

# 中国护肤品市场现状规模与销售前景分析报告2021-2026年

产品名称	中国护肤品市场现状规模与销售前景分析报告2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

## 产品详情

中国护肤品市场现状规模与销售前景分析报告2021-2026年【报告编号】：323178【出版时间】：2021年1月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递  
【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/323178.html>  
免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

### 【报告目录】

第1章：护肤品行业发展综述1.1 护肤品行业相关概述1.1.1 护肤品行业定义1.1.2 护肤品产品分类1.1.3 本报告统计口径及方法说明（1）护肤品行业统计部门和统计口径（2）护肤品行业统计方法1.2 护肤品行业发展环境分析1.2.1 护肤品行业政策环境分析（1）护肤品行业监管体制（2）护肤品行业的相关标准（3）护肤品行业政策法规汇总（4）政策对护肤品行业发展影响分析1.2.2 护肤品行业经济环境分析（1）中国GDP增长情况（2）中国宏观经济展望（3）工业经济增长情况（4）GDP与护肤品行业关联性分析1.2.3 护肤品行业社会环境分析（1）社会消费品零售情况（2）居民可支配收入和消费情况（3）社会环境对行业发展影响1.2.4 护肤品行业技术环境分析（1）护肤品专利申请情况（2）护肤品技术趋势分析1.2.5 护肤品行业消费环境分析（1）护肤品产品关注指数（2）护肤品消费态度分析（3）护肤品相关关注内容（4）护肤品消费价格分析（5）护肤品消费趋势分析第2章：全球护肤品行业发展分析2.1 全球护肤品行业发展历程2.2 全球护肤品行业市场发展分析2.2.1 全球护肤品行业市场需求分析（1）全球护肤品行业市场规模（2）全球护肤品行业产品结构2.2.2 全球护肤品行业竞争格局分析（1）全球护肤品行业区域结构（2）全球护肤品品牌竞争格局2.3 全球主要地区护肤品行业发展情况2.3.1 美国护肤品行业发展分析（1）行业发展环境分析（2）行业发展现状分析2.3.2 法国护肤品行业发展分析（1）行业发展环境分析（2）行业发展现状分析2.3.3 日本护肤品行业发展分析（1）行业发展环境分析（2）行业发展现状分析2.3.4 韩国护肤品行业发展分析（1）行业发展环境分析（2）行业发展现状分析2.4

