

# 2018年中国护肤品市场分析报告- 行业深度调研与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国护肤品市场分析报告-行业深度调研与发展前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/340294340294.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

### 一、化妆品市场规模超日赶美，限额化妆品零售增速喜人

我国化妆品市场规模全球第二，整体规模超过日本仅次于美国。近年，随着我国人民生活水平的提高，仪容整洁习惯亦逐步改变，民众愈加注重个人外表，令中国化妆品行业销售额显著增长。据 Euromonitor 的统计数据显示，2016 年我国化妆品行业市场规模为 3339 亿元，全球第二仅次于美国。据中华商业信息中心数据显示，2017 年我国限额以上企业化妆品零售总额 2514 亿元，累计增速 13.5%，远超 2016 年的 8.3%，增速喜人。随着我国化妆品消费逐渐向二三线城市下沉，进口化妆品税率降低，国内行货化妆品市场增速有望持续保持甚至上市。

随着我国国民经济的快速发展，居民可支配收入水平不断提高，人均消费将大幅提高，化妆品市场仍有巨大空间，据国家统计局数据显示，中国城镇居民可支配收入从 2013 年的 26467 元增长到 2016 年的 33616 元，复合年均增长率 8.3%；农村居民可支配收入从 2013 年的 9430 元增长到 2016 年的 12363 元，复合年均增长率为 9.4%。随着城镇化地不断深入，收入水平的提升以及消费习惯和消费理念的培育，消费升级成为大势所趋。据 Euromonitor 的统计数据显示，我国化妆品行业（包括护肤、彩妆、口腔、洗护等大日化范围）市场规模将维持在 8%左右的增速，到 2021 年达到 4859 亿元。Morgan Stanley 数据显示，2018 年中国将赶超美国，拥有世界最大的化妆品市场。

图表：我国化妆品整体规模增速超日韩欧美

图表来源：公开资料整理

图表：2021 年我国化妆品市场规模有望达 4858.6 亿元

图表来源：公开资料整理

### 二、护肤品接力传统日化，全民面膜时代开启，彩妆将接棒

目前我国民众已处于广泛使用基本护肤品的阶段，目前护肤品在整个化妆品行业中规模最大绝对增幅最大。消费者接触美妆产品一般顺序为：通常从传统日化起步，基础面霜护肤后，紧接着养成的消费习惯是使用面膜等进一步护肤品的第二阶段，最后是采购眼影、口红等彩妆的第三阶段。护肤品是化妆品中的广泛基础护理子品类，包括面部护理、身体护理、手部护理和护理套装四大品类。其主要功能有清洁皮肤、补充皮肤养分等，主要产品有洗面奶、面霜、面膜等。2016 年我国护肤品市场容量为 1693 亿元，占化妆品整体的 51%，2011-2016 年复合增长率达 8%，增速高于化妆品行业的整体增速，目前是我国化妆品行业中国规模最大绝对增幅最大的子行业。

图表：我国护肤品市场规模与增速远超日韩

图表来源：公开资料整理

图表：2021 年我国护肤品市场规模将达 2505.8 亿元

图表来源：公开资料整理

目前面膜是护肤品中最受关注的子品类，我国的全民面膜时代已经来临。据 Inmobi 数据显示，面膜目前在各类护肤品中的关注度最高，达42.8%。我国面膜在护肤品中的市场规模占比也逐年走高，据 Euromonitor 数据显示，2016 年已高达 11%。此外，我国面膜得渗透率也呈现稳步成长的态势。凯度消费者针对中国消费者研究指出，在过去两年中，20 至 35 岁的年轻女性平均每周使用面膜的渗透率从 16%增长至 19%，这恰恰说明越来越多的国人已开始使用面膜，我国的全民面膜时代正在来临。

