

2025-2031年中国国货美妆行业市场现状分析及投资前景研判报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2025-2031年中国国货美妆行业市场现状分析及投资前景研判报告》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/1199226.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: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@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

为了深入解读国货美妆行业发展现状以及研判未来走向，智研咨询精心编撰并推出了《2025-2031年中国国货美妆行业市场现状分析及投资前景研判报告》（以下简称《报告》）。这份报告不仅是对中国国货美妆市场的一次全面而细致的梳理，更是智研咨询多年来持续追踪、实地踏访、深入研究与精准分析的结晶。它旨在帮助行业精英和投资者们更加精准地把握市场脉搏，洞察行业趋势，为未来的决策提供有力支持。

《报告》主要研究中国国货美妆产业发展情况，涉及国货美妆市场规模、国货美妆产量、国货美妆零售量、国货美妆均价等细分数据。

《报告》从国内外经济环境、国内政策、发展趋势等方面入手，全方位分析了国货美妆产业发展状况，对业界厂商掌握产业动态与未来创新趋势提供相应的建议和决策支持。

美妆，是一个涵盖广泛的美容概念，指通过使用化妆品和化妆技巧来改善或改变人的外貌。美妆不仅仅局限于面部，还包括头发、皮肤和身体的整体美化，其主要目的在于突出个人的优点，掩盖缺点，以及展现个人的风格和自信。国货美妆，则是指由中国本土品牌生产和销售的美妆产品。本报告研究的美妆指广义上的化妆品。

不同类别的美妆产品用途不同，护肤类主要用于清洁和保养皮肤，彩妆类主要用于装饰和改变面部和身体的外观，香水类主要用于遮盖或减轻自然体味，保持身体清新。

随着经济发展，人民生活水平日益提高，人民群众的消费需求已经从满足基本物质生活需求的必须消费向满足更高层级精神需求的非必须消费转变。加之女性地位提升、女性意识觉醒，“她经济”成为消费市场中不容小觑的一股力量。因此，国内化妆品市场有着广阔蓝图。民族认同感、民族自信的觉醒使得消费者，尤其是年轻消费者不再迷信国际大牌，国货美妆赢得了茁壮成长的良好机遇。国货美妆品牌的优势在于更了解本土消费者需求，更快契合改变，更灵活的运营模式，并大量运用数字化平台与消费者互动。运用数字经济新优势，赋能国货化妆品产业转型升级，为起步较晚、基础较为薄弱的国货美妆品牌带来了弯道超车的机会。

从一级品类市场规模来看，护肤和彩妆依旧是中国美妆市场的中坚力量，而个护、彩妆品类的高增长速度则表明消费者对于日常美妆个护需求的持续扩张。

国货美妆品牌的崛起不仅是一个经济现象，也是社会价值观念变迁的体现。超90%的消费者曾经选购过国货美妆。而且，越年轻的消费者选择国产品牌的比例越高，尤其是00后群体，几乎人人都有过国货美妆的购买经历。进一步研究显示，对于这部分年轻消费者来说，“国货之光”和“支持国货”成为他们讨论的热门词汇。这一现象反映了新一代消费者强烈的民族自豪与文化自信。

我国国货美妆行业市场前景良好，市场规模从2017年的1297.59亿元增长至2023年的2761.9亿元，零售量从2017年的187.08亿件增长至2023年的256.33亿件。随着科技的不断进步和需求的不断增长，国货美妆行业正呈现出快速发展的态势。

从产业链来看，上游为原材料供应，主要包括天然和合成的化妆品原料（油脂、香精、胶质、乳化剂等）和包装材料（玻璃、塑料等）；中游参与者为国货美妆品牌，负责产品研发、生产、质量控制等多个方面；下游销售渠道包括但不限于专柜、电商平台等。

上游为原材料供应环节，主要包括天然和合成的化妆品原料（如油脂、香精、胶质、乳化剂等）和包装材料（如玻璃、塑料等）。这些原材料是美妆产品生产的基础，其质量和价格直接影响到中游品牌厂商的生产成本和产品质量。在中国，化妆品原材料市场多由专业原材料生产工厂提供，仅有少量大型知名化妆品品牌拥有独立原材料生产工厂。

中游为国货美妆品牌厂商，负责产品研发、生产、质量控制等多个方面。这些品牌厂商通过采购上游的原材料，经过加工、配方调整、灌装、包装等工艺流程，生产出具有不同功效和特色的美妆产品。国货美妆品牌凭借技术研发、产品实力、新兴渠道和营销打法的创新，市场份额持续提升。

下游为销售渠道，包括专柜、电商平台等多种销售方式。随着电商平台的兴起，越来越多的国货美妆品牌选择通过线上渠道进行销售，以扩大市场份额和提高品牌影响力。电商平台不仅提供了便捷的购物体验，还为品牌厂商提供了更多的营销手段和数据支持。

在美妆产业链上，每个节点牵一发而动全身，上游原料端和制造厂商的成长和发展，推动了美妆的多元化；渠道的升级，使得消费者的声音被更快、更准确地倾听；品牌的大爆发，使得市场竞争逐渐白热化，反推上游不断推陈出新，形成良性循环。

