妆行业分析报告- 产业深度研究与发展前景评估

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年中国本土美妆行业分析报告-产业深度研究与发展前景评估》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/559412559412.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

美妆主要是指运用化妆品和工具，采取合乎规则的步骤和技巧，对人的面部、五官及其他部位进行渲染、描画、整理，增强立体印象，调整形色，掩饰缺陷，表现神采，从而达到美容目的。

一、行业政策

近年来国家持续释放政策规范利好行业发展。例如2021年2月，《化妆品注册备案管理办法》对化妆品、化妆品新原料注册和备案的程序、时限和要求进行了明确，细化了注册人、备案人和境内责任人的责任义务。随后4月《化妆品功效宣称评价规范》发布，提出化妆品的功效宣称应当有充分的科学依据，进行特定宣称的化妆品（如宣称适用敏感皮肤、宣称无泪配方），应当通过人体功效评价试验或消费者使用测试的方式进行功效宣称评价。进一步规范国内化妆品功效宣称评价工作。

2016-2021年化妆品行业主要政策分析

序号

颁布时间

政策文件名称

政策要点

主要内容

1

2016年9月

《关于调整化妆品消费税政策的通知》

取消普通化妆品消费税；下调高档化妆品消费税

取消对普通美容、修饰类化妆品征收消费税，对高档美容化妆品征收的税率由30%降至15%。

2

2016年12月

《食品药品安全监管信息公开管理办法（征求意见稿）》

对化妆品合规合法加大监管力度

对化妆品违法违规等监管信息的曝光力度将进一步加大；公开信息的范围更全面更透明、公开时限缩短为监管工作完成之日起7个工作日内、建立“跨部门”沟通机制等。

3

2017年11月

《国务院关税税则委员会关于调整部分消费品进口关税的通知》

下调化妆品进口关税

以暂定税率方式降低187种消费品进口关税，其中，香水及花露水、唇用、眼用、香粉、指

甲化妆品关税由10%降至5%，其他美容品或化妆品及护肤品由6.5%将至2%。

4

2018年1月

《化妆品分类规范（征求意见稿）》

对化妆品功能进行细化规范

建立功效宣称、使用部位、剂型、使用人群、安全风险基础上的化妆品分类原则，对化妆品实行编码原则。

5

2018年11月

《国务院关于在全国推开“证照分离”改革的通知》

进口非特化妆品从“审批”变为“备案”，缩短上市时间

自2018年11月10日起，首次进口非特殊用途化妆品由现行审批管理和自贸试验区试点实施备案管理，调整为全国统一备案管理，国家药品监督管理部门不再受理进口非特殊用途化妆品行政许可申请。

6

2019年3月

《国务院关于修改部分行政法规的决定》

对现行《化妆品卫生监督条例》提出修改要求

将“卫生行政部门”修改为“化妆品监督管理部门”；进口非特殊用途化妆品经由审批管理改为备案管理。

7

2019年9月

《关于发布实施化妆品注册和备案检验工作规范的公告》

规范化妆品注册和备案检验工作

取消原有的资格认定和指定，充分利用社会优质资源，优化检验工作流程，规范检验项目要求，提高检验工作效率，为化妆品安全监管提供有力的技术支撑。

8

2020年6月

《化妆品监督管理条例》

明确各方企业主体责任

明确了化妆品生产者、经营者的责任，化妆品生产者以其名义将产品投放市场，对产品质量安全承担主体责任，化妆品经营者应查验进货记录，保存相关凭据并符合贮存运输要求。

7

2021年2月

《化妆品注册备案管理办法》

规范化妆品注册备案的各项资料

对化妆品、化妆品新原料注册和备案的程序、时限和要求进行了明确，细化了注册人、备案人和境内责任人的责任义务。

8

2021年4月

《化妆品功效宣称评价规范》

进一步规范国内化妆品功效宣称评价工作

化妆品的功效宣称应当有充分的科学依据，进行特定宣称的化妆品（如宣称适用敏感皮肤、宣称无泪配方），应当通过人体功效评价试验或消费者使用测试的方式进行功效宣称评价。

资料来源：观研天下整理

二、消费群体

随着美妆消费理念逐步普及，消费群体不断扩容，逐渐向男性群体、低龄人群及低线城市不断渗透。有数据显示，在2020年在使用本土美妆产品的人群中，女性仍是主要消费群体，占比为87.2%；但男性12.8%的占比也表明本土美妆逐步向男性群体渗透的趋势。