图表：目前护肤品中面膜关注度最高达 42.8%

图表来源：公开资料整理

随着消费者逐渐步入使用化妆品的第三阶段，未来彩妆前景可期。同为亚洲国家的日本与韩国护肤品市场规模占比也很高，分别为 44%与 50%，目前亚洲普遍都处于广泛使用护肤品的阶段。在彩妆方面，我国彩妆规模只占化妆品整体得8%，日本与韩国分别已达 18% 和 16%，领先中国。随着我国消费者使用习惯不断得到培育和提升，预计面膜深度护肤之后，我国消费者也将逐渐步入化妆品使用的第三阶段，未来彩妆行业前景可期。

图表：我国护肤品占比最高，达 51%

图表来源：公开资料整理

图表：日本护肤品占比 44%，彩妆占比 18%高于中国

图表来源：公开资料整理

### 三、面膜规模有望冲击千亿级，渗透率与使用频次仍有巨大空间

据我国面膜 ODM 龙头贝豪集团总经理梁宏丽认为，2016 年我国面膜市场规模已达 500 亿元，年复合增长率超 30%。据 Euromonitor 数据显示，在保守统计下 2016 年我国面膜市场规模为 180.72 亿元，年复合增长率为 15.5%。但考虑到中国特有的、体量巨大的化妆品购买渠道——微商及海淘未被统计在内，实际市场规模应远不止于此。美迪惠尔调查显示，中国面膜市场规模在 2015 年时就达到约 300 亿元的市场规模。根据“中国面膜大会”上贝豪集团总经理梁宏丽的发言，2016 年中国面膜市场规模实际已达 500 亿元，2012 至 2016 年面膜年复合增长率超 30%，将成为中国最能够挑战国际大牌的化妆品品类。

图表：我国面膜市场规模超日韩，增速稳步增长

图表来源：公开资料整理

图表：保守估计 2021 年我国面膜市场规模达 314 亿元

图表来源：公开资料整理

2021 年我国面膜行业市场规模有望破千亿。按我国面膜 ODM 龙头贝豪集团总经理梁宏丽所言 2016 年我国面膜市场实际规模就已高达 500 亿元，每年保守估计按 15%的增速增长，2021 年我国面膜行业市场规模就将破 1000 亿元。而 1000 亿还远不是中国面膜市场的天花板，中国最容易接受面膜的核心适龄人群在 4 亿左右，主要是 18-50 岁的女性消费者，如果这些人平均每人一周只用 1 片面膜，那么 1 年就能消费超过 200 亿片，按照平均每片面膜 10 元的零售价格计算，面膜年市场规模近 2000 亿元。

粗略估计，2016年我国适龄受众每周使用0.03片面膜，渗透率仍处于较低水平。以2016年为例，面膜市场规模为181亿元。由CBNData数据显示的2016年各价位面膜占比情况取平均，估算出每片面膜价格为12.8元。由此得出年均消耗14亿片面膜。参考国家统计局人口数据可知，2016年面膜的适龄受众15到64岁人群为10亿，按一年52周计算，可得2016年我国适龄受众每周使用0.03片面膜。同理计算2012年至2016年每周使用渗透率看到面膜普及度开始迅速提升，但仍处于较低水平。

图表：2016年我国适龄受众面膜每周使用渗透率为3%

图表来源：公开资料整理

2016年日本和韩国面膜每周分别使用0.17和0.08片面膜，是中国的5.7和2.7倍，预计中国面膜市场仍有巨大的提升空间。这一方面是由于，中国受众的面膜使用习惯仍未完全养成，未达到一月多次的使用频率。而在颜值经济的催化下，随着我国民众对外表的愈加重视，使用频率将逐步赶上日本韩国，推动渗透率稳步提升。另一方面，面膜的使用在我国许多三四线城市仍未普及。在近年来大量新兴本土品牌营销的拉动下，许多三四线未开发市场有望在未来几年被挖掘，进一步提升渗透率。

图表：中国面膜每周使用渗透率远低于日本韩国，空间广阔

图表来源：公开资料整理

从普及率来看，我国与日本也有巨大差距。根据美迪惠尔的调查报告显示，中国面膜市场普及率为45%，与日本等国的60%—70%相比仍较低。一方面，随着中国消费者对抗衰老的关注度增加和年轻一代护肤意识更早出现，青少年和中年消费者对面膜的使用率会不断上升；另一方面，我国男性使用护肤品的比例仍然较少，但已处于快速攀升阶段。综上，性别和年龄层渗透率叠加使用频次的上升，都将带给面膜巨大的行业空间。

