# 2026-2031年中国化妆品ODM行业发展前景预测与投资战略规划分析报告

## 目 录

*CONTENTS*

——综述篇——
第1章：化妆品ODM行业综述及数据来源说明
1.1 化妆品行业界定
1.1.1 化妆品的定义
1.1.2 化妆品与药妆、护肤品等概念辨析
1.1.3 化妆品的分类
1.1.4 化妆品所处行业
1.1.5 化妆品行业监管
1、中国化妆品行业主管部门
2、中国化妆品行业自律组织
1.2 化妆品ODM行业界定
1.2.1 化妆品ODM的定义及特征
1.2.2 化妆品ODM的生产流程
1.2.3 化妆品ODM、OEM、OBM概念辨析
1.2.4 化妆品ODM专业术语说明
1.3 化妆品ODM产业画像
1.3.1 化妆品ODM产业链结构梳理
1.3.2 化妆品ODM产业链生态图谱
1.3.3 化妆品ODM产业价值链分配
1.3.4 化妆品ODM产业链区域热力图
1.4 本报告数据来源及统计标准说明
1.4.1 本报告研究范围界定说明
1.4.2 本报告权威数据来源
1.4.3 本报告研究方法及统计标准
——现状篇——
第2章：全球及中国化妆品ODM行业发展现状分析
2.1 全球及中国化妆品ODM行业发展历程
2.2 全球化妆品ODM行业发展概况
2.2.1 全球化妆品ODM行业发展规模
1、全球化妆品市场规模
2、全球化妆品代工市场规模
3、全球化妆品OEM/ODM结构占比
4、全球化妆品ODM市场规模
2.2.2 全球化妆品ODM行业区域格局
2.2.3 全球化妆品ODM市场竞争格局
2.3 中国化妆品ODM行业市场主体
2.3.1 化妆品ODM市场主体类型
2.3.2 化妆品ODM企业进场方式
2.4 中国化妆品ODM行业市场供给/生产
2.4.1 化妆品ODM企业数量
1、化妆品生产企业数量
2、化妆品ODM工厂数量
2.4.2 化妆品ODM产能布局
2.4.3 化妆品ODM产销量布局
2.5 中国化妆品ODM行业市场需求/销售
2.5.1 中国化妆品行业需求特征分析
1、化妆品行业产品需求特征
2、化妆品行业护肤需求特征
（1）精简护肤
（2）护肤成分
2.5.2 中国化妆品ODM行业需求特征

1、化妆品ODM的客户需求特征
2、化妆品ODM的主要客户
2.5.3 化妆品ODM的需求缺口
2.5.4 不同的化妆品ODM价格
**2.6 中国化妆品ODM行业盈利状况分析**
**2.7 中国化妆品ODM行业市场规模体量**
2.7.1 中国化妆品零售总额情况
2.7.2 中国化妆品代工市场分析
2.7.3 中国化妆品ODM市场规模
**2.8 中国化妆品ODM行业发展痛点及挑战**
**第3章：中国化妆品行业技术研发及资本动向**
**3.1 中国化妆品行业标准汇总**
3.1.1 化妆品行业标准建设进程
3.1.2 化妆品行业中国标准汇总
1、国家标准
2、行业标准
3、地方标准
4、团体标准
5、即将实施标准
**3.2 中国化妆品ODM研发投入&创新动态**
3.2.1 中国化妆品ODM研发投入情况
1、研发投入力度
2、研发投入强度
3.3.2 中国化妆品专利布局
1、专利申请公开量
2、热门申请人
3、热门技术
**3.3 中国化妆品ODM技术布局动态**
3.3.1 合成生物学技术
3.3.2 发酵技术
3.3.3 质量检测技术
1、提取及净化技术
2、高效液相色谱及高效液相色谱-质谱联用技术
3、快速测试片技术
4、聚合酶链式反应技术
3.3.4 其他创新技术布局动态
1、组学技术
2、网络药理学技术
**3.4 中国化妆品ODM创新动态**
3.4.1 中国化妆品ODM智慧生产动态
3.4.2 中国化妆品ODM配方创新动态
3.4.3 中国化妆品ODM原料创新动态
3.4.4 中国化妆品ODM功效创新动态
3.4.5 中国化妆品ODM包装设计动态
**3.5 中国化妆品ODM行业投融资及兼并重组动态**
3.5.1 化妆品ODM行业融资动态
1、化妆品ODM行业资金来源
2、化妆品ODM行业投融资主体
3、化妆品ODM行业投融资方式
4、化妆品行业投融资事件汇总
3.5.2 化妆品ODM行业对外投资
3.5.3 化妆品ODM行业兼并重组动态
1、化妆品ODM行业兼并与重组动因分析
2、化妆品ODM行业兼并与重组事件汇总
**第4章：中国化妆品ODM行业竞争格局及竞争态势**
**4.1 化妆品ODM竞争者入场及布局态势**
4.1.1 化妆品ODM竞争者入场进程
4.1.2 化妆品ODM竞争者区域热力图
4.1.3 化妆品ODM竞争者集群/梯队