伴随着消费者对国产美妆的信任度不断提升，品牌不再是消费决策的唯一衡量要素，消费者的购买行为趋于理性，更加注重产品的实用性和安全性，在产品方面，头部的国货美妆品牌大多打造出了消费者认可、有技术壁垒的大单品，市场份额赶超外资的国货美妆正在崛起。2023年，中国国货美妆市场规模为2761.9亿元，蓬勃向上，高速增长。

近年来，国货美妆品牌发展迅速，在中低端市场以及部分细分领域取得了显著进步。一些国货品牌通过精准的市场定位、创新的营销策略以及对本土消费者需求的深入洞察，成功地在市场中占据了一席之地。例如，花西子以东方彩妆为特色，在包装设计上融入中国传统文化元素，同时注重产品的品质和性价比，赢得了众多消费者的喜爱；完美日记则通过线上营销、社交媒体推广等方式，快速提升了品牌知名度和市场份额。

国货美妆市场正经历着蓬勃的发展，吸引了众多品牌与企业的积极参与。这一市场的繁荣不仅体现在品牌数量的激增上，更在于产品种类的日益丰富和消费者需求的多元化。行业龙头珀莱雅，2023年市场占比仅为3.8%，这说明国货美妆市场参与者众多，市场集中度较低。

在新一代消费者青睐国货、渠道线上化加速、国货产品力提升等因素综合作用下，更贴近本土消费者和市场的国货品牌逐步挤占国际化妆品在中国的市场份额，最终完成逆袭。伴随着消费者对美妆产品功效的关注度不断提高，成分党趋势愈发明显，国货美妆品牌需要加强对产品成分的研发和创新，提升产品功效和安全性，以满足消费者对高品质产品的需求。同时

，利用社交媒体、短视频、直播等数字化手段进行品牌推广和销售，已成为国货美妆行业的重要趋势，部分国货美妆品牌已经开始向高端化方向发展，通过提升产品品质、打造品牌形象、拓展高端市场等方式，提升品牌附加值和市场竞争力。此外，国货美妆在海外逐渐蹿红，出海布局明显加速，并在日本、韩国以及发展潜力巨大的东南亚等地区慢慢站稳了脚跟。国内国货美妆行业相关厂商主要有浙江珀莱雅、浙江欧诗漫、山东华熙生物、山东福瑞达、湖南水羊股份、湖南本美生物、广东丸美股份、广东溪木源、上海家化等企业。其中珀莱雅公司是国内集研发、生产、销售为一体的大型化妆品公司。自创立以来，凭借先进的营销方式以及对化妆品市场的准确把握，保持了稳定、快速的增长态势。珀莱雅专注于运用先进的海洋科技，发掘深海驻颜能量，为亚洲千万女性提供全面、全新的护肤体验，深受大众消费者青睐和信任。珀莱雅品牌旗下包括“肌密系列”、“海洋水动力”、“海洋透皙白”等多个系列数百种单品，可以满足消费者不同需求。为每一位爱美人士提供各方面的优质服务。珀莱雅一直坚持以品质为导向的营销战略，与全球知名化妆品研发机构---韩国科玛公司。建立全面的战略合作；在湖州按照GMP标准设计和建造大型现代化化妆品研发生产基地，引进最先进的生产设备和优质的化妆品原料，确保产品品质。

智研咨询研究团队围绕中国国货美妆产业规模、产业结构、重点企业情况、产业发展趋势等方面进行深入分析，并针对国货美妆产业发展中存在的问题提出建议，为各地政府、产业链关联企业、投资机构提供参考。