从年龄分布来看，2020年18-29岁的本土美妆产品消费人群占比为55.6%，表明本土美妆正不断向低龄人群渗透。

2020年本土美妆消费年龄分布

数据来源：观研天下整理

从地域分布来看，2020年三线及以下城市的本土美妆消费人群占比较高，占比达到了45%；说明本土美妆也已在向低线城市不断渗透。

2020年本土美妆消费城市层级分布

数据来源：观研天下整理

三、美妆市场规模

受益于政策规范利好行业发展以及消费人群的不断扩容，我国美妆市场规模持续扩大。数据显示，2020年我国美妆市场规模达3759亿元；预计到2023年市场规模将达到5653亿元。

2016-2023年中国美妆市场规模及增速预测情况

数据来源：观研天下整理

四、本土美妆市场规模

随着美妆国货的逐渐崛起，年轻消费者对本土美妆产品质量的认可及民族文化自信心的增强，本土美妆市场规模保持增长态势。预计在良好口碑的影响下，未来本土美妆的品牌效应将不断凸显，市场规模也将不断增长。数据显示，2020年我国本土美妆市场规模达1576亿元，预计到2023年市场规模预计约2527亿元。

2016-2023年中国本土美妆市场规模及增速预测情况 数据来源：观研天下整理

五、本土美妆市场结构

1、本土大众美妆市场占据主要市场，消费升级驱动中高端市场占有率逐年上升。根据数据显示，2020年我国本土大众美妆市场规模为1168亿元，占本土美妆市场的75.2%；中高端美妆市场为408亿元，占本土美妆市场的24.8%。预计到2023年我国本土大众美妆市场规模在1769亿元左右，占比为70.5%；中高端美妆市场在731亿元左右，占比将提升至29.5%。

2016-2023年中国本土中高端美妆市场规模及增速预测情况

数据来源：观研天下整理

2016-2023年中国本土大众美妆市场规模及增速预测情况

数据来源：观研天下整理

2016-2023年中国本土中高端与大众美妆市场规模及增速情况

数据来源：观研天下整理

2、护肤市场仍占主体，但彩妆市场增长势头迅猛。预计未来随着消费者对彩妆的消费意愿及能力不断增强，彩妆行业增长空间较大，也将逐步打破国际品牌的垄断地位。数据显示，2020年我国本土护肤市场规模为1290 亿元，占比为81.9%；彩妆市场规模为286亿元，占比为18.1%。预计2023年我国本土护肤市场规模将达到1977亿元，占比为78.2%；彩妆市场规模达到550亿元，占比将提升至21.8%。

2016-2023年中国本土护肤市场规模

数据来源：观研天下整理

2016-2023年中国本土彩妆市场规模 数据来源：观研天下整理

2016-2023年中国本土护肤与彩妆市场规模占比

数据来源：观研天下整理

3、新锐本土美妆市场增长势头迅猛。根据数据显示，2020年我国新锐本土护肤市场规模达170亿元，新锐本土彩妆市场规模达128亿元；预计到2021年我国新锐本土护肤市场规模将达到647亿元，新锐本土彩妆市场规模将达到361亿元。

2016-2023年中国新锐本土护肤市场规模

数据来源：观研天下整理

2016-2023年中国新锐本土彩妆市场规模

数据来源：观研天下整理

六、投融资市场

资本对美妆赛道也保持了持续的热度。有数据显示，自2011年以来我国美妆赛道共发生538起投融资事件，披露融资总金额超356亿元，涉及项目311个。其中2015、2016年，美妆赛道投融资事件数量增长明显，分别为82起和81起。2018年披露融资金额达历年来顶峰，超91亿人民币。截至2021年10月，我国美妆赛道共发生77起投融资事件，披露总金额超61亿人民币。

