

# 中国化妆品行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032年）

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《中国化妆品行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032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/202503/745222.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

前言：

化妆品行业内品牌端参与者众多，市场发展相对成熟，品牌商掌握化妆品的定价权，盈利水平在产业链中最高。近年来，我国化妆品行业备案监管政策趋严，而新品牌不断涌现推动代工行业市场规模扩大。

1、化妆品种类多样，品牌商掌握化妆品定价权盈利水平更高

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。

化妆品行业产品主要分类

主要类别

细分类别

主要产品

个护

清洁类

洗面奶、洗手液、洗发剂(香波)、沐浴剂及人体清洁用类似品、脱毛膏、人体除臭剂及止汗剂、剃须用制剂、痱子粉和爽身粉等

护发美发类

烫发剂、染发剂、定型剂、护发素、发用啫喱膏(水)等

美妆

护肤类

护肤膏霜、护肤乳液、护手霜、护甲水(霜)、润唇膏、眼用护肤膏(霜)、化妆水、面膜、护肤啫喱膏(水)、防晒霜、粉底霜等

彩妆类

唇用化妆品(口红、唇线笔等)，眼用化妆品(眼影、眉笔、睫毛膏等)，香粉及类似化妆品、粉饼、胭脂，指(趾)甲化妆品等

其他

香氛

香水、古龙水等

数据来源：观研天下整理

在产业链方面，化妆品行业上游主要为化工企业等原材料提供商、包装设计与生产企业，下游为品牌商与渠道商。在化妆品产业链上游：原材料供应商和包材供应商化妆品原材料供应商多为化工企业，提供化妆品生产所需的有效成分、表面活性剂、香料香精等基础原料；中

游：根据化妆品生产模式不同，化妆品制造商可分为专业的OEM/ODM代工厂商和品牌自主生产商；下游：品牌商及渠道商化妆品行业内品牌端参与者众多，市场发展相对成熟，由于品牌商掌握化妆品的定价权，盈利水平在产业链中最高，化妆品的销售渠道包括电商、百货、商超、化妆品专营店等。

资料来源：观研天下整理

## 2、化妆品备案监管政策趋严，对行业产品研发、生产等环节要求更高

随着我国化妆品行业迅速发展，行业监管力度也持续加强。近年来，国家相关部门颁布了一系列化妆品行业相关的法律法规和政策，不断弥补化妆品行业生产、经营过程中的漏洞。其中，《化妆品监督管理条例》及其配套的《化妆品功效宣称评价规范》《化妆品注册备案资料管理规定》《化妆品生产质量管理规范》等新规通过对原料供应、品牌生产/代工、产品注册/备案、销售及上市后监督等环节进行规范化要求，防控风险、落实责任，为化妆品行业的高质量发展提供良好的环境。对于化妆品生产企业而言，这些法规政策的出台及变动对企业原材料采购、产品研发、生产和销售等环节均提出更高的要求。

### 近年我国化妆品行业监管政策相关政策

法规/政策名称

颁布机构

时间

主要内容

《2023年度中小企业特色产业集群公示名单》

工业和信息化部中小企业局

2023年9月

认定“广东省广州市白云区化妆品产业集群”为中小企业特色产业集群，从提升集群主导产业优势、激发集群创新活力、推进集群数字化升级、加快集群绿色低碳转型、深化集群开放合作等方面，开展重点集群培育工作。

《轻工业稳增长工作方案（2023-2024年）》

工业和信息化部、国家发展改革委、商务部

2023年7月

加强特色植物原料开发创新，加大在食品、化妆品等行业的应用。支持化妆品等行业培育一批中小企业特色产业集群。鼓励现有轻工集群加快发展和优化升级，发展协同制造、精益制造和服务型制造。

《广州市人民政府办公厅关于推动化妆品产业高质量发展的实施意见》

广州市人民政府办公厅

2023年2月

构建“4+6+4”（4个基地、6个商圈、4个关键〔研发、检测、智造、品牌〕）化妆品全产业链高质量发展格局，到2025年，化妆品产值规模达到1500亿元左右，培育年销售收入超过100亿元的领军企业2—3家、超过50亿元的企业5家以上，拥有5个以上知名民族品牌。到2035年，把广州建设成为全球化妆品制造中心、消费中心，成为享誉全球的“国际美湾”。