**4.2 中国化妆品ODM行业企业竞争格局**
**4.3 中国化妆品ODM行业市场竞争程度**
4.3.1 化妆品ODM行业市场集中度
4.3.2 化妆品ODM行业波特五力分析
1、化妆品ODM行业现有竞争者之间的竞争
2、化妆品ODM行业关键要素的供应商议价能力分析
3、化妆品ODM行业消费者议价能力分析
4、化妆品ODM行业潜在进入者分析
5、化妆品ODM行业替代品风险分析
6、化妆品ODM行业竞争情况总结
**4.4 化妆品ODM海外企业在华市场竞争**
**第5章：化妆品ODM上游供应链安全分析**
**5.1 化妆品ODM关键生产原料分析**
5.4.1 化妆品ODM原材料概述
5.4.2 甘油
1、甘油市场概述
（1）甘油的分类
（2）甘油的作用
2、甘油市场供应现状
3、甘油市场竞争格局
5.1.3 乳化剂
1、乳化剂市场概述
2、乳化剂供应现状
3、乳化剂市场竞争格局
5.1.4 玻尿酸
1、玻尿酸市场概述
2、玻尿酸市场发展现状
（1）玻尿酸原料市场规模
（2）玻尿酸化妆品市场规模
（3）玻尿酸需求情况
3、玻尿酸产业竞争格局
5.1.5 植物提取物
1、植物提取物市场概述
2、植物提取物供应现状
3、植物提取物市场竞争格局
（1）区域分布现状
（2）企业竞争格局
**5.2 化妆品ODM生产及检测设备**
5.2.1 化妆品ODM生产工艺流程
5.2.2 化妆品ODM生产设备概况
5.2.3 化妆品ODM检测设备概况
1、市场概况
2、色谱仪
**5.3 配套产业布局对化妆品ODM行业的影响总结**
**第6章：中国化妆品ODM行业细分产品市场分析**
**6.1 化妆品ODM行业细分市场现状**
6.1.1 ODM企业的业务细分布局
6.1.2 化妆品ODM行业需求结构
**6.2 化妆品ODM细分市场：护肤品**
6.2.1 护肤品ODM概述
6.2.2 护肤品ODM市场概况
6.2.3 护肤品ODM企业布局
1、品牌商竞争
2、ODM企业布局
6.2.4 护肤品ODM发展趋势
**6.3 化妆品ODM细分市场：美妆**
6.3.1 美妆ODM概述
6.2.2 美妆ODM市场概况
6.3.3 美妆ODM企业布局

