

2020年男士化妆品行业市场 发展前景及投资研究报告

中商产业研究院编制

更多产业情报: <http://www.askci.com/reports/>



前言

Introduction

消费升级和新兴消费群体，直接拉动了男性化妆品行业的快速增长。化妆已经变得不以性别为导向，越来越多男性开始注重“精致”。虽然远不及中国女性化妆品的渗透率，但男性护肤及化妆品市场的发展速度正在加快。预计2020年内地男性护肤品及化妆品市场的零售额将突破20亿元。

目录

CONTENTS

01

男士化妆品概况

- 男士化妆品的定义
- 男性化妆品发展阶段

02

化妆品行业发展现状分析

- 化妆品企业数量增加
- 化妆品零售总额持续增长
- 化妆品进口增多
- 化妆品出口增加
- 国妆品牌占据半壁江山
- 药妆市场需求大

目录

CONTENTS

03

男士化妆品行业驱动因素分析

- 监管严格保障化妆品消费安全
- 消费观念改变释放需求
- 收入增加消费能力增强
- 社交电商带动消费
- 新兴技术促进行业发展

04

男士化妆品行业发展现状分析

- 全球男性化妆品市场突飞猛进
- 中国男士化妆品市场高速增长
- 男士化妆品各品类消费增速猛增
- 男士专用化妆品品牌大增

目录

CONTENTS

05

男士化妆品品牌分析

- 妮维雅
- 曼秀雷敦
- 吾诺
- 珀莱雅
- 欧莱雅
- 李医生
- 高夫
- 百雀羚男士

06

男士化妆品行业发展前景

- 男士化妆品行业发展趋势
- 男士化妆品投资热点



男士化妆品概况

- ▶ 男士化妆品的定义
- ▶ 男性化妆品发展阶段



男士化妆品是针对男性肤质特点而研制的化妆品。男士化妆品主要分为：发用化妆品、皮肤用化妆品、唇用化妆品。

分类	主要产品
发用化妆品	洗发水、剃须膏、发乳、发蜡、摩丝等
皮肤用化妆品	洗面奶、须后水、香水、爽肤水、面霜等
唇用化妆品	润唇膏、口红

资料来源：中商产业研究院整理



男性化妆品发展阶段

男士化妆品需求发展历经了3个阶段：清洁、护理和美容。中国市场上男士化妆品在过去很长一段时期都集中在基本清洁阶段。随着社会的发展，国内男士化妆品已经处于护理阶段，而随着男士使用香水等观念的转变，男士美容市场也将显现。

清洁

仅使用洁面膏、剃须、须后产品

护理

重视自己的肌肤状态和问题，使用保湿喷雾、乳液、保湿水、精华、眼霜等

美容

精细妆扮，使用彩妆产品，包括粉底、口红、眉笔等



化妆品行业发展现状分析

- ▶ 化妆品企业数量增加
- ▶ 化妆品进口增多
- ▶ 国妆品牌占据半壁江山
- ▶ 化妆品零售总额持续增长
- ▶ 化妆品出口增加
- ▶ 药妆市场需求大

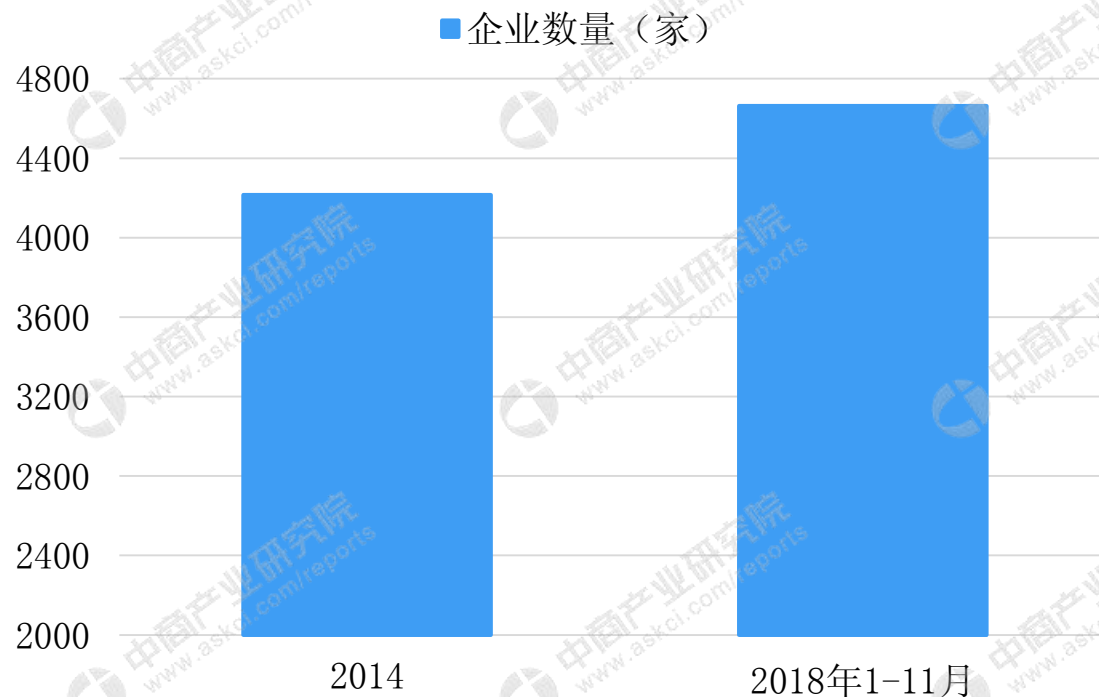


化妆品企业数量增加

我国化妆品生产经营主体呈现上升趋势。2014年我国共有化妆品企业4316家，截至2018年11月底，共有化妆品生产企业4664家。

2018年共批准国产特殊用途化妆品首次申报1458件，延续1337件，变更1507件；批准进口非特殊用途化妆品首次备案16624件，延续3281件，变更1661件。