全球主要护肤品企业发展情况2.4.1 欧莱雅集团 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业护肤品业务分析 (4) 企业护肤品品牌分析 (5) 企业护肤品在华情况 (6) 企业护肤品业务规划2.4.2 日本资生堂 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业护肤品业务分析 (4) 企业护肤品品牌分析 (5) 企业护肤品在华情况 (6) 企业护肤品业务规划2.4.3 宝洁公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业护肤品业务分析 (4) 企业护肤品品牌分析 (5) 企业护肤品在华情况 (6) 企业护肤品业务规划2.4.4 雅诗兰黛集团 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业护肤品业务分析 (4) 企业护肤品品牌分析 (5) 企业护肤品在华情况 (6) 企业护肤品业务规划2.5 全球护肤品行业发展预测第3章：中国护肤品行业发展分析3.1 中国护肤品行业发展历程3.2 中国护肤品行业市场发展分析3.2.1 中国护肤品行业市场需求分析 (1) 整体市场需求情况 (2) 需求结构分析 (3) 细分市场的需求增速对比 (4) 护肤品销售渠道变化情况3.2.2 中国护肤品产品价格分析3.3 中国护肤品行业经营情况分析3.3.1 中国护肤品行业盈利能力分析3.3.2 中国护肤品行业运营能力分析3.3.3 中国护肤品行业偿债能力分析3.4 中国护肤品行业对外贸易分析3.4.1 中国护肤品行业出口市场分析 (1) 中国护肤品行业出口金额分析 (2) 中国护肤品行业出口数量分析3.4.2 中国护肤品行业进口市场分析 (1) 中国护肤品行业进口金额分析 (2) 中国护肤品行业进口数量分析3.4.3 中国护肤品行业进出口前景及建议 (1) 中国护肤品行业出口前景及建议 (2) 中国护肤品行业进口前景及建议3.5 中国护肤品行业痛点分析第4章：中国护肤品行业竞争格局分析4.1 护肤品行业投资、兼并与重组分析4.1.1 护肤品行业并购重组驱动因素4.1.2 护肤品行业并购重组模式分析4.1.3 护肤品行业并购重组规模分析 (1) 国际护肤品企业并购重组分析 (2) 国内护肤品企业并购重组分析4.1.4 护肤品行业并购重组趋势分析4.2 中国护肤品行业竞争状态分析4.2.1 行业现有竞争者分析4.2.2 行业潜在进入者威胁4.2.3 行业替代品威胁分析4.2.4 行业上游议价能力分析4.2.5 行业下游议价能力分析4.2.6 行业竞争情况总结4.3 中国护肤品行业竞争格局4.3.1 区域竞争格局分析4.3.2 企业竞争格局分析第5章：中国护肤品行业细分产品分析5.1 中国护肤品行业细分产品结构概览5.2 中国护肤品行业按价格梯队细分产品分析5.2.1 大众护肤品市场分析 (1) 大众护肤品品牌概览 (2) 大众护肤品发展现状 (3) 大众护肤品发展前景5.2.2 高端护肤品市场分析 (1) 高端护肤品品牌概览 (2) 高端护肤品发展现状 (3) 高端护肤品发展前景5.3 中国护肤品行业按应用部位细分产品分析5.3.1 面部护肤品市场分析 (1) 面部护肤品需求分析 (2) 面部护肤品发展现状 (3) 面部护肤品发展前景5.3.2 眼部护肤品市场分析 (1) 眼部护肤品需求分析 (2) 眼部护肤品发展现状 (3) 眼部护肤品发展前景5.3.3 身体其他部位护肤品市场分析 (1) 身体其他部位护肤品发展现状 (2) 身体其他部位护肤品发展前景5.4 中国护肤品行业按使用人群细分产品分析5.4.1 女性护肤品市场分析 (1) 女性护肤品需求分析 (2) 女性护肤品发展现状 (3) 女性护肤品发展前景5.4.2 男性护肤品市场分析 (1) 男性护肤品需求分析 (2) 男性护肤品发展现状 (3) 男性护肤品发展前景第6章：中国护肤品产业链分析6.1 护肤品产业链概览6.2 护肤品上游行业发展分析6.2.1 护肤品原料市场分析 (1) 供给情况 (2) 需求情况 (3) 价格走势及预判6.2.2 包装材料市场分析 (1) 供给情况 (2) 需求情况 (3) 价格走势及预判6.2.3 上游行业对护肤品行业影响程度分析6.3 护肤品行业成本结构分析第7章：中国护肤品行业营销策略分析7.1 中国护肤品行业传统渠道策略分析7.1.1 传统销售渠道概述7.1.2 百货专柜渠道分析 (1) 百货专柜渠道壁垒分析 (2) 百货专柜渠道运营策略 (3) 百货专柜渠道区域建设分析 (4) 百货专柜渠道发展情况分析7.1.3 超市卖场 (KA) 渠道分析 (1) 超市卖场渠道壁垒分析 (2) 超市卖场渠道运营策略 (3) 超市卖场渠道区域建设分析 (4) 超市卖场渠道发展情况分析7.1.4 化妆品专卖店 (CS) 渠道分析 (1) 化妆品专卖店渠道壁垒分析 (2) 化妆品专卖店渠道区域建设分析 (3) 化妆品专卖店渠道发展情况分析7.1.5 药妆店渠道分析 (1) 药妆店渠道壁垒分析 (2) 药妆店渠道运营策略 (3) 药妆店渠道发展情况分析7.2 中国护肤品行业电子商务渠道分析7.2.1 电商渠道销售规模占比7.2.2 电商渠道特性分析 (1) 护肤品网购的参与主体具有多样性 (2) 传统护肤品企业纷纷涉足“电商” (3) 护肤品“淘品牌”发展良好并酝酿转型7.2.3 电商渠道优劣势分析 (1) 三方平台 (2) 自有平台7.2.4 电商渠道经营策略分析 (1) 规划共同愿景 (2) 规范产品价格 (3) 产品差异化经营 (4) 完善售后服务7.3 中国护肤品行业产品策略分析7.3.1 行业产品策略分析 (1) 品牌定位策略分析 (2) 产品组合策略分析 (3) 产品差异化策略分析 (4) 新产品开发策略分析 (5) 产品生命周期运用策略分析7.3.2 行业典型产品案例分析7.4

中国护肤品行业定价策略分析7.4.1 行业定价策略分析(1) 结合产品品牌、产品定位(2) 结合产品组合、产品功效(3) 结合竞争对手的价格定价7.4.2

行业典型定价案例分析(1) 以美加净产品为代表的低价渗透策略(2) 加快向高端市场挺进的速度7.5

中国护肤品行业营销策略趋势7.5.1 成本领先的战略营销策略7.5.2 研发领先的战略营销策略7.5.3 功效领先的战略营销策略7.5.4 渠道领先的战略营销策略7.5.5 传播领先的战略营销策略7.5.6 服务领先的战略营销策略