1、品牌商竞争
2、ODM企业布局
6.3.4 美妆ODM发展趋势
**6.4 化妆品ODM细分市场：美护发**
6.4.1 美护发ODM概述
6.4.2 美护发ODM市场概况
6.4.3 美护发ODM企业布局
1、品牌商竞争
2、ODM企业布局
6.4.4 美护发ODM发展趋势
**6.5 化妆品ODM细分市场：身体清洁类化妆品**
6.5.1 身体清洁类化妆品ODM概述
6.5.2 身体清洁类化妆品ODM市场概况
6.5.3 身体清洁类化妆品ODM企业布局
1、品牌商竞争
2、ODM企业布局
6.5.4 身体清洁类化妆品ODM发展趋势
**第7章：中国化妆品ODM产业区域发展格局解读**
**7.1 化妆品ODM产业资源区域分布**
7.1.1 上游原料资源区域分布状况
7.1.2 化妆品专利技术区域分布状况
**7.2 31省市政策/规划汇总及解读**
7.2.1 31省市政策/规划汇总
7.2.2 31省市发展目标解读
**7.3 中国化妆品ODM行业区域发展格局**
**7.4 重点区域发展状况：广东**
7.4.1 化妆品ODM行业发展环境
1、经济环境
2、政治环境
7.4.2 化妆品ODM行业发展现状
1、化妆品零售额
2、化妆品贸易规模
3、ODM市场发展特色
7.4.3 化妆品ODM行业竞争状况
7.4.4 化妆品ODM行业发展趋势
**7.5 重点区域发展状况：上海**
7.5.1 化妆品ODM行业发展环境
1、经济环境
2、政治环境
7.5.2 化妆品ODM行业发展现状
1、化妆品零售额
2、化妆品贸易规模
3、ODM市场发展特色
7.5.3 化妆品ODM行业竞争状况
7.5.4 化妆品ODM行业发展趋势
**7.6 重点区域发展状况：江苏**
7.6.1 化妆品ODM行业发展环境
1、经济环境
2、政治环境
7.6.2 化妆品ODM行业发展现状
1、化妆品零售额
2、化妆品贸易规模
3、ODM市场发展特色
7.6.3 化妆品ODM行业竞争状况
7.6.4 化妆品ODM行业发展趋势
**第8章：全球及中国化妆品ODM企业案例解析**
**8.1 全球及中国化妆品ODM企业梳理与对比**
**8.2 全球化妆品ODM企业案例分析**
8.2.1 韩国Cosmax（科丝美诗）

1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、化妆品ODM业务布局
4、化妆品ODM在华布局
8.2.2 韩国Kolmar（科玛集团）
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业业务架构及化妆品ODM业务布局
4、企业全球市场布局及在华策略
8.2.3 意大利Intercos（莹特丽）
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、化妆品ODM业务布局
4、化妆品ODM在华布局
**8.3 中国化妆品ODM企业案例分析**
8.3.1 诺斯贝尔化妆品股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
（4）股权结构
（5）IPO募投及资金用途/投融资动态
2、企业经营情况分析
3、企业资质和能力
4、企业化妆品ODM研发布局&专利技术
（1）企业研发投入力度
（2）企业研发成果获得
（3）企业在研项目情况
（4）企业专利申请情况
5、企业化妆品ODM品类布局&产销情况
（1）企业化妆品ODM产品类型/型号/品牌
（2）企业采购模式及主要供应商
（3）企业化妆品ODM产线及生产基地分布
（4）企业化妆品ODM产品产能布局情况
（5）企业化妆品ODM产销量情况分析
6、企业化妆品ODM转型升级经验借鉴
7、企业化妆品ODM主要客户分析
8、企业业务布局战略&优劣势
8.3.2 广东芭薇生物科技股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
（4）股权结构
（5）IPO募投及资金用途/投融资动态
2、企业经营情况分析
3、企业资质和能力
4、企业化妆品ODM研发布局&专利技术
（1）企业研发投入力度
（2）企业研发成果获得
（3）企业专利申请情况
5、企业化妆品ODM品类布局&产销情况
（1）企业化妆品ODM产品类型/型号/品牌
（2）企业采购模式及主要供应商
（3）企业化妆品ODM产品产能、产量、销量情况
（4）企业化妆品ODM销售模式
6、企业化妆品ODM转型升级经验借鉴
7、企业化妆品ODM主要客户
8、企业业务布局战略&优劣势

