

# 中国护肤品行业现状深度研究与发展前景分析报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国护肤品行业现状深度研究与发展前景分析报告（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/202408/724558.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

护肤品即保护皮肤的产品。

### 一、行业发展现状

#### 1、我国化妆品行业进入高速发展阶段，消费持续攀升

功效护肤品归属于化妆品产业。化妆品是指以涂抹、喷洒或者其他类似方法，散布于人体表面的任何部位，如皮肤、毛发、指趾甲、唇齿等，以达到清洁、保养、美容、修饰和改变外观，或者修正人体气味，保持良好状态为目的的化学工业品或精细化工产品。

近年随着我国城镇化进程的持续加快、国民素质的提高、人口结构变化和“颜值经济”崛起，加之80后、90后为主的消费群体年轻化等叠加效应，为化妆品行业的发展创造了良好的市场环境和增长空间。目前我国化妆品行业进入高速发展阶段，消费持续攀升，市场规模已经上升为全球第二，市场规模增速超越其他国家，占据全球第一的位置。数据显示，2023年全年我国化妆品零售额达4142亿元，同比增长5.1%。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

#### 2、护肤市场呈现良好复苏态势，目前仍是我国化妆品市场的中坚力量

近年来随着社会经济的快速发展，居民收入水平和消费能力的提升，以及美容保养的理念深入下，护肤意识的逐渐提高，推动我国护肤品市场不断增长，并且表现出巨大的潜力和广阔的前景。虽然2022年在疫情的冲击之下增速受挫，但仍优于行业整体水平。尤其是自2023年年初以来，市场进入“恢复之年”，护肤品行业表现亮眼，呈现良好复苏态势。

数据显示，2023年我国护肤品市场规模为2818亿元，同比增长1.97%；在2019-2023年期间，年均复合增长率为3.57%。预计随着国民经济的持续增长和消费升级趋势的加速，加之营销渠道的日益多元化，我国护肤品市场将步入一个新的增长周期，展现出更加广阔的发展前景。

数据来源：Euromonitor，观研天下整理

目前护肤仍是我国化妆品市场的中坚力量。有数据显示，2023年在我国化妆品市场中，护肤品占据半壁江山，其占比达到60.51%。

数据来源：公开数据整理，观研天下整理

#### 3、“他经济”崛起，男士护肤品带来新增长点

目前在护肤品市场中，男性逐渐成为护肤品消费的新势力，男士护肤已逐渐成为新的业绩增长突破口。伴随男性消费力的崛起、Z世代男性群体消费意识更加多样个性，“他经济”也逐渐被赋予了更多定义。通俗来讲，“他经济”即男性经济，与“她经济”相对应。这主要得益于经济发展和财富快速增长，尤其是大量中产涌现，取悦意识和精致追求逐渐清晰，无论在消

费市场，还是资本属性的一级市场，男性花钱的“洪荒之力”都正在被正视和重申。与此同时，爱美之心人皆有之不仅仅是女性爱美，男性也也爱美。随着颜值经济的崛起，意识形态变得越来越多元化和包容化。不再只有女性关注护肤彩妆，男性也逐渐开始关注自我形象的提升。

在当今社会，随着美容护肤理念不断得到推广，男性愈发注重个人护理和仪容仪表，越来越多的男性消费者开始逐渐接受并使用化妆品，男性护肤习惯正在逐步形成。根据相关调研数据显示，目前有超过六成的男性会为自己购买护肤品，而有七成男性具备护肤习惯。

目前我国男士护肤市场仍然处于比较初级的阶段，具有广阔的提升空间。根据数据显示，2021年我国男性护肤品市场规模为99亿元，同比增长23.8%，整体呈较快发展态势，预计2023年市场规模将突破160亿元。

数据来源：公开数据整理，观研天下整理

#### 4、功能性护肤品实现飞跃，未来几年有望保持高速发展

近年来在生活压力大、长期佩戴口罩等因素导致有皮肤问题的人群数量增长的背景下，人们愈加关注护肤品的成效，驱动功能性护肤品市场开展。同时，国内医美行业发展下术后修复需求增多，功能性护肤品迎发展机遇，市场具备较大增长空间。