《化妆品生产质量管理规范检查要点及判定原则》

国家药品监督管理局

2022年10月

规范化妆品生产许可和监督检查工作，指导化妆品注册人、备案人、受托生产企业贯彻执行《化妆品生产质量管理规范》。

《关于正式实施化妆品电子注册证的公告》

国家药品监督管理局

2022年8月

按照《化妆品注册备案管理办法》获准注册的特殊化妆品和化妆品新原料，及获准注册证变更、延续的特殊化妆品，发放电子注册证。

《化妆品生产质量管理规范》

国家药品监督管理局

2022年1月

进一步落实注册人、备案人制度，明确委托方应当建立质量管理体系，设置质量安全负责人，确定对受托生产企业的遴选标准，并对受托生产企业的生产活动进行监督。

《“十四五”国家药品安全及促进高质量发展规划》

国家药品监督管理局

2022年1月

支持产业高质量发展的监管环境更加优化，审评审批制度改革持续深化，制修订药品医疗器械化妆品标准2650项（个），新增指导原则480个。

《中国化妆品行业“十四五”发展规划》

中国香化协会

2021年12月

“十四五”期间行业将凝聚面向化妆品高端制造的化学化工、生命科学、皮肤医学、生物技术、医药工程等多学科、高水平研究队伍进行研发。坚持科技创新，紧盯最新前沿科学技术发展及其在化妆品行业的推广应用，着力强化高质量发展。

《化妆品生产经营监督管理办法》

国家市场监督管理总局

2021年8月

对化妆品生产许可、生产管理、经营管理、监督管理、法律责任等方面均作出明确规定；细化监管制度，创新监管。

### 《已使用化妆品原料目录（2021年版）》

国家药品监督管理局

2021年4月

《目录》共收录了8965种化妆品原料，未收录的原料成分将不能用于化妆品生产。

### 《化妆品功效宣称评价规范》

国家药品监督管理局

2021年4月

自2021年5月1日起，化妆品注册人、备案人申请特殊化妆品注册或者进行普通化妆品备案的，应当对化妆品的功效宣称进行评价，并在国家药监局指定的专门网站上传产品功效宣称依据的摘要。

### 《化妆品注册备案管理办法》

国家市场监督管理总局

2021年1月

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。

资料来源：观研天下整理

### 3、我国化妆品生产企业数量整体保持上升趋势

化妆品生产通常可分为自主生产和代工生产两种模式，其中，代工生产是由制造方负责生产、提供人力及场地，采购方负责销售的生产方式。近年来，我国化妆品生产企业数量整体保持上升趋势，从2015年4542家增长到5722家，并且开始出现一批初具规模的代工企业。在国内经济升级的大背景下，消费者对化妆品需求不断提高，拉动上游化妆品生产企业数量增加。

数据来源：观研天下整理

### 4、新兴化妆品牌的涌现推动代工行业市场规模扩大

由于消费者消费能力的提升以及社交媒体对化妆品赛道的助力、国货品牌知名度提升，让我国化妆品赛道参与者数量持续增加。而对于新进入者而言，如果选择自建工厂生产则将承担庞大的资金投入，但若选择代工厂生产，品牌方可以将有限的精力集中在其具有比较优势的环节，包括品牌建设、渠道营销等方面，助力品牌方实现利润最大化，这也推动化妆品代工行业市场规模的扩大。

数据来源：观研天下整理（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国化妆品行业现状深度研究与发展前景分析报告（2025-2032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 化妆品 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：