8.3.3 广州栋方生物科技股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
（4）股权结构
（5）IPO募投及资金用途/投融资动态
2、企业经营情况分析
3、企业资质和能力
4、企业化妆品ODM研发布局&专利技术
（1）企业技术布局情况
（2）企业专利申请情况
5、企业化妆品ODM品类布局&产销情况
6、企业化妆品ODM转型升级经验借鉴
7、企业化妆品ODM主要客户
8、企业业务布局战略&优劣势
8.3.4 上海全丽生物科技有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
（4）股权结构
2、企业经营情况分析
3、企业资质和能力
4、企业化妆品ODM研发布局&专利技术
5、企业化妆品ODM品类布局&产销情况
6、企业化妆品ODM转型升级经验借鉴
7、企业业务布局战略&优劣势
8.3.5 上海仪玳化妆品有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
（4）股权结构
2、企业经营情况分析
3、企业资质和能力
4、企业化妆品ODM研发布局&专利技术
5、企业化妆品ODM品类布局&产销情况
6、企业化妆品ODM转型升级经验借鉴
7、企业业务布局战略&优劣势
8.3.6 澳宝化妆品（惠州）有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
（4）股权结构
2、企业经营情况分析
3、企业资质和能力
4、企业化妆品ODM研发布局&专利技术
5、企业化妆品ODM品类布局&产销情况
6、企业业务布局战略&优劣势
8.3.7 上海臻臣化妆品有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
（4）股权结构
2、企业经营情况分析
3、企业资质和能力

4、企业化妆品ODM研发布局&专利技术
5、企业化妆品ODM品类布局&产销情况
6、企业化妆品ODM转型升级经验借鉴
7、企业业务布局战略&优劣势
8.3.8 珠海伊斯佳科技股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
（4）股权结构
（5）IPO募投及资金用途/投融资动态
2、企业经营情况分析
3、企业资质和能力
4、企业化妆品ODM研发布局&专利技术
（1）企业研发投入力度
（2）企业研发成果获得
（3）企业在研项目情况
（4）企业专利申请情况
5、企业化妆品ODM品类布局&产销情况
（1）企业化妆品ODM产品布局
（2）企业化妆品ODM业务模式
6、企业化妆品ODM转型升级经验借鉴
7、企业业务布局战略&优劣势
8.3.9 上海乐宝日化股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
（4）股权结构
（5）IPO募投及资金用途/投融资动态
2、企业经营情况分析
3、企业资质和能力
4、企业化妆品ODM研发布局&专利技术
5、企业化妆品ODM品类布局情况
6、企业业务布局战略&优劣势
8.3.10 太和生技化妆品股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况分析
3、企业化妆品ODM研发布局&专利技术
4、企业化妆品ODM品类布局&产销情况
5、企业业务布局战略&优劣势
——展望篇——
**第9章：中国化妆品ODM行业政策环境洞察&发展潜力**
**9.1 中国化妆品ODM行业政策/规划汇总及解读**
9.1.1 国家层面政策/规划汇总及解读
1、国家层面政策
2、国家层面规划
9.1.2 国家重点规划/政策对化妆品ODM行业发展的影响
1、《化妆品监督管理条例》
2、《化妆品功效宣称评价规范》
3、《化妆品注册备案管理办法》
4、《化妆品行业“十四五”发展规划》
9.1.3 政策环境对化妆品ODM行业发展的影响总结
**9.2 中国化妆品ODM行业SWOT分析**
**9.3 中国化妆品ODM行业发展潜力评估**
**第10章：中国化妆品ODM行业市场前景及发展趋势洞悉**

**10.1 中国化妆品ODM行业未来关键增长点**
**10.2 中国化妆品ODM行业发展前景预测**
**10.3 中国化妆品ODM行业发展趋势洞悉**
10.3.1 新锐品牌数量增加刺激代工需求增长
10.3.2 在市场竞争日趋激烈的背景下，推新需求增加有利于生产向代工厂转移
10.3.3 化妆品ODM集中度有望进一步提高
10.3.4 化妆品ODM企业全产业链布局将成为趋势
**第11章：中国化妆品ODM行业投资战略规划策略及建议**
**11.1 中国化妆品ODM行业进入与退出壁垒**
11.1.1 进入壁垒
1、规模壁垒
2、技术壁垒
3、资质壁垒
4、客户资源壁垒
11.1.2 退出壁垒
**11.2 中国化妆品ODM行业投资风险预警**
**11.3 中国化妆品ODM行业投资机会分析**
11.3.1 化妆品ODM产业链薄弱环节投资机会
11.3.2 化妆品ODM行业细分领域投资机会
11.3.3 化妆品产业空白点投资机会
**11.4 中国化妆品ODM行业投资价值评估**
**11.5 中国化妆品ODM行业投资策略建议**
**11.6 中国化妆品ODM行业可持续发展建议**
11.6.1 从企业的角度
11.6.2 从政府的角度