随着功能性护肤品的发力，市场市场实现飞跃，规模不断增长，也带动了整个护肤品乃至化妆品行业迅速增长，预计未来几年有望保持高速发展。与此同时，功能性护肤品产品端越来越呈现细分化、差异化的趋势，其中“重成分”的功能性护肤品已成为当下最为火热的细分品类之一。

数据来源：公开数据整理，观研天下整理

#### 5、敏感肌肤市场正在崛起

敏感肌肤的消费者在我国市场上占据了相当比例，敏感肌肤市场正在崛起。调查显示，相较于2022年，2023年认为自己的皮肤属于敏感肌肤的消费者比例上升。这些消费者对抗衰老的需求也更加强烈，比正常皮肤的消费者更有可能使用多种抗衰老产品，并对抗衰老产品的选择更为谨慎和多元化。数据显示，敏感肌肤的消费者更偏好那些经过敏感肌肤测试、含有重组胶原蛋白等修复成分的产品。这一趋势促使品牌开发更多适合敏感肌肤的抗衰老产品，同时也强调产品安全性和温和性的重要性。

目前一些化妆品品牌如欧莱雅和伊菲丹，已顺应这一趋势，推出专为敏感肌肤设计的产品，满足这一细分领域市场的需求。“适合敏感肌肤”的抗衰老新品在过去五年内实现了显著增长。从细分人群角度来看，25~29岁的敏感肌消费者，相比于普通基础护肤功效，更重视进阶护肤功效，说明年轻的敏感肌消费者并不会因为皮肤敏感而放弃对高阶护肤功效的追求。

## 二、行业市场需求特征偏好分析

### 1、具有抗皱抗衰老这一类功效型护肤品更受消费者喜爱

目前较于只有补水保湿、防晒等功能的基础护肤产品，功效型化妆品对特有成分、专利配方、研发实力、功效验证等要求更高。对于需求明确的消费者来说，具有抗皱抗衰老这一类功效型护肤品更受消费者喜爱。数据显示，目前超六成消费者在26-35岁的年龄段开始关注抗衰老信息。

数据来源：公开数据整理，观研天下整理

另外根据相关调研数据显示，2024年，抗皱抗衰老成为消费者选择护肤品的首要考虑因素，占比接近六成。其次美白祛斑、保湿锁水等原因对消费者在护肤品上的选择有较大影响。

数据来源：公开数据整理，观研天下整理

## 2、“成分党”消费者对护肤科学化需求的不断增强

近年“成分党”消费者对护肤科学化需求的不断增强。根据相关调研数据显示，2023年超九成(94.93%)的消费者认为护肤品的“成分配方安全、科学”非常重要，超七成(74.73%)的消费者在选择护肤品时都强调重视护肤品“有科学实验数据佐证”。这表明随着国民可支配收入的提升和消费的不断升级，我国消费者对护肤品的需求旺盛，寻求能够同时满足身心健康与审美需求的产品，对护肤品市场，不仅关注产品的基本护肤功能，还注重产品的品质、安全性和使用体验，以满足消费者对美好生活的追求。

## 3、面霜、乳液是消费者使用较多的产品

随着人们生活水平提升，对容貌要求提升，保养抗衰等护肤需求增加，对护肤品的要求也更加精细化，推动护肤品行业往不同的细分领域持续创新发展，产品愈发多元化和功能化。目前我国护肤品品类多样且分散，面霜、乳液等为常用产品。根据相关调研数据显示，2022年，在我国消费者常用护肤品品类中，面霜和乳液的使用率靠前，有46.1%的消费者使用面霜，40.6%的消费者使用乳液。其次，洗面奶、眼霜、爽肤水、面膜也是消费者使用较多的产品，占比均在三成以上。

数据来源：公开数据整理，观研天下整理

## 4、消费者常用护肤品品类以国货护肤品为主

2024年我国消费者常用护肤品品类以国货护肤品为主。根据相关调研数据显示，2024年我国消费者常用护肤品品类主要包括国货护肤品，其中超八成(84.26%)的消费者最经常购买国货护肤品。这一趋势反映了消费者对国产护肤品品牌的信心不断增强，同时也表明国产护肤品的市场占有率持续提升。

## 5、销售渠道多样化发展，电商渠道是主要销售渠道

目前我国护肤品行业的销售渠道多样化发展，主要分为线上和线下渠道。其中，线上渠道主要有天猫、京东等线上分销商、企业自营线上商场以及化妆品营销零售服务商；线下渠道主要包括企业线下的直营店、专卖店以及品牌合作的药店、超市等。