中国化妆品企业数量情况



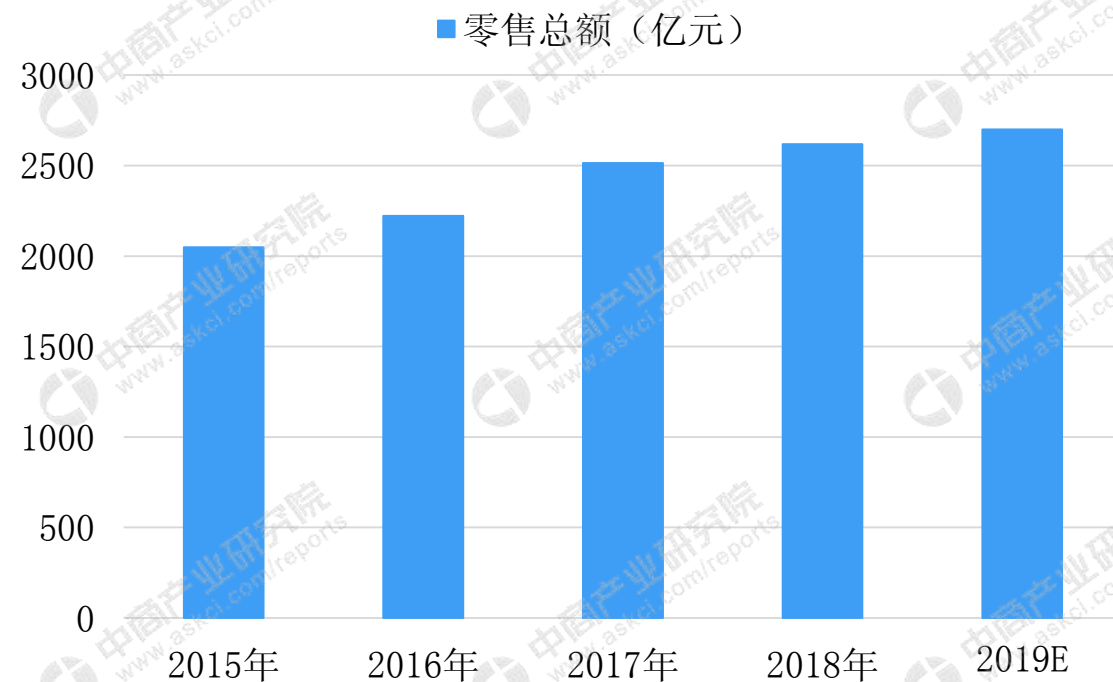
数据来源：国家食药监局、中商产业研究院整理



化妆品零售总额持续增长

2013年中国超越日本成为世界第二大化妆品消费国，随后这几年，人们越来越重视自身形象，甚至标榜“颜值即正义”，颜值经济时代，化妆品已经成为一种刚性需求，无论男女。庞大的市场需求下，化妆品零售总额持续增长。2015年中国化妆品零售总额突破2000亿元，2018年增至2619亿元，同比增长9.6%。2019上半年中国化妆品零售总额1462亿元，同比增长13.2%。有机构预计，2019年全年全国化妆品零售额将超2700亿元。

