

中国美妆行业发展趋势分析与未来投资预测报告 (2023-2030年)

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《中国美妆行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202309/659795.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、定义及概述

根据2007年8月27日国家质检总局公布的《化妆品标识管理规定》，美妆（化妆品）是指以涂抹、喷洒或者其他类似方法，散布于人体表面的任何部位，如皮肤、毛发、指趾甲、唇齿等，以达到清洁、保养、美容、修饰和改变外观，或者修正人体气味，保持良好状态为目的的化学工业品或精细化工产品。

2、我国美妆行业虽然处于高光时刻，但增速开始放缓脚步

2018-2022年，受消费意识觉醒、互联网流量红利等因素影响，我国美妆行业处于高光时刻。根据国家统计局数据显示，2022年，我国美妆零售总额达到3935.6亿元；截止2023年上半年，国内美妆零售总额达2071亿元，同比增长8.6%。

数据来源：观研天下整理

但是，由于“黑天鹅”冲击尚未消散、互联网流量红利见顶等，我国美妆市场在经历从0到1的狂奔后开始放慢脚步，近两年行业进入周期性调整。

3、为高增长补课，我国美妆行业长坡寻雪

那么美妆行业进入调整期，是不是意味着未来几年市场发展将失去驱动力？答案显然不是的。例如，从企业方面来看，2023年上半年，国货美妆企业市场表现仍然亮眼，并且开始上演排位追逐赛，企业之间营收规模逐渐缩小。根据相关资料可知，华熙生物、珀莱雅、贝泰妮、上海家化、爱美客等国产美妆品牌总营收超过223亿元，其中华熙生物、珀莱雅营收规模突破30亿元，创下历史新高，而贝泰妮的23.68亿元与水羊股份的22.9亿元也差距不大。不过，从营收规模增速来看，大部分美妆企业增速与2021年上半年相比明显放缓。根据数据显示，2021年上半年至2023年上半年，上海家化营收同比增速从14.26%沦为2.3%的负增长；华熙生物的营收同比增速则从104.44%降至4.77%。

数据来源：观研天下整理

根据相关资料可知，我国美妆行业产业生命周期分为四个阶段，目前行业正处于平台期，国货美妆所面临环境的不确定性凸显，如需求端消费升级遇到瓶颈，消费意愿不足，政策端供给监管从严。比如，在政策方面，国内多项化妆品关键法规相继落地实施，尤其是自2021年执行的新一版化妆品监督管理条例对于化妆品的原料监管、功效宣称、生产流程等均做出规范，如《化妆品生产经营监督管理办法》、《化妆品标签管理办法》、《化妆品不良反应监测管理办法》等，我国美妆行业进一步规范。

2021-2022年我国美妆行业新规

实施时间

名称

简介

2021/1/1

新版《化妆品监督管理条例》

对化妆品定义与范围、主体责任与监管责任划分、注册备案制度、标签标注、处罚规则进行全面修订

2021/5/1

《化妆品分类规则和分类目录》

对化妆品分类进一步细化，按照化妆品的功效宣称、作用部位、使用人群、产品剂型以及使用方法等五个层次进行细分定位

2021/5/1

《化妆品功效宣称评价规范》

对于各类功效特征的宣称依据提出明确规定。

2021/5/1

《化妆品安全评估技术导则（2021年版）》

对开展化妆品安全评估提出规范要求

2021/5/1

《化妆品注册备案管理办法》

我国首部专门针对化妆品注册备案管理的部门规章，详细规定了化妆品注册制和备案制的双轨制管理制度

2022/1/1

《化妆品生产经营监督管理办法》

对化妆品生产许可程序、化妆品生产管理要求及化妆品经营和监督管理等方面提出了更高的要求。

2022/5/1

《化妆品标签管理办法》

对标签范围、中文标签基本内容、与申请注册备案资料的一致性、产品命名、引导语等多个方面都是进行更明确的规定

2022/10/1

《化妆品不良反应监测管理办法》

从职责与义务、不良反应报告、不良反应分析评价、不良反应调查、监督管理等方面，对化妆品不良反应监测工作提出系统性要求。

2022/12/1

《化妆品生产质量管理规范检查要点及判定原则》

完善对化妆品注册人、备案人、受托生产企业进行检查的细则要求，进一步规范化妆品生产要求，维护化妆品安全

2022/12/30

《化妆品生产许可管理基本数据集》

等5个信息化标准完善药品监管信息化标准体系，促进化妆品监管信息共享和业务协同

2023/3/1

《企业落实化妆品质量安全主体责任监督管理规定》

对企业的法定代表人、质量安全负责人，产品的注册人、备案人、受委托生产企业等的主体责任进行了进一步的明确

资料来源：观研天下整理

4、研发体系建设投入加大和产品力夯实成为企业穿越周期途径

那么国货美妆企业在此环境中该如何穿越周期？研发体系建设投入加大和产品力夯实成为企业主要途径。在研发体系建设方面，多家公司引入“首席科学家”，企业研发投入持续加码。根据数据显示，2020-2022年，华熙生物的研发费用投入从每年0.94亿元增至3.88亿元，贝泰妮的研发投入由0.63亿元增至2.55亿元。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

