

2017-2022年中国护肤品行业市场专项调研及投资 前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国护肤品行业市场专项调研及投资前景分析报告》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：<https://www.huaon.com/detail/301653.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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，既是保护皮肤的护肤产品。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。它给人们的精神、形象提升起到了极大的作用。

从国内化妆品市场的构成情况来看，护肤品、护发产品、口腔护理产品、沐浴用品和彩妆是前五大品类，贡献了89%的市场销售额。随着消费者卫生习惯的改善以及大众日化产的普及，护发产品、沐浴用品和口腔护理产品等基础日化产品发展已进入稳定期，未来竞争将更多集中在市场份额的争夺和对原有领导性品牌的挑战。护肤品和彩妆继续快速发展，而市场份额较小的男士护理用品和婴幼儿与儿童专用产品等新兴品类则进入了高速发展期。

护肤品包括面部护理、身体护理、手部护理和护理套装四大品类，是化妆品行业中规模最大的子行业。统计数据显示，2015年我国护肤品市场容量为1,608.2亿元，占化妆品整体市场51.0%的份额；其中面部护理、身体护理、手部护理和护理套装分别为1,418.0 亿元41.1 亿元、40.8 和108.4 亿元。2011-2015 年护肤品市场的年均复合增长率达到8.8%，增速高于化妆品行业的整体增速，且是绝对增幅最大的子行业。

2011-2015 年护肤品市场容量图

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。

报告目录：

第一章 护肤品概述	27
第一节 护肤品的定义	27
一、护肤品定义	27
二、护肤使用类型	27
第二节 护肤品行业发展历程	29
一、矿物油时代	29
二、天然成分时代	29
三、抗氧化时代	29
四、零负担时代	30
五、基因时代	30
第三节 护肤品的分类情况	30

一、护肤品分类 30

二、护肤品成分 34

第四节 护肤品产业链分析 35

一、产业链模型介绍 35

二、护肤品产业链模型分析 38

第二章 世界护肤品市场分析 39

第一节 世界护肤品市场概况 39

一、世界护肤品市场现状 39

二、全球护肤品市场品牌占比 40

三、世界有机护肤品市场现状 40

四、世界护肤品市场驱动因素 42

五、世界护肤品市场新潮流 42

第二节 世界主要国家和地区护肤品市场分析 43

一、美国护肤品市场 43

二、日本护肤品市场 44

三、韩国护肤品市场 45

四、法国护肤品市场 46

五、德国护肤品市场 46

第三章 中国护肤品行业发展环境分析 49

第一节 2016年中国宏观经济发展环境分析 49

一、中国GDP增长情况分析 49

二、全社会消费品零售总额 51

三、城乡居民收入增长分析 53

四、居民消费价格变化分析 55

第二节 中国护肤品行业发展政策环境分析 60

一、护肤品监管机构 60

二、护肤品相关法律法规 62

三、护肤品行业相关标准 63

四、护肤品行业新政策解读 63

第三节 中国护肤品行业发展社会环境分析 65

一、中国人口及城镇化 65

二、中国女性人口特征 65

三、女性化妆品消费观念特征 70

四、男性化妆品消费观念建立 72

第四章 中国护肤品行业发展特点分析 75

第一节 中国护肤品行业发展概述 75

一、中国护肤品行业简析 75

二、中国护肤品品牌发展历程 75

三、中国护肤品行业产品概况 76

从品牌检测情况来看，护肤品行业前十排名中外国品牌居多，欧莱雅、雅诗兰黛、玉兰油分别以5.99%、4.95%、4.74%的市场综合占有率成为最热销的三大品牌。各大品牌之间市场份额相差不大，市场前十品牌市场占有率不到三分之一，市场集中度有待提高。通过对全国大型零售企业的市场销售数据监测，2015年度中国护肤品十大品牌排名如下：