报告目录：

第一章 国货美妆行业发展概述

第一节 国货美妆行业界定

- 一、国货美妆行业界定
- 二、国货美妆的理化/化学性质
- 三、国货美妆的用途
- 四、国货美妆行业专业术语说明

第二节 国货美妆行业经营模式分析

- 一、采购模式分析
- 二、生产模式分析
- 三、销售模式分析
- 四、盈利模式分析

第三节 国货美妆行业壁垒分析

- 一、技术壁垒
- 二、资金及装备壁垒

三、环保壁垒

第四节 国货美妆行业利润水平

第五节 国货美妆行业生命周期分析

第六节 国货美妆行业研究概述

一、国货美妆行业研究目的

二、国货美妆行业研究原则

三、国货美妆行业研究方法

四、国货美妆行业研究内容

第二章 全球国货美妆行业运行分析

第一节 全球宏观经济分析

第二节 全球国货美妆行业运行回顾

第三节 全球国货美妆行业发展动态

第四节 国货美妆行业区域竞争格局

第五节 重点区域市场现状及前景评估

一、北美市场概况及趋势

二、欧洲市场概况及趋势

三、亚太市场概况及趋势

第六节 2025-2031年全球国货美妆行业前景评估

第三章 2024年中国国货美妆行业运行环境分析

第一节 国货美妆行业政治法律环境分析

一、行业主管部门

二、行业自律组织

三、行业相关标准

四、行业相关发展政策

第二节 国货美妆行业经济环境分析

一、国内宏观经济分析

二、经济环境对产业影响分析

第三节 国货美妆行业社会环境分析

一、国货美妆产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 国货美妆行业技术环境分析

一、国货美妆生产技术分析

二、中外国货美妆生产技术水平比较分析

三、提高中国国货美妆技术的策略

四、技术环境对产业影响分析

第四章 中国国货美妆发展现状

第一节 中国国货美妆市场现状分析

第二节 中国国货美妆产量分析

一、行业重点企业产能分析

二、2020-2024年中国国货美妆产量

三、国货美妆生产区域分布特点分析

第三节 中国国货美妆市场需求分析

一、2020-2024年中国国货美妆需求量

二、2020-2024年中国国货美妆行业市场规模分析

二、消费区域分布情况

第四节 中国国货美妆价格趋势分析

一、2020-2024年国货美妆价格分析

二、影响国货美妆价格的因素

三、2025-2031年国货美妆市场价格预测

第五章 2020-2024年国货美妆所属行业进出口分析

第一节 2020-2024年国货美妆所属行业出口分析

一、2020-2024年国货美妆所属行业出口总量分析

二、2020-2024年国货美妆所属行业出口总金额分析

三、2020-2024年国货美妆所属行业出口均价走势图

四、国货美妆所属行业出口分国家情况

五、国内主要省市出口情况分析

第二节 2020-2024年国货美妆所属行业进口分析

一、2020-2024年国货美妆所属行业进口总量分析

二、2020-2024年国货美妆所属行业进口总金额分析

三、2020-2024年国货美妆所属行业进口均价走势图

四、国货美妆所属行业进口分国家情况

五、国内主要省市进口态势分析

第六章 国货美妆行业产业链分析

第一节 国货美妆行业与上下游行业之间的关联性

第二节 上游行业分析

一、上游行业发展现状分析

二、上游行业发展趋势分析

第三节 下游行业分析

一、下游行业发展现状分析

二、下游行业发展趋势分析

第七章 2020-2024年中国国货美妆行业区域发展分析

第一节 华北地区国货美妆行业分析

一、地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、行业发展前景预测

第二节 东北地区国货美妆行业分析

一、地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、行业发展前景预测

第三节 华东地区国货美妆行业分析

一、地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、行业发展前景预测

第四节 中南地区国货美妆行业分析

一、地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、行业发展前景预测

第五节 西部地区国货美妆行业分析

一、地区经济发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、行业发展前景预测

第八章 中国国货美妆行业竞争形势及策略

第一节 国货美妆行业竞争结构分析

一、上游议价能力分析

二、下游议价能力分析

三、现有企业竞争分析

四、新进入者威胁分析

五、替代品威胁分析

第二节 行业总体市场竞争状况分析

一、国货美妆行业竞争概况

二、国货美妆行业集中度分析

第三节 国货美妆行业竞争策略分析

第九章 2020-2024年主要国货美妆企业及竞争格局

第一节 珀莱雅化妆品股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第二节 上海家化联合股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第三节 华熙生物科技股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第十章 2025-2031年中国国货美妆未来发展预测及投资前景分析

第一节 未来国货美妆行业发展趋势分析

一、国货美妆行业未来发展方向

二、未来国货美妆行业技术开发方向

第二节 国货美妆行业相关趋势预测

一、政策变化趋势预测

二、2025-2031年中国国货美妆行业产能预测

三、2025-2031年中国国货美妆行业产量预测

四、2025-2031年中国国货美妆行业需求量预测

五、2025-2031年中国国货美妆行业市场规模预测

六、2025-2031年中国国货美妆行业价格走势研判

第十一章 2025-2031年中国国货美妆投资机会与建议分析

第一节 国货美妆行业投资环境分析

第二节 国货美妆行业SWOT分析

一、国货美妆行业优势分析

二、国货美妆行业劣势分析

三、国货美妆行业机会分析

四、国货美妆行业威胁分析

第三节 国货美妆行业投资建议

第四节 投资风险预警

一、政策风险

二、宏观经济波动风险

三、技术风险

四、其他风险

第五节 行业风险应对策略分析

图表目录：部分

图表1：国货美妆产品按用途分类

图表2：国货美妆行业专业术语

图表3：2020-2024年国货美妆行业代表性厂商毛利率

图表4：行业发展周期

图表5：国货美妆行业所处生命周期

图表6：行业研究定义的包含要素示意图

图表7：行业研究大致分类

图表8：投资行业研究的关键问题

图表9：国货美妆行业研究基本原则

图表10：行业研究主要方法

图表11：行业研究内容

图表12：2013-2024年全球GDP总量情况

图表13：2024-2025年世界经济最新增长预测（单位：%）

图表14：2015-2024年全球化妆品零售市场规模

图表15：2024年全球化妆品市场区域分布情况

图表16：2015-2030年北美化妆品零售市场规模及预测

图表17：2015-2030年欧洲化妆品零售市场规模及预测

图表18：2015-2030年亚太化妆品零售市场规模及预测

图表19：2025-2031年全球化妆品零售市场规模预测

图表20：美妆行业相关标准

图表21：化妆品行业相关标准

图表22：行业相关政策

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1199226.html>