中国化妆品零售总额情况

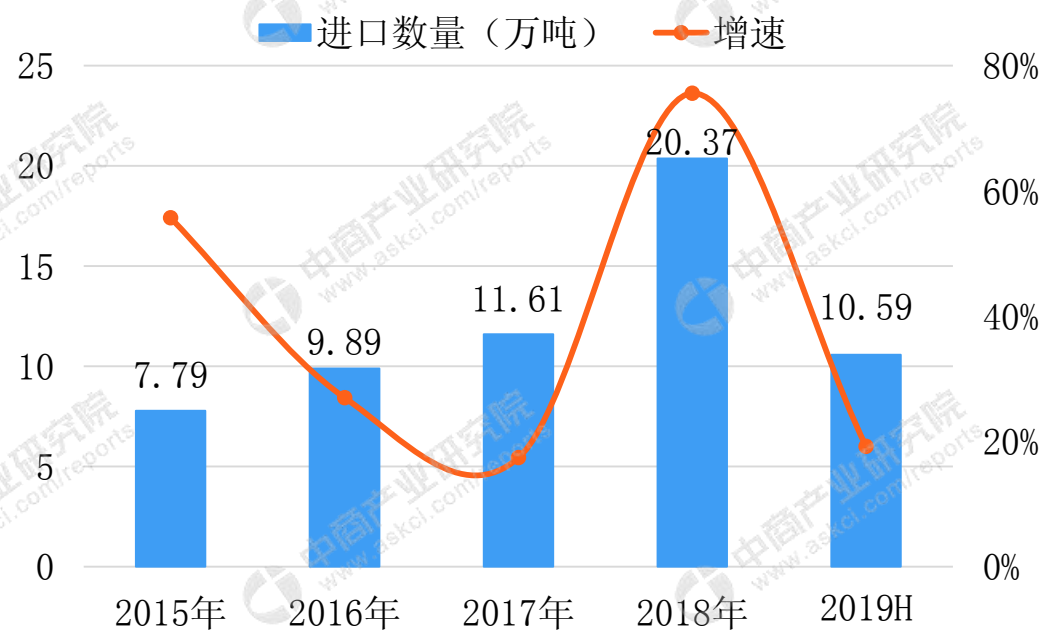


数据来源：国家统计局、中商产业研究院整理

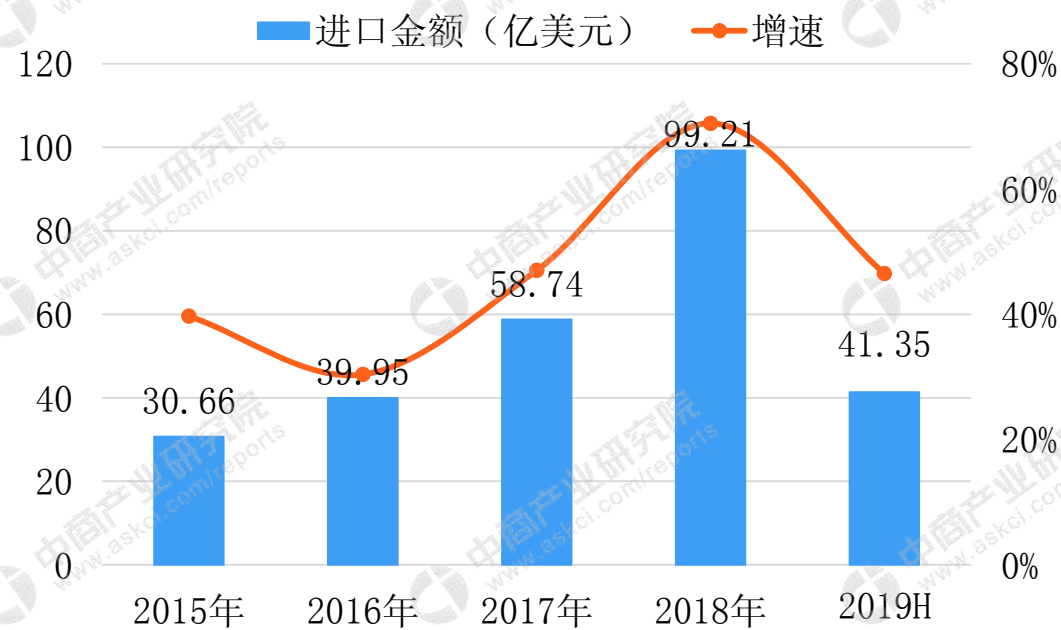


在强劲的消费需求与国家政策的驱动，近年来化妆品进口量和进口金额持续增多。2019上半年美容化妆品及护肤品10.59万吨，同比增长19.2%。进口金额41.35亿美元，同比增长46.5%。