品牌名称

市场占有率（%）

市场销售份额（%）

市场覆盖面（%）

欧莱雅

5.99

7.79

4.8

雅诗兰黛

4.95

10.15

1.48

玉兰油

4.74

4.88

4.64

欧珀莱

4.55

6

3.58

LANCOME

4.36

8.39

1.67

佰草集

3.31

2.84

3.62

自然堂

2.95

2.29

3.39

Dior

2.56

4.29

1.41

资生堂

2.14

2.32

2.02

兰芝

2

2.84

1.45

2015年中国护肤品十大品牌市场占有率

第二节 中国护肤品市场发展特点分析 77

一、众多品牌瓜分市场 77

二、专业护肤品企业出现 77

三、高档护肤品发展迅速 78

四、护肤品市场消费特点 79

第三节 中国护肤品行业市场供需分析 80

一、女士护肤品市场需求特点 80

二、男士护肤品市场需求特点 83

三、老年护肤品市场需求特点 84

四、儿童用护肤品市场需求特点 86

五、婴幼儿护肤品市场需求特点 87

（一）婴幼儿的肌肤特性分析 87

（二）婴幼儿护肤品需求特点 88

- (三) 婴儿护肤品市场需求规模 89
- (四) 市场需求增长的原因分析 89
- 第四节 中国护肤品用户关注度分析 90
 - 一、护肤品产业用户关注程度 90
 - (一) 品牌 90
 - (二) 用途 90
 - (三) 产品 91
 - 二、护肤品产业用户关注因素 91
 - (一) 功能 91
 - (二) 质量 91
 - (三) 价格 92
 - (四) 外观 92
 - (五) 服务 92
- 第五节 护肤品行业存在的问题及对策 93
 - 一、中国护肤品市场总体问题分析 93
 - 二、中国护肤品市场的卫生问题 93
 - 三、中国护肤品市场的薄弱环节 94
 - 四、安全问题频现引发行业沉思 94
 - 五、中国护肤品市场发展总体对策 94
 - 六、中国护肤品行业地位提升对策 96
- 第六节 护肤品行业发展态势分析 99
 - 一、屈臣氏全面升级护肤产品 99
 - 二、资生堂高端护肤品牌在华上市 100
 - 三、2016年护肤品市场热点分析 101
 - 四、护肤品的项目投资动态 101
 - 五、护肤品品牌兼并重组动态 102
- 第五章 中国护肤品市场规模及品牌格局分析 104
 - 第一节 护肤品行业总体规模 104
 - 一、2014-2016年中国护肤品总体规模 104
 - 二、2014-2016年高档护肤品市场规模 104
 - 三、2014-2016年市场护肤品美白产品占比 104
 - 第二节 中国护肤品市场结构分析 105
 - 一、面部护肤品市场发展分析 105
 - 二、身体护肤品市场发展分析 105

三、手部护肤品市场发展分析	105
第三节 中国护肤品市场品牌格局	106
一、中国护肤品市场重点品牌占比	106
二、高级护肤品市场重点品牌占比	106
三、中国面霜市场重点品牌占比	107
四、中国抗衰老护肤品市场重点品牌占比	109
五、中国身体护肤品市场品牌占比	109
(一) 抗脂紧致身体护肤品品牌占比	109
(二) 通用型身体护肤品品牌占比	110
第四节 中国市场护肤品品牌渗透率调查	111
一、润肤护肤品	111
二、去痘护肤品	112
三、防皱护肤品	113
四、护手润护肤品	114
五、防晒护肤品	115
六、美白护肤品	115
七、祛斑护肤品	115
八、润唇膏	121
第六章 护肤品国内产品价格走势及影响因素分析	123
第一节 护肤品产品当前市场价格及评述	123
第二节 护肤品产品价格影响因素分析	124
第三节 护肤品产品未来价格走势预测	125
第七章 2014-2016年中国护肤品行业总体发展状况	127
第一节 2014-2016年中国化妆品制造行业规模分析	127
一、企业数量增长分析	127
二、资产规模增长分析	127
三、销售规模增长分析	127
四、利润规模增长分析	128
第二节 2014-2016年中国化妆品制造行业成本费用分析	128
一、销售成本统计	128
二、主要费用统计	129
第三节 2014-2016年中国化妆品制造行业运营效益分析	129
一、偿债能力分析	129