第8章：中国重点城市护肤品市场分析8.1 中国护肤品行业消费重点区域概览8.2

中国护肤品消费重点区域市场分析8.2.1 上海市护肤品行业发展情况(1) 护肤品行业发展环境(2) 护肤品行业发展现状(3) 护肤品行业发展前景8.2.2 北京市护肤品行业发展情况(1) 护肤品行业发展环境(2) 护肤品行业发展现状(3) 护肤品行业发展前景8.2.3 天津市护肤品行业发展情况(1) 护肤品行业发展环境(2) 护肤品行业发展现状(3) 护肤品行业发展前景8.2.4 浙江省护肤品行业发展情况(1) 护肤品行业发展环境(2) 护肤品行业发展现状(3) 护肤品行业发展前景8.2.5 江苏省护肤品行业发展情况(1) 护肤品行业发展环境(2) 护肤品行业发展现状(3) 护肤品行业发展前景

第9章：中国护肤品行业重点企业分析9.1 中国护肤品行业品牌总体概览9.2 国内护肤品品牌重点企业经营情况9.2.1 上海百雀羚日用化学有限公司(1) 企业的发展简况分析(2) 企业的经营情况分析(3) 企业护肤品产品情况(4) 企业产品技术水平分析(5) 企业经营优劣势分析(6) 企业发展zui新动向9.2.2 伽蓝(集团)股份有限公司(1) 企业的发展简况分析(2) 企业的经营情况分析(3) 企业护肤品产品情况(4) 企业产品技术水平分析(5) 企业经营优劣势分析(6) 企业发展zui新动向9.2.3 上海上美化妆品有限公司(1) 企业的发展简况分析(2) 企业的经营情况分析(3) 企业护肤品产品情况(4) 企业产品技术水平分析(5) 企业经营优劣势分析(6) 企业发展zui新动向9.2.4 浙江欧诗漫集团有限公司(1) 企业的发展简况分析(2) 企业的经营情况分析(3) 企业护肤品产品情况(4) 企业产品技术水平分析(5) 企业经营优劣势分析(6) 企业发展zui新动向9.2.5 珀莱雅化妆品股份有限公司(1) 企业的发展简况分析(2) 企业的经营情况分析(3) 企业护肤品产品情况(4) 企业产品技术水平分析(5) 企业经营优劣势分析(6) 企业发展zui新动向9.2.6 上海家化联合股份有限公司(1) 企业的发展简况分析(2) 企业的经营情况分析(3) 企业护肤品产品情况(4) 企业产品技术水平分析(5) 企业经营优劣势分析(6) 企业发展zui新动向9.2.7 广东丸美生物技术股份有限公司(1) 企业的发展简况分析(2) 企业的经营情况分析(3) 企业护肤品产品情况(4) 企业产品技术水平分析(5) 企业经营优劣势分析(6) 企业发展zui新动向9.2.8 江苏东洋之花化妆品有限公司(1) 企业的发展简况分析(2) 企业的经营情况分析(3) 企业护肤品产品情况(4) 企业产品技术水平分析(5) 企业经营优劣势分析9.2.9 御家汇股份有限公司(1) 企业的发展简况分析(2) 企业的经营情况分析(3) 企业护肤品产品情况(4) 企业产品技术水平分析(5) 企业经营优劣势分析(6) 企业发展zui新动向9.2.10 上海相宜本草化妆品股份有限公司(1) 企业的发展简况分析(2) 企业的经营情况分析(3) 企业护肤品产品情况(4) 企业产品技术水平分析(5) 企业经营优劣势分析(6) 企业发展zui新动向

第10章：中国护肤品行业发展前景预测与投资建议10.1 护肤品行业发展前景预测10.1.1

行业生命周期分析10.1.2 行业市场规模预测10.1.3

行业发展趋势预测(1) 行业整体趋势预测(2) 产品发展趋势预测10.2 护肤品行业投资特性分析10.2.1

行业投资现状分析10.2.2

行业投资风险分析(1) 政策风险(2) 竞争风险(3) 技术风险(4) 宏观经济波动风险10.2.3

行业投资壁垒分析(1) 技术壁垒(2) 渠道壁垒(3) 品牌壁垒(4) 资金壁垒10.3

护肤品行业投资价值分析10.3.1 行业投资价值分析10.3.2 行业投资机会分析(1) 产业链投资机会分析(2) 重点区域投资机会分析(3) 细分市场投资机会分析(4) 产业空白点投资机会10.4 护肤品行业投资发展建议