中国美容化妆品及护肤品进口量情况



中国美容化妆品及护肤品进口金额情况



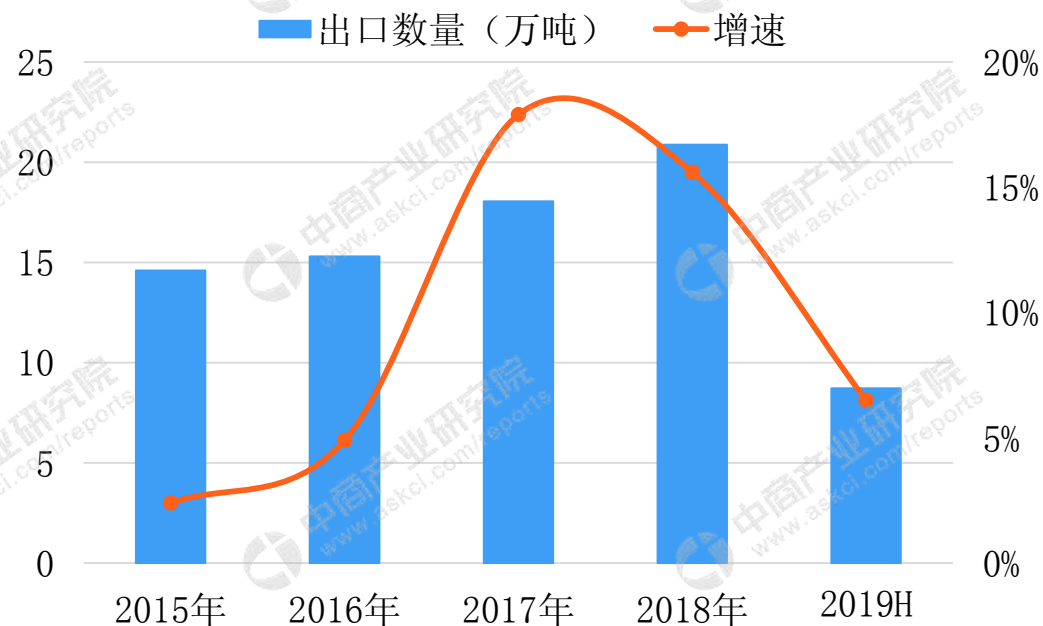
数据来源：中国海关总署、中商产业研究院整理



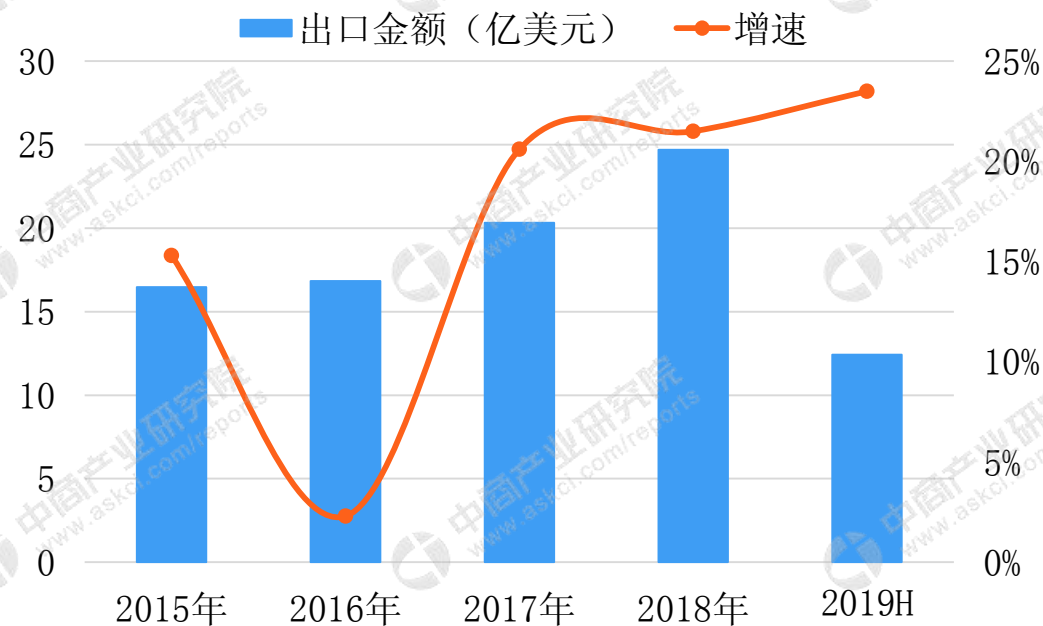
化妆品出口增加

中国化妆品出口可追溯到古代。明朝时期，就有胭脂水粉通过海外商贸流往日本。近几年，中国化妆品出口持续增加。2018年中国美容化妆品及护肤品出口量20.88万吨，同比增长15.6%。出口金额24.69亿美元，同比增长21.5%。2019年上半年，中国美容化妆品及护肤品出口量和出口金额均有所增长。

