

2026-2031年中国护肤品行业市场调研分析与未来发展预测报告

报告简介

护肤品行业，由于投资门槛相对较低，回报相对较快，进入容易，品牌数量极多，竞争呈纷杂状。护肤品的利润空间大、个性化强，给广大厂家和商家提供了广阔的发展舞台，护肤品是化妆品市场中发展最快的一个细分市场。

近年来，随着中国城市化进程加速，中国消费者的收入水平和消费能力增长显著，不仅使得居民的可支配收入得到提高，也加速了中国消费者日益成熟，对于高品质产品的诉求不断提高。当前我国超越日本成为世界第二大护肤品消费国。2020年我国护肤品行业零售额达2151亿元，同比增长12.8%。2021年我国护肤品行业零售额近3000亿元左右。从销售额来看，2020年，我国护肤品行业大部分头部企业销售额较2019年同期均有所提高。2020年，欧莱雅销售额较2019年同期增长122%，为3.57亿元；其次为兰蔻，销售额较2019年同期增长31%，销售额达3.22亿元；雅诗兰黛销售额较2019年同期增幅相对较小，销售额为2.40亿元。

在护肤产品市场，保湿和防晒等高端产品正成为销售的主要驱动力量。随着消费者对高端高品质产品的诉求延续，这些品类的销售额将再创新高。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国护肤品行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国护肤品行业发展状况和特点，以及中国护肤品行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球护肤品行业发展态势作了详细分析，并对护肤品行业进行了趋向研判，是护肤品生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前护肤品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 护肤品行业发展概述

第一节 护肤品的概念

- 一、护肤品的定义
- 二、护肤品的分类
- 三、护肤品在国民经济中的地位

第二节 我国护肤品市场概况

- 一、行业发展历史分析
- 二、市场发展现状分析
- 三、市场近几年价格走势分析

第二章 中国宏观环境分析

第一节 行业发展环境分析

- 一、行业政策环境分析
 - 1、行业管理体制
 - 2、行业相关政策及解析
 - 3、行业发展规划及解析
- 二、行业经济环境分析
 - 1、中国GDP增长情况分析
 - 2、中国CPI波动情况分析
 - 3、居民人均收入增长情况分析
 - 4、经济环境影响分析

第二节 行业社会环境分析

一、中国人口发展分析

- 1、中国人口规模
- 2、中国人口年龄结构
- 3、中国人口健康状况
- 4、中国人口老龄化进程

二、中国城镇化发展状况

三、中国居民消费习惯分析

第二部分 行业深度分析

第三章 护肤品行业国际市场分析

第一节 国际护肤品行业发展分析

- 一、护肤品行业发展现状分析
- 二、护肤品行业发展规模分析
- 三、护肤品行业发展趋势分析

第二节 护肤品行业区域发展分析

- 一、发达国家发展分析
- 二、发展中国家发展分析
- 三、护肤品行业发展重点企业介绍
- 四、护肤品行业发展成功案例分析

第四章 中国护肤品行业整体运行现状分析

第一节 护肤品行业产业链概况

- 一、护肤品行业上游发展现状
- 二、护肤品行业上游发展趋势

三、护肤品行业下游发展现状

四、护肤品行业下游发展趋势

第二节 护肤品行业市场供需情况分析

一、市场供给情况分析

二、行业供给趋势分析

三、国内市场需求情况分析

四、市场需求发展情况分析

第三节 2021-2026年国内护肤品行业发展现状

一、护肤品行业价格现状

二、护肤品行业产销状况分析

三、护肤品行业市场盈利能力分析

第五章 护肤品行业区域市场分析

第一节 华东地区分析

一、区域发展环境分析

二、区域市场规模分析

三、区域发展前景分析

第二节 华南地区现状分析

一、区域发展环境分析

二、区域市场规模分析

三、区域发展前景分析

第三节 华中地区现状分析

一、区域发展环境分析

二、区域市场规模分析

三、区域发展前景分析

第四节 华北地区现状分析

一、区域发展环境分析

二、区域市场规模分析

三、区域发展前景分析

第五节 西部地区现状分析

一、区域发展环境分析

二、区域市场规模分析

三、区域发展前景分析

第六章 2021-2026年中国护肤品行业进出口分析

第一节 2021-2026年护肤品行业进口情况分析

一、护肤品行业进口现状分析

二、护肤品行业进口规模分析

三、护肤品行业进口前景分析

第二节 2021-2026年护肤品行业出口情况分析

一、护肤品行业出口现状分析

二、护肤品行业出口规模分析

三、护肤品行业出口前景分析

第三部分 竞争格局分析

第七章 2021-2026年中国护肤品行业竞争格局分析

第一节 护肤品行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 护肤品行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 2021-2026年护肤品行业竞争格局分析

