

2019年中国护肤品市场分析报告- 行业深度分析与投资战略研究

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《2019年中国护肤品市场分析报告-行业深度分析与投资战略研究》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/429976429976.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

我国护肤品行业兴起于上世纪70年代，当时的护肤品的功效以润肤为主，国外品牌还尚未进入中国市场，品牌以本土品牌为主，如美加净、郁美净等；到了第二阶段（1986-2001年），本土品牌市场接近饱和，外国品牌开始进入中国市场，使护肤品行业得到快速发展，市场份额也占到了化妆品市场的三分之二；第三阶段（2002年-至今），以外资品牌为主导，本土品牌快速发展的竞争格局基本形成，大众及高档市场均保持较快增速发展、需求全面释放。

中国护肤品行业发展历程 资料来源：公开资料整理

中国作为全球潜力最大的消费市场，目前正在消费升级的道路上行进，而中国消费者的升级趋势主要集中在化妆护理品、饮品与生鲜食品领域，其中化妆品领域体现最为明显。护肤品作为化妆品最大的一个子行业，消费升级带来的巨大红利必然会给行业市场规模的扩容。

其中，一线城市仍是护肤品市场规模实现增长的主力，并且年轻一代的消费者正在逐渐成为护肤品消费的主流群体，在2017年市场消费额中的贡献率约为50%，而在这50%的年轻群体中，男性护肤比例增幅已超过女性，成为护肤品消费贡献者中的中坚力量。随着越来越多优质的国产护肤品牌的出现，外资品牌在我国护肤品市场中的价值额呈逐年下降趋势，未来随着更多优质国产护肤品牌的出现，外资品牌的价值额还将继续减少下去。

2012-2017年我国护肤品行业成果逐年增长趋势，年复合增长率为8.03%。2017年我国护肤品市场规模为1867亿元，同比增长10.3%，进入2018年我国护肤品行业市场规模达到了1854亿元，同比下降0.7%。

2012-2018年中国护肤品行业市场规模

2012-2018年中国护肤品行业市场规模

数据来源：商务委

细分产品关注度。面膜作为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 43%。此外，我国面膜的渗透率也呈现稳步成长的态势。凯度消费者协会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。（JPTC）

