

2021年中国护肤品市场分析报告- 市场供需现状与投资前景预测

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《2021年中国护肤品市场分析报告-市场供需现状与投资前景预测》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/537002537002.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

护肤品，即保护皮肤的产品。随着社会经济的不断进步和物质生活的丰富，护肤品不再是过去只有富人才用的起的东西。现如今护肤品已走进了平常百姓家。它对人们的精神、形象提升起到了极大的作用。

2012-2019年国内护肤品市场年均复合增速达到9.8%，同期全球化护肤品市场年均复合增速仅为1.1%，中国市场已然成为全球护肤品市场规模增速最快的地区。2019年中国护肤品行业市场规模达到2444亿元，同比增长15.2%。2020年，受疫情的影响，中国护肤品行业市场规模增速有所放缓，估计2020年中国护肤品行业市场规模约为2630亿元。

2012年-2020年中国护肤品行业市场规模及增速

数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

对护肤品行业影响较大的上游产业主要为护肤品产品外壳的包装和原材料供应两个行业。虽然护肤品的品种繁多，功能各异，但就其外部形态和包装的适应性来看，多数为液体，乳液体或膏状物，不具备鲜明的外观，必须通过精美、独特的包装设计，才能表现出其本身特性，因此护肤品一般要依赖于包装，才能很好的实现销售，因此外壳包装供应商的议价能力较强。而中国护肤品原材料与国外相比还是有一定的差距，国内的原材料供应商议价能力较弱，国外的较有优势。

二、购买者的议价能力

下游行业主要为商品流通行业，包括美容业和个体消费群体。根据护肤品行业的档次将护肤品分位高端护肤品和大众护肤品两大细分市场。近年来，由于护肤理念的快速普及和人们消费能力的提升，使得护肤品市场结构逐渐发生变化，消费档次逐渐提升，因而高端护肤品的市场规模占比逐年提升。而高端产品中多为国外护肤品，我国购买者的议价能力较弱。

2015年-2020年中国大陆护肤品市场结构

数据来源：公开资料整理

三、新进入者的威胁

对于护肤品企业来说，品牌就是核心竞争力，品牌对产品的影响力以及销售有着决定性的作用。品牌从建立到产品研发再到营销需要较高的成本和时间。而且成熟的护肤品品牌一般有稳定的客户，行业的新进入者很难在短时间内建立起让消费者能接受的品牌，以争夺现有的市场份额。

四、替代品的威胁

随着社会发展与技术进步，产品和技术也在更新，能够替代日常护肤品的产品越来越多，护肤品面临的被替代的威胁也越来越大，例如美容保健品、家用美容仪、美容院、医美医院等都是最近几年发展较快且对护肤品行业替代性较大的产业。

五、同业竞争者的竞争程度

从品牌来看，目前，我国护肤品市场由国际品牌占据主导地位，随着国产护肤品品牌竞争力增强，国内以国际品牌占主导的市场格局将被打破。2019年中国护肤品市场排名前四品牌的市场占有率仅为16.3%左右，前8品牌占有率也只有27.5%，市场集中度较低，国内护肤品市场竞争较为激烈。前十中，国产护肤品品牌占据四席，美国占三席，法国两席，日本1席。

2019年国内护肤品品牌市场占比情况

数据来源：公开资料整理

值得注意的是，2020年随着抖音电商和淘宝直播的崛起，国货护肤品借助抖音与淘宝平台，将渠道与内容更好的融合，提高了品牌的传播与转化效率，影响力迅速提升。

根据凯度消费指数公布的数据来看，2020年中国护肤品品牌消费者触及指数排名TOP10中，本土国货品牌占据七个名额，表明本土平价大众护肤在一定程度上正在逐渐被消费者认可。

2020年中国护肤品品牌消费者触及指数排名

消费者触及指数排名

品牌

单品价格（元）

定位

1

百雀羚

49-524

大众

2

大宝

8.9-269

大众

3

欧莱雅

21-599

大众/中端

4

Olay

115-699

大众/中端

5

妮维雅

19-218

大众

6

相宜本草

29-298

大众

7

自然堂

29-359

大众

8

韩束

69-280

大众

9

一叶子

49-199

大众

10

水密码

25-299

大众

数据来源：公开资料整理（TF）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国护肤品市场分析报告-市场供需现状与投资前景预测》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。

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 2017-2020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
- 四、护肤品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、护肤品行业需求主体分析

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、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、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 2017-2020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 欧洲护肤品行业地区市场分析
 - 一、欧洲护肤品行业市场现状分析
 - 二、欧洲护肤品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲护肤品行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界护肤品行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026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 我国护肤品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国护肤品行业供需平衡分析

第七节 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 2017-2020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影响因素分析

二、中国护肤品行业市场集中度分析

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 中国护肤品行业钻石模型分析

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 2017-2020年中国护肤品行业需求特点与动态分析

第一节 中国护肤品行业消费市场动态情况

第二节 中国护肤品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 护肤品行业成本结构分析

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 2017-2020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 中国华东地区护肤品市场分析

- 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
- 四、华南地区护肤品市场规模预测

第九章 2017-2020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SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

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

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

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

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

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026年中国护肤品行业发展战略及规划建议

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

第四节 护肤品行业竞争力提升策略

- 一、护肤品行业产品差异性策略
- 二、护肤品行业个性化服务策略
- 三、护肤品行业的促销宣传策略
- 四、护肤品行业信息智能化策略
- 五、护肤品行业品牌化建设策略
- 六、护肤品行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026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

第三节 中国护肤品行业价格策略

第四节 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

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/537002537002.html>