中国美容化妆品及护肤品出口量情况



中国美容化妆品及护肤品出口金额情况



数据来源：中国海关总署、中商产业研究院整理

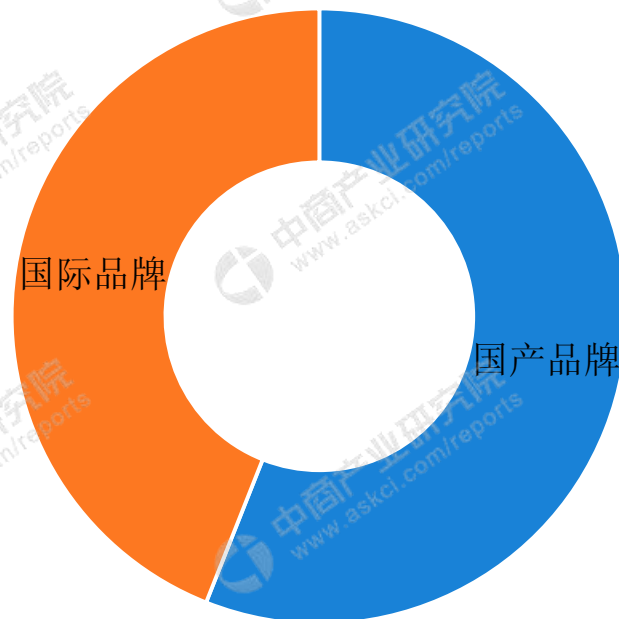


国妆品牌占据半壁江山

近几年，新国货崛起，国妆接受度不断增强。从市场份额来看，国妆品牌已占56%的市场份额。国产化妆品品牌主要集中在中低端市场，而海外合资品牌则主要占据着高端市场。



中国化妆品竞争格局情况



数据来源：凯度BrandZ、中商产业研究院整理

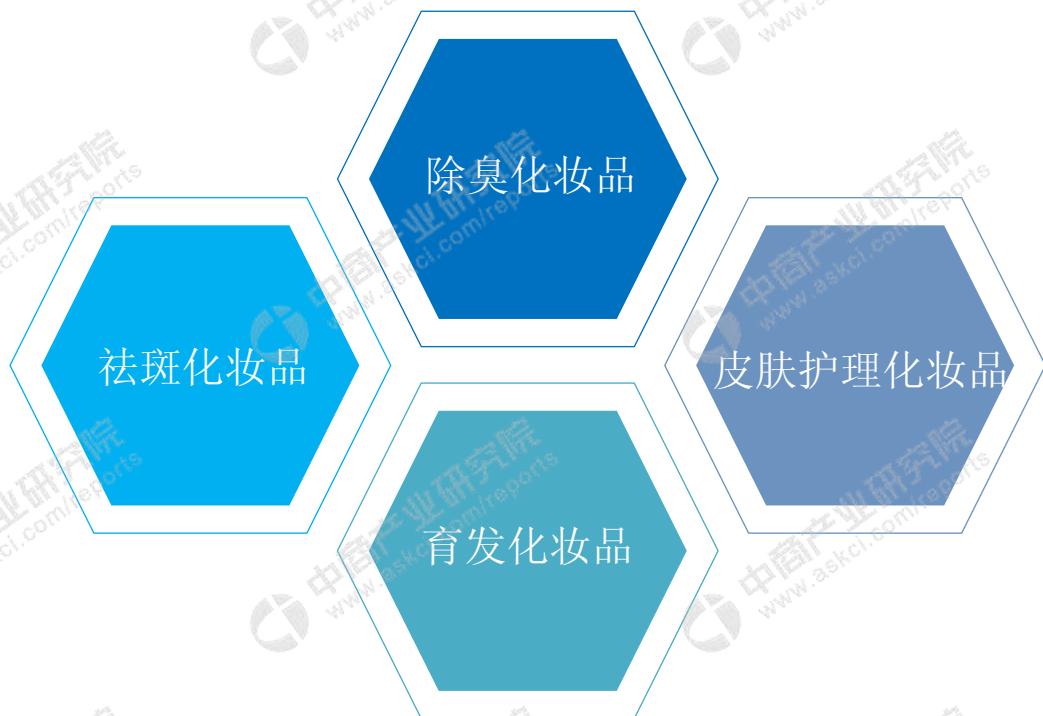


药妆市场需求大

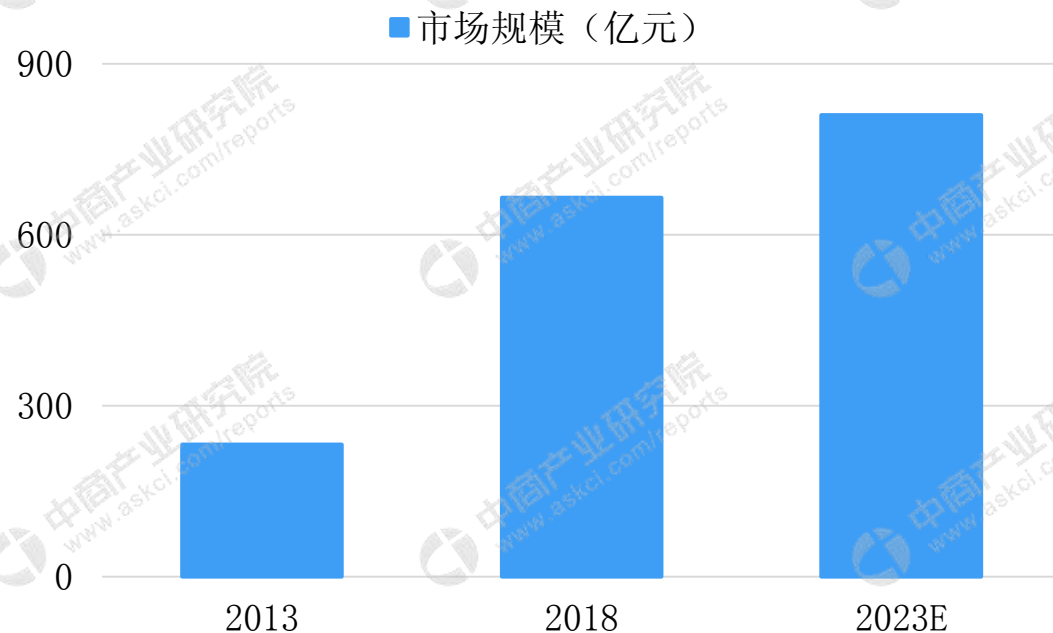
药妆的品种丰富，随着人民生活水平的提高以及对药妆行业认识的加深，药妆市场蕴藏着巨大的市场需求。

从2013年的232亿元增长到2018年的665亿元，预计2023年药妆市场规模将达到810亿元左右。

药妆品种



中国药妆市场规模情况



数据来源：中商产业研究院整理



男士化妆品行业驱动因素分析

- ▶ 监管严格保障化妆品消费安全
- ▶ 消费观念改变释放需求
- ▶ 收入增加消费能力增强
- ▶ 社交电商带动消费
- ▶ 新兴技术促进行业发展



近几年，化妆品安全越发受到重视，国家监管趋于严格，保障化妆品消费安全，男士化妆品消费无后顾之忧。

中国化妆品行业相关政策

2011年2月	《关于印发化妆品命名规定和命名指南的通知》	化妆品命名禁止使用夸张、扩大和绝对化的次于，医疗术语、明示或暗示医疗作用和效果的词语；医学名人的姓名；外文字母、汉语拼音、数字、符号等；
2011年11月	《关于加快推进化妆品不良反应监测体系建设的指导意见》	明确，国家食品药品监督管理局负责全国化妆品不良反应监测的管理。主要是制定化妆品不良反应监测的相关政策法规规定及技术标准并监督实施；制定监测哨点的人员、设备、环境和管理等方面应具备的条件，组织开展对监测哨点的认定、考核，并实施动态管理，通报全国化妆品不良反应监测情况。
2012年11月	《关于增设特殊用途化妆品行政许可技术审评结论有关事宜的通知》	进一步规范化妆品行政许可工作，提高化妆品行政许可工作效率，依据《化妆品卫生监督条例》等相关规定，对符合产品质量安全要求的特殊用途化妆品，在其行政许可申报材料中，存在通知中所列示情况的，技术审评结论判定为“完善资料后建议批准”。
2013年12月	《关于调整化妆品注册备案管理有关事宜的通告》	国产非特殊用途化妆品实行告知性备案，省级食品药品监管部门不再发放国产非特殊用途化妆品备案凭证；食品药品监管部门不再受理国产或进口美白产品的非特殊用途化妆品备案申请，生产企业应按照《美白化妆品管理要求》进行产品注册申请。
2015年5月	《食品药品监督管理总局关于国产非特殊用途化妆品命名有关事宜的批复》	根据规定，新申请备案产品一律不得使用“医生”等相关用语，对于已使用“医生”等相关用语且已备案的化妆品，企业应在2016年12月31日前完成相应修正，否则会被强制注销。
2015年7月	《化妆品监督管理条例（修订草案送审稿）》	明确国家对化妆品原料实行目录管理，化妆品新原料须经过4年的观察期，不得使用禁用原料，不得超量或超范围使用限用原料。规定了明确的法律责任。
2016年8月	《国家新闻出版广电总局关于进一步加强医疗养生类节目和医药广告播出管理的通知》	医疗、药品、医疗器械、保健品、食品、化妆品、美容等企业、产品或服务的广告，播放时长不得超过1分钟，且不得以任何节目形态变相发布，也不得以电视购物短片广告形式播出。
2011年2月	《关于印发化妆品命名规定和命名指南的通知》	化妆品命名禁止使用夸张、扩大和绝对化的次于，医疗术语、明示或暗示医疗作用和效果的词语；医学名人的姓名；外文字母、汉语拼音、数字、符号等；

