

2016-2022年中国护肤品市场运行态势与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国护肤品市场运行态势与投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/Q36189PYGG.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

前言：

中国的化妆品市场是全世界最大的新兴市场，在短短的20多年里，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了一个初具规模、极富生机活力的产业大军。随着国内居民消费水平的升级，化妆品行业发展也已经进入新的里程。其中，护肤品更是整个化妆品行业中发展最快的一个细分市场。近几年来，中国护肤品行业以年均15%以上的速度递增，全行业正处在消费结构逐渐升级、消费层次多元化的阶段，护肤品生产和销售方面也已形成相对完善的法律法规。

持续快速发展的市场必不可少带来了激烈的市场竞争。近年来，中国护肤品行业迅速成长为一个竞争性的行业。经过快速发展阶段和激烈的市场竞争的锤炼，基本格局初步形成。目前，中国护肤品的中高端市场，几乎已经全被欧美和日本企业占据，以兰蔻、雅诗兰黛、香奈儿、迪奥、伊丽莎白雅顿，加上欧莱雅系列、宝洁系列、资生堂、佳丽宝系列等等国际一线品牌占据了国内专柜市场绝大部分销售额。

2014年，我国化妆品销售额为1825亿元人民币，其中，护肤品约占到化妆品市场总量的68.36%，销售额约为1247亿元人民币。2012-2015年中国护肤品行业市场规模从494.82亿元增长到634.35亿元，年增长率在8%之间，增长稳定，增速有所放缓，预计2015年将增长到684.05亿元，同比增长7.83%。

近几年来，我国护肤品行业以年均15%以上的速度递增，全行业正处在消费结构逐渐升级、消费层次多元化的阶段，护肤品生产和销售方面也已形成相对完善的法律法规。目前中国人均护肤品消费水平仅为28元/年。而在经济发达的国家，人均护肤品年消费是36-70美元，折合人民币300元左右。中国的人均护肤品消费水平与发达国家比还有很大的差距，表明我国护肤品销售有很大的潜在市场，今后数年内依然会保持着快速发展的趋势。按目前我国的护肤品消费需求的发展趋势，未来的5年内护肤品的市场年销售将突破1000亿元的水平。

本护肤品行业研究报告共十四章是智研数据研究中心中心数据公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。护肤品行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究数据报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心中心提供的最新行业运行数据为基础，验证

于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了护肤品行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国护肤品行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国护肤品行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一部分产业环境透视

第一章护肤品行业发展综述 1

第一节护肤品行业定义及分类 1

一、行业定义 1

二、行业主要产品分类 1

三、行业特性 5

第二节护肤品行业统计标准 6

一、统计部门和统计口径 6

二、行业主要统计方法介绍 6

三、行业涵盖数据种类介绍 7

第三节最近3-5年中国护肤品行业经济指标分析 7

一、赢利性 7

二、成长速度 7

三、附加值的提升空间 8

四、进入壁垒 / 退出机制 8

五、风险性 9

六、行业周期 9

七、竞争激烈程度指标 10

八、行业及其主要子行业成熟度分析 10

第四节护肤品行业产业链分析 11

一、产业链结构分析 11

二、主要环节的增值空间 12

三、与上下游行业之间的关联性 13

四、行业产业链上游相关行业分析 13

五、行业下游产业链相关行业分析 14

六、上下游行业影响及风险提示	14
第二章护肤品行业市场环境及影响分析 (PEST)	15
第一节护肤品行业政治法律环境 (P)	15
一、行业主要政策法规	15
二、政策环境对行业的影响	15
第二节行业经济环境分析 (E)	17
一、宏观经济形势分析	17
二、宏观经济环境对行业的影响分析	20
第三节行业社会环境分析 (S)	21
一、护肤品产业社会环境	21
二、社会环境对行业的影响	22
第四节行业技术环境分析 (T)	24
一、护肤品技术分析	24
二、行业主要技术发展趋势	25
三、技术环境对行业的影响	26
第三章国际护肤品行业发展分析及经验借鉴	27
第一节全球护肤品市场总体情况分析	27
一、全球护肤品行业发展概况	27
二、全球护肤品市场产品结构	28
三、全球护肤品行业发展特征	29
四、全球护肤品行业竞争格局	29
五、全球护肤品市场区域分布	30
六、国际重点护肤品企业运营分析	30
第二节全球主要国家 (地区) 市场分析	34
一、欧洲	34
1、欧洲护肤品行业发展概况	34
2、欧洲护肤品市场结构及产销情况	34
3、2016-2022年欧洲护肤品行业发展前景预测	35
二、北美	35
1、北美护肤品行业发展概况	35