图表目录

图表1：护肤品行业产品分类表

图表2：中国护肤品行业监管体制

图表3：2017-2020年中国护肤品行业国家标准

图表4：2017-2020年中国护肤品行业标准

图表5：2017-2020年中国护肤品行业地方标准

图表6：2016-2020年中国护肤品行业主要政策法规汇总

图表7：2010-2020年中国国内生产总值及增长走势(单位：万亿元，%)

图表8：2020年中国主要经济指标增长及预测(单位：%)

图表9：2020年新型冠状病毒疫情对中国经济影响分析

图表10：恒大研究院基于疫情对2020年经济发展增速判断(单位：%)

图表11：2007-2020年全国规模以上工业增加值同比增速(单位：%)

图表12：2013-2020年中国GDP与护肤品行业的关联性分析(单位：%)

图表13：2010-2020年中国社会消费品零售总额及其变化情况(单位：亿元，%)

图表14：2013-2020年中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均纯收入变动图(单位：元，%)

图表15：2013-2020年中国居民人均消费支出额(单位：元)

图表16：2020年中国居民人均消费支出结构(单位：%)

图表17：1998-2020年中国护肤品行业专利申请情况(单位：%)

图表18：截至2020年中国护肤品行业专利申请人Top20(单位：件，%)

图表19：截至2020年中国护肤品行业相关专利分布领域TOP5(单位：件，%)

图表20：2020年中国护肤品产品关注指数对比(按使用部位分类)

