

中国美妆产业全景调研及未来发展趋势研判报告

(2026版)

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《中国美妆产业全景调研及未来发展趋势研判报告（2026版）》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：<https://www.chyxx.com/research/1249892.html>

报告价格：电子版：9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版：10000元

订购电话：400-600-8596、010-60343812、010-60343813

电子邮箱：kefu@chyxx.com

联系人：刘老师

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，是一个涵盖广泛的美容概念，指借助各类化妆品与专业化妆技巧，对个人外貌进行优化与重塑。这一概念并非局限于面部修饰，而是覆盖头发、肌肤、身体等全维度的整体美化，核心在于放大个人容貌优势、修饰外在短板，同时彰显专属的个人风格，唤醒并传递自身的自信魅力。

美妆产品品类丰富多元，不同品类各具独特功效与使用特点，通过涂抹、擦拭、喷涂等方式作用于人体皮肤表层、毛发、唇部等部位，可实现清洁肌肤、日常养护、美学修饰等多重需求。坚持科学的护肤习惯，结合自身肤质与需求选择适配的美妆产品，能够有效提升个人整体形象，进一步增强自身的自信心。

中国美妆行业的发展历程，是一部高度浓缩的市场进阶史。从改革开放后行业的重启萌芽，到外资品牌涌入后本土市场的学习淬炼，再到紧抓渠道变革机遇实现的快速赶超，最终迎来产品研发、品牌建设全方位的蓬勃发展。近年来，小红书、抖音等内容电商与社交平台快速崛起，社交电商、直播带货等新型渠道为国货美妆品牌发展注入强劲动能，珀莱雅、薇诺娜、完美日记等新锐国货品牌迎来爆发式增长，其中珀莱雅在2024年成为首个GMV突破百亿的国货美妆品牌。同时，研发创新成为行业核心驱动力，叠加“成分党”消费趋势崛起，深耕有效成分、聚焦功效护肤、主打精准护肤的产品与品牌，日益成为消费者的优选。

国家层面高度重视化妆品行业发展，“十四五”规划中首次将其纳入国家发展重点领域，明确提出培育本土高端美妆品牌、推动行业高质量发展的目标。2021年《化妆品监督管理条例》正式施行，标志着我国化妆品监管体系迈入系统性重构的新阶段。随着行业法规体系的持续完善，监管模式正从传统的事后监管，向全生命周期、全产业链的精细化监管转型。行业顶层监管设计加速落地，2025年9月国家药监局发布《关于深化化妆品监管改革促进产业高质量发展的意见(征求意见稿)》，旨在进一步深化化妆品监管改革，明确到2035年实现我国化妆品质量安全监管体系达到国际先进水平的目标。2025年美妆行业监管持续深化，多项核心法规与政策相继落地实施，构建起更为科学、严谨的行业监管框架，也印证了美妆作为重要消费品领域，正逐步走向成熟化、规范化发展阶段。

本报告立足于2021-2025年中国美妆产业发展现状，结合政策导向、技术进展、市场动态及企业实践，系统梳理产业链上下游格局，深入剖析供需矛盾及竞争态势，并对未来发展路径提出研判。报告内容涵盖美妆原材料生产、美妆销售规模、细分领域需求（护肤品、彩妆等）、重点企业案例及政策环境，旨在为行业从业者、投资者及政策制定者提供全景式参考。2024年，我国美妆市场在平稳增长中呈现出结构性变化。数据显示，全年美妆产品零售总量达401.83亿件，较上年同期微增0.26%，展现出行业韧性。从产品功能划分来看，护肤类以基础护理为核心，承担皮肤清洁与保养功能；彩妆类聚焦形象塑造，通过色彩修饰提升面部及身体外观表现力；香水类则着重于气味管理，有效改善体味并维持清新状态。

细分品类表现呈现明显分化。2024年洗浴产品年度零售量34.74亿件，同比下滑3.45%，反

映基础清洁需求趋于饱和；与之形成对比的是彩妆领域，6.04亿件的销售量实现6.75%的同比增长，印证颜值经济持续升温；洗护发产品线保持稳定，234.22亿件的销售规模保持0.51%的正增长；护肤品类以38.39亿件销量占据重要地位，2.16%的增幅显示消费者对肌肤养护的重视程度不断提升。

消费人群结构方面，2024年婴幼儿护理市场以27.88亿件销量构成基础盘，男士美妆产品5.45亿件的体量虽相对较小，但持续增长态势值得关注。女性消费群体依然主导市场，368.50亿件的购买量占整体比重超过九成，反映出性别消费差异的显著特征。值得注意的是，男性个护意识觉醒与婴童专用产品需求升级，正在为行业创造新的增长机遇。

