

# 2020年中国卸妆产品行业投资分析报告- 市场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《2020年中国卸妆产品行业投资分析报告-市场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/501943501943.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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、卸妆产品市场现状

作为护肤的第一步，卸妆的重要性在消费者的护肤美容中逐渐突出，卸妆产品可以将用清水洗不掉的防水彩妆卸干净，将复杂的油性污垢清洁，为夜间保养加速。因此，卸妆产品是否合适，不但令清洁工作事半功倍，并且对皮肤也很有好处。

随着彩妆市场逐渐走向成熟和消费者卸妆意识觉醒，卸妆市场迎来了新一轮的爆发。在疫情新常态下，作为美妆类目的一大赛道，卸妆产品市场活力仍不断激发，从供给侧的发展格局来看，卸妆产品备案数量不断增长，2020年卸妆产品备案相较于2018年增长9%，达3603件。

2018-2020年我国卸妆产品备案数量数据来源：公开资料整理

随着消费升级下的护肤需求精细化趋势越来越盛，卸妆产品作为连接彩妆与护肤的过渡品类，其潜力也随之快速释放，市场规模不断增长。从2018年-2021年（1-7月）来看，2020年上半年受疫情影响，销售额增速有所放缓，但在2021年迅速回升。同时，卸妆市场访客数和客单价整体也是呈上升趋势，2019年以后，访客数的增速有所减慢，但在2021年显现回升态势；客单价则一直呈增长态势，从2018年的75.5元增至2021年的89.81元。在客单价上升的情况下，支付转化率在2021年也提高了，可见，消费者的消费需求越来越高，市场对于消费者教育程度逐步成熟。

2018年-2021年我国卸妆产品市场概况

2018年1-7月

2019年1-7月

2020年1-7月

2021年1-7月

销售额（亿元）

14.87

20.4

20.9

32.23

访客数（亿人）

1.14

1.8

1.5

1.66

支付转化率（%）

16.97

18.97

17.43

21.05

客单价（元）

75.5

76.85

79.3

89.81

UV价值

12.84

14.63

13.87

19.14数据来源：公开资料整理

2020年7月-2021年7月我国卸妆产品市场交易额及访客量数据来源：公开资料整理

2020年7月-2021年7月我国卸妆产品市场访客量数据来源：公开资料整理

2020年7月-2021年7月我国卸妆产品市场客单价变化数据来源：公开资料整理

2020年7月-2021年7月我国卸妆产品市场支付转化率变化数据来源：公开资料整理

## 二、常见卸妆品类

随着消费者对于便捷性、肤感和清洁程度等方面的要求，卸妆产品从一开始的水油形态，进化到了水、油、固体膏霜、啫喱、面巾、泡沫乳等，供消费者挑选。目前，市面上比较常见的卸妆产品有卸妆泡沫、卸妆水、卸妆乳、卸妆霜、卸妆膏、卸妆油等。

常见卸妆品类的区别

卸妆油

卸妆膏

卸妆乳/霜

卸妆啫喱

卸妆水/液

卸妆湿巾

核心成分

油脂+表面活性剂

水+油+乳化剂

水+乳化剂+表面活性剂

水+表面活性剂/油+表面活性剂

水+表面活性剂

水+有机溶剂+多元醇

卸妆原理

通过“以油溶油”的方式来溶解彩妆化妆品的油性残留物和毛孔皮脂分泌物

利用油脂溶妆的原理，充分与彩妆融合

通过滋润彩妆后带走皮肤油脂达到卸妆效果，可以减少皮肤油脂的流逝

不会带走过多的皮肤水分，卸妆时需要按摩配合

通过产品中的水溶性成分与皮肤上污垢结合

以无纺布为载体，没加入含有机卸妆精华等成分的清洁液，通过擦拭达到卸妆目的

卸妆力排行

最强

较强

强

弱

较弱

最弱

清爽度排行

最低

较低

低

高

较高

最高

适用人群

适合浓妆者

妆容相对较浓

干性皮肤

敏感性肌肤

适合淡妆者

适合油性肤质

产品特点

卸妆力最强

方便携带

温和保湿

适合每天使用

清爽不油腻

应急之用

代表品牌

植村秀、DHC、逐本、兰

芭妮兰、且初、倩碧

碧柔、Eve Lom

珂润、娜斯丽

贝德玛、稚优泉、UNNY

花西子、完美日记、得宝资料来源：公开资料整理

卸妆水的核心成分为水和表面活性剂，是通过产品中的非水溶性成分与皮肤上的污垢结合，达到快速卸妆的目的。相比其他产品，卸妆水中的大多数水分还可以保证肌肤的含水量，令肌肤清爽水嫩。卸妆油属于油类产品，由液态的油性原料和表面活性剂组成，是为迅速清除浓妆或重垢而设计的卸妆产品。