资料来源：中商产业研究院整理



中国化妆品行业相关政策

时间	政策名称	主要内容
2016年10月	《关于调整化妆品消费税政策的通知》	取消对普通美容、修饰类化妆品征收消费税,将“化妆品”税目名称更名为“高档化妆品”。
2016年12月	《化妆品安全技术规范》	规定了化妆品的安全技术要求,包括通用要求禁限用组分要求、准用组分要求以及检验评价方法等,适用于中华人民共和国境内生产和经营的化妆品(仅供境外销售的产品除外)。
2017年2月	《“十三五”国家食品和药品安全规划》	“十三五”期间,加快食品安全国家标准制修订,实施药品、医疗器械和化妆品标准提高行动。
2017年3月	《进口化妆品境内收货人备案、进口记录和 销售记录管理规定》	收货人应当向其工商注册登记地检验检疫机构申请备案,并对所提供备案信息的真实性负责。收货人应当建立化妆品进口记录,并指派专人负责。
2018年1月	《化妆品功效宣称评价指导原则》征求意见稿	化妆品企业需对产品功效宣称类别进行评价,要求功效宣称与其证据水平(评价)相一致。
2018年1月	《化妆品分类规范》(征求意见稿)	尝试在确保产品质量安全的前提下,建立科学合理的化妆品分类方式,为化妆品行业的规范发展和科学监管提供依据。
2018年1月	《化妆品风险监测工作规程》	6大类化妆品将被重点监测,包括:可能含有潜在危害因素的产品;流通范围广、消费量大的产品;引起化妆品安全事故或受到消费者关注的产品;涉嫌虚假夸大宣传误导消费者的产品;根据不良反应监测结果显示具有潜在风险的产品;技术上无法避免,导致风险物质作为杂质带入的产品。
2019年5月	《关于实施特殊用途化妆品行政许可延续承诺制审批有关事宜的公告》	批准证件(以下简称批件)有效期届满申请延续的特殊用途化妆品,经申请人自查并承诺符合法规和标准要求,国家药品监督管理局准予其批件延续申请,事后组织技术审查,并结合日常监管工作加强监督检查。省级药品监督管理部门要加强对延续产品的监督检查,发现违法违规情形的,依法立案查处;需要撤销行政许可的,上报国家药品监督管理局。

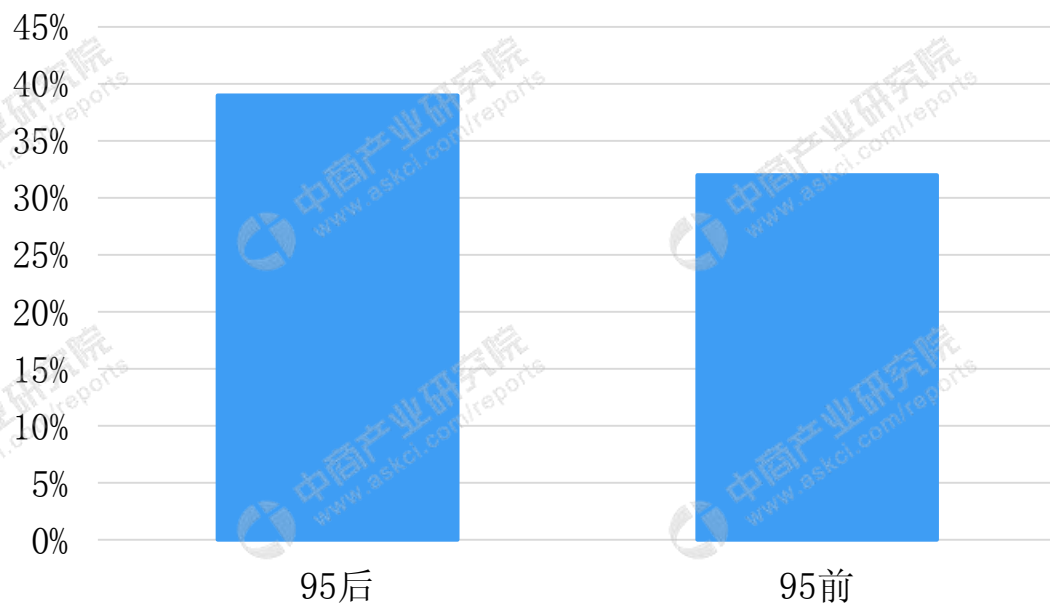
资料来源:中商产业研究院整理



消费观念改变释放需求

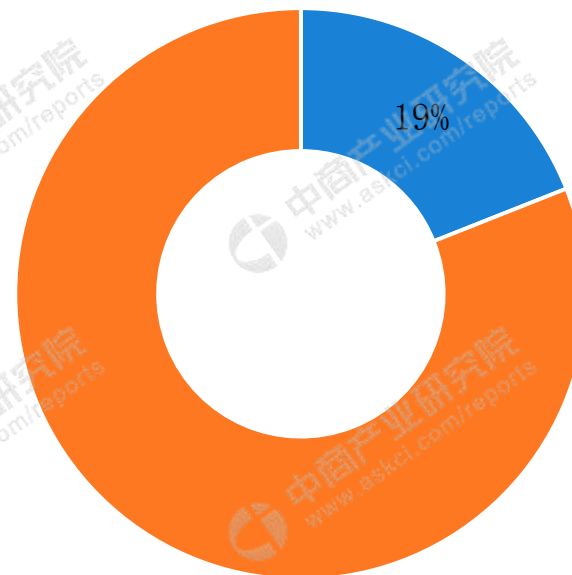
曾经男人化妆被认为“娘”，随着大众对多元文化的接受程度提升，男性正在渐渐褪去传统性别定位，进入自我宠爱、精致优雅的新型男时代。当前，男性开始频繁的出现在美妆市场，尤其是95后的男性，近四成95后接受男性日常化妆。此外，女性对男性观念也发生变化。