近年随着科技的不断优化，产品的宣传方式不断创新，电商平台、短视频、Vlog等新潮的传播方式更能获得消费者的青睐。数据显示，2023年我国护肤品行业销售渠道占比前三的分别是电商、百货以及专业美妆店，分别占比41.3%、21.1%和16.0%。

数据来源：公开数据整理，观研天下整理

### 三、市场参与者多且分散，欧莱雅占据市场龙头位置

目前我国护肤品市场参与者多且分散。数据显示，2023年我国护肤品市场CR10约50.3%，CR3约30.4%。从具体企业来看，欧莱雅、雅诗兰黛、宝洁、资生堂、珀莱雅、百雀羚等是目前我国主要护肤品企业。其中欧莱雅占据市场龙头位置，其2023年占据18.1%的市场份额，远高于其他企业。其次为雅诗兰黛和宝洁，市占率分别为7.4%和4.9%。可见相对于国内发展较晚的中小企业，国际品牌占有较大优势。

数据来源：公开数据整理，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《中国护肤品行业现状深度研究与发展前景分析报告（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年中国护肤品行业发展概述

#### 第一节 护肤品行业发展情况概述

## 一、护肤品行业相关定义

## 二、护肤品特点分析

## 三、护肤品行业基本情况介绍

## 四、护肤品行业经营模式

### 1、生产模式

### 2、采购模式

### 3、销售/服务模式

## 五、护肤品行业需求主体分析

## 第二节中国护肤品行业生命周期分析

### 一、护肤品行业生命周期理论概述

### 二、护肤品行业所属的生命周期分析

## 第三节护肤品行业经济指标分析

### 一、护肤品行业的赢利性分析

### 二、护肤品行业的经济周期分析

### 三、护肤品行业附加值的提升空间分析

## 第二章 2019-2023年全球护肤品行业市场发展现状分析

### 第一节全球护肤品行业发展历程回顾

### 第二节全球护肤品行业市场规模与区域分布情况

### 第三节亚洲护肤品行业地区市场分析

#### 一、亚洲护肤品行业市场现状分析

#### 二、亚洲护肤品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲护肤品行业市场前景分析

### 第四节北美护肤品行业地区市场分析

#### 一、北美护肤品行业市场现状分析

#### 二、北美护肤品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美护肤品行业市场前景分析

### 第五节欧洲护肤品行业地区市场分析

#### 一、欧洲护肤品行业市场现状分析

#### 二、欧洲护肤品行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲护肤品行业市场前景分析

### 第六节 2024-2031年世界护肤品行业分布走势预测

### 第七节 2024-2031年全球护肤品行业市场规模预测

## 第三章 中国护肤品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肤品行业的影响分析

## 第三节中国护肤品行业政策环境分析

### 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肤品行业的影响分析

## 第五节中国护肤品行业产业社会环境分析

## 第四章 中国护肤品行业运行情况

### 第一节中国护肤品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

### 第二节中国护肤品行业市场规模分析

#### 一、影响中国护肤品行业市场规模的因素

#### 二、中国护肤品行业市场规模

#### 三、中国护肤品行业市场规模解析

### 第三节中国护肤品行业供应情况分析

#### 一、中国护肤品行业供应规模

#### 二、中国护肤品行业供应特点

### 第四节中国护肤品行业需求情况分析

#### 一、中国护肤品行业需求规模

#### 二、中国护肤品行业需求特点

### 第五节中国护肤品行业供需平衡分析

## 第五章 中国护肤品行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国护肤品行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、护肤品行业产业链图解

### 第二节中国护肤品行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对护肤品行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状