2、北美护肤品市场结构及产销情况	37
3、2016-2022年北美护肤品行业发展前景预测	38
三、日本	38
1、日本护肤品行业发展概况	38
2、日本护肤品市场结构及产销情况	40
3、2016-2022年日本护肤品行业发展前景预测	42
四、韩国	43
1、韩国护肤品行业发展概况	43
2、2016-2022年韩国护肤品行业发展前景预测	44
五、其他国家地区	45

第二部分行业深度分析

第四章我国护肤品行业运行现状分析 46

第一节我国护肤品行业发展状况分析 46

- 一、我国护肤品行业发展阶段 46
- 二、我国护肤品行业发展总体概况 47
- 三、我国护肤品行业发展特点分析 48
- 四、我国护肤品行业商业模式分析 49

第二节护肤品行业发展现状 49

- 一、我国护肤品行业市场规模 49
- 二、我国护肤品行业发展分析 49
- 三、我国护肤品行业发展的的问题 50

第三节护肤品市场情况分析 51

- 一、中国护肤品市场总体概况 51
- 二、中国护肤品产品市场发展分析 53
- 三、中国护肤品产品市场需求分析 54
- 四、中国护肤品产品市场进出口分析 57

第四节我国护肤品市场价格走势分析 58

- 一、护肤品市场定价机制组成 58
- 二、护肤品市场价格影响因素 59
- 三、护肤品产品价格走势分析 59
- 四、2016-2022年护肤品产品价格走势预测 60

第五章我国护肤品行业整体运行指标分析 61

第一节中国护肤品行业总体规模分析 61

一、企业数量结构分析 61

二、人员规模状况分析 61

三、行业资产规模分析 61

四、行业市场规模分析 62

第二节中国护肤品行业产销情况分析 63

一、我国护肤品行业工业总产值 63

二、我国护肤品行业工业销售产值 64

三、我国护肤品行业产销率 65

第三节中国护肤品行业财务指标总体分析 66

一、行业盈利能力分析 66

1、我国护肤品行业销售利润率 66

2、我国护肤品行业成本费用利润率 66

3、我国护肤品行业亏损面 67

二、行业偿债能力分析 67

1、我国护肤品行业资产负债比率 67

2、我国护肤品行业利息保障倍数 67

三、行业营运能力分析 68

1、我国护肤品行业应收帐款周转率 68

2、我国护肤品行业总资产周转率 68

3、我国护肤品行业流动资产周转率 68

四、行业发展能力分析 69

1、我国护肤品行业总资产增长率 69

2、我国护肤品行业利润总额增长率 69

3、我国护肤品行业主营业务收入增长率 69

第三部分市场全景调研

第六章我国护肤品细分市场分析及预测 70

第一节洁肤品市场分析 70

一、洁肤品行业市场需求分析 70

二、洁肤品行业主要产品市场分析	70
1、洗面奶	70
2、卸妆类洁肤品	70
3、精油皂	72
三、洁肤品行业主要品牌竞争及发展前景分析	73
1、洁肤品行业品牌竞争分析	73
2、洁肤品行业发展前景分析	74
第二节润肤/护肤品市场分析	75
一、润肤/护肤品行业市场需求分析	75
二、润肤/护肤品行业主要产品市场分析	75
1、滋润保湿类护肤品	75
2、美白类护肤品	76
3、防晒类护肤品	78
4、祛痘类护肤品	79
5、祛斑类护肤品	80
6、抗皱、抗衰老类护肤品	81
三、润肤/护肤品行业市场发展前景分析	81
1、护肤类化妆品品牌关注度	81
2、护肤品牌竞争分析	85
3、护肤品发展趋势	86
第三节男士护肤品市场分析	86
一、男士护肤品行业市场需求分析	86
二、男士护肤品行业主要产品分析	87
三、男士护肤品行业品牌竞争格局	87
四、男士护肤品行业市场发展前景分析	87
第四节其它护肤品市场分析	88
一、护手润护肤品	88
二、润唇膏	89
三、眼部护理护肤品	89
第七章我国护肤品行业营销趋势及策略分析	91
第一节护肤品行业销售渠道分析	91