接受男性日常化妆的比例



数据来源：QQ大数据《95后审美观》、中商产业研究院整理

19%的男士彩妆由女性购买



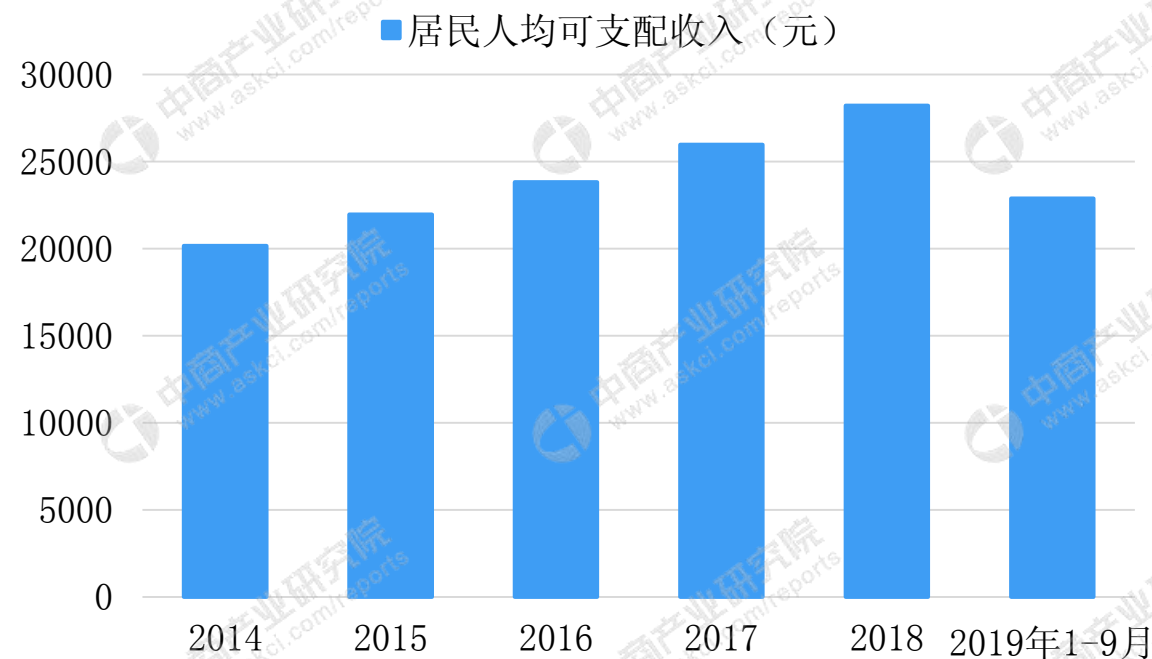
数据来源：天猫《中国男士理容白皮书》、中商产业研究院整理



收入增加消费能力增强

随着宏观经济的发展，我国居民可支配收入持续增长，居民消费能力大大提升。数据显示：2019年前三季度，全国居民人均可支配收入22882元，比上年同期名义增长8.8%，扣除价格因素，实际增长6.1%。人均可支配收入持续增长购买力增强，带动了男士化妆品行业的消费。

中国全体居民人均可支配收入情况



数据来源：国家统计局、中商产业研究院整理



社交电商带动消费

中商产业研究院

近几年，社交电商高速发展，催生了不少明星企业，包括蘑菇街、贝店、小红书等，同时，“美妆达人”、“美妆推荐”等网络红人通过直播或图集的方式录制化妆教程，传播美妆经验，推荐男士化妆品。

社交电商先建立人与人之间的联系，然后再卖货。社交电商蓬勃发展进一步带动化妆品消费的增长。



图片来源：小红书截图



新兴技术促进行业发展

当今，随着人工智能、大数据等产业的不断发展，促进着化妆品行业加速发展。例如，人工智能在美妆行业占据着不可或缺的一席之地，像近年来比较火的皮肤检测仪、魔镜、AR试妆等相关的智能化产品层出不穷，消费者开始被数据化、智能化的颠覆式产品所征服，这不仅表明了人工智能高科技产品对消费者的吸引力，更说明了智能化市场在用户群体里的高接受度。可以展望，向AI皮肤监测仪等高科技产品已经成为行业内一种新现象和一股新生力量，正引领化妆品和皮肤养护行业迈向新的潮流。





