

中国护手霜行业现状深度分析与投资前景预测报告（2024-2031年）

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《中国护手霜行业现状深度分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202405/708895.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、行业相关概述

护手霜是一种专为手部肌肤设计的护肤产品，其主要功能与护肤霜类似，是以保持皮肤，特别是皮肤最外面的角质层总适度水分为目的而使用的化妆品。护手霜是能够有效预防及治疗秋冬季手部粗糙干裂的护肤产品，在秋冬季节经常使用可以使手部皮肤更加细嫩滋润。

护手霜是一种能愈合及抚平肌肤裂痕、干燥产品，其特点是不仅能保持皮肤水分的平衡，而且还能补充重要的油性成分、亲水性保湿成分和水分，并能作为活性成分和药剂的载体，使之成为皮肤所吸收，达到调理和营养皮肤的目的。

资料来源：观研天下整理

护手霜产业链较为完整。其产业链上游主要为原材料，包括油脂、蜡类、乳化剂、保湿剂、香精香料等，这些原材料的质量和供应稳定性直接影响到中游生产商的产品质量和生产效率；中游为护手霜生产制造；下游则是销售渠道，包括线上电商平台、实体零售店、超市等，这些覆盖范围和营销策略直接影响到产品的销售量和市场份额。

资料来源：观研天下整理

二、行业发展现状

近年来随着人们对个人护理意识的提升和生活水平的提高，关注手部健康的需求不断增加，也推动了手部护理市场的发展。数据显示，2022年我国手部护理市场整体相较上一年有明显增长。在京东平台，手部护理类产品累计销量超过710万件，同比增长约58%；销售额超过2.4亿元，同比增长约38%。

在上述背景下，护手霜市场因其便携性和广泛的应用领域，如家庭、办公室、旅行等，受到了消费者的青睐，不断推动市场规模的扩大。目前护手霜已经成为人们日常护肤的必备品之一。

从细分产品来看，随着科技的不断进步和研发投入的加大，护手霜产品的质量和效果不断提升，新品种、新配方和新概念不断涌现。例如结合天然植物提取物，研发出具有修复、美白、抗衰老等功能的护手霜，能够满足各类消费者的不同需求。与美甲行业合作，推出具有滋润保湿功能的美甲护手霜；与运动品牌合作，推出能够保护手部肌肤、防止摩擦伤害的运动护手霜等。通过跨界合作，不仅可以增加产品的曝光度和竞争力，还能够满足消费者对于多样化、个性化的产品需求。目前年轻人更倾心于滋润保湿效果好的产品。

数据来源：观研天下整理

从市场价格来看，市场均价不高，主要以中低端市场为主。根据相关资料显示，目前国内超过50%的人愿意购买10-30元之间的护手霜。国内老品牌护手霜市场价格多在10元以内。像

百雀羚、美加净这些国内老品牌的普通护手霜单价多在10元以内，新推出的定位高端点的精华护手霜产品均价为15-25元左右，曼秀雷敦、凡士林等口碑较好的外资品牌多在20-30元，定价30元以上的基本是进口品牌。

数据来源：观研天下整理

从消费群体来看，目前我国护手霜的主要消费者群体是年轻女性，因为相对来说，她们要更注重手部肌肤的保养和护理。但随着男性护肤意识的提高，男性消费者也成为护手霜市场的一个重要群体。此外近年消费者对护手霜的需求呈现出多样化和个性化的特点，对产品的品质、成分、香气等方面都有较高的要求。

三、行业市场竞争情况

目前在我国护手霜市场上主要有欧舒丹、贺本清、资生堂、露得清、百雀羚、美加净、曼秀雷敦、凡士林、屈臣氏等。这些重点企业在护手霜产业中占据重要地位，具有较高的市场份额和品牌影响力，它们通过不断的产品创新和市场拓展，推动了护手霜市场的发展。同时，这些企业也面临着激烈的市场竞争和消费者需求的变化，需要不断创新和改进，以保持市场竞争优势。

