

2025 年儿童护肤品制造市场调查报告

一、市场概述

1. 市场发展背景

(1) 近年来，随着我国经济的快速发展和居民生活水平的不断提高，儿童护肤品市场逐渐崛起。家长对儿童健康和美学的关注日益增强，使得儿童护肤品成为家庭消费的重要组成部分。同时，随着消费者对儿童护肤品安全性和有效性的要求越来越高，市场对高品质、天然成分的儿童护肤品需求不断增长。

(2) 随着科学技术的进步，儿童护肤品的研发和生产技术不断更新，产品种类日益丰富。从传统的清洁、保湿类产品，到防晒、美白、抗皱等功能性产品，儿童护肤品市场呈现出多元化的发展趋势。此外，消费者对个性化、定制化产品的需求也逐渐显现，推动了市场向细分化和差异化方向发展。

(3)

在政策层面，我国政府高度重视儿童健康和产业发展，出台了一系列支持政策，为儿童护肤品市场提供了良好的发展环境。同时，随着环保意识的增强，消费者对环保型、可持续发展的儿童护肤品产品需求不断上升，促使企业加大研发投入，推动行业向绿色、低碳、环保的方向发展。在这一背景下，儿童护肤品市场发展前景广阔，企业应抓住机遇，不断提升产品品质和竞争力。

2. 市场规模与增长趋势

(1) 近年来，我国儿童护肤品市场规模持续扩大，根据市场调研数据显示，2019年至2023年间，市场规模以年均复合增长率超过15%的速度快速增长。随着消费者对儿童皮肤健康关注度的提升，以及儿童护肤产品在功能性和安全性上的不断优化，预计未来几年市场规模将继续保持高速增长态势。

(2) 受益于消费升级和新生儿人口的稳定增长，儿童护肤品市场需求持续旺盛。尤其在一线城市和发达地区，家长对儿童护肤品的投入逐年增加，推动了市场规模的持续扩大。此外，随着电子商务的快速发展，线上渠道成为儿童护肤品销售的重要增长点，进一步推动了市场规模的增长。

(3) 从全球范围来看，我国儿童护肤品市场规模位居世界前列，已成为全球儿童护肤品市场的重要增长引擎。随着国内企业品牌影响力的提升和国际市场的拓展，预计我国儿童护肤品市场规模在未来几年内将继续保持高速增长，有望

成为全球最大的儿童护肤品市场之一。

3. 市场增长动力与挑战

(1)

儿童护肤品市场的增长动力主要来自于消费者对儿童皮肤健康的高度关注和消费升级趋势。随着家长对儿童护肤品安全性和有效性的要求不断提高，市场对高品质、天然成分的产品需求日益增长。此外，电子商务的普及和社交媒体的广泛传播，使得消费者更容易接触到各类产品信息，进一步推动了市场的快速增长。

(2) 另一方面，技术创新和产品研发的不断进步也为儿童护肤品市场的增长提供了强大动力。企业通过引入新技术、开发新型成分和优化产品配方，不断提升产品品质，满足消费者多样化的需求。同时，市场对个性化、定制化产品的追求也促使企业加大研发投入，推动市场持续增长。

(3) 然而，儿童护肤品市场也面临着诸多挑战。首先，市场竞争日益激烈，品牌众多，消费者选择多样化，企业需不断提升品牌影响力和产品竞争力。其次，行业监管政策逐渐严格，企业需遵守相关法规，确保产品质量安全。此外，环保压力增大，企业需在产品研发和生产过程中注重环保，以满足消费者对可持续发展的需求。

二、消费者行为分析

1. 消费者需求特点

(1) 消费者在选择儿童护肤品时，首先关注的是产品的安全性。家长普遍担心化学成分对儿童皮肤的潜在伤害，因此更倾向于选择天然成分、无添加的产品。消费者在购买时会仔细查看产品成分表，以确保产品不含对儿童有害的成分。

(2)

随着儿童护肤知识的普及，消费者对产品功效的要求越来越高。家长们不仅希望产品能够满足基础的清洁、保湿需求，更希望产品具有防晒、美白、抗皱等附加功能，以帮助儿童建立良好的皮肤护理习惯。因此，多功能性的儿童护肤品越来越受到消费者的青睐。

(3) 在品牌选择上，消费者倾向于选择知名度高、口碑好的品牌。家长更愿意为知名品牌支付更高的价格，因为他们相信这些品牌能够提供更可靠的产品和服务。同时，消费者也注重产品的包装设计，认为美观大方的包装能够提升产品的整体形象，从而增加购买意愿。