# 图表目录

图表1：化妆品图示
图表2：化妆品相关概念辨析
图表3：化妆品行业产品分类表
图表4：《国民经济行业分类（GB/T 4754-2025年）》中化妆品行业所归属类别
图表5：中国化妆品行业监管体系
图表6：中国化妆品行业主管部门
图表7：中国化妆品行业自律组织
图表8：化妆品的特征
图表9：化妆品ODM的优势
图表10：化妆品ODM的生产流程
图表11：诺斯贝尔化妆品ODM的生产流程
图表12：化妆品ODM、OEM、OBM概念辨析
图表13：化妆品ODM专业术语说明
图表14：化妆品ODM产业链结构梳理
图表15：化妆品ODM产业链生态图谱
图表16：化妆品ODM产业价值链
图表17：化妆品ODM产业链区域热力图
图表18：本报告研究范围界定
图表19：本报告权威数据资料来源汇总
图表20：本报告的主要研究方法及统计标准说明
图表21：全球化妆品ODM行业发展历程分析
图表22：中国化妆品ODM行业发展历程分析
图表23：2026-2031年全球化妆品市场规模及预测（单位：亿美元）
图表24：2026-2031年全球化妆品OEM/ODM市场规模及预测（单位：亿美元）
图表25：2025年全球化妆品OEM/ODM市场结构占比情况（单位：%）
图表26：2026-2031年全球化妆品ODM市场规模及预测（单位：亿美元）
图表27：2025年全球化妆品ODM行业区域格局（单位：%）
图表28：全球化妆品ODM市场代表企业分析

图表29：2025年全球化妆品ODM市场代表企业营业收入情况（单位：亿美元）
图表30：2025年全球化妆品ODM市场代表企业市场份额分析（单位：%）
图表31：中国化妆品ODM行业市场主体类型构成
图表32：中国化妆品ODM企业入场方式分析
图表33：2018-2025年中国化妆品生产企业数量（单位：家）
图表34：截至2025年中国化妆品ODM工厂数量（单位：家）
图表35：中国化妆品ODM代表企业产能布局情况
图表36：2021-2025年代表企业化妆品ODM产品产销量情况分析（单位：亿支/100ml，亿片，万吨）
图表37：中国化妆品行业产品需求特征（单位：%）
图表38：中国化妆品行业精简护肤具体需求情况（单位：%）
图表39：消费者选择精简护肤的原因（单位：%）
图表40：消费者对于精简护肤的态度（单位：%）
图表41：化妆品ODM的客户需求特征
图表42：化妆品ODM的主要客户
图表43：诺斯贝尔客户矩阵
图表44：化妆品ODM的需求缺口
图表45：2021-2025年诺斯贝尔化妆品ODM产品价格（单位：元/片，元/支（100ml））
图表46：化妆品行业各品类盈利状况分析
图表47：2019-2025年代表企业化妆品ODM行业毛利率水平分析（单位：%）
图表48：2018-2025年中国化妆品零售总额情况（单位：亿元）
图表49：2018-2025年中国化妆品代工市场规模分析（单位：亿元）
图表50：2025年中国化妆品代工市场结构分析（单位：%）
图表51：2025年中国化妆品ODM市场规模体量分析（单位：亿元）
图表52：中国化妆品ODM行业发展痛点及挑战
图表53：截至2025年中国化妆品标准体系建设（单位：项，%）
图表54：截至2025年中国化妆品行业现行国家标准汇总（部分）
图表55：截至2025年中国化妆品行业现行行业标准汇总（部分）
图表56：截至2025年中国化妆品行业现行地方标准汇总（部分）
图表57：2025年中国化妆品行业现行团体标准汇总
图表58：截至2025年中国化妆品行业即将实施标准汇总
图表59：2020-2025年中国化妆品ODM代表性企业研发支出规模（力度）（单位：万元）
图表60：2020-2025年中国化妆品ODM代表性企业研发支出占比（强度）（单位：%）
图表61：2012-2025年中国化妆品行业专利申请公开情况（单位：万项）
图表62：截至2025年中国化妆品行业热门申请人（单位：项）
图表63：截至2025年中国化妆品行业热门技术分析（单位：项）
图表64：合成生物学技术在化妆品邻域应用现状
图表65：基于发酵技术的化妆品原料制备过程
图表66：发酵技术在化妆品原料研究应用
图表67：截至2025年中国化妆品行业企业智慧生产布局动态
图表68：2025年中国化妆品ODM企业配方创新研究项目
图表69：中国化妆品ODM企业“配方数字化”案例分析
图表70：2021-2025年中国化妆品新原料注册备案数量（单位：件）
图表71：2020-2025年中国化妆品申请技术专利功效TOP10（单位：件）
图表72：截至2025年中国化妆品ODM代表性企业申请专利类型分布（单位：%）
图表73：2017-2025年中国化妆品ODM代表性企业外观设计专利汇总
图表74：中国化妆品ODM行业资金来源汇总
图表75：中国化妆品ODM行业投融资主体构成
图表76：中国化妆品ODM行业投融资方式分析
图表77：截至2025年中国化妆品ODM行业投融资事件汇总
图表78：截至2025年化妆品ODM行业代表性企业对外投资事件汇总（单位：万元，%）
图表79：行业兼并与重组的动因
图表80：截至2025年中国化妆品ODM行业重点兼并重组事件汇总（单位：万元）
图表81：化妆品ODM竞争者入场进程
图表82：化妆品ODM竞争者区域分布热力图
图表83：化妆品ODM竞争者集群/梯队
图表84：2025年中国化妆品OEM/ODM行业龙头企业市场份额分布情况（单位：%）
图表85：截至2025年中国化妆品ODM行业代表企业产品注册及备案信息情况（单位：项）
图表86：2025年中国化妆品ODM市场集中度CR2（单位：%）
图表87：化妆品ODM行业现有企业的竞争分析表