我国护手霜市场主要企业情况

企业名称	相关情况
露得清	露得清是一家知名的护肤品牌，其护手霜产品在市场上受到广泛欢迎。露得清护手霜注重保湿和修复，含有多种有效成分，如维生素E、甘油等，能够深层滋养手部肌肤，改善干燥和粗糙问题。该品牌通过广泛的市场营销和宣传，赢得了消费者的信任和喜爱。
资生堂	资生堂是一家国际知名的化妆品品牌，其护手霜产品也备受好评。资生堂的护手霜注重滋润和修护，采用高品质的保湿成分和植物提取物，如海藻精华、玫瑰果油等，能够深层滋养手部肌肤，改善肌肤质地和光泽度。该品牌注重产品研发和创新，不断推出新品满足市场需求。
欧舒丹	欧舒丹是一家专注于天然植物护肤的品牌，其护手霜产品以天然植物成分和独特的香氛而备受消费者喜爱。欧舒丹的护手霜不仅具有保湿和滋养效果，还能够为手部肌肤带来愉悦的使用体验。该品牌注重环保和可持续发展，倡导天然、健康的护肤理念。
Herbacin(贺本清)	德国小甘菊 herbacin(贺本清)德国小甘菊，依传统配方制造产品，不但是德国的经典护肤品牌，更是欧洲人手一款的经典护肤品牌。德国小甘菊产品皆在德国研发制造生产，所使用的产品原料皆挑选高品质的天然植物成分。且严格禁止进行动物性试验及非必要的化学添加物。德国小甘菊不仅要使消费者的肌肤及头发变得美丽，同时更要对环境保护尽一份心力，所有产品皆致力于符合环保规范，包括所有的产品包装都是100%可回收的。小甘菊只在德国唯一的工厂制造生产，并选择经确认的有机及精选天然植物成分、植物精油、果核油或是药草为原料。
百雀羚	百雀羚(Pechoin)是中国历史最为悠久的著名护肤品牌，创立于1931年，总部位于上海市。是经典的国货品牌，百雀羚注重东方护肤的平衡和谐之道。它借助天然草本成分的力量，结合现代科技，致力于打造天然温和的草本护肤品。百雀羚的护手霜采用了天然的成分，具有滋润、修复和保护手部肌肤的功能。消费者使用百雀羚的护手霜可以获得天然安全的护肤体验。

美加净 美加净(Maxam)是国内知名度较高的护肤品牌，创立于1962年，总部位于上海市。美加净主要面向22-45岁的女性消费者，致力于为爱美的女性提供更天然、更全面的高性价比产品。该品牌甄选天然植物和美养食材，并采用现代提炼工艺，创造出适合亲民消费者的高品质护肤产品。美加净在护手霜领域也有一系列产品，能够滋润双手并改善干燥现象。

曼秀雷敦曼秀雷敦(Mentholatum)是一家始创于1889年的美国品牌，如今在国际上享有盛誉。它以自制曼秀雷敦薄荷膏而闻名于世。自1991年进入中国市场以来，曼秀雷敦在润唇膏、男士护肤、女士护肤、防晒和抗痘等护肤品的生产和销售方面发展迅速。曼秀雷敦的护手霜具有深层滋润和保护手部肌肤的功效。品牌以其持久的滋润效果和高品质的产品而在市场上赢得了广泛的赞誉。

凡士林 凡士林(Vaseline)是源于1870年的美国品牌，现隶属于联合利华集团旗下。凡士林是享誉全球的原创专业保湿护肤品牌，在体用护肤品领域拥有卓越的表现。该品牌的护手霜产品以深层修护滋养、无刺激性和加速皮肤自身修复能力等特点而备受消费者青睐。凡士林的护手霜含有特殊的滋润成分，能够为双手提供长时间的保湿效果，使皮肤充满水分，柔软光滑。

屈臣氏 屈臣氏(Watsons)起源于1841年的中国香港，是香港历史悠久的药房。它的前身是广东大药房，于1981年成为和记黄埔集团的一部分。如今，屈臣氏已经发展成为全球较大的国际保健美容零售商，并且销售自有品牌的护肤和化妆品。屈臣氏经营着众多零售商店，提供保健美容产品、高级香水和化妆品、食品、电子产品、高级洋酒以及机场零售等多种商品。

资料来源：观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国护手霜行业现状深度分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》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，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。行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国护手霜行业发展概述

第一节 护手霜行业发展情况概述

一、护手霜行业相关定义

二、护手霜特点分析

三、护手霜行业基本情况介绍

四、护手霜行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、护手霜行业需求主体分析

第二节 中国护手霜行业生命周期分析

一、护手霜行业生命周期理论概述

二、护手霜行业所属的生命周期分析

第三节 护手霜行业经济指标分析

一、护手霜行业的赢利性分析

二、护手霜行业的经济周期分析

三、护手霜行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球护手霜行业市场发展现状分析

第一节 全球护手霜行业发展历程回顾

第二节 全球护手霜行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲护手霜行业地区市场分析

一、亚洲护手霜行业市场现状分析

二、亚洲护手霜行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲护手霜行业市场前景分析

第四节 北美护手霜行业地区市场分析

一、北美护手霜行业市场现状分析

二、北美护手霜行业市场规模与市场需求分析

三、北美护手霜行业市场前景分析

第五节 欧洲护手霜行业地区市场分析

一、欧洲护手霜行业市场现状分析

二、欧洲护手霜行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲护手霜行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界护手霜行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球护手霜行业市场规模预测