图表2

1：2020年中国护肤品产品关注指数对比（按功能分类）图表22：2020年中国护肤品主要关注内容热点指数对比图表23：消费者收入水平与护肤品功效关注度关系分析（单位：%）图表24：中国护肤品主要消费群体价格接受区间分析（单位：元）图表25：护肤品的发展趋势图表26：全球护肤品的发展历程图表27：2012-2020全球护肤品市场规模变化情况（单位：亿美元，%）图表28：2020全球护肤品行业产品结构（单位：%）图表29：2020全球护肤品行业规模区域占比情况（单位：%）图表30：2020全球护肤品行业品牌竞争格局（单位：%）图表31：2020年美国人均护肤品消费情况（单位：美元）图表32：2005-2020年美国护肤品行业市场规模变化情况（单位：亿美元，%）图表33：2008-2020年美国护肤品行业高端护肤品占比变化情况（单位：%）图表34：2020年美国护肤品行业品牌竞争情况（单位：%）图表35：2020年法国人均护肤品消费情况（单位：美元）图表36：2010-2020年法国护肤品行业市场规模变化情况（单位：亿欧元，%）图表37：法国主要护肤品品牌介绍图表38：2020年日本人均护肤品消费情况（单位：美元）图表39：2012-2020年日本护肤品行业市场规模及其变化情况（单位：亿美元，%）图表40：2020年日本护肤品品牌归属地情况（单位：%）图表41：2009-2020年日本护肤品行业高端品牌占比变化情况（单位：%）图表42：2020年日本护肤品行业品牌竞争情况（单位：%）图表43：2020年韩国人均护肤品消费情况（单位：美元）图表44：2012-2020年韩国护肤品行业市场规模及其变化情况（单位：亿美元，%）图表45：2020年韩国护肤品品牌归属地情况（单位：%）图表46：2009-2020年韩国护肤品行业高端品牌占比变化情况（单位：%）图表47：欧莱雅集团旗下品牌图表48：2010-2020年欧莱雅集团营业收入变动情况（单位：亿欧元，%）图表49：2010-2020年欧莱雅集团营业利润变动情况（单位：亿欧元，%）图表50：2020年欧莱雅集团营业收入区域构成（单位：亿欧元，%）图表51：2020年欧莱雅集团营业收入产品结构（单位：亿欧元，%）图表52：欧莱雅集团品牌梯队情况图表53：欧莱雅集团护肤品牌中国区代言人情况图表54：欧莱雅集团护肤品牌在中国主要社交媒体拥有庞大粉丝量图表55：日本资生堂集团旗下品牌情况图表56：2016-2020年日本资生堂集团营业收入变化情况（单位：百亿日元，%）图表57：2016-2020年日本资生堂集团净利润变化情况（单位：百亿日元，%）图表58：2020年日本资生堂集团分区域业绩增长情况（单位：%）图表59：2014-2020年日本资生堂集团产品收入占比情况（单位：%）图表60：2020年日本资生堂集团主要护肤品品牌销售收入增长情况（单位：%）图表61：日本资生堂集团在华销售的护肤品品牌图表62：日本资生堂集团在华销售渠道分布图表63：日本资生堂集团护肤品品牌在天猫开店情况图表64：宝洁集团旗下品牌情况图表65：2008-2020年财年宝洁集团营业收入变化情况（单位：亿美元，%）图表66：2020年财年宝洁集团销售收入区域构成情况（单位：%）图表67：2010-2020年财年宝洁集团美妆部门销售收入情况（单位：亿元，%）图表68：2020年财年宝洁集团销售收入部门构成情况（单位：%）图表69：宝洁集团旗下护肤品品牌情况图表70：2018-2020年财年OLAY和SKII在中国市场占有率变化情况（单位：%）图表71：雅诗兰黛集团旗下品牌情况图表72：2016-2020财年雅诗兰黛集团营业收入变动情况（单位：亿美元，%）图表73：2016-2020财年雅诗兰黛集团净利润变动情况（单位：亿美元，%）图表74：2020年财年雅诗兰黛集团销售收入区域构成情况（单位：%）图表75：2020年财年雅诗兰黛集团销售收入渠道构成情况（单位：%）图表76：2020年财年雅诗兰黛集团销售收入产品构成情况（单位：亿美元，%）图表77：雅诗兰黛集团护肤品品牌图表78：雅诗兰黛小棕瓶创新历程图表79：Argireline成分应用于雅诗兰黛旗下多款高端抗衰产品图表80：2021-2026年全球护肤品行业市场规模预测（单位：亿美元）图表81：中国护肤品行业发展历程图表82：2012-2020年中国护肤品行业市场规模情况（单位：亿元，%）图表83：2012-2020年中国护肤品人均消费额增速（单位：%）图表84：2020年中国与其他国家护肤品人均消费额对比（单位：美元）图表85：2012-2020年中国大陆护肤品市场需求结构（单位：%）图表86：2013-2020年中国护肤品市场细分产品增速情况（单位：%）图表87：2009-2020年中国护肤品零售渠道变化（单位：%）图表88：护肤品品牌价格梯队情况图表89：按照护肤步骤列举不同用途护肤品国内外代表品牌价格对比图表90：中国A股上市的本土护肤品企业情况图表91：2016-2020年4家A股上市的中国本土护肤品企业净利润情况（单位：亿元）图表92：2016-2020年4家A股上市的中国本土护肤品企业利润率情况（单位：%）图表93：2016-2020年4家A股上市的中国本土护肤品企业存货周转率情况（单位：次）图表94：2016-2020年4家A股上市的中国本土护肤品企业应收账款周转率情况（单位：次）图表95：2016-2020年4家A股上市的中国本土护肤品企业资产负债率情况（单位：%）图表96：2016-2020年4家A股上市的中国本土护肤品企业流动比率情况图表97：2016-2020年4家A股上市的中国本土护肤品企业速动比率情况图表98：2009-2020年中国美容化妆品及护肤品行业产品出口额走势图（单位：亿美元，%）图表99：2009-2020年中国美容化妆品及护肤品行业产品出口量走势图（单位：万吨，%）图表100：2009-2020年中国美容化妆品及护肤品行业产品进口额走势图（单位：亿美元，%）图表101：2009-2020年中国美容化妆品及护肤品行业产品进口量走势图（单位：万吨，%）图表102：中国护肤品行业痛点分析图表103：护肤品行业并购重组的驱动因素分析图表104：护肤破行业主要并购方式与目的分析表图表105：国际护肤

品行业投资兼并重组分析表  
图表106：2016-2020年国际护肤品企业并购情况  
图表107：2016-2020年国内护肤品企业并购情况  
图表108：中国护肤品行业并购重组趋势分析  
图表109：中国护肤品行业现有竞争情况  
图表110：中国护肤品行业潜在进入者威胁分析  
图表111：中国护肤品行业替代品威胁分析  
图表112：中国护肤品行业对上游供应商的议价能力分析  
图表113：化妆品原料供应商分布情况  
图表114：中国护肤品行业对下游客户议价能力分析  
图表115：中国护肤品行业五力分析结论  
图表116：中国护肤品行业区域分布示意图（按市场规模）  
图表117：2018年中国护肤品市场企业竞争情况（单位：%）  
图表118：2020年中国护肤品市场分级品牌竞争情况  
图表119：2020年中国护肤品行业产品结构（按照价格定位分）（单位：%）  
图表120：2020年中国护肤品行业产品结构（按照应用部位分）（单位：%）