同时，2022年，花西子、珀莱雅、水羊股份等企业引入重磅首席科学家，这类人大部分拥有生物医药学背景、多年研发经验及国际大公司研发背景，推动本土品牌商研发实力提升。

2022年我国美妆行业多个企业设立首席科学家

企业名称

首席科学家

时间

简历

谊格集团（花西子）

李慧良

2022年1月

教授级高级工程师，曾任上海家化研发总监，从事化妆品研发工作超30年，参与了上海家化旗下六神、美加净、佰草集、高夫、玉泽、启初等品牌产品研发工作，曾任华熙生物首席技术官、副总经理，曾多次获得全国轻工系统和上海市政府的嘉奖，有“中国化妆品研发第一人”之称

PMPM

李金华

2022年8月

江南大学客座教授，留日化学博士，资深化妆品配方师，从事化妆品原料开发、配方研发经

验近30年，曾任日本日光化学集团公司技术中心应用开发部部长，曾为多家品牌开发护肤品配方技术及其配方，累计开发产品及配方过百项，其研究成果曾在国际性技术学会发表20余次，并拥有数十项国内外专利

珀莱雅

魏晓岚

2022年9月

北京大学化学与分子工程学院本科，纽约大学工商管理硕士，宾夕法尼亚大学化学博士。有近20年研发工作经验，曾任科蒂集团亚太区研发副总裁，先后在全球知名学术期刊发表论文10余篇，专利研究20余项，涵盖化合物合成、高分子材料、配方以及功效原料等方面

水羊股份

陈坚

2022年9月

中国工程院院士，发酵与轻工生物技术专家，江南大学生物工程学院教授、博士生导师，中国工程院环境与轻纺工程学部副主任，曾任江南大学校长、党委副书记，长期从事发酵工程、食品生物技术领域的研究

环亚集团

潘志

2022年11月

美国康奈尔大学威尔医学院博士后，前欧莱雅北美研发中心首席科学家、全球专家委员会成员、全球抗氧化平台负责人，前修丽可活性物应用研究负责人，致力于功效护肤、皮肤再生领域研究,拥有超过二十项国际专利

资料来源：观研天下整理

在产品方面，华熙生物、珀莱雅等国货美妆企业实施大单品策略，例如华熙生物核心品牌润百颜依托次抛精华、旗下夸迪的5D精华、米蓓尔的粉水和蓝绷带面膜及肌活的糙米水等产品种类逐渐丰富。同时，2022年国内美妆新原料备案明显加速，根据药监局官网信息显示，2022年共计有42款新原料完成备案，并且同年多个美妆品牌推出“独家成分”，如自然堂推出“喜默因”、麦吉丽推出“麦肤因”、百雀羚推出“聚光因”、欧诗漫推出“珍白因”。

2022年我国美妆行业主要品牌推出独家新原料

公司

成分

推出时间

成分类型

作用机理

代表产品

麦吉丽

麦肤因

2022年4月

秋田大米发酵液中提取出的活性因子

抗衰老，关键成分Alpah-KG能激活细胞增殖并促进皮肤水化和屏障功能

麦吉丽平衡水、麦吉丽御龄面霜

自然堂

喜默因

2022年6月

喜马拉雅极地环境中的“超级酵母”提取物，含多种氨基酸、矿物质、维生素

抗衰老，提高新生信号因子Ki67表达，促进基底层细胞增殖

自然堂小紫瓶第五代

百雀羚

聚光因

2022年7月

腺苷、烟酰胺、水解大米蛋白的复合原料

抗皱、美白，促进肌底的受损蛋白降解，产生类似蛋白质泛素化的反应

聚光精华

欧诗漫

珍白因Pro

2022年10月

珍珠提取物，富含珍珠活性多肽

美白，拮抗内皮素作用位点，切断黑色素信号从而抑制其生成

欧诗漫珍珠白系列水乳面霜

资料来源：观研天下整理

5、国货美妆逐渐“复兴”，本土企业话语权回归

目前，我国国货美妆行业逐渐“复兴”，本土企业话语权回归。根据相关资料，2021年，国货品牌显现出与国际大牌在市场分庭抗礼的能力；2021年，中国化妆品市场国货品牌零售额为4470亿元，而国际品牌零售额为5000亿元。同时，以华熙生物、珀莱雅代表企业也正在突围外资巨头垄断局面，尤其是在功能性护肤领域。

数据显示，2021年，我国功效性护肤品行业头部企业集中度达67.5%。其中，华熙生物市占率达11.6%，而日本、法国的两大美妆集团市占率分别为10.06%、12.4%。根据上述内容可知，国内化妆品市场增速逐渐放缓，但规模仍居全球第二，为国货美妆企业提供“弯道超车”的机会。

根据相关资料可知，我国在合成生物制备重组胶原蛋白、稀有人参、皂苷等领域已经处于国际地位，尤其是在重组胶原蛋白的研发、生产和应用方面均具备较强优势。2022年重组胶