2. 消费者购买决策因素

(1) 消费者在购买儿童护肤品时，首先考虑的是产品的安全性。家长会仔细检查产品成分，避免含有对儿童皮肤有害的化学物质。他们倾向于选择天然成分、无刺激、无香料的产品，以确保产品的安全性。

(2) 产品功效是消费者购买决策的重要因素之一。消费者希望儿童护肤品能够有效解决儿童的皮肤问题，如保湿、防晒、抗敏感等。因此，产品是否具有针对性的功效，以及消费者对产品功效的认可度，都会影响他们的购买决策。

(3) 品牌知名度和口碑也是消费者购买决策的关键因素。家长更愿意信任那些在市场上拥有良好口碑和较高知名度的品牌。此外，产品的价格、包装设计、销售渠道以及促销活动等，也会在消费者购买决策中起到一定的作用。消费

者会综合考虑这些因素,以做出最符合自己需求的购买选择。

3. 消费者偏好与习惯

(1)

在儿童护肤品的选择上，消费者普遍偏好天然、温和的产品。他们倾向于选择那些含有天然植物提取成分的产品，如绿茶、蜂蜜、芦荟等，因为这些成分被认为对儿童皮肤无害，且具有较好的保湿和舒缓效果。消费者对产品的气味和色泽也有一定偏好，倾向于选择无味或清淡色彩的产品。

(2) 消费者在购买儿童护肤品时，习惯于通过口碑传播和社交媒体来获取信息。家长会参考亲朋好友的推荐，以及网络上的用户评价，来判断产品的品质和适用性。同时，消费者习惯于在购买前对比不同品牌和产品，以找到性价比最高的选择。在购买渠道方面，线上电商平台和线下母婴店是消费者购买儿童护肤品的主要场所。

(3) 消费者在使用儿童护肤品时，习惯于按照产品说明进行操作，如按照推荐的使用次数、量和使用方法来使用产品。家长注重培养儿童良好的皮肤护理习惯，如定时清洁、保湿等。此外，消费者在购买时会考虑产品的持久性和便利性，倾向于选择易于储存和携带的产品，以便于日常使用和外出携带。这些偏好和习惯在一定程度上影响了消费者对儿童护肤品的整体评价和购买决策。

三、产品类型与特点

1. 产品分类

(1)

儿童护肤品根据功能可分为清洁类、保湿类、防晒类、护理类等。清洁类产品主要包括婴儿洗发水、沐浴露、洗手液等，主要用于清洁儿童皮肤和头发，保持皮肤清洁。保湿类产品如保湿霜、润肤露等，旨在为儿童皮肤提供长效保湿效果。防晒类产品如防晒霜、防晒喷雾等，用于防止紫外线对儿童皮肤的伤害。护理类产品则包括婴儿油、爽身粉等，用于滋润、舒缓或保护儿童皮肤。

(2) 儿童护肤品按成分可分为天然成分类和合成成分类。天然成分类产品主要采用植物提取物、矿物成分等天然原料，如绿茶、芦荟、珍珠粉等，被认为对儿童皮肤更温和、安全。合成成分类产品则含有一些化学成分，如硅油、防腐剂等，虽然可能对皮肤有一定刺激，但通过严格的质量控制，也能确保产品的安全性和有效性。

(3) 根据年龄阶段，儿童护肤品可分为新生儿至6个月、6个月至1岁、1岁至3岁、3岁至6岁、6岁至12岁等不同年龄段的产品。不同年龄段儿童的皮肤特点不同，对护肤产品的需求也有所差异。例如，新生儿皮肤较为娇嫩，需要使用无泪配方、低刺激性的产品；而随着年龄增长，儿童皮肤逐渐发育，可能需要更多功能性、针对性的护肤产品。因此，产品分类需要考虑儿童的年龄特点，以满足不同年龄段儿童的需求。

2. 产品功能特点

(1)

儿童护肤品的功能特点主要体现在安全性、温和性、有效性以及针对性上。安全性方面，产品需避免含有刺激性成分，如酒精、香料等，以确保对儿童皮肤的温和度。温和性则体现在产品配方上，需采用无泪配方，减少对儿童眼睛的刺激。有效性方面，产品应具备良好的清洁、保湿、防晒等功能，满足儿童皮肤的基本护理需求。针对性方面，针对不同年龄段、不同皮肤状况的儿童，产品需具备相应的功能特点，如抗敏感、舒缓肌肤等。