二、盈利能力分析 130

三、运营能力分析 130

第八章 2014-2016年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析(3304) 131

第一节 2014-2016年化妆品、美容品及护肤品进口情况分析 131

一、化妆品、美容品及护肤品进口数量情况 131

二、化妆品、美容品及护肤品进口金额情况 131

三、化妆品、美容品及护肤品进口来源分析 131

四、化妆品、美容品及护肤品进口均价分析 132

第二节 2014-2016年化妆品、美容品及护肤品出口分析 132

一、化妆品、美容品及护肤品出口数量情况 132

二、化妆品、美容品及护肤品出口金额情况 133

三、化妆品、美容品及护肤品出口来源分析 133

四、化妆品、美容品及护肤品出口均价分析 133

第九章 中国护肤品市场竞争格局及竞争策略分析 135

第一节 中国护肤品市场竞争格局 135

一、中国护肤品市场重点企业占比 135

二、国内外护肤品企业竞争优势对比 136

三、国内外护肤品牌竞争态势分析 137

四、中国护肤品市场竞争趋势 137

五、护肤品行业竞争格局展望 140

第二节 中国护肤品行业竞争分析 141

一、现有企业间竞争 141

二、潜在进入者分析 142

三、替代品威胁分析 143

四、供应商议价能力 143

五、客户议价能力 144

第三节 护肤品市场竞争策略分析 144

一、护肤品市场增长潜力分析 144

二、护肤品产品竞争策略分析 144

三、典型企业产品营销策略分析 146

第十章 中国护肤品市场营销策略研究 148

第一节 中国护肤品市场营销概况 148

- 一、中国护肤品市场营销方法 148
- 二、护肤品直销方法分析 148
- 三、护肤品企业营销概况 150
- 第二节 护肤品企业战略营销模式 157
 - 一、研发领先 157
 - 二、功效领先 158
 - 三、成本领先 159
 - 四、渠道领先 160
 - 五、传播领先 161
 - 六、服务领先 162
- 第三节 护肤品行业发展策略及建议 163
 - 一、市场营销战略 163
 - 二、品牌发展策略 163
 - 三、渠道建设策略 163
 - 四、企业发展策略 164

- 第十一章 世界护肤品企业及品牌分析 166
 - 第一节 法国欧莱雅(L Oreal) 166
 - 一、企业简介 166
 - 二、欧莱雅在中国的发展 166
 - 三、企业经营情况分析 167
 - 四、企业最新发展动态 167
 - 第二节 美国宝洁(P&G , Procter & Gamble) 169
 - 一、企业简介 169
 - 二、企业经营情况分析 169
 - 三、公司在化营销策略分析 169
 - 四、宝洁公司多品牌战略 173
 - 五、宝洁公司的广告策略 175
 - 第三节 英国联合利华(Unilever) 178
 - 一、企业简介 178
 - 二、企业经营情况分析 178
 - 三、联合利华多品牌营销战略分析 180
 - 四、联合利华将完善中国区整体布局 186
 - 第四节 美国雅芳(Avon) 187
 - 一、企业简介 187

- 二、企业经营情况分析 187
- 三、雅芳的产品简介 189
- 四、雅芳营销模式转型 189
- 第五节 日本资生堂(Shiseido) 192
 - 一、企业简介 192
 - 二、资生堂历史 192
 - 三、企业经营情况分析 193
 - 四、资生堂品牌线路分析 194
- 第六节 美国安利(Amway) 196
 - 一、企业简介 196
 - 二、企业经营情况分析 198
 - 三、安利中国的现状分析 198
 - 四、安利(中国)品牌战略 200
- 第七节 美国雅诗兰黛(Est é e Lauder) 207
 - 一、企业及品牌简介 207
 - 二、雅诗兰黛发展简史 207
 - 三、雅诗兰黛的产品与服务 208
 - 四、雅诗兰黛公司经营情况 208
 - 五、雅诗兰黛在华发展情况 209
- 第八节 美国如新(Nu Skin) 210
 - 一、企业简介 210
 - 二、如新业务部门介绍 211
 - 三、企业经营情况分析 212
 - 四、如新在中国的发展状况 213
 - 五、如新公司经营策略分析 215
- 第九节 拜尔斯道夫公司 220
 - 一、企业简介 220
 - 三、企业经营情况分析 221
 - 三、拜尔斯道夫公司在中国 222
 - 四、妮维雅 (Nivea) 品牌发展分析 223
- 第十节 爱茉莉 (Amore) 225
 - 一、企业简介 225
 - 二、爱茉莉品牌介绍 225
 - 三、爱茉莉直销模式 226