一、主要营销渠道分析	91
1、渠道构成	91
2、销售贡献比率	91
3、覆盖率	91
4、销售渠道效果	92
5、价值流程结构	93
6、渠道建设方向	93
二、护肤品营销环境分析与评价	94
三、销售渠道存在的主要问题	95
四、营销渠道发展趋势与策略	96
第二节护肤品行业营销策略分析	101
一、中国护肤品营销概况	101
二、护肤品营销策略探讨	103
1、中国护肤品产品营销策略浅析	103
2、护肤品新产品的市场推广策略	107
第三节护肤品营销的发展趋势	108
一、未来护肤品市场营销的出路	108
二、中国护肤品营销的趋势预测	109
第八章护肤品行业区域市场分析	112
第一节行业总体区域结构特征及变化	112
一、行业区域结构总体特征	112
二、行业区域集中度分析	113
三、行业区域分布特点分析	113
第二节护肤品区域市场分析	115
一、东北地区护肤品市场分析	115
1、黑龙江省护肤品市场分析	115
2、吉林省护肤品市场分析	119
3、辽宁省护肤品市场分析	121
二、华北地区护肤品市场分析	122
1、北京市护肤品市场分析	122
2、天津市护肤品市场分析	128

3、河北省护肤品市场分析	130
三、华东地区护肤品市场分析	132
1、山东省护肤品市场分析	132
2、上海市护肤品市场分析	132
3、江苏省护肤品市场分析	133
4、浙江省护肤品市场分析	134
5、福建省护肤品市场分析	135
6、安徽省护肤品市场分析	136
四、华南地区护肤品市场分析	137
1、广东省护肤品市场分析	137
2、广西护肤品市场分析	139
3、海南省护肤品市场分析	139
五、华中地区护肤品市场分析	140
1、湖北省护肤品市场分析	140
2、湖南省护肤品市场分析	141
3、河南省护肤品市场分析	142
六、西南地区护肤品市场分析	143
1、四川省护肤品市场分析	143
2、云南省护肤品市场分析	144
3、贵州省护肤品市场分析	144
七、西北地区护肤品市场分析	145
1、甘肃省护肤品市场分析	145
2、新疆自治区护肤品市场分析	146
3、陕西省护肤品市场分析	147

第四部分竞争格局分析

第九章2016-2022年护肤品行业竞争形势	148
------------------------	-----

第一节行业总体市场竞争状况分析	148
-----------------	-----

一、护肤品行业竞争结构分析	148
---------------	-----

1、现有企业间竞争	148
-----------	-----

2、潜在进入者分析	148
-----------	-----

3、替代品威胁分析	149
-----------	-----

4、	供应商议价能力	149
5、	客户议价能力	149
6、	竞争结构特点总结	150
二、	护肤品行业企业间竞争格局分析	150
1、	不同地域企业竞争格局	150
2、	不同规模企业竞争格局	152
3、	不同所有制企业竞争格局	153
三、	护肤品行业集中度分析	153
1、	市场集中度分析	153
2、	企业集中度分析	153
3、	子行业集中度	153
4、	集中度变化趋势	153
四、	护肤品行业SWOT分析	153
1、	护肤品行业优势分析	153
2、	护肤品行业劣势分析	154
3、	护肤品行业机会分析	154
4、	护肤品行业威胁分析	155
第二节	中国护肤品行业竞争格局综述	155
一、	护肤品行业竞争概况	155
1、	中国护肤品行业品牌竞争格局	155
2、	护肤品业未来竞争格局和特点	157
3、	护肤品市场进入及竞争对手分析	159
二、	中国护肤品行业竞争力分析	161
1、	我国护肤品行业竞争力剖析	161
2、	我国护肤品企业市场竞争的优势	163
3、	民企与外企比较分析	166
4、	国内护肤品企业竞争能力提升途径	166
三、	中国护肤品产品竞争力优势分析	167
1、	整体产品竞争力评价	167
2、	产品竞争力评价结果分析	168
3、	竞争优势评价及构建建议	169
四、	护肤品行业主要企业竞争力分析	170

1、重点企业资产总计对比分析	170
2、重点企业营业收入对比分析	170
3、重点企业利润总额对比分析	170
4、重点企业综合竞争力对比分析	170
第三节护肤品行业竞争格局分析	171
一、国内外护肤品竞争分析	171
二、我国护肤品市场竞争分析	171
三、我国护肤品市场集中度分析	174
四、国内主要护肤品企业动向	174
五、国内护肤品企业拟在建项目分析	175
第四节护肤品行业并购重组分析	176
一、行业并购重组现状及其重要影响	176
二、跨国公司在华投资兼并与重组分析	176
三、本土企业投资兼并与重组分析	177
四、企业升级途径及并购重组风险分析	179
五、行业投资兼并与重组趋势分析	181
第十章2016-2022年护肤品行业领先企业经营形势分析	182
第一节中国护肤品企业总体发展状况分析	182
一、护肤品企业主要类型	182
二、护肤品企业资本运作分析	182
三、护肤品企业创新及品牌建设	183
四、护肤品企业国际竞争力分析	184
第二节中国领先护肤品企业经营形势分析	186
一、广州宝洁有限公司	186
1、企业发展概况分析	186
2、企业产品结构分析	186
3、企业品牌及消费群分析	186
4、企业运营能力分析	187
5、企业销售渠道与网络	188
6、企业竞争优势分析	189
7、企业最新发展动向	190