2011-2021年10月我国美妆赛道投融资事件数情况

数据来源：企查查，观研天下整理

2011-2021年10月我国美妆赛道投融资金额情况

数据来源：企查查，观研天下整理

从城市分布来看，企查查数据显示，我国美妆赛道投融资主要分布在上海、北京以及广州、深圳等地。其中，上海市投融资事件数量最多，达152起，披露投融资总金额也是最高的，达129亿人民币。北京市以85起投融资事件紧随其后，广州虽投融资数量略低于北京，共77起，但两者披露总金额基本持平，在75亿人民币左右。

数据来源：企查查，观研天下整理

从2021年单月看，3月投融资事件数量和披露金额均达到今年最高，共16起，披露金额超16亿人民币。

2021年1-10月美妆赛道投融资情况

数据来源：企查查，观研天下整理

从融资品牌来看，USHOPAL、HAYDON黑洞、融尔佳科技、WOW COLOUR、美尚股份、理然化妆品、溪木源、悦瞳、Perfect Corp、逐本是2021年前十月投融资金额前十品牌。其中USHOPAL前十月投融资金额第一，为1亿美元。

品牌

所属地区

简介

最新融资事件

融资轮次

融资金额

投资方

USHOPAL

上海市

国际新奢美妆品牌

2021.3.3

D轮

1亿美元

方源资本,凯辉基金,众源资本,大众众松基金,恒旭资本

HAYDON黑洞

上海市

美妆集合店

2021.8.1

A+轮

1亿美元

未披露

融尔佳科技

哈尔滨市

医学护肤品品牌

2021.2.9

战略融资

5.7亿人民币

哈三联

WOW COLOUR

广州市

美妆集合店

2021.3.8

A轮

5亿人民币

IDG资本,创新工场,浙民投,瑞橡资本

美尚股份

广州市

国潮彩妆品牌

2021.1.28

B轮

4亿人民币

金镒资本,创新工场,高盛集团,君川

理然化妆品

深圳市

男士护肤品牌

2021.4.26

B+轮

3亿人民币

红点创投,哔哩哔哩bilibili,TigerGlobal Management,海纳亚洲,五源资本

溪木源

广州市

天然护肤品品牌

2021.8.18

C轮

3亿人民币

Coatue,高鹞资本,H Capital

悦瞳

深圳市

软磁睫毛为主的眼妆品牌

2021.10.21

A+轮

约2亿元人民币

SCC

VENTURE

VII

HOLDCO

N,高瓴创投,达晨创投,MFund魔量资本,中小担创业投资,风物资本,联想之星,Recruit

Perfect Corp

上海市

美妆应用平台

2021.1.7

C轮

5000万美元

高盛集团

逐本

杭州市

专注卸妆油

2021.3.8

B轮

5000万美元

元璟资本,元生资本,五源资本资料来源：企查查，观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《2021年中国本土美妆行业分析报告-产业深度研究与发展前景评估》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国本土美妆行业发展概述

第一节 本土美妆行业发展情况概述

- 一、本土美妆行业相关定义
- 二、本土美妆行业基本情况介绍
- 三、本土美妆行业发展特点分析
- 四、本土美妆行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、本土美妆行业需求主体分析

第二节 中国本土美妆行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、本土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、中国本土美妆行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国本土美妆行业生命周期分析

- 一、本土美妆行业生命周期理论概述
- 二、本土美妆行业所属的生命周期分析

第四节 本土美妆行业经济指标分析

- 一、本土美妆行业的赢利性分析
- 二、本土美妆行业的经济周期分析

三、本土美妆行业附加值的提升空间分析

第五节 中国本土美妆行业进入壁垒分析

一、本土美妆行业资金壁垒分析

二、本土美妆行业技术壁垒分析

三、本土美妆行业人才壁垒分析

四、本土美妆行业品牌壁垒分析

五、本土美妆行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球本土美妆行业市场发展现状分析

第一节 全球本土美妆行业发展历程回顾

第二节 全球本土美妆行业市场区域分布情况

第三节 亚洲本土美妆行业地区市场分析

一、亚洲本土美妆行业市场现状分析

二、亚洲本土美妆行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲本土美妆行业市场前景分析

第四节 北美本土美妆行业地区市场分析

一、北美本土美妆行业市场现状分析

二、北美本土美妆行业市场规模与市场需求分析

三、北美本土美妆行业市场前景分析

第五节 欧洲本土美妆行业地区市场分析

一、欧洲本土美妆行业市场现状分析

二、欧洲本土美妆行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲本土美妆行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界本土美妆行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球本土美妆行业市场规模预测