第十二章 中国护肤品企业及品牌分析 227

第一节 索芙特股份有限公司 227

- 一、企业基本情况 227
- 二、企业经营情况分析 227
- 三、企业发展战略及展望 233

第二节 上海家化联合股份有限公司 234

- 一、企业基本情况 234
- 二、企业经营情况分析 235
- 三、企业发展战略及展望 241

第三节 自然美生物科技股份有限公司 243

- 一、企业基本情况 243
- 二、企业经营情况分析 244

第四节 珠海姗拉娜化妆品有限公司 250

- 一、企业发展基本情况 250
- 二、企业主要产品分析 251
- 三、企业主要经济指标 251
- 四、企业竞争优势分析 257

第五节 上海郑明明化妆品有限公司 258

- 一、企业发展基本情况 258
- 二、企业主要产品分析 258
- 三、企业主要经济指标 258
- 四、企业竞争优势分析 264

第六节 北京大宝化妆品有限公司 265

- 一、企业发展基本情况 265
- 二、企业主要产品分析 265
- 三、企业主要经济指标 265
- 四、企业竞争优势分析 271

第七节 天津郁美净集团有限公司 271

- 一、企业发展基本情况 271
- 二、企业主要产品分析 272
- 三、企业主要经济指标 272
- 四、企业竞争优势分析 278

第八节 广东丸美生物科技有限公司 279

- 一、企业发展基本情况 279
- 二、企业主要产品分析 279

三、企业经营状况分析 279

四、企业销售网络分布 285

第九节 江苏隆力奇集团有限公司 285

一、企业发展基本情况 285

二、企业主要产品分析 286

三、企业主要经济指标 286

四、企业竞争优势分析 292

七、企业发展战略改进 293

第十节 珀莱雅化妆品有限公司 293

一、企业发展基本情况 293

二、企业主要产品分析 293

三、企业主要经济指标 294

四、企业竞争优势分析 299

第十一节 南京珈依生化科技(中国)有限公司 300

一、企业发展基本情况 300

二、企业主要经济指标 301

三、企业竞争优势分析 306

第十二节 丹姿集团 307

一、企业发展基本情况 307

二、企业主要产品分析 307

三、企业主要经济指标 308

第十三节 上海百雀羚日用化学有限公司 314

一、企业发展基本情况 314

二、企业主要产品分析 315

三、企业主要经济指标 315

四、企业竞争优势分析 321

第十四节 上海自然美富丽化妆品有限公司 321

一、企业发展基本情况 321

二、企业主要产品分析 322

三、企业主要经济指标 322

四、企业竞争优势分析 328

第十三章 2017-2022年中国护肤品行业发展趋势及前景预测分析 330

第一节 2017-2022年中国护肤品行业发展趋势分析 330

一、中国护肤品行业发展方向分析 330

- 二、护肤品产品发展趋势分析 331
 - (一) 美白功效产品发展趋势 331
 - (二) 药妆市场的发展趋势 334
 - (三) 抗衰老产品发展趋势 335
- 三、未来护肤品行业技术开发方向 338
- 四、行业“十三五”整体规划及预测 342
- 第二节 2017-2022年中国护肤品市场总规模预测 348
 - 一、2017-2022年中国护肤品市场总规模预测 348
 - 二、2017-2022年护肤品三大类产品市场规模预测 348
 - (一) 面部护肤品市场规模预测 348
 - (二) 身体护肤品市场规模预测 349
 - (三) 手部护肤品市场规模预测 349
- 第三节 2017-2022年中国护肤品具体细分产品市场规模预测 350
 - 一、2017-2022年中国面部清洁剂市场规模预测 350
 - 二、2017-2022年中国祛痘护肤品市场规模预测 350
 - 三、2017-2022年中国面膜市场规模预测 351
 - 四、2017-2022年中国面霜市场规模预测 351
 - 五、2017-2022年中国润唇膏市场规模预测 351
 - 六、2017-2022年中国抗衰老护肤品市场规模预测 352
 - 七、2017-2022年中国爽肤水市场规模预测 352