## 【第一部分 行业定义与监管】

### 第一章 2020-2024年中国 化妆品 行业发展概述

#### 第一节 化妆品 行业发展情况概述

一、 化妆品 行业相关定义

二、 化妆品 特点分析

三、 化妆品 行业基本情况介绍

四、 化妆品 行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、 化妆品 行业需求主体分析

#### 第二节 中国 化妆品 行业生命周期分析

一、 化妆品 行业生命周期理论概述

二、 化妆品 行业所属的生命周期分析

#### 第三节 化妆品 行业经济指标分析

一、 化妆品 行业的赢利性分析

二、 化妆品 行业的经济周期分析

三、 化妆品 行业附加值的提升空间分析

### 第二章 中国 化妆品 行业监管分析

#### 第一节 中国 化妆品 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国	化妆品	行业政策法规	
一、	行业主要政策法规		
二、	主要行业标准分析		
第三节 国内监管与政策对	化妆品	行业的影响分析	
【第二部分 行业环境与全球市场】			
第三章 2020-2024年中国	化妆品	行业发展环境分析	
第一节 中国宏观环境与对	化妆品	行业的影响分析	
一、中国宏观经济环境			
一、中国宏观经济环境对	化妆品	行业的影响分析	
第二节 中国社会环境与对	化妆品	行业的影响分析	
第三节 中国对磷矿石易环境与对	化妆品	行业的影响分析	
第四节 中国	化妆品	行业投资环境分析	
第五节 中国	化妆品	行业技术环境分析	
第六节 中国	化妆品	行业进入壁垒分析	
一、	化妆品	行业资金壁垒分析	
二、	化妆品	行业技术壁垒分析	
三、	化妆品	行业人才壁垒分析	
四、	化妆品	行业品牌壁垒分析	
五、	化妆品	行业其他壁垒分析	
第七节 中国	化妆品	行业风险分析	
一、	化妆品	行业宏观环境风险	
二、	化妆品	行业技术风险	
三、	化妆品	行业竞争风险	
四、	化妆品	行业其他风险	
第四章 2020-2024年全球	化妆品	行业发展现状分析	
第一节 全球	化妆品	行业发展历程回顾	
第二节 全球	化妆品	行业市场规模与区域分	化妆品 情况
第三节 亚洲	化妆品	行业地区市场分析	
一、亚洲	化妆品	行业市场现状分析	
二、亚洲	化妆品	行业市场规模与市场需求分析	
三、亚洲	化妆品	行业市场前景分析	
第四节 北美	化妆品	行业地区市场分析	
一、北美	化妆品	行业市场现状分析	
二、北美	化妆品	行业市场规模与市场需求分析	
三、北美	化妆品	行业市场前景分析	



第五节 欧洲	化妆品	行业地区市场分析	
一、欧洲	化妆品	行业市场现状分析	
二、欧洲	化妆品	行业市场规模与市场需求分析	
三、欧洲	化妆品	行业市场前景分析	
第六节 2025-2032年全球	化妆品	行业分	化妆品 走势预测
第七节 2025-2032年全球	化妆品	行业市场规模预测	
【第三部分 国内现状与企业案例】			
第五章 中国	化妆品	行业运行情况	
第一节 中国	化妆品	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	化妆品	行业市场规模分析	
一、	影响中国	化妆品	行业市场规模的因素
二、	中国	化妆品	行业市场规模
三、	中国	化妆品	行业市场规模解析
第三节 中国	化妆品	行业供应情况分析	
一、	中国	化妆品	行业供应规模
二、	中国	化妆品	行业供应特点
第四节 中国	化妆品	行业需求情况分析	
一、	中国	化妆品	行业需求规模
二、	中国	化妆品	行业需求特点
第五节 中国	化妆品	行业供需平衡分析	
第六节 中国	化妆品	行业存在的问题与解决策略分析	
第六章 中国	化妆品	行业产业链及细分市场分析	
第一节 中国	化妆品	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、	化妆品	行业产业链图解	
第二节 中国	化妆品	行业产业链环节分析	
一、	上游产业发展现状		
二、	上游产业对	化妆品	行业的影响分析
三、	下游产业发展现状		
四、	下游产业对	化妆品	行业的影响分析
第三节 中国	化妆品	行业细分市场分析	