中国各类护肤品关注度分布（单位：%）数据来源：商务委

【报告大纲】

第一章 中国护肤品行业发展综述

1.1 护肤品行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.1.3 行业在国民经济中的地位

1.2 护肤品行业统计标准

1.2.1 护肤品行业统计部门和统计口径

1.2.2 护肤品行业统计方法

1.2.3 护肤品行业数据种类

1.3 护肤品行业供应链分析

1.3.1 护肤品行业上下游产业供应链简介

1.3.2 护肤品行业主要下游产业链分析

(1) 美容业

(2) 消费人群

1.3.3 护肤品行业上游产业供应链分析

(1) 包装行业

(2) 香精香料

第二章 护肤品行业发展状况分析

2.1 中国护肤品行业发展状况分析

2.1.1 中国护肤品行业发展总体概况

2.1.2 中国护肤品行业发展主要特点

(1) 药妆渠道加快发展

(2) 集团企业竞争优势将进一步提高

(3) 男性化妆品市场未来将进入细分时代

2.1.3 护肤品行业经营情况分析

(1) 护肤品行业经营效益分析

(2) 护肤品行业盈利能力分析

(3) 护肤品行业运营能力分析

(4) 护肤品行业偿债能力分析

(5) 护肤品行业发展能力分析

2.2 护肤品行业经济指标分析

2.2.1 护肤品行业主要经济效益影响因素

- (1) 市场需求
- (2) 科技含量
- (3) 企业资本规模
- (4) 企业品牌知名度
- 2.2.2 护肤品行业经济指标分析
- 2.2.3 不同规模企业经济指标分析
- 2.2.4 不同性质企业经济指标分析
- 2.2.5 不同地区企业经济指标分析
- 2.3 护肤品行业供需平衡分析
- 2.3.1 全国护肤品行业供给情况分析
 - (1) 全国护肤品行业总产值分析
 - (2) 全国护肤品行业产成品分析
- 2.3.2 各地区护肤品行业供给情况分析
 - (1) 总产值排名前10个地区分析
 - (2) 产成品排名前10个地区分析
- 2.3.3 全国护肤品行业需求情况分析
 - (1) 全国护肤品行业销售产值分析
 - (2) 全国护肤品行业销售收入分析
- 2.3.4 各地区护肤品行业需求情况分析
 - (1) 销售产值排名前10个地区分析
 - (2) 销售收入排名前10个地区分析
- 2.3.5 全国护肤品行业产销率分析
- 2.4 护肤品行业进出口市场分析
- 2.4.1 护肤品行业出口情况
 - (1) 行业出口总体情况
 - (2) 行业出口产品结构
- 2.4.2 护肤品行业进口情况分析
 - (1) 行业进口总体情况
 - (2) 行业进口产品结构
- 2.5 2019年护肤品行业经营情况分析
- 2.5.1 2019年护肤品行业主要经济指标
- 2.5.2 2019年护肤品行业盈利能力分析
- 2.5.3 2019年护肤品行业运营能力分析
- 2.5.4 2019年护肤品行业偿债能力分析
- 2.5.5 2019年护肤品行业发展能力分析

第三章 护肤品行业市场环境分析

3.1 行业政策环境分析

3.1.1 行业相关政策动向

3.1.2 护肤品行业发展规划

3.2 行业经济环境分析

3.2.1 国际宏观经济环境分析

(1) 国际经济环境现状分析

(2) 国际宏观经济预测

3.2.2 国内宏观经济发展分析

3.2.3 行业宏观经济环境分析

3.3 行业消费需求环境分析

3.3.1 行业需求特征分析

3.3.2 行业需求趋势分析

(1) 植物护肤将成护肤品发展新方向

(2) 男士护肤品需求剧增

(3) 功能性护肤品概念加强

(4) 可食护肤品逐步升温

3.3.3 行业市场消费行为分析

(1) 非理性消费

(2) 不言悔消费

3.4 行业贸易环境分析

3.4.1 行业贸易环境发展现状

3.4.2 行业贸易环境发展趋势

第四章 护肤品行业市场竞争状况分析

4.1 行业总体市场竞争状况分析

4.2 行业国际市场竞争状况分析

4.2.1 国际护肤品市场发展状况

4.2.2 国际护肤品市场竞争状况分析

(1) 美国市场

(2) 英国市场

(3) 韩国市场

(4) 巴西市场

4.2.3 国际护肤品市场发展趋势分析

4.2.4 跨国公司在投资布局

- (1) 欧莱雅在华市场投资布局分析
- (2) 宝洁在华市场投资布局分析
- (3) 资生堂在华市场投资布局分析
- (4) 雅芳在华市场投资布局分析
- (5) 联合利华在华市场投资布局分析