一、国内外护肤品竞争分析

二、我国护肤品市场竞争分析

三、国内主要护肤品企业动向

四、国内行业竞争趋势发展分析

第八章 2021-2026年护肤品行业企业竞争格局分析

第一节 雅芳

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第二节 宝洁

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第三节 美国安利

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第四节 雅诗兰黛

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第五节 美国玫琳凯

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第六节 欧莱雅

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第七节 丁家宜

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第八节 资生堂

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第九节 大宝

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第十节 玉兰油

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第四部分 行业发展前景分析

第九章 未来护肤品行业发展预测分析

第一节 2026-2031年护肤品行业市场预测

一、产品消费预测

二、行业产值预测

三、市场规模预测

第二节 2026-2031年中国护肤品行业供需预测

一、中国护肤品供给预测

二、中国护肤品产量预测

三、中国护肤品需求预测

四、中国护肤品供需平衡预测

第三节 2026-2031年护肤品行业发展前景

一、行业市场消费取向分析

二、行业未来发展方向分析

三、行业发展趋势分析

第十章 2026-2031年中国消费市场发展趋势分析

第一节 中国经济发展趋势

一、经济增长阶段分析

二、现阶段消费模式分析

三、经济发展方向分析

第二节 中国消费市场发展趋势

一、国民收入增长趋势分析

二、国民消费水平增长趋势

三、国民消费结构趋势分析

四、未来可能影响消费的经济波动因素

第三节 消费市场对护肤品行业的影响

一、国民消费观念对行业的影响

二、国民收入水平对行业的影响

三、消费政策对行业的影响

第五部分 投资战略分析

第十一章 2026-2031年护肤品行业投资价值评估分析

第一节 护肤品行业投资特性分析

一、护肤品行业盈利因素分析

二、护肤品行业盈利模式分析

第二节 2026-2031年护肤品行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2026-2031年护肤品行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

第十二章 2026-2031年护肤品行业投资机会与风险防范

第一节 护肤品行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、护肤品行业投资现状分析

1、护肤品产业投资经历的阶段

2、2021-2026年护肤品行业投资状况回顾

3、2021-2026年护肤品行业投资状况

4、2021-2026年中国护肤品行业风险投资状况

4、2026-2031年我国护肤品行业的投资态势

第二节 2026-2031年护肤品行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、护肤品投资机遇

第三节 2026-2031年护肤品行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国护肤品行业投资建议

一、护肤品行业未来发展方向

二、护肤品行业主要投资建议

三、护肤品企业融资分析

第十三章 护肤品行业发展战略研究

第一节 护肤品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国护肤品品牌的战略思考

一、护肤品品牌的重要性

二、护肤品实施品牌战略的意义

三、护肤品企业品牌的现状分析

四、我国护肤品企业的品牌战略

五、护肤品品牌战略管理的策略

第三节 护肤品经营策略分析

一、护肤品市场细分策略

二、护肤品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、护肤品新产品差异化战略

第四节 护肤品行业投资战略研究

- 一、2021-2026年护肤品行业投资战略
- 二、2026-2031年护肤品行业投资战略
- 三、2026-2031年护肤品细分行业投资战略

第十四章 护肤品行业发展建议分析

- 第一节 护肤品行业研究结论及建议
- 第二节 护肤品细分行业研究结论及建议
- 第三节 护肤品行业竞争策略总结及建议

图表目录

- 图表：护肤品行业产品分类表
- 图表：2021-2026年护肤品行业工业总产值及占GDP比重(单位：亿元，%)
- 图表：我国统计上大中小微型企业划分标准(工业类)(单位：人，万元)
- 图表：中国企业的市场主体分类
- 图表：中国不同所有制性质企业的划分
- 图表：护肤品行业所处产业链示意图
- 图表：美容院顾客服务项目选择倾向性调查统计(单位：%)
- 图表：美容行业求职意向与企业需求岗位TOP10对比表
- 图表：女性消费者获得化妆品信息渠道统计(单位：%)
- 图表：女性消费者购买化妆品渠道统计(单位：%)
- 图表：美容行业主要消费群体的职业分布(单位：%)
- 图表：美容行业主要消费群体的年龄分布(单位：%)
- 图表：中国护肤品主要消费群体特点分析(元)

图表：2021-2026年护肤品行业经济指标情况

图表：2021-2026年护肤品行业盈利能力分析

图表：2021-2026年护肤品行业运营能力分析

图表：2021-2026年护肤品行业偿债能力分析

图表：2021-2026年护肤品行业发展能力分析

图表：2021-2026年护肤品行业产值变化情况

图表：2021-2026年护肤品行业产成品变化情况

图表：2021-2026年护肤品行业销售产值变化情况

图表：2021-2026年护肤品行业销售收入变化情况

图表：2026-2031年护肤品行业市场规模预测图表：

图表：2021-2026年中国化妆品行业销售收入规划图(单位：亿元，%)

图表：化妆品行业规划品牌目标

图表：化妆品行业新产品份额规划

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：22616

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170208/22616.shtml>

在线订购：[点击这里](#)