#### 四、下游产业对护肤品行业的影响分析

##### 第三节我国护肤品行业细分市场分析

###### 一、细分市场一

###### 二、细分市场二

#### 第六章 2019-2023年中国护肤品行业市场竞争分析

##### 第一节中国护肤品行业竞争现状分析

###### 一、中国护肤品行业竞争格局分析

###### 二、中国护肤品行业主要品牌分析

##### 第二节中国护肤品行业集中度分析

###### 一、中国护肤品行业市场集中度影响因素分析

###### 二、中国护肤品行业市场集中度分析

##### 第三节中国护肤品行业竞争特征分析

###### 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年中国护肤品行业模型分析

##### 第一节中国护肤品行业竞争结构分析（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

##### 第二节中国护肤品行业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、中国护肤品行业SWOT分析结论

##### 第三节中国护肤品行业竞争环境分析（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年中国护肤品行业需求特点与动态分析

### 第一节中国护肤品行业市场动态情况

### 第二节中国护肤品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

### 第三节护肤品行业成本结构分析

### 第四节护肤品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

### 第五节中国护肤品行业价格现状分析

### 第六节中国护肤品行业平均价格走势预测

- 一、中国护肤品行业平均价格趋势分析
- 二、中国护肤品行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国护肤品行业所属行业运行数据监测

### 第一节中国护肤品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

### 第二节中国护肤品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

### 第三节中国护肤品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年中国护肤品行业区域市场现状分析

### 第一节 中国护肤品行业区域市场规模分析

- 一、影响护肤品行业区域市场分布的因素
- 二、中国护肤品行业区域市场分布

### 第二节 中国华东地区护肤品行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区护肤品行业市场分析
  - (1) 华东地区护肤品行业市场规模
  - (2) 华东地区护肤品行业市场现状
  - (3) 华东地区护肤品行业市场规模预测

### 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、华中地区护肤品行业市场分析
  - (1) 华中地区护肤品行业市场规模
  - (2) 华中地区护肤品行业市场现状
  - (3) 华中地区护肤品行业市场规模预测

### 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、华南地区护肤品行业市场分析
  - (1) 华南地区护肤品行业市场规模
  - (2) 华南地区护肤品行业市场现状
  - (3) 华南地区护肤品行业市场规模预测

### 第五节 华北地区护肤品行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区护肤品行业市场分析
  - (1) 华北地区护肤品行业市场规模
  - (2) 华北地区护肤品行业市场现状

### (3) 华北地区护肤品行业市场规模预测

#### 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、东北地区护肤品行业市场分析

###### (1) 东北地区护肤品行业市场规模

###### (2) 东北地区护肤品行业市场现状

###### (3) 东北地区护肤品行业市场规模预测

#### 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、西南地区护肤品行业市场分析

###### (1) 西南地区护肤品行业市场规模

###### (2) 西南地区护肤品行业市场现状

###### (3) 西南地区护肤品行业市场规模预测

#### 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、西北地区护肤品行业市场分析

###### (1) 西北地区护肤品行业市场规模

###### (2) 西北地区护肤品行业市场现状

###### (3) 西北地区护肤品行业市场规模预测

### 第十一章 护肤品行业企业分析（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年中国护肤品行业发展前景分析与预测

#### 第一节中国护肤品行业未来发展前景分析

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

#### 第二节中国护肤品行业未来发展趋势预测

#### 第三节中国护肤品行业规模发展预测

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

#### 第四节中国护肤品行业盈利走势预测

### 第十三章 2024-2031年中国护肤品行业进入壁垒与投资风险分析

#### 第一节中国护肤品行业进入壁垒分析

- 一、护肤品行业资金壁垒分析
- 二、护肤品行业技术壁垒分析
- 三、护肤品行业人才壁垒分析
- 四、护肤品行业品牌壁垒分析
- 五、护肤品行业其他壁垒分析

#### 第二节护肤品行业风险分析

- 一、护肤品行业宏观环境风险
- 二、护肤品行业技术风险
- 三、护肤品行业竞争风险

#### 四、护肤品行业其他风险

##### 第三节中国护肤品行业存在的问题

##### 第四节中国护肤品行业解决问题的策略分析

#### 第十四章 2024-2031年中国护肤品行业研究结论及投资建议

##### 第一节观研天下中国护肤品行业研究综述

###### 一、行业投资价值

###### 二、行业风险评估

##### 第二节中国护肤品行业进入策略分析

###### 一、行业目标客户群体

###### 二、细分市场选择

###### 三、区域市场的选择

##### 第三节护肤品行业营销策略分析

###### 一、护肤品行业产品策略

###### 二、护肤品行业定价策略

###### 三、护肤品行业渠道策略

###### 四、护肤品行业促销策略

##### 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/202408/724558.html>