(2) 在清洁功能方面，儿童护肤品通常具有以下特点：温和清洁，不破坏皮肤天然屏障；易于冲洗，避免残留物对皮肤的刺激；同时，部分产品具有抗过敏、舒缓肌肤的作用，适合敏感肌肤的儿童使用。在保湿功能方面，产品通常含有多种保湿成分，如透明质酸、甘油等，能够为儿童皮肤提供长效保湿效果，防止皮肤干燥。

(3) 针对防晒功能，儿童护肤品通常具备以下特点：物理防晒和化学防晒相结合，有效阻挡 UVA 和 UVB 射线；低刺激性，避免对儿童皮肤的伤害；易于涂抹和卸除，方便日常使用。此外，部分产品还具备防水、防汗功能，适合户外活动时使用。在护理功能方面，如抗敏感、舒缓肌肤等，产品通常含有天然植物提取物、维生素等成分，能够有效缓解儿童皮肤的不适，促进皮肤健康。

3. 产品成分分析

(1) 儿童护肤品的成分分析中，天然植物提取物是常见

的成分之一。例如，绿茶提取物具有抗氧化、抗炎作用，能够保护儿童皮肤免受自由基伤害；芦荟提取物具有保湿、舒缓效果，适合敏感肌肤的儿童使用。此外，洋甘菊提取物也常用于儿童护肤品中，具有抗过敏、舒缓肌肤的作用。

(2)

在保湿成分方面，透明质酸、甘油、尿囊素等是常用的保湿剂。透明质酸能够深入肌肤底层，提供长效保湿效果；甘油则能够帮助皮肤锁住水分，防止水分流失。这些成分在儿童护肤品中的应用，能够有效改善儿童皮肤干燥、粗糙等问题。

(3) 针对防晒成分，物理防晒剂如二氧化钛、氧化锌等，以及化学防晒剂如苯酮类、水杨酸乙基己酯等，都是常见的成分。物理防晒剂通过反射紫外线来保护皮肤，化学防晒剂则通过吸收紫外线来减少对皮肤的伤害。在选择儿童护肤品时，需注意产品中防晒成分的配比，以确保防晒效果的同时，降低对儿童皮肤的刺激。

四、竞争格局分析

1. 主要竞争品牌

(1) 在儿童护肤品市场，国际知名品牌如强生、美赞臣等，凭借其强大的品牌影响力和丰富的市场经验，占据了一定的市场份额。强生品牌以其温和、安全的产品特点，深受消费者信赖；美赞臣则以其高品质的营养品和护肤产品，赢得了家长的青睐。

(2) 国内品牌方面，贝亲、宝宝金水、好孩子等品牌在儿童护肤品市场中也具有较高知名度。贝亲品牌以天然、无添加的产品理念，赢得了消费者的喜爱；宝宝金水则以其独特的“水油平衡”配方，在市场上独树一帜。好孩子品牌则以其全方位的儿童护理产品，满足了消费者多样化的需求。

(3)

近年来，随着国产品牌的崛起，一些新兴品牌如自然堂、珀莱雅等也在儿童护肤品市场占据了一定的市场份额。自然堂品牌以中国传统植物提取为特色，结合现代科技，打造出一系列天然、安全的儿童护肤品；珀莱雅则以其创新的产品研发和营销策略，吸引了大量年轻消费者。这些品牌在市场竞争中逐渐崭露头角，为消费者提供了更多选择。

2. 竞争策略分析

(1) 竞争策略方面，儿童护肤品品牌主要采取以下几种策略：首先，强化品牌形象，通过广告宣传、明星代言等方式提升品牌知名度和美誉度。例如，一些品牌会选择与知名母婴博主合作，通过社交媒体进行产品推广，以增加品牌的曝光度。

(2) 其次，注重产品研发和创新，不断推出符合市场需求的新产品。品牌会投入大量资源进行产品研发，引入新技术、新成分，以满足消费者对高品质、多功能儿童护肤产品的需求。同时，针对不同年龄段和皮肤类型的儿童，推出差异化产品，满足细分市场的需求。

(3) 在渠道拓展方面，品牌会积极布局线上线下销售渠道，以覆盖更广泛的消费群体。线上渠道方面，品牌会利用电商平台、自建官网等渠道进行产品销售，同时通过社交媒体进行品牌推广和互动。线下渠道方面，品牌则通过母婴店、药店等实体店铺进行产品销售，并与零售商建立紧密的合作关系，提高市场覆盖率。此外，品牌还会通过举办各类促销

活动、开展会员制度等方式，提高消费者的忠诚度和复购率。

3. 市场份额分布

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/068056037032007037>