报告目录：

第一章 美妆行业的相关概述

第一节 美妆的介绍

一、 美妆的定义

二、 美妆产品的主要作用

三、 美妆产品的分类

第二节 美妆产业链定位

一、 美妆产业产业链整体概况

二、 美妆产业上游环节深度分析

1、 化妆品原料市场发展现状

2、 包装市场发展现状

3、 上游环节对美妆产业的影响分析

三、 美妆产业下游渠道发展分析及影响研究

1、 线下零售渠道市场发展现状

2、 电商渠道市场发展现状

3、 下游渠道发展对美妆产业的影响分析

第三节 美妆行业测算逻辑

第二章 2021-2025年中国美妆市场发展分析

第一节 2021-2025年中国美妆市场运行情况

一、 市场发展规模

二、 行业各细分产品销售量统计

三、 主要企业集中度分析

四、 不同档次产品竞争格局

五、 市场发展热点

第二节 2021-2025年中国美妆市场竞争情况

一、 同质化经营现象严重

二、国内品牌市场份额低

三、新品牌生存空间受挤压

四、细分市场竞争情况分析

第三节 2021-2025年外资品牌在华发展情况分析

一、外资巨头竞争格局

二、抢占三线城市市场

三、大众品牌竞争力分析

四、直销品牌的发展

五、部分品牌退出中国市场

第四节 中国美妆行业的主要市场渠道

一、销售渠道介绍

二、零售规模分渠道分析

二、终端渠道分布格局

第五节 美妆行业市场营销概述

一、市场营销特点

二、主要营销方式

三、营销的关键点

第六节 中国美妆行业线上营销分析

一、线上营销特征和优势

二、线上营销现状分析

三、线上营销体系趋完善

四、线上营销问题分析

五、线上营销策略分析

第三章 2021-2025年中国电商平台美妆品牌发展分析

第一节 美妆电商平台分析

一、美妆电商平台占比分析

二、美妆电商平台类型细分

三、综合性平台的特殊性

第二节 电商平台美妆品牌建设现状分析

一、现状特点分析

二、障碍和难点分析

三、发展对策分析

第三节 电商平台美妆品牌的竞争态势分析

一、竞争力分析

二、竞争环境的演变

三、竞争者特点分析

四、未来竞争趋势分析

第四节 电商平台美妆品牌的客户体验分析

一、客户体验对象人群分析

二、客户体验构成要素分析

三、客户体验过程详细分析

第五节 电商平台美妆品牌建设的目标分析

一、制造品牌差异化

二、提高消费者忠诚度

三、弥补品牌力透支

第四章 2021-2025年中国美妆产品网络调查分析

第一节 2021-2025年中国美妆产品总体调查分析

一、行业搜索指数趋势

二、行业搜索词特征

三、品牌关注度分析

四、品类检索趋势概况

第二节 2021-2025年美妆产品细分品类关注度分析

一、护肤类产品

二、彩妆类产品

三、香氛类产品

四、美发护发类产品

第三节 2021-2025年美妆产品消费者行为特征分析

一、美妆产品主要用户群

二、消费者行为偏好分析

三、消费者集中区域分析

四、男性消费者行为分析

第五章 2021-2025年中国化妆品市场分析

第一节 中国化妆品行业总体概况

一、市场政策动态分析

二、市场总体发展态势

三、OEM生产节奏加快

四、终端零售市场特点

五、市场发展特点

六、行业风险投资分析

第二节 2021-2025年中国化妆品市场发展态势分析

一、市场发展特征

二、产品特点现状

三、零售市场规模

四、细分市场规模

五、零售价格分析

六、零售渠道分析

第三节 2021-2025年中国化妆品所属行业进出口数据分析

一、中国化妆品进出口总量数据分析

二、2021-2025年主要贸易国化妆品进出口情况分析

三、2021-2025年主要省市化妆品进出口情况分析

第四节 中国化妆品电子商务市场分析

一、化妆品电商优缺点

二、电商市场规模

三、跨境电商逐步打开

四、消费者行为分析

五、市场竞争格局

六、发展趋势展望

第五节 化妆品市场消费分析

一、化妆品市场消费特征

二、人均化妆品消费规模

三、化妆品市场消费者构成

四、女性消费者群体特征

五、女性化妆品消费心理

六、网络消费者购买行为

七、化妆品消费分析

第六节 化妆品包装发展分析

一、化妆品包装的特性

二、化妆品包装市场亮点

三、民族特色包装受欢迎

四、化妆品包装新规解析

五、化妆品包装发展走向

第七节 中国化妆品市场存在的问题

一、企业经营困境

二、市场亟需整合

三、产品质量有待提高

四、行业发展制约因素

第八节 中国化妆品市场发展的对策

一、促进行业发展

二、培育品牌力度

三、规范产品标识

四、提升行业地位

第六章 2021-2025年中国护肤品市场分析

第一节 中国护肤品市场综述

一、品牌发展阶段

二、市场总体概况

三、市场增长态势

四、市场消费特征

五、中小企业定位

第二节 2021-2025年中国护肤品市场格局分析

一、市场发展规模

二、市场消费需求

三、消费行为分析

四、国产品牌崛起

五、网络广告投放

第三节 2021-2025年中国护肤品市场竞争分析

一、市场竞争特征分析

二、国外巨头竞争实力

三、品牌竞争格局分析

四、市场产品格局分析