4.2.5 跨国公司在竞争策略分析

- (1) 欧莱雅在中国的竞争策略
- (2) 宝洁在中国的竞争策略
- (3) 联合利华在中国的竞争策略

4.3 行业国内市场竞争状况分析

4.3.1 国内护肤品行业竞争格局分析

4.3.2 国内护肤品行业品牌关注度分析

- (1) 2015年行业品牌关注度分析
- (2) 2015年行业品牌关注度分析

4.3.3 国内护肤品行业市场规模分析

4.3.4 国内护肤品行业潜在威胁分析

4.4 行业投资兼并与重组整合分析

4.4.1 护肤品行业投资兼并与重组整合概况

4.4.2 国际护肤品企业投资兼并与重组整合

4.4.3 国内护肤品企业投资兼并与重组整合

4.4.4 护肤品行业投资兼并与重组整合特征判断

4.5 行业不同经济类型企业特征分析

4.5.1 不同经济类型企业特征情况

4.5.2 行业经济类型集中度分析

第五章 护肤品行业主要产品市场分析

5.1 洁肤品市场分析

5.1.1 洁肤品行业市场需求分析

5.1.2 洁肤品行业主要产品市场分析

- (1) 洗面奶
- (2) 卸妆类洁肤品

5.1.3 洁肤品行业主要品牌竞争及发展前景分析

5.2 润肤/护肤品市场分析

5.2.1 润肤/护肤品行业市场需求分析

5.2.2 润肤/护肤品行业主要产品市场分析

- (1) 滋润保湿类护肤品
- (2) 美白类护肤品
- (3) 防晒类护肤品
- (4) 去痘类护肤品
- (5) 祛斑类护肤品
- (6) 抗皱类护肤品

5.3 男士护肤品市场分析

5.3.1 男士护肤品行业市场需求分析

5.3.2 男士护肤品行业主要产品分析

5.3.3 男士护肤品行业品牌竞争格局

5.3.4 男士护肤品行业市场前景分析

5.4 其它护肤品市场分析

5.4.1 其它护肤品行业市场需求分析

5.4.2 其它护肤品行业主要产品市场分析

- (1) 护手润护肤品
- (2) 护身体护肤品
- (3) 润唇膏
- (4) 眼部护理护肤品

5.5 护肤品行业主要产品需求分析

5.5.1 护肤品行业产品类别关注度分析

- (1) 2019年行业产品类别关注度分析
- (2) 2019年行业产品类别关注度分析

5.5.2 护肤品行业产品关注度分析

- (1) 2019年行业产品关注度分析
- (2) 2019年行业产品关注度分析

第六章 中国护肤品行业重点区域市场分析

6.1 行业总体区域结构特征分析

6.1.1 行业区域结构总体特征

6.1.2 行业区域集中度分析

6.1.3 行业区域分布特点分析

6.1.4 行业规模指标区域分布分析

6.1.5 行业效益指标区域分布分析

6.1.6 行业企业数的区域分布分析

6.2 广东省护肤品行业发展分析及预测

6.2.1 广东省护肤品行业发展规划及配套设施

6.2.2 广东省护肤品行业在行业中的地位变化

6.2.3 广东省护肤品行业经济运行状况分析

6.2.4 广东省护肤品行业发展趋势预测

6.3 浙江省护肤品行业发展分析及预测

6.3.1 浙江省护肤品行业发展规划及配套设施

6.3.2 浙江省护肤品行业在行业中的地位变化

6.3.3 浙江省护肤品行业经济运行状况分析

6.3.4 浙江省护肤品行业发展趋势预测

6.4 上海市护肤品行业发展分析及预测

6.4.1 上海市护肤品行业发展规划及配套设施

6.4.2 上海市护肤品行业在行业中的地位变化

6.4.3 上海市护肤品行业经济运行状况分析

6.4.4 上海市护肤品行业发展趋势预测

6.5 江苏省护肤品行业发展分析及预测

6.5.1 江苏省护肤品行业发展规划及配套设施

6.5.2 江苏省护肤品行业在行业中的地位变化

6.5.3 江苏省护肤品行业经济运行状况分析

6.5.4 江苏省护肤品行业发展趋势预测

6.6 福建省护肤品行业发展分析及预测

6.6.1 福建省护肤品行业发展规划及配套设施

6.6.2 福建省护肤品行业在行业中的地位变化

6.6.3 福建省护肤品行业经济运行状况分析

6.6.4 福建省护肤品行业发展趋势预测

6.7 北京市护肤品行业发展分析及预测

6.7.1 北京市护肤品行业发展规划及配套设施

6.7.2 北京市护肤品行业在行业中的地位变化

6.7.3 北京市护肤品行业经济运行状况分析

6.7.4 北京市护肤品行业发展趋势预测

6.8 辽宁省护肤品行业发展分析及预测

6.8.1 辽宁省护肤品行业发展规划及配套设施

6.8.2 辽宁省护肤品行业在行业中的地位变化

6.8.3 辽宁省护肤品行业经济运行状况分析

6.8.4 辽宁省护肤品行业发展趋势预测

6.9 天津市护肤品行业发展分析及预测

6.9.1 天津市护肤品行业发展规划及配套设施

6.9.2 天津市护肤品行业在行业中的地位变化

6.9.3 天津市护肤品行业经济运行状况分析

6.9.4 天津市护肤品行业发展趋势预测

6.10 四川省护肤品行业发展分析及预测

6.10.1 四川省护肤品行业发展规划及配套设施

6.10.2 四川省护肤品行业在行业中的地位变化

6.10.3 四川省护肤品行业经济运行状况分析

6.10.4 四川省护肤品行业发展趋势预测

第七章 护肤品行业的营销策略及渠道分析

7.1 护肤品行业的营销策略分析

7.1.1 护肤品行业战略营销模式概述

7.1.2 护肤品行业企业战略营销模式分析

(1) 成本领先的战略营销模式

(2) 研发领先的战略营销模式

(3) 功效领先的战略营销模式

(4) 渠道领先的战略营销模式

(5) 传播领先的战略营销模式

(6) 服务领先的战略营销模式

7.2 护肤品行业的营销渠道分析

7.2.1 护肤品行业营销渠道发展模式概述

7.2.2 护肤品行业主要营销渠道发展分析

(1) 百货商场专柜

(2) 护肤品专营店

(3) 专卖店

(4) 便利店

(5) 超市、大卖场

(6) 直销

(7) 电视购物

(8) 网络购物

(9) 药店

(10) 美容院

7.2.3 护肤品行业分销通路分析

7.2.4 护肤品行业销售渠道建设方向及应对措施

