

化妆品行业市场调查报告

2022-2023 年中国化妆品行业发展与用户洞察研究报告

国家统计局数据显示，2021 年中国限额以上单位化妆品类商品零售额达 4026 亿元，同比增长 18.4%。随着消费结构的升级，我国化妆品市场进一步扩容。2021 年以来，中国密集出台政策法规，对儿童化妆品、化妆品功效、化妆品标签、化妆品原料及安全等作出明确规定，并针对不合规行为给出具体整改方案，化妆品行业的监管力度加大，行业发展逐渐规范化。

数据显示，2021 年中国化妆品行业市场规模达 4553 亿元，同比增长 15%，基本恢复至疫情前水平。在国民可支配收入不断提升以及审美意识增强、关注高颜值等因素驱动下，国内化妆品消费将继续攀升，预估 2023 年市场规模将突破 5000 亿元。此外，2022 年消费者调研结果表明，中国化妆品用户较上年更注重产品成分与功效，而相比之下，价格、品牌等外在因素的关注度有所下降。分析师认为，未来用户消费将更加理性，产品效果等内在因素成为购买与否的关键所在。

市场规模：预计 2023 年中国化妆品行业市场规模达 5169 亿元

数据显示，2021 年中国化妆品行业市场规模达 4553 亿元，预计 2022 年将达 4858 亿元。化妆品消费在一定程度上受到疫情反复

的影响，但随着多地有序复工，国民经济平稳复苏，中国化妆品市场规模将保持稳定增长，预计 2023 年可突破 5100 亿元。

用户调研：综合电商平台是消费者首选的购买渠道，用户最关注产品成分与功效

调研数据显示，有 72.6% 的消费者会在综合电商平台选购化妆品，电商将持续成为各大品牌的主营渠道。在考虑因素方面，消费者优先关注化妆品的成分和功效，占比分别为 58.2% 和 58.1%，而价格因素则排在第三位，占比为 51.1%。

行业趋势：行业监管趋严，男性化妆品市场逐步扩容

2021 年以来，中国出台多项政策法规，对化妆品的功效、标签、原料及安全等做出明确规定，加大监管力度，行业发展逐渐规范化。同时，更加严格的法规或将延长新品研发周期，促使企业增加研发投入。此外，男性消费群体对化妆品的购买意愿及接受价位有所提高，“他经济”逐步增长。

以下为报告内容：



目录

- 1 / 中国化妆品行业发展背景分析
- 2 / 中国化妆品行业核心数据分析
- 3 / 中国消费者化妆品消费行为数据分析
- 4 / 中国化妆品行业企业竞争情报案例分析
- 5 / 2022-2023年中国化妆品行业发展趋势分析

化妆品分类

本报告讨论的化妆品主要分为两大类：护肤品（如面霜、乳液、洗面奶及其附属工具等），彩妆用品（如粉底、BB霜、腮红及其附属工具等）。

化妆品分类



中国化妆品行业社会发展驱动力：男颜经济

数据显示，2021 年中国男性护肤品市场规模为 99.0 亿元，同比增长 23.8%，整体呈较快发展态势，预计 2023 年将突破 160.0 亿元。此外，数据显示，在 2022 年“6·18”购物节中，天猫平台上的男士护理产品整体销量实现 20 倍的高速增长。分析师认为，当今社会，男性愈发注重个人护理和仪容仪表，不少男性已经开始使用彩妆修饰自己的面容。可以预见中国男性化妆品市场仍存在较大的发展空间。

中国化妆品行业社会发展驱动力：男颜经济

2016-2023年中国男性护肤品市场规模及预测
Market Size and Forecast of Chinese Men's Skincare Products
from 2016 to 2023



2022年“6·18”购物节天猫男士护理产品销量排行
Sales Ranking of Men's Care Products on Tmall Platform
in 2022 "6·18" Shopping Festival