五、市场竞争态势分析

第四节 2021-2025年国内滋润护肤品市场发展分析

一、面部滋润产品销售规模

二、面部滋润产品消费者分析

三、唇部滋润产品发展现状

四、护手霜市场发展现状

第五节 护肤品市场营销分析

一、典型销售渠道

二、销售渠道创新

三、营销模式分析

四、营销策略分析

五、营销案例解析

第六节 护肤品行业发展前景分析

- 一、市场前景预测
- 二、绿色生态护肤品
- 三、花朵美容护肤品
- 四、茶系列护肤品
- 五、精华液护肤品

六、未来发展趋势

第七章 2021-2025年中国彩妆市场分析

第一节 2021-2025年国内彩妆市场发展综述

- 一、市场发展规模
- 二、市场销售渠道
- 三、市场需求分析
- 四、市场份额分析

第二节 2021-2025年国内彩妆市场格局分析

- 一、主要阵营分析
- 二、区域市场格局
- 三、品牌竞争格局
- 四、企业动态分析
- 五、大众品牌格局

第三节 2021-2025年国内彩妆市场细分产品市场分析

- 一、细分产品规模
- 二、细分产品格局
- 三、线上底妆产品销售额
- 四、线上气垫产品热销
- 五、眼部产品市场
- 六、唇彩市场分析

第四节 彩妆行业存在的问题及发展建议

- 一、企业发展障碍
- 二、市场较为混乱
- 三、加强市场监管
- 四、本土品牌发展建议

第五节 彩妆行业发展前景分析

- 一、产品发展方向
- 二、产品创新趋势

三、个性化趋势

四、年轻化趋势

五、营销模式改变

第八章 2021-2025年其他热点美妆产品的发展

第一节 香水

一、市场发展综述

二、品牌竞争格局

三、线上市场分析

四、小众品牌分析

五、发展对策建议

六、发展路径分析

第二节 护发素

一、护发素总类介绍

二、护发用品市场概况

三、护发素品牌分析

第三节 染发剂

一、染发剂市场概况

二、染发剂市场创新

三、染发剂发展趋势

第四节 美白产品

一、美白护肤品市场特点分析

二、美白护肤品竞争阵营透析

三、美白护肤品行业监管分析

四、美白护肤产品市场态势

第五节 祛斑产品

第六节 护体产品

第九章 国外主要美妆企业运营分析

第一节 法国欧莱雅 (L'Oreal)

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、主要品牌介绍

四、强化高端市场

第二节 美国宝洁公司 (Procter&Gamble)

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、主要品牌介绍

四、品牌精简策略

第三节 雅诗兰黛 (Estee Lauder)

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、主要品牌介绍

四、中国市场发展

第四节 巴西Natura &Co

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、主要品牌介绍

四、中国市场发展

第五节 日本资生堂 (Shiseido)

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、重点品牌介绍

四、中国市场布局

第六节 爱茉莉集团

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、主要品牌介绍

四、品牌地位分析

第十章 国内主要美妆企业运营分析

第一节 珀莱雅化妆品股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、业务经营分析

四、项目研发分析

第二节 上海家化联合股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、业务经营分析

四、渠道优化分析

第三节 云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业营销战略

三、经营状况分析

四、业务经营分析

第四节 华熙生物科技股份有限公司

一、企业发展概况

二、业务经营分析

三、销售渠道分析

四、全产业链分析

第五节 水羊集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营状况分析

三、销售渠道分析

四、品牌业务驱动战略

第六节 广东丸美生物技术股份有限公司

一、企业发展概况

二、品牌市场份额

三、渠道升级变革

四、资本并购分析

第十一章 中国美妆行业发展趋势及前景预测

第一节 中国美妆行业发展趋势分析

一、未来发展方向

二、渠道趋势剖析

三、个性化定制趋势

第二节 中国美妆市场发展潜力分析

一、未来市场空间较大

二、市场消费潜力分析

三、企业发展前景分析

第三节 中国美妆市场发展策略与建议分析

一、行业发展政策建议

二、企业核心发展战略建议

三、行业投资模式与方向分析

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1249892.html>