图表88：化妆品ODM行业对上游议价能力分析表
图表89：化妆品ODM行业对下游议价能力分析表
图表90：化妆品ODM行业潜在进入者威胁分析表
图表91：中国化妆品ODM行业替代业务威胁分析
图表92：中国化妆品ODM行业五力分析结论
图表93：化妆品ODM海外企业在华市场布局情况
图表94：中国化妆品原料供应商分布情况
图表95：甘油的分类
图表96：甘油的作用
图表97：2019-2025年中国甘油（丙三醇）进出口量（单位：万吨）
图表98：2019-2025年中国甘油（丙三醇）进出口金额（单位：亿美元）
图表99：中国甘油（丙三醇）区域分布情况
图表100：2020-2025年中国表面活性剂产量情况（单位：万吨）
图表101：2021-2025年中国表面活性剂行业销量情况（单位：万吨，%）
图表102：中国表面活性剂市场主要企业
图表103：玻尿酸原料市场分类
图表104：2020-2025年中国玻尿酸原料市场规模-按销量（单位：吨，%）
图表105：2020-2025年中国玻尿酸化妆品整体市场规模（单位：亿元，%）
图表106：2021-2025年中国玻尿酸品类功效需求占比-消费者端（单位：%）
图表107：中国玻尿酸产业竞争格局
图表108：主要植物提取物介绍
图表109：2020-2025年中国植物提取行业龙头企业产量（单位：万吨）
图表110：中国中药材区域分布
图表111：中国植物提取物企业竞争格局
图表112：化妆品生产工艺流程示意图（一）
图表113：化妆品生产工艺流程示意图（二）
图表114：化妆品生产设备及其应用范围
图表115：2021-2025年中国实验分析仪器制造主营收入、利润总额规模比较（单位：亿元）
图表116：2021-2025年中国色谱仪进出口规模（单位：亿美元）
图表117：2021-2025年中国色谱仪市场规模（单位：亿元）
图表118：配套产业布局对化妆品ODM行业的影响总结
图表119：中国化妆品ODM企业细分业务布局
图表120：2025年中国化妆品ODM需求结构（单位：%）
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！