2015-2023 年中国化妆品行业市场规模分析

数据显示，2021 年中国化妆品行业市场规模为 4553.0 亿元，同比增长 15.0%，在疫情得到有效控制后，市场明显回升。分析师认为，在国民可支配收入不断提升以及审美意识增强、关注高颜值等因素驱动下，国内化妆品消费持续攀升，预估 2023 年中国化妆品行业市场规模将突破五千亿元。

2015-2023年中国化妆品行业市场规模分析



2015-2023 年中国护肤品行业市场规模分析

数据显示，中国护肤品行业整体呈增长态势，2021 年市场规模为 2308.0 亿元，同比增长 13.8%。分析师认为，近十年来护肤品品牌对消费市场持续投入和普及，消费者的肌肤护理意识日益增强，护肤品消费理念得到更新，因而促进了护肤品行业的健康发展。

2015-2023年中国护肤品行业市场规模分析



2015-2023 年中国彩妆行业市场规模分析

数据显示，2020 年受疫情影响，中国彩妆行业市场规模出现小幅下滑，2021 年市场规模为 449.1 亿元，同比增长 10.0%。分析师认为，随着国内疫情可控化，以及新一代消费者追逐颜值的热潮兴起，未来年复合增速仍有望保持 10.0% 以上。

2015-2023年中国彩妆行业市场规模分析

2015-2023年中国彩妆行业市场规模及预测
Scale and Forecast of China's Makeup Products Industry from 2015 to 2023



注：年份+E表示未来预测

2017-2022 年 4 月中国化妆品进出口金额

数据显示，2017 年至今，中国化妆品进口金额保持稳定增长，但增速大幅放缓，2021 年进口金额突破 1300.7 亿元，同比增长 8.8%。而中国化妆品出口金额，除 2020 年小幅下滑外，整体呈缓慢增长态势，2021 年出口金额约为 252.3 亿元，同比增长 1.2%。

2017-2022年4月中国化妆品进出口金额



中国化妆品产业图谱

中国化妆品产业图谱



注：本图谱仅标注行业出版时的行业典型案例。

中国化妆品产业链上游分析：透明质酸（一）

透明质酸，又称玻尿酸，是一种由 乙酰氨基葡萄糖和 D-葡萄糖醛酸为结构单元的天然高分子粘多糖，广泛存在于人体的眼玻璃体、关节、脐带、皮肤等部位，并随着年龄增长体内含量逐渐减少。透明质酸具有良好的保水性、润滑性、黏弹性、生物降解及生物相容性等物理生物特性，在医疗、化妆品和功能性食品领域有着广泛的应用。

中国化妆品产业链上游分析：透明质酸（一）



中国化妆品产业链上游分析：胶原蛋白（二）

数据显示，2017 年至今，中国胶原蛋白类型的护肤品市场规模持续扩大。其中，基于重组胶原蛋白的功效性护肤品市场规模，由 2017 年的 8.0 亿元扩张至 2021 年的 46.0 亿元，并且有望于 2022 年达到 72.0 亿元。同时，数据显示，基于重组胶原蛋白的功效性护

年渗透率可超过 30.0%。

分析师认为，重组胶原蛋白及其衍生出的新材料，将继续成为化妆品产业的重要原料，而基于此类原料生产制造的化妆品，将得到进一步的推广普及。

中国化妆品产业链上游分析：胶原蛋白（二）

2017-2027年中国胶原蛋白类护肤品市场规模及预测
Market Size and Forecast of Collagen-based Skin Care Products in China from 2017 to 2027



注：年份+E表示未来预测

2022年中国消费者化妆品月均消费调查

调研数据显示，2022年，中国消费者的化妆品月均支出主要集中在 201-500 元及 501-1000 元区间，占比分别为 36.0% 和 35.5%，化妆品月均支出在 1500 元以上的高端消费人群仅占 6.1%。分析师认为，随着美容护肤理念逐步增强，中国消费者的化妆品消费意识逐

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/796222113132010234>