从产品细分领域来看，当前，卸妆水仍占据卸妆市场的主要份额，但数据显示，近三年消费者对卸妆水的购买意向降低，线上卸妆水/液的消费占比在最近3年降低至约50%，而卸妆油的消费占比逐年上升至约23%。

2020年我国卸妆产品细分品类线上消费占比数据来源：观研天下数据中心整理

### 三、卸妆品牌竞争力

从近一年的卸妆品牌销量来看，销量排名前十的多为新锐品牌，其中，国产品牌占据半数。值得注意的是，本土新秀品牌逐本以3.26亿元及5.65%的市占荣登榜首，可谓“国货之光”。

2020年8月-2021年7月我国卸妆店铺销量TOP10

排名

品牌

交易金额（亿元）

市占率（%）

1

逐本

3.26

5.65

2

植村秀

2.4

4.16

3

完美日记

1.99

3.45

4

稚优泉

1.59

2.76

5

美宝莲

1.4

2.43

6

兰旗

1.38

2.39

7

贝德玛

1.3

2.25

8

花西子

1.26

2.18

9

Farmacy

1.1

1.9

10

芭妮兰

1.07

1.86 数据来源：公开资料整理

此外，2020年的国货品牌卸妆产品市场份额较2018年提升了10%。

2018-2020年线上卸妆产品国货消费占比数据来源：观研天下数据中心整理

#### 四、卸妆市场价格带

从卸载市场价格带来看，国产品牌价格绝大多数在140元以内，价格较亲民；国际品牌

则在70-500元区间覆盖。

卸妆产品价格带

价格区间

代表品牌

0-70元

国货品牌：完美日记、稚优泉、ulciss

70-140元

国际品牌：美宝莲、欧莱雅、UNNY

国货品牌：且初、兰、花西子、摇滚动物园、肤见、玛丽黛佳

140-270元

国际品牌：娜斯丽、法沫西、芭妮兰、艾天然、贝德玛、芙丽芳丝

270-500元

国际品牌：植村秀、芭比波朗、倩碧、EVELOM资料来源：公开资料整理

## 五、卸妆产品市场发展趋势

趋势一：成分安全受关注，植物萃取成分提升

随着安全成分的市场教育日渐成熟，消费者对于卸妆品类成分关注度持续提高。单从备案数量可以看出，安全卸妆产品备案数量从2018年的329件增至2020年的469件，同时，其占比也由10%升至13%。

2018-2020年安全卸妆产品备案数量及占比数据来源：观研天下数据中心整理

受这一趋势影响，更多不含风险成分的安全卸妆品涌入市场。卸妆品类里增长速度top20的成分中，有85%都是安全成分，以卸妆油为例，在增长最快的安全清洁成分中，聚甘油类乳化剂原料排在首位，引领卸妆油产品的安全升级趋势。

2020年卸妆油安全清洁成分增速TOP5数据来源：公开资料整理

趋势二：“敏感肌友好型”卸妆需求走高

近年来，我国敏感肌人群规模逐年扩大，敏感肌人群占比三年上升了约4个百分点。敏感肌强调皮肤耐受力差，处于脆弱状态，容易发生过敏反应，对卸妆产品品质要求更高，兼顾清洁能力及对肌肤屏障的呵护，成为敏感肌卸妆的主要诉求。在敏感肌人群规模扩大及“敏感肌友好”产品增多的情况下，敏感肌适用的卸妆产品线上消费规模在2018-2020年两年间翻近7.5倍。

2018-2020年我国敏感肌人群占比

数据来源：公开资料整理

2018-2020年线上敏感肌卸妆产品消费情况资料来源：公开资料整理

趋势三：养肤成分蹿升势头强劲

随着消费者对“养肤”的需求从护肤前置到卸妆，越来越多的卸妆产品中添加养肤成分。从相关数据来看，透明质酸钠、维生素E、积雪草是是卸妆产品中添加最多的养肤成分，氨



基酸类、维生素E、霍霍巴籽油是卸妆产品中增速最快的养肤成分。

2020年卸妆产品应用最多的TOP10养肤成分

排序

成分

功效

1

透明质酸钠

抗衰、皮肤管理

2

生育酚（维E）

抗氧化、保湿

3

积雪草提取物

美白祛斑、皮肤管理

4

茶叶提取物

保湿、抗氧化

5

霍霍巴籽油

保湿

6

母菊花提取物

抗衰、皮肤管理

7

马齿苋提取物

抗氧化、保湿

8

泛醇

美白祛斑、皮肤管理

9

油橄榄果油

保湿、抗氧化

10

精氨酸

保湿资料来源：公开资料整理

## 2020年卸妆产品增速最快的TOP10养肤成分

排序

成分

功效

1

氨基酸类

保湿、皮肤管理

2

生育酚（维E）

抗氧化、保湿

3

霍霍巴籽油

保湿

4

积雪草提取物

美白祛斑、皮肤管理

5

酪乳酸

皮肤管理、保湿

6

向日葵籽油

柔润保湿

7

红没药醇

抗炎舒缓

8

茶叶提取物

保湿、抗氧化

9

泛醇

保湿、抗氧化

10

葡萄籽油

抗氧化、收敛毛孔资料来源：公开资料整理（TC）

与综合行业信息门户。《2021年卸妆产品行业投资分析报告 各类行业报告库》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。