二、江苏隆力奇集团有限公司	190
1、企业发展概况分析	190
2、企业产品结构分析	191
3、企业品牌及消费群分析	191
4、企业运营能力分析	191
5、企业销售渠道与网络	192
6、企业竞争优势劣势分析	192
7、企业最新发展动向	192
三、联合利华（中国）有限公司	193
1、企业发展概况分析	193
2、企业产品结构分析	193
3、企业品牌及消费群分析	193
4、企业运营能力分析	194
5、企业销售渠道与网络	194
6、企业竞争优势劣势分析	194
7、企业最新发展动向	195
四、玫琳凯（中国）化妆品有限公司	195
1、企业发展概况分析	195
2、企业产品结构分析	196
3、企业品牌及消费群分析	196
4、企业运营能力分析	196
5、企业销售渠道与网络	196
6、企业竞争优势劣势分析	196
7、企业最新发展动向	197
五、强生（中国）有限公司	197
1、企业发展概况分析	197
2、企业产品结构分析	198
3、企业品牌及消费群分析	198
4、企业运营能力分析	198
5、企业销售渠道与网络	199
6、企业竞争优势劣势分析	199
7、企业最新发展动向	200

六、雅芳（中国）有限公司	200
1、企业发展概况分析	200
2、企业产品结构分析	202
3、企业品牌及消费群分析	202
4、企业运营能力分析	202
5、企业销售渠道与网络	202
6、企业竞争优势劣势分析	202
7、企业最新发展动向	203
七、上海家化联合股份有限公司	203
1、企业发展概况分析	203
2、企业产品结构分析	204
3、企业品牌及消费群分析	204
4、企业运营能力分析	204
5、企业销售渠道与网络	208
6、企业竞争优势劣势分析	208
7、企业最新发展动向	209
八、资生堂丽源化妆品有限公司	209
1、企业发展概况分析	209
2、企业竞争优势劣势分析	210
九、湖北丝宝股份有限公司	212
1、企业发展概况分析	212
2、企业竞争优势劣势分析	213
十、妮维雅（上海）有限公司	213
1、企业发展概况分析	213
2、企业竞争优势劣势分析	214

第五部分发展前景展望

第十一章2016-2022年护肤品行业前景及投资价值 215

第一节护肤品行业五年规划现状及未来预测 215

一、“十二五”期间护肤品行业运行情况 215

二、“十二五”期间护肤品行业发展成果 216

三、护肤品行业“十三五”发展方向预测 216

第二节2016-2022年护肤品市场发展前景 216

一、2016-2022年护肤品市场发展潜力 216

二、2016-2022年护肤品市场发展前景展望 217

三、2016-2022年护肤品细分行业发展前景分析 218

第三节2016-2022年护肤品市场发展趋势预测 219

一、2016-2022年护肤品行业发展趋势

消费者对于平等沟通的要求、售后服务的要求急剧提高。在消费者最关注平等沟通与售后服务的时机，谁能把沟通与服务做成王牌，谁就能快速提升消费者的信任，在新一轮的竞争中占据有利位置，而不至于让机会白白溜走。用系统规范的沟通体系与售后服务迅速赢得消费者。

二、2016-2022年护肤品市场规模预测

预计2016-2022年中国护肤品行业市场规模将从684.8亿元增长到1008.65亿元，年增长率在8%左右。

三、2016-2022年护肤品行业应用趋势预测

从三大趋势看来，如今消费者和商家一致选择了自然、天然、有机的方向，净化着护肤品市场环境。产品质量的进化成为赢取消费者的王牌，安全，天然，势将成为行业标准。预计在未来五年市场终端销售额将以8%的速度增长。挑选高安全性的植物保养品，就是时下最热的保养方式，而能将“绿色”贯彻到底的，就是“有机护肤”。