一、细分市场一

二、细分市场二

第七章 2020-2024年中国 化妆品 行业市场竞争分析

第一节 中国 化妆品 行业竞争现状分析

一、中国 化妆品 行业竞争格局分析

二、中国 化妆品 行业主要品牌分析

第二节 中国 化妆品 行业集中度分析

一、中国 化妆品 行业市场集中度影响因素分析

二、中国 化妆品 行业市场集中度分析

第三节 中国 化妆品 行业竞争特征分析

一、企业区域分 化妆品 特征

二、企业规模分 化妆品 特征

三、企业所有制分 化妆品 特征

第八章 2020-2024年中国 化妆品 行业模型分析

第一节 中国 化妆品 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 化妆品 行业SWOT分析

一、SWOT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 化妆品 行业SWOT分析结论

第三节 中国 化妆品 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

第九章 2020-2024年中国	化妆品	行业需求特点与动态分析
第一节 中国	化妆品	行业市场动态情况
第二节 中国	化妆品	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	化妆品	行业成本结构分析
第四节	化妆品	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	化妆品	行业价格现状分析
第六节 2025-2032年中国	化妆品	行业价格影响因素与走势预测
第十章 中国	化妆品	行业所属行业运行数据监测
第一节 中国	化妆品	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	化妆品	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	化妆品	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		
第十一章 2020-2024年中国	化妆品	行业区域市场现状分析
第一节 中国	化妆品	行业区域市场规模分析
一、影响	化妆品	行业区域市场分 化妆品 的因素
二、中国	化妆品	行业区域市场分 化妆品
第二节 中国华东地区	化妆品	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 化妆品

### 行业市场分析

#### (1) 华东地区 化妆品

#### 行业市场规模

#### (2) 华东地区 化妆品

#### 行业市场现状

#### (3) 华东地区 化妆品

#### 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 化妆品

### 行业市场分析

#### (1) 华中地区 化妆品

#### 行业市场规模

#### (2) 华中地区 化妆品

#### 行业市场现状

#### (3) 华中地区 化妆品

#### 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 化妆品

### 行业市场分析

#### (1) 华南地区 化妆品

#### 行业市场规模

#### (2) 华南地区 化妆品

#### 行业市场现状

#### (3) 华南地区 化妆品

#### 行业市场规模预测

## 第五节 华北地区 化妆品

## 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 化妆品

### 行业市场分析

#### (1) 华北地区 化妆品

#### 行业市场规模

#### (2) 华北地区 化妆品

#### 行业市场现状

#### (3) 华北地区 化妆品

#### 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 化妆品

### 行业市场分析

#### (1) 东北地区 化妆品

#### 行业市场规模

#### (2) 东北地区 化妆品

#### 行业市场现状

#### (3) 东北地区 化妆品

#### 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	化妆品	行业市场分析
(1) 西南地区	化妆品	行业市场规模
(2) 西南地区	化妆品	行业市场现状
(3) 西南地区	化妆品	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	化妆品	行业市场分析
(1) 西北地区	化妆品	行业市场规模
(2) 西北地区	化妆品	行业市场现状
(3) 西北地区	化妆品	行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国	化妆品	行业市场规模区域分	化妆品	预测
------------------	-----	-----------	-----	----

第十二章	化妆品	行业企业分析（随数据更新可能有调整）
------	-----	--------------------

## 第一节 企业一

- 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 企业二

- 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

### 第三节 企业三

#### 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

### 第四节 企业四

#### 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

### 第五节 企业五

#### 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

### 第六节 企业六

#### 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

第七节 企业七

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

第八节 企业八

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

第九节 企业九

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

## 第十节 企业十

### 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

#### 【第四部分 展望、结论与建议】

## 第十三章 2025-2032年中国 化妆品 行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国 化妆品 行业未来发展前景分析

#### 一、中国 化妆品 行业市场机会分析

#### 二、中国 化妆品 行业投资增速预测

### 第二节 中国 化妆品 行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国 化妆品 行业规模发展预测

#### 一、中国 化妆品 行业市场规模预测

#### 二、中国 化妆品 行业市场规模增速预测

#### 三、中国 化妆品 行业产值规模预测

#### 四、中国 化妆品 行业产值增速预测

#### 五、中国 化妆品 行业供需情况预测

### 第四节 中国 化妆品 行业盈利走势预测

## 第十四章 中国 化妆品 行业研究结论及投资建议

### 第一节 观研天下中国 化妆品 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 化妆品 行业进入策略分析

#### 一、目标客户群体

#### 二、细分市场选择

#### 三、区域市场的选择

### 第三节 化妆品 行业品牌营销策略分析

#### 一、 化妆品 行业产品策略

#### 二、 化妆品 行业定价策略

#### 三、 化妆品 行业渠道策略



#### 四、 化妆品 行业推广策略

##### 第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202503/745222.html>