- (1) 变渠道多元为主次分清
- (2) 变区域经营为渠道类别经营
- (3) 实行品牌引导下的渠道专业化

7.3 护肤品行业领先企业营销案例分析

7.3.1 欧莱雅男士护肤品营销策略分析

- (1) 欧莱雅的广告策略
- (2) 品牌名称的性别性
- (3) 代言人的选择
- (4) 诉求点分析

7.3.2 佰草集营销策略分析——坚持的胜利

- (1) 坚持国际化
- (2) 坚持稳健的渠道拓展
- (3) 开拓市场的另类营销策略

第八章 护肤品行业主要企业生产经营分析

8.1 护肤品企业发展总体状况分析

8.1.1 护肤品行业企业规模

8.1.2 护肤品行业工业产值状况

8.1.3 护肤品行业销售收入和利润

8.2 护肤品行业领先企业个案分析

8.2.1 广州宝洁有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

8.2.2 江苏隆力奇集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析

- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

8.2.3 联合利华（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

8.2.4 玫琳凯（中国）化妆品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

8.2.5 强生（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

第九章 护肤品行业发展趋势分析与预测

9.1 中国护肤品市场发展趋势

9.1.1 中国护肤品市场发展趋势分析

9.1.2 中国护肤品市场发展前景预测

9.2 护肤品行业投资特性分析

9.2.1 护肤品行业进入壁垒分析

9.2.2 护肤品行业盈利模式分析

9.2.3 护肤品行业盈利因素分析

9.3 中国护肤品行业投资建议

9.3.1 护肤品行业投资风险分析

9.3.2 护肤品行业投资建议

图表目录

图表 1：2016-2019年中国护肤品行业工业总产值及占GDP比重（单位：亿元，%）

图表 2：中国美容行业主要消费群体的职业分布（单位：%）

图表 3：中国美容行业主要消费群体的年龄分布（单位：%）

图表 4：2016-2019年中国香精香料行业工业总产值变化情况（单位：亿元）

图表 5：2016-2019年中国护肤品行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表 6：2016-2019年中国护肤品行业盈利能力分析（单位：%）

图表 7：2016-2019年中国护肤品行业运营能力分析（单位：次）

图表 8：2016-2019年中国护肤品行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表 9：2016-2019年中国护肤品行业发展能力分析（单位：%）

图表 10：2016-2019年中国护肤品行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表 11：2016-2019年中国护肤品行业大型企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表 12：2016-2019年中国护肤品行业中型企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表 13：2016-2019年中国护肤品行业小型企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表 14：2016-2019年中国护肤品行业不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%）

图表 15：2016-2019年中国护肤品行业不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）

图表 16：2016-2019年中国护肤品行业不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）

图表 17：2016-2019年中国护肤品行业不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%）

图表18：2016-2019年中国护肤品行业国有企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表19：2016-2019年中国护肤品行业集体企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表 20：2016-2019年中国护肤品行业股份合作企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表 21：2016-2019年中国护肤品行业股份制企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表22：2016-2019年中国护肤品行业私营企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表 23：2016-2019年中国护肤品行业外商和港澳台投资企业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2019年中国护肤品市场分析报告-行业深度分析与投资战略研究》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。

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/429976429976.html>