第三章 中国护手霜行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对护手霜行业的影响分析

第三节中国护手霜行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对护手霜行业的影响分析

第五节中国护手霜行业产业社会环境分析

第四章 中国护手霜行业运行情况

第一节中国护手霜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

第二节中国护手霜行业市场规模分析

一、影响中国护手霜行业市场规模的因素

二、中国护手霜行业市场规模

三、中国护手霜行业市场规模解析

第三节中国护手霜行业供应情况分析

一、中国护手霜行业供应规模

二、中国护手霜行业供应特点

第四节中国护手霜行业需求情况分析

一、中国护手霜行业需求规模

二、中国护手霜行业需求特点

第五节中国护手霜行业供需平衡分析

第五章 中国护手霜行业产业链和细分市场分析

第一节中国护手霜行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、护手霜行业产业链图解

第二节中国护手霜行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对护手霜行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对护手霜行业的影响分析

第三节我国护手霜行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国护手霜行业市场竞争分析

第一节中国护手霜行业竞争现状分析

一、中国护手霜行业竞争格局分析

二、中国护手霜行业主要品牌分析

第二节中国护手霜行业集中度分析

一、中国护手霜行业市场集中度影响因素分析

二、中国护手霜行业市场集中度分析

第三节中国护手霜行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国护手霜行业模型分析

第一节中国护手霜行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国护手霜行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国护手霜行业SWOT分析结论

第三节中国护手霜行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国护手霜行业需求特点与动态分析

第一节中国护手霜行业市场动态情况

第二节中国护手霜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

第三节护手霜行业成本结构分析

第四节护手霜行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国护手霜行业价格现状分析

第六节中国护手霜行业平均价格走势预测

一、中国护手霜行业平均价格趋势分析

二、中国护手霜行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国护手霜行业所属行业运行数据监测

第一节中国护手霜行业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

第二节中国护手霜行业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

第三节中国护手霜行业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

第十章 2019-2023年中国护手霜行业区域市场现状分析

第一节中国护手霜行业区域市场规模分析

一、影响护手霜行业区域市场分布的因素

二、中国护手霜行业区域市场分布

第二节中国华东地区护手霜行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区护手霜行业市场分析

(1) 华东地区护手霜行业市场规模

(2) 华南地区护手霜行业市场现状

(3) 华东地区护手霜行业市场规模预测

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、华中地区护手霜行业市场分析

(1) 华中地区护手霜行业市场规模

(2) 华中地区护手霜行业市场现状

(3) 华中地区护手霜行业市场规模预测

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、华南地区护手霜行业市场分析

(1) 华南地区护手霜行业市场规模

(2) 华南地区护手霜行业市场现状

(3) 华南地区护手霜行业市场规模预测

第五节华北地区护手霜行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区护手霜行业市场分析

(1) 华北地区护手霜行业市场规模

(2) 华北地区护手霜行业市场现状

(3) 华北地区护手霜行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区护手霜行业市场分析

(1) 东北地区护手霜行业市场规模

(2) 东北地区护手霜行业市场现状

(3) 东北地区护手霜行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区护手霜行业市场分析

(1) 西南地区护手霜行业市场规模

(2) 西南地区护手霜行业市场现状

(3) 西南地区护手霜行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区护手霜行业市场分析

(1) 西北地区护手霜行业市场规模

(2) 西北地区护手霜行业市场现状

(3) 西北地区护手霜行业市场规模预测

第十一章 护手霜行业企业分析（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、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国护手霜行业发展前景分析与预测

第一节中国护手霜行业未来发展前景分析

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

第二节中国护手霜行业未来发展趋势预测

第三节中国护手霜行业规模发展预测

- 一、中国护手霜行业市场规模预测
- 二、中国护手霜行业市场规模增速预测
- 三、中国护手霜行业产值规模预测
- 四、中国护手霜行业产值增速预测
- 五、中国护手霜行业供需情况预测

第四节中国护手霜行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国护手霜行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国护手霜行业进入壁垒分析

- 一、护手霜行业资金壁垒分析
- 二、护手霜行业技术壁垒分析
- 三、护手霜行业人才壁垒分析

四、护手霜行业品牌壁垒分析

五、护手霜行业其他壁垒分析

第二节护手霜行业风险分析

一、护手霜行业宏观环境风险

二、护手霜行业技术风险

三、护手霜行业竞争风险

四、护手霜行业其他风险

第三节中国护手霜行业存在的问题

第四节中国护手霜行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国护手霜行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国护手霜行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国护手霜行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节护手霜行业营销策略分析

一、护手霜行业产品策略

二、护手霜行业定价策略

三、护手霜行业渠道策略

四、护手霜行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202405/708895.html>