#### 四、使用方便效果明显，面膜品类空间巨大

面膜使用方便，与其他水乳霜膏相比见效很快、立竿见影。贴片面膜的使用不受工具和地点的限制，随时随地可以使用。并且面膜能在短时间内令角质层的含水量达到最高，在出席一些紧急、正式场合前，效果立竿见影的面膜更是成为了必不可少的护肤产品。近几年大牌相继推出多款见效极快的高端产品，不断刷新见效速度。最具代表性的sk-II的pitera面膜因为能在短短15分钟就令皮肤焕然一新犹如新生蜕变一般吹弹可破、白里透红，也因此被网友尊称为“前男友面膜”。

此外，敷面膜是一件不费事不费力不费钱却颇具仪式感的事情。在敷面膜的短短15-20分钟里，人们通常都会放下手中的工作，暂时逃离马不停蹄的快节奏生活，真心实意地享受着属于自己的时间。与此同时，清新的气味、浓郁的精华、服帖的膜纸都在使身心获得极大享受。在当今这个快节奏的社会里，只需花上十几分钟和十几块钱就能获得满足感的事情是非常稀缺的，在这种情况下，面膜已不仅仅是一种护肤品，更是一种精神消费品。

明星效应明显，最乐观估计，面膜未来可能会成为像“牙膏”一样的必需品。据媒体报道，林志玲一年至少用1000片面膜，范冰冰至少用700片。范冰冰还曾在节目上表示过，不

管是吃饭、休息、睡觉、看书，哪怕一天只有三四个小时休息时间都会敷面膜。面膜在影视明星中已然成为牙膏一般的必需品。在明星效应的带动下，且随着普通人越来越追求生活品质，敷面膜保养皮肤也很可能成为我们生活中必不可少的日化用品。

观研天下发布的《2018年中国护肤品市场分析报告-行业深度调研与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2016-2018年中国护肤品行业发展概述

#### 第一节 护肤品行业发展情况概述

- 一、护肤品行业相关定义
- 二、护肤品行业基本情况介绍
- 三、护肤品行业发展特点分析

#### 第二节 中国护肤品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、护肤品行业产业链条分析
- 三、中国护肤品行业产业链环节分析

## 1、上游产业

## 2、下游产业

### 第三节 中国护肤品行业生命周期分析

#### 一、护肤品行业生命周期理论概述

#### 二、护肤品行业所属的生命周期分析

### 第四节 护肤品行业经济指标分析

#### 一、护肤品行业的赢利性分析

#### 二、护肤品行业的经济周期分析

#### 三、护肤品行业附加值的提升空间分析

### 第五节 国中护肤品行业进入壁垒分析

#### 一、护肤品行业资金壁垒分析

#### 二、护肤品行业技术壁垒分析

#### 三、护肤品行业人才壁垒分析

#### 四、护肤品行业品牌壁垒分析

#### 五、护肤品行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2018年全球护肤品行业市场发展现状分析

### 第一节 全球护肤品行业发展历程回顾

### 第二节 全球护肤品行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲护肤品行业地区市场分析

#### 一、亚洲护肤品行业市场现状分析

#### 二、亚洲护肤品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲护肤品行业市场前景分析

### 第四节 北美护肤品行业地区市场分析

#### 一、北美护肤品行业市场现状分析

#### 二、北美护肤品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美护肤品行业市场前景分析

### 第五节 欧盟护肤品行业地区市场分析

#### 一、欧盟护肤品行业市场现状分析

#### 二、欧盟护肤品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧盟护肤品行业市场前景分析

### 第六节 2018-2024年世界护肤品行业分布走势预测

### 第七节 2018-2024年全球护肤品行业市场规模预测

## 第三章 中国护肤品产业发展环境分析

## 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品护肤品总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

## 第二节 中国护肤品行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

## 第三节 中国护肤品产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

## 第四章 中国护肤品行业运行情况

### 第一节 中国护肤品行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国护肤品行业市场规模分析

### 第三节 中国护肤品行业供应情况分析

### 第四节 中国护肤品行业需求情况分析

### 第五节 中国护肤品行业供需平衡分析

### 第六节 中国护肤品行业发展趋势分析

## 第五章 中国护肤品所属行业运行数据监测

### 第一节 中国护肤品所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国护肤品所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产