男士化妆品行业发展现状分析

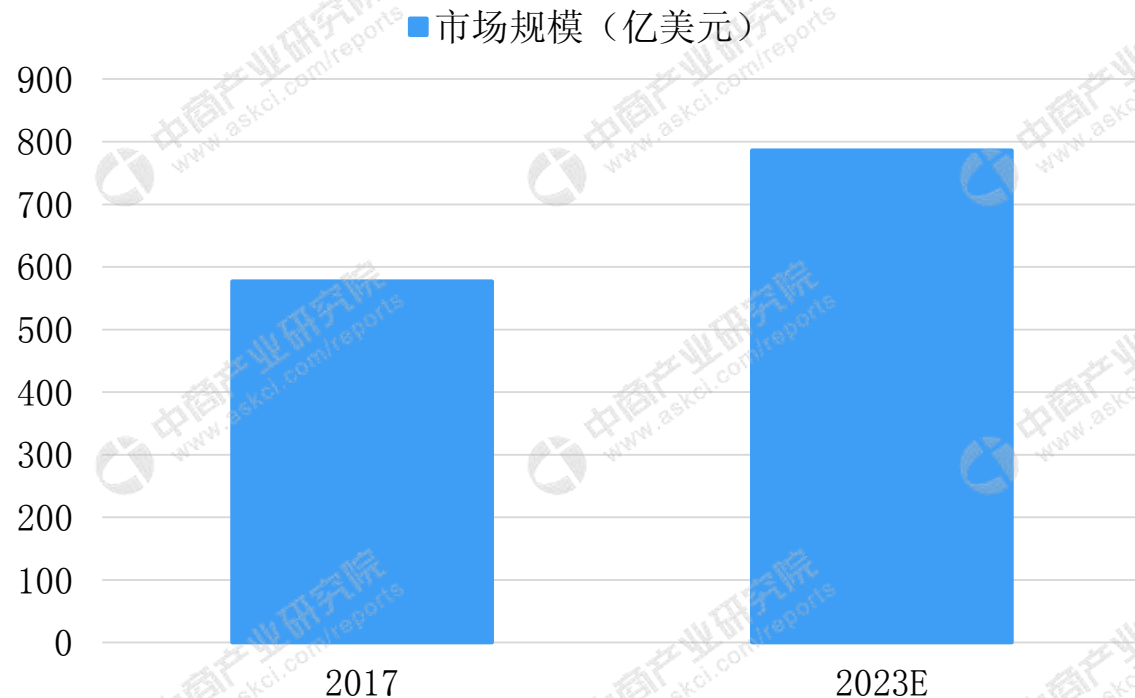
- ▶ 全球男性化妆品市场突飞猛进
- ▶ 中国男士化妆品市场高速增长
- ▶ 男士化妆品各品类消费增速猛增
- ▶ 男士专用化妆品品牌大增



全球男性化妆品市场突飞猛进

全球男人越来越爱“面子”，男性化妆品市场规模大增。2017年全球男士化妆品市场的规模就达577亿美元，约合人民币4000亿元，并且正在迅速增长。如今越来越多的男士尝试使用化妆品，也有越来越多的化妆产品正瞄准男性。预计到2023年，全球男士化妆品市场将达到786亿美元，约合人民币5400亿元。

全球男士化妆品市场规模情况



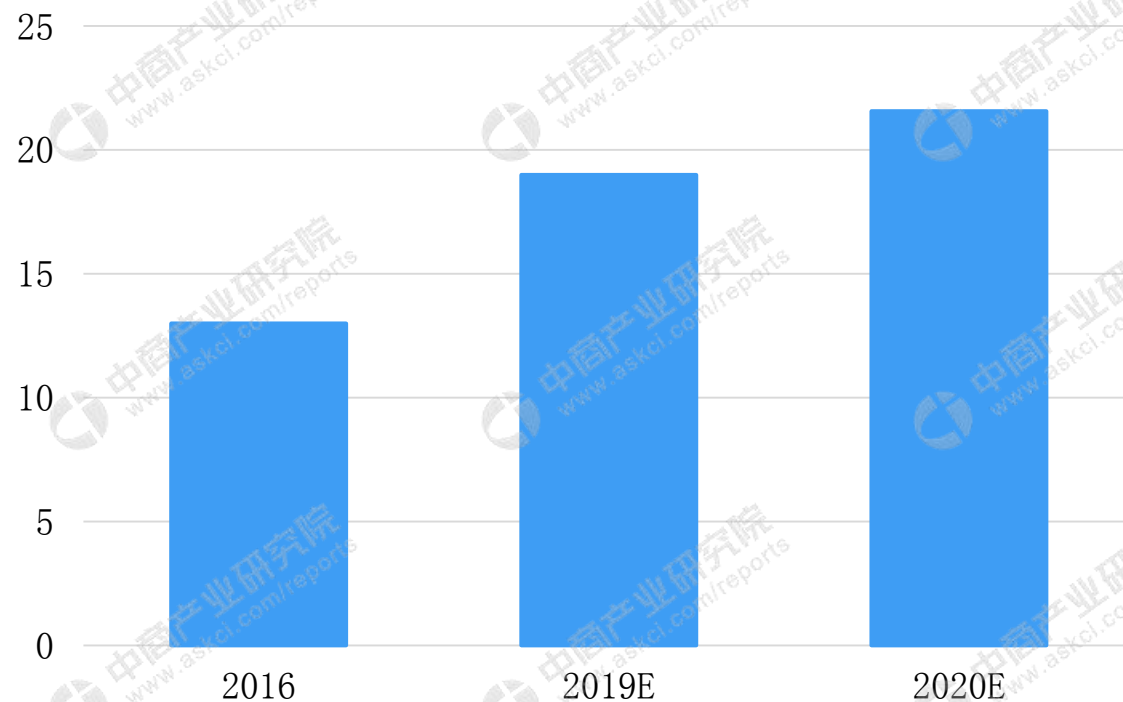
数据来源：中商产业研究院整理



中国男士化妆品市场高速增长

虽然远不及中国女性化妆品的渗透率，但男性护肤及化妆品市场的发展速度正在加快。预计2016年-2019年中国内地男性护肤品及化妆品市场的零售额平均年增长速度将达到13.5%，远高于全球的5.8%。2020年内地男性护肤品及化妆品市场的零售额将突破20亿元。

中国内地男性化妆品及护肤品零售总额情况



数据来源：欧睿、香港贸发局、中商产业研究院整理