- 第十四章 2017-2022年中国护肤品行业投资机会及风险分析 354
 - 第一节 2017-2022年中国护肤品行业投资机会研究 354
 - 一、男士护肤品 354
 - 二、婴儿护肤品 355
 - 三、药妆市场 356
 - 四、植物护肤品 356
 - 五、茶护肤品 358
 - 六、抗衰老产品 359
 - 第二节 2017-2022年中国护肤品行业投资风险分析 360
 - 一、宏观经济风险 360
 - 二、市场竞争风险 360
 - 三、技术风险分析 361
 - 四、委托加工风险 361
 - 五、原材料风险 361

第三节 2017-2022年中国护肤品企业投资策略建议 362

一、产品差异化是企业发展的方向 362

二、可以投资的护肤品模式 362

图表目录：

图表 1 产业链形成模式示意图 36

图表 2 护肤品产业链 38

图表 3 2014-2016年全球化妆品市场规模走势图 39

图表 4 2014-2016年全球护肤品市场规模走势图 40

图表 5 2016年全球化妆品市场竞争格局 40

图表 6 2015年GDP初步核算数据 49

图表 7 2015年GDP环比和同比增长速度 49

图表 8 2016年GDP初步核算数据 50

图表 9 2016年GDP环比和同比增长速度 50

图表 10 2014-2016年社会消费品零售总额分月同比增长速度 52

图表 11 2016年份社会消费品零售总额主要数据 52

图表 12 2014-2016年全国居民消费价格涨跌幅 55

图表 13 2014-2016年猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 56

图表 14 2014-2016年鲜菜、鲜果价格变动情况 56

图表 15 2014-2016年居民消费价格分类别同比涨跌幅 57

图表 16 2016年居民消费价格分类别环比涨跌幅 58

图表 17 2016年居民消费价格主要数据 58

图表 18 近年中国化妆品行业相关政策 62

图表 19 2014-2016年中国护肤品总体规模分析 104

图表 20 2014-2016年中国高档护肤品总体规模分析 104

图表 21 2014-2016年中国面部护肤品总体规模分析 105

图表 22 2014-2016年中国身体护肤品总体规模分析 105

图表 23 2014-2016年中国手部护肤品总体规模分析 105

图表 24 中国护肤品市场重点品牌占比 106

图表 25 高级护肤品市场重点品牌占比 106

图表 26 面霜市场重点品牌 107

图表 27 抗衰老市场前十名品牌市场份额 109

图表 28 我国护肤品市场不同因素的价格影响力对比 125

图表 29 2014-2016年化妆品制造行业企业数量分析 127

图表 30 2014-2016年化妆品制造行业资产规模分析 127

- 图表 31 2014-2016年化妆品制造行业销售收入分析 127
 - 图表 32 2014-2016年化妆品制造行业利润总额分析 128
 - 图表 33 2014-2016年中国化妆品制造行业销售成本分析 128
 - 图表 34 2014-2016年中国化妆品制造行业费用统计分析 129
 - 图表 35 2014-2016年中国化妆品制造行业资产负债率 129
 - 图表 36 2014-2016年中国化妆品制造行业销售毛利率 130
 - 图表 37 2014-2016年中国化妆品制造行业应收账款增长率 130
 - 图表 38 2014-2016年中国化妆品、美容品及护肤品进口数量分析 131
 - 图表 39 2014-2016年中国化妆品、美容品及护肤品进口金额分析 131
 - 图表 40 2014-2016年中国化妆品、美容品及护肤品进口来源 131
 - 图表 41 2014-2016年中国化妆品、美容品及护肤品进口均价分析 132
 - 图表 42 2014-2016年中国化妆品、美容品及护肤品出口数量分析 132
 - 图表 43 2014-2016年中国化妆品、美容品及护肤品出口金额分析 133
 - 图表 44 2014-2016年中国化妆品、美容品及护肤品出口来源 133
 - 图表 45 2014-2016年中国化妆品、美容品及护肤品出口均价分析 133
 - 图表 46 2016年全国重点大型零售企业护肤品市场综合占有率前十 136
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/301653.html>