四、2016-2022年细分市场发展趋势预测

消费者对护肤品的安全性空前重视，增大对环保与健康的要求。调整诉求方向，聚焦“安全环保”，让警惕的消费者找到方向。

消费者对国际大品牌尤其是日本品牌护肤品的盲目崇拜减弱。塑造具有亲和力的本土品牌形象，差异化情感诉求同步直达。

A、以生物制剂、生物活性提取物、天然植物添加剂为代表的护肤品新原料，已成为护肤品开发的主流。

B、抗老化的护肤品有了新的发展速度，并且持续走俏。抗污染护肤（抗污染作用的护肤产品能遮挡紫外线辐射，抵挡其它物理因素对皮肤的损害和化学因素对皮肤的腐蚀，自然成为研究美容护肤科学家的视点）、天然活性护肤品（氨基酸、维生素、天然保湿因子、微量元素和其它生物活性物质而受到国际权威护肤品专家的好评和消费者的青睐）、美白祛斑护肤、

保湿滋润肌肤、以内养外（调节体内各系统及系统之间的平衡是未来护肤品治本的重要手段）将成为护肤品行业的新热点。

C、功能是产品长盛不衰的主题。

D、洗发、护发类市场容量渐趋饱和，增长速度开始缓慢，市场销售依靠的几乎都是大型中外合资企业生产的名牌产品；

E、品种多，花色全、能适应不同消费层次需要，符合个性消费需求。

F、精致美观、高雅华贵的外形设计，讲究外观包装，个性鲜明。

第四节2016-2022年中国护肤品行业供需预测 223

一、2016-2022年中国护肤品行业产值预测 223

二、2016-2022年中国护肤品行业供给预测 223

三、2016-2022年中国护肤品市场销量预测 224

四、2016-2022年中国护肤品行业需求预测 224

五、2016-2022年中国护肤品行业供需平衡预测 225

第五节影响企业生产与经营的关键趋势 225

一、市场整合成长趋势 225

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 226

三、企业区域市场拓展的趋势 226

四、科研开发趋势及替代技术进展 226

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 228

第六节护肤品行业投资特性分析 228

一、护肤品行业进入壁垒分析 228

二、护肤品行业盈利因素分析 229

三、护肤品行业盈利模式分析 229

第七节2016-2022年护肤品行业发展的影响因素 230

一、有利因素 230

二、不利因素 231

第八节2016-2022年护肤品行业投资价值评估分析 231

一、行业投资效益分析 231

二、产业发展的空白点分析 232

三、投资回报率比较高的投资方向 232

四、新进入者应注意的障碍因素 233

第十二章2016-2022年护肤品行业投资机会与风险防范 234

第一节护肤品行业投融资情况 234

一、行业资金渠道分析 234

二、固定资产投资分析 234

三、兼并重组情况分析 234

四、护肤品行业投资现状分析 236

第二节2016-2022年护肤品行业投资机会 237

一、产业链投资机会 237

二、细分市场投资机会 237

三、重点区域投资机会 237

四、护肤品行业投资机遇 237

第三节2016-2022年护肤品行业投资风险及防范 238

一、政策风险及防范 238

二、技术风险及防范 238

三、供求风险及防范 240

四、宏观经济波动风险及防范 240

五、关联产业风险及防范 240

六、产品结构风险及防范 241

七、其他风险及防范 241

第四节中国护肤品行业投资建议 241

一、护肤品行业未来发展方向 241

二、护肤品行业主要投资建议 242

第六部分发展战略研究

第十三章护肤品行业发展战略研究 243

第一节护肤品行业发展战略研究 243

一、战略综合规划 243

二、技术开发战略 243

三、业务组合战略 247

四、区域战略规划 249

五、产业战略规划 258

六、营销品牌战略	259
七、竞争战略规划	262
第二节对我国护肤品品牌的战略思考	266
一、护肤品品牌的重要性	266
二、护肤品实施品牌战略的意义	268
三、护肤品企业品牌的现状分析	269
四、我国护肤品企业的品牌战略	269
五、护肤品品牌战略管理的策略	273
第三节护肤品经营策略分析	275
一、护肤品市场细分策略	275
二、护肤品市场创新策略	277
三、品牌定位与品类规划	279
四、护肤品新产品差异化战略	280
第四节护肤品行业投资战略研究	282
一、2016-2022年护肤品行业投资战略	282
二、2016-2022年细分行业投资战略	284
第十四章研究结论及发展建议	285
第一节护肤品行业研究结论及建议	285
第二节护肤品关联行业研究结论及建议	287
第三节护肤品行业发展建议	288
一、行业发展策略建议	288
二、行业投资方向建议	289
三、行业投资方式建议	289 (ZYXZX)

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/Q36189PYGG.html>