原蛋白在护肤品中应用率已达到3.3%，近三年增长接近50%，大批品牌方将投入研发和使用胶原蛋白。

例如，2022年11月头部胶原蛋白企业巨子生物成功上市，同时锦波生物谋求IPO、创建医疗被资生堂的资悦基金进行投资，丸美、溯华等护肤品牌也通过与高校、机构合作等方式推出主打胶原蛋白的产品。

我国美妆行业主要应用重组胶原蛋白的企业及其特点

厂商

表达细胞

布局/生产重组胶原蛋白类型及特征

巨子生物

大肠杆菌、酵母

3种全长 链、5种胶原功效片段、25种胶原片段组合

锦波生物

大肠杆菌

人源化I、II、III型胶原蛋白，其中锦波III型人源化胶原蛋白冷冻电镜显示其功能区域具有164.88°柔性三螺旋结构

创健医疗

毕赤酵母

重组I型胶原、III型胶原、XVII型胶原

聚源生物

毕赤酵母

人源化III型胶原蛋白，分子量55kDa

丸美股份

酵母

重组I型和III型嵌合人源化胶原蛋白，结构域氨基酸序列与人一致，分子量27.3kDa，通过国际前沿的AI技术AlphaFold预测出有一定区域拥有置信度高的三螺旋结构

华熙生物

/

重组人源胶原蛋白、水解胶原蛋白(肽)，此外收购益而康布局动物源胶原

江苏吴中

酵母

从美国G公司引进具有三螺旋和三聚体结构的重组III型人胶原蛋白生物合成技术

资料来源：观研天下整理（WYD）

注：上述信息仅作参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国美妆行业发展趋势分析与未来投资预测报告（2023-2030年）》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，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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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、美妆特点分析
- 三、美妆行业基本情况介绍
- 四、美妆行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、美妆行业需求主体分析

第二节 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

第三节 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

第二章 2019-2023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规模与区域分布情况

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 2023-2030年世界美妆行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球美妆行业市场规模预测

第三章 中国美妆行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对美妆行业的影响分析

第三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
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对美妆行业的影响分析

第五节中国美妆行业产业社会环境分析

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

- 一、影响中国美妆行业市场规模的因素
- 二、中国美妆行业市场规模
- 三、中国美妆行业市场规模解析

第三节中国美妆行业供应情况分析

一、中国美妆行业供应规模

二、中国美妆行业供应特点

第四节中国美妆行业需求情况分析

一、中国美妆行业需求规模

二、中国美妆行业需求特点

第五节中国美妆行业供需平衡分析

第五章 中国美妆行业产业链和细分市场分析

第一节中国美妆行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、美妆行业产业链图解

第二节中国美妆行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对美妆行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对美妆行业的影响分析

第三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

第六章 2019-2023年中国美妆行业市场竞争分析

第一节中国美妆行业竞争现状分析

一、中国美妆行业竞争格局分析

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竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国美妆行业模型分析

第一节中国美妆行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国美妆行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国美妆行业SWOT分析结论

第三节中国美妆行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023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、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、中国美妆行业平均价格趋势分析
- 二、中国美妆行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国美妆行业所属行业运行数据监测

第一节中国美妆行业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

第二节中国美妆行业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

第三节中国美妆行业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

第十章 2019-2023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析

- 一、影响美妆行业区域市场分布的因素
- 二、中国美妆行业区域市场分布

第二节中国华东地区美妆行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区美妆行业市场分析
 - (1) 华东地区美妆行业市场规模
 - (2) 华南地区美妆行业市场现状
 - (3) 华东地区美妆行业市场规模预测

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、华中地区美妆行业市场分析

- (1) 华中地区美妆行业市场规模
- (2) 华中地区美妆行业市场现状
- (3) 华中地区美妆行业市场规模预测

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、华南地区美妆行业市场分析
 - (1) 华南地区美妆行业市场规模
 - (2) 华南地区美妆行业市场现状
 - (3) 华南地区美妆行业市场规模预测

第五节华北地区美妆行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区美妆行业市场分析
 - (1) 华北地区美妆行业市场规模
 - (2) 华北地区美妆行业市场现状
 - (3) 华北地区美妆行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区美妆行业市场分析
 - (1) 东北地区美妆行业市场规模
 - (2) 东北地区美妆行业市场现状
 - (3) 东北地区美妆行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区美妆行业市场分析
 - (1) 西南地区美妆行业市场规模
 - (2) 西南地区美妆行业市场现状
 - (3) 西南地区美妆行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析

三、西北地区美妆行业市场分析

- (1) 西北地区美妆行业市场规模
- (2) 西北地区美妆行业市场现状
- (3) 西北地区美妆行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030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 中国美妆行业规模发展预测

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

第十三章 2023-2030年中国美妆行业进入壁垒与投资风险分析

第一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

第二节美妆行业风险分析

一、美妆行业宏观环境风险

二、美妆行业技术风险

三、美妆行业竞争风险

四、美妆行业其他风险

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

第十四章 2023-2030年中国美妆行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国美妆行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国美妆行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节美妆行业营销策略分析

一、美妆行业产品策略

二、美妆行业定价策略

三、美妆行业渠道策略

四、美妆行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202309/659795.html>