

2018年中国护肤品市场分析报告- 行业运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

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-行业运营态势与发展前景预测》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/340777340777.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、大众护肤知名品牌，产品+渠道双轮驱动业绩增长

公司是国内大众护肤知名品牌，2016年在国产化妆品牌中排名第六位。近年来，公司在产品和渠道端双重发力，产品端不断推陈出新，面膜成为增速最快的新品类，并尝试推出少女彩妆产品线等；渠道端公司重点发展电商和日化专营店渠道，借力行业红利加速业绩增长。2014-2015年公司净利润有所下滑，主要是主动减少了一些经营不善的经销商和销售终端，2016年下半年起公司加大对珀莱雅商超渠道的人员优化整合，重新配置线上销售人员，成效显著，2017Q1-Q3公司归母净利1.26亿元，同比增长54.3%，净利率从2015年的8.74%持续上升至2017Q1-Q3的10.36%。伴随着专卖店渠道回暖和电商渠道高增长，公司业绩持续增长可期。

图表：近两年公司净利润快速增长

图表来源：公开资料整理

图表：公司盈利能力回升显著

图表来源：公开资料整理

二、产品结构不断优化，品牌矩阵持续完善

公司产品结构以护肤品为主，其中化妆水收入占比最高。近年来，公司主动调整产品结构，2015年主推精华和乳液等高毛利产品，使得化妆水销售收入占比下降了2.46 pct；2016年公司2016年主推面膜，使得面膜收入从2015年的5749万增长到2016年的1.53亿，同比增长166%，2017H1达到9316万，面膜收入占比也从2014年的3.65%提升到2017H1的11.18%，成为新的业绩增长点。2009年起，公司陆续打造了主打天然植物护肤的品牌“优资莱”、主打蜗牛修复的品牌“韩雅”、主打天然护肤的彩妆品牌“悠雅”、定位少女彩妆的品牌“猫语玫瑰”、“悦芙媿”和主打男士护肤的“深海男士”系列等，产品覆盖护肤品、彩妆、清洁洗护、香薰等多个领域。通过不断丰富品牌和品类矩阵，公司得以不断拓展市场覆盖面，促进业绩持续发展。

图表：公司产品结构不断优化，面膜销售占比提升，化妆水占比下降

图表来源：公开资料整理

图表：公司面膜销售额增长迅猛

图表来源：公开资料整理

三、公司积极布局线上渠道，电商发展大有可为

尽管日化专营店渠道仍是公司最主要的销售渠道，但考虑到近年来化妆品行业传统线下销售模式受到电子商务的冲击较大，一方面，公司主动终止与规模较小、经营状况不佳的线下经销商合作，日化专营店渠道、商场超市渠道经销商数量有所下降，销售占比也有所下降；另一方面，公司积极顺应网络购物的大潮，于2012年设立美丽谷专门从事网络渠道销

售，并与天猫、淘宝、京东、聚美优品、唯品会等国内知名购物网站建立了密切的合作关系。2017年11月24日，珀莱雅打响了社交零售的第一枪，与云集微店签署战略合作协议，未来有望利用云集微店去中心化的精选模式，帮助珀莱雅强化深海护肤产品形象，更快速地触达年轻消费者，打造美妆社交圈。随着公司加大线上布局，电商收入从2013年的1.31亿元增长到2016年的5.14亿元，3年复合增速高达58%，2017H1 电商收入达2.71亿元，收入占比达31.24%（2014年占比仅为15.67%），未来电商渠道有望成为驱动公司业绩增长的主要驱动力之一。

图表：珀莱雅在多个B2C平台开立旗舰店

图表来源：公开资料整理

图表：公司营收企稳回升

图表来源：公开资料整理

图表：线上渠道营收快速增长

图表来源：公开资料整理

图表：网络销售占比持续提升（单位：%）

图表来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国护肤品市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》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 中国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

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/340777340777.html>