## 二、销售收入分析

## 三、负债分析

## 四、利润规模分析

## 五、产值分析

### 第三节 中国护肤品所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2016-2018年中国护肤品市场格局分析

### 第一节 中国护肤品行业竞争现状分析

#### 一、中国护肤品行业竞争情况分析

#### 二、中国护肤品行业主要品牌分析

### 第二节 中国护肤品行业集中度分析

#### 一、中国护肤品行业市场集中度分析

#### 二、中国护肤品行业企业集中度分析

### 第三节 中国护肤品行业存在的问题

### 第四节 中国护肤品行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国护肤品行业竞争力分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2016-2018年中国护肤品行业需求特点与价格走势分析

### 第一节 中国护肤品行业消费特点

### 第二节 中国护肤品行业消费偏好分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 护肤品行业成本分析

### 第四节 护肤品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国护肤品行业价格现状分析

第六节 中国护肤品行业平均价格走势预测

一、中国护肤品行业价格影响因素

二、中国护肤品行业平均价格走势预测

三、中国护肤品行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国护肤品行业区域市场现状分析

第一节 中国护肤品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地护肤品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区护肤品市场规模分析

四、华东地区护肤品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区护肤品市场规模分析

四、华中地区护肤品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区护肤品市场规模分析

第九章 2016-2018年中国护肤品行业竞争情况

第一节 中国护肤品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国护肤品行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国护肤品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 护肤品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

##### 第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

##### 第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

### 第十一章 2018-2024年中国护肤品行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国护肤品行业未来发展前景分析

- 一、护肤品行业国内投资环境分析
- 二、中国护肤品行业市场机会分析
- 三、中国护肤品行业投资增速预测

#### 第二节 中国护肤品行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国护肤品行业市场发展预测

- 一、中国护肤品行业市场规模预测

二、中国护肤品行业市场规模增速预测

三、中国护肤品行业产值规模预测

四、中国护肤品行业产值增速预测

五、中国护肤品行业供需情况预测

第四节中国护肤品行业盈利走势预测

一、中国护肤品行业毛利润同比增速预测

二、中国护肤品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国护肤品行业投资风险与营销分析

第一节 护肤品行业投资风险分析

一、护肤品行业政策风险分析

二、护肤品行业技术风险分析

三、护肤品行业竞争风险分析

四、护肤品行业其他风险分析

第二节 护肤品行业企业经营发展分析及建议

一、护肤品行业经营模式

二、护肤品行业销售模式

三、护肤品行业创新方向

第三节 护肤品行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国护肤品行业发展策略及投资建议

第一节 中国护肤品行业品牌战略分析

一、护肤品企业品牌的重要性

二、护肤品企业实施品牌战略的意义

三、护肤品企业品牌的现状分析

四、护肤品企业的品牌战略

五、护肤品品牌战略管理的策略

第二节 中国护肤品行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

## 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国护肤品行业战略综合规划分析

#### 一、战略综合规划

#### 二、技术开发战略

#### 三、业务组合战略

#### 四、区域战略规划

#### 五、产业战略规划

#### 六、营销品牌战略

#### 七、竞争战略规划

## 第十四章 2018-2024年中国护肤品行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国护肤品行业产品策略分析

#### 一、服务产品开发策略

#### 二、市场细分策略

#### 三、目标市场的选择

### 第二节 中国护肤品行业定价策略分析

### 第三节 中国护肤品行业营销渠道策略

#### 一、护肤品行业渠道选择策略

#### 二、护肤品行业营销策略

### 第四节 中国护肤品行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

#### 一、中国护肤品行业重点投资区域分析

#### 二、中国护肤品行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/340294340294.html>