第三章 中国本土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 中国本土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 中国本土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 中国本土美妆行业运行情况

第一节 中国本土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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国本土美妆行业市场规模分析

第三节 中国本土美妆行业供应情况分析

第四节 中国本土美妆行业需求情况分析

第五节 我国本土美妆行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国本土美妆行业供需平衡分析

第七节 中国本土美妆行业发展趋势分析

第五章 中国本土美妆所属行业运行数据监测

第一节 中国本土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 中国本土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 中国本土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 2017-2021年中国本土美妆市场格局分析

第一节 中国本土美妆行业竞争现状分析

一、中国本土美妆行业竞争情况分析

二、中国本土美妆行业主要品牌分析

第二节 中国本土美妆行业集中度分析

一、中国本土美妆行业市场集中度影响因素分析

二、中国本土美妆行业市场集中度分析

第三节 中国本土美妆行业存在的问题

第四节 中国本土美妆行业解决问题的策略分析

第五节 中国本土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 2017-2021年中国本土美妆行业需求特点与动态分析

第一节 中国本土美妆行业消费市场动态情况

第二节 中国本土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 本土美妆行业成本结构分析

第四节 本土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 中国本土美妆行业价格现状分析

第六节 中国本土美妆行业平均价格走势预测

一、中国本土美妆行业价格影响因素

二、中国本土美妆行业平均价格走势预测

三、中国本土美妆行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国本土美妆行业区域市场现状分析

第一节 中国本土美妆行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区本土美妆市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区本土美妆市场规模分析

四、华东地区本土美妆市场规模预测

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、华中地区本土美妆市场规模分析

四、华中地区本土美妆市场规模预测

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、华南地区本土美妆市场规模分析

四、华南地区本土美妆市场规模预测

第九章 2017-2021年中国本土美妆行业竞争情况

第一节 中国本土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 中国本土美妆行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国本土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 本土美妆行业企业分析（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年中国本土美妆行业发展前景分析与预测

第一节 中国本土美妆行业未来发展前景分析

一、本土美妆行业国内投资环境分析

二、中国本土美妆行业市场机会分析

三、中国本土美妆行业投资增速预测

第二节 中国本土美妆行业未来发展趋势预测

第三节 中国本土美妆行业市场发展预测

一、中国本土美妆行业市场规模预测

二、中国本土美妆行业市场规模增速预测

三、中国本土美妆行业产值规模预测

四、中国本土美妆行业产值增速预测

五、中国本土美妆行业供需情况预测

第四节 中国本土美妆行业盈利走势预测

一、中国本土美妆行业毛利润同比增速预测

二、中国本土美妆行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国本土美妆行业投资风险与营销分析

第一节 本土美妆行业投资风险分析

一、本土美妆行业政策风险分析

二、本土美妆行业技术风险分析

三、本土美妆行业竞争风险分析

四、本土美妆行业其他风险分析

第二节 本土美妆行业应对策略

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年中国本土美妆行业发展战略及规划建议

第一节 中国本土美妆行业品牌战略分析

一、本土美妆企业品牌的重要性

二、本土美妆企业实施品牌战略的意义

三、本土美妆企业品牌的现状分析

四、本土美妆企业的品牌战略

五、本土美妆品牌战略管理的策略

第二节 中国本土美妆行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国本土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年中国本土美妆行业发展策略及投资建议

第一节 中国本土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 中国本土美妆行业营销渠道策略

- 一、本土美妆行业渠道选择策略
- 二、本土美妆行业营销策略

第三节 中国本土美妆行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国本土美妆行业重点投资区域分析
- 二、中国本土美妆行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/559412559412.html>