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家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 中国卸妆产品发展综述

### 第二章 中国卸妆产品发展综述

#### 2.1 卸妆产品概述

##### 2.1.1 卸妆产品的概念分析

##### 2.1.2 卸妆产品的特性分析

##### 2.1.3 卸妆产品的类别分析

#### 2.2 卸妆产品发展环境分析

##### 2.2.1 行业政策环境分析

###### (1) 行业相关标准

###### (2) 行业相关政策

###### (3) 行业发展规划

##### 2.2.2 行业经济环境分析

###### (1) 国际宏观经济环境

###### (2) 国内宏观经济环境

### 2.2.3 行业社会环境分析

### 2.2.4 行业技术环境分析

- (1) 行业专利申请分析
- (2) 行业专利公开分析
- (3) 行业专利申请人分析
- (4) 行业热门技术分析

## 2.3 卸妆产品发展机遇分析

### 2.3.1 彩妆类化妆品关注度分析

- (1) 彩妆类化妆品关注指数
- (2) 彩妆类化妆品关注内容
- (3) 彩妆类化妆品品牌关注度
- (4) 彩妆类化妆品产品用途关注度

### 2.3.2 彩妆细分市场分析

- (1) 眼部彩妆市场分析
- (2) 唇彩市场分析
- (3) 粉底市场分析

## 第三章 全球卸妆产品市场发展状况分析

### 3.1 全球卸妆产品市场发展状况与前景趋势分析

#### 3.1.1 全球卸妆产品市场规模分析

#### 3.1.2 全球卸妆产品市场品牌格局

#### 3.1.3 全球卸妆产品发展前景预测

#### 3.1.4 全球卸妆产品发展趋势预测

### 3.2 日本卸妆产品市场发展状况分析

#### 3.2.1 日本卸妆产品市场现状分析

#### 3.2.2 日本卸妆产品配方技术特点及代表品牌分析

- (1) 草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
- (2) 精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌

#### 3.2.3 日本卸妆产品市场发展趋势分析

### 3.3 韩国卸妆产品市场发展状况分析

#### 3.3.1 韩国卸妆产品市场现状分析

#### 3.3.2 韩国卸妆产品配方技术特点及代表品牌分析

- (1) 草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
- (2) 精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌

#### 3.3.3 韩国卸妆产品市场发展趋势分析

### 3.4 法国卸妆产品市场发展状况分析

#### 3.4.1 法国卸妆产品市场现状分析

#### 3.4.2 法国卸妆产品配方技术特点及代表品牌分析

##### (1) 草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌

##### (2) 精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌

#### 3.4.3 法国卸妆产品市场发展趋势分析

### 3.5 美国卸妆产品市场发展状况分析

#### 3.5.1 美国卸妆产品市场现状分析

#### 3.5.2 美国卸妆产品配方技术特点及代表品牌分析

##### (1) 草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌

##### (2) 精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌

#### 3.5.3 美国卸妆产品市场发展趋势分析

### 3.6 澳洲卸妆产品市场发展状况分析

#### 3.6.1 澳洲卸妆产品市场现状分析

#### 3.6.2 澳洲卸妆产品配方技术特点及代表品牌分析

##### (1) 草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌

##### (2) 精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌

#### 3.6.3 澳洲卸妆产品市场发展趋势分析

## 第四章 中国卸妆产品市场发展与消费者需求分析

### 4.1 中国卸妆产品市场发展状况分析

#### 4.1.1 中国卸妆产品市场发展总况

#### 4.1.2 中国卸妆产品市场规模分析

#### 4.1.3 中国卸妆产品配方技术特点及代表品牌

##### (1) 草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌

##### (2) 精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌

### 4.2 中国境内市场卸妆产品包装、价格及营销渠道分析

#### 4.2.1 中国卸妆产品包装分析

##### (1) 产品包装材质分析

##### (2) 产品包装设计风格分析

#### 4.2.2 中国卸妆产品市场价格分析

##### (1) 2017-2020年卸妆产品价格变化趋势

##### (2) 2017-2020年卸妆产品价格区间需求份额

#### 4.2.3 中国卸妆产品市场销售渠道分析

##### (1) 卸妆产品销售渠道总况

(2) 卸妆产品渠道销售占比

4.3 中国境内市场卸妆产品消费者需求特征分析

4.3.1 消费者特征调研

(1) 消费者年龄构成

(2) 消费者收入情况

(3) 消费者职业构成

(4) 消费者性别比例

4.3.2 消费者购买特征分析

(1) 消费者购买方式

(2) 消费者消费金额

(3) 消费者购买影响因素

4.3.3 消费者产品偏好分析

(1) 消费者对产品品类偏好

(2) 消费者特别偏好分析

4.4 中国跨境市场卸妆产品消费者需求分析

4.4.1 跨境市场消费者特征调研

(1) 消费者年龄构成

(2) 消费者收入情况

(3) 消费者职业构成

(4) 消费者性别比例

4.4.2 跨境市场消费者购买特征分析

(1) 消费者消费金额

(2) 消费者购买影响因素

4.4.3 跨境市场消费者产品偏好分析

(1) 消费者对产品品类偏好

(2) 消费者特别偏好分析

第五章 卸妆产品细分市场发展状况分析

5.1 卸妆水市场发展分析

5.1.1 卸妆水在卸妆中的作用

5.1.2 卸妆水市场发展规模分析

5.1.3 卸妆水市场品牌格局

5.1.4 卸妆水市场发展前景

5.2 卸妆油市场发展分析

5.2.1 卸妆油在卸妆中的作用

### 5.2.2 卸妆油市场发展规模分析

### 5.2.3 卸妆油市场品牌格局

### 5.2.4 卸妆油市场发展前景

## 5.3 卸妆乳/霜市场发展分析

### 5.3.1 卸妆乳/霜在卸妆中的作用

### 5.3.2 卸妆乳/霜市场发展规模

### 5.3.3 卸妆乳/霜市场发展前景

## 第六章 国内外卸妆产品行业企业分析（随数据更新有调整）

### 6.1 国际领先卸妆产品品牌业务布局分析

#### 6.1.1 蝶翠诗（DHC）

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业产品服务分析
- （3）企业发展现状分析
- （4）企业竞争优势分析

#### 6.1.2 植村秀（ShuUemura）

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业产品服务分析
- （3）企业发展现状分析
- （4）企业竞争优势分析

#### 6.1.3 巴黎欧莱雅（L'OREAL PARIS）

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业产品服务分析
- （3）企业发展现状分析
- （4）企业竞争优势分析

#### 6.1.4 雅诗兰黛（EsteeLauder）

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业产品服务分析
- （3）企业发展现状分析
- （4）企业竞争优势分析

#### 6.1.5 芭比波朗（BobbiBrown）

- （1）企业发展简况分析
- （2）企业产品服务分析
- （3）企业发展现状分析
- （4）企业竞争优势分析

#### 6.1.6 倩碧 (Clinique)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

#### 6.1.7 贝德玛 (Bioderma)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

#### 6.1.8 香奈儿 (CHANEL)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

#### 6.1.9 迪奥 (Dior)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

#### 6.1.10 SK-II

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

#### 6.2.1 花印 (HANAJIRUSHI)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

#### 6.2.2 屈臣氏 (Watsons)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析



### 6.2.3 珀莱雅 (PROYA)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 6.2.4 韩束 (KanS)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

### 6.2.5 韩后 (Hanhoo)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

## 第七章 中国卸妆产品市场投资潜力与策略规划

### 7.1 中国卸妆产品市场发展前景预测

#### 7.1.1 卸妆产品市场发展动力分析

#### 7.1.2 卸妆产品市场发展前景预测

### 7.2 中国卸妆产品市场发展趋势预测

#### 7.2.1 市场整体趋势预测

#### 7.2.2 品牌竞争格局预测

#### 7.2.3 产品发展趋势预测

#### 7.2.4 渠道发展趋势预测

### 7.3 中国卸妆产品市场投资潜力分析

#### 7.3.1 市场投资现状分析

#### 7.3.2 市场投资主体分析

- (1) 市场投资主体构成
- (2) 各投资主体投资优势

#### 7.3.3 市场投资切入方式

#### 7.3.4 市场兼并重组分析

### 7.4 中国卸妆产品市场投资策略规划

#### 7.4.1 投资价值分析

#### 7.4.2 投资机会分析

- (1) 年轻一代将带动行业消费增长
- (2) 渠道下沉扩大市场容量
- (3) 中国的高消费时代到来
- (4) 网络市场加快市场开拓

#### 7.4.3 投资策略与建议

- (1) 产品策略
- (2) 研发策略
- (3) 促销策略

图表详见报告正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/501943501943.html>