



市场调研在线

博研智尚信息咨询

B&Y 博研咨询
Consulting

中国湿用剃须刀行业市场情况研究及竞争格局分析报告

博研咨询&市场调研在线网

中国湿用剃须刀行业市场情况研究及竞争格局分析报告

正文目录

第一章、湿用剃须刀行业定义.....	3
第二章、中国湿用剃须刀行业发展现状.....	4
第三章、中国湿用剃须刀行业产业链分析.....	5
第四章、中国湿用剃须刀行业市场需求分析.....	7
第五章、中国湿用剃须刀行业市场竞争格局.....	8
第六章、中国湿用剃须刀行业 SWOT 分析（优势、劣势、机会、威胁）.....	10
第七章、中国湿用剃须刀行业重点企业及竞争对手分析.....	11
第八章、中国湿用剃须刀行业市场占有率分析.....	13
第九章、中国湿用剃须刀行业市场发展趋势预测分析.....	14
第十章、中国湿用剃须刀行业市场挑战与机遇.....	16
第十一章、中国湿用剃须刀行业市场突围建议.....	18

第一章、湿用剃须刀行业定义

1.1 行业概述

湿用剃须刀行业主要涉及生产、销售用于湿剃（即使用剃须泡沫、凝胶等辅助产品进行剃须）的手动剃须刀及其配件。该行业在全球范围内拥有庞大的市场规模，随着个人护理意识的提升和技术的进步，市场需求持续增长。

1.2 市场规模

全球市场规模：截至 2022 年底，全球湿用剃须刀市场规模达到约 250 亿美元，预计到 2027 年将达到 300 亿美元，复合年增长率约为 3%。

中国市场规模：中国作为全球最大的单一市场之一，2022 年的市场规模约为 40 亿美元，预计到 2027 年将达到 50 亿美元，复合年增长率约为 4.5%。

1.3 主要参与者

吉列（Gillette）：全球市场份额占比最高，约为 40%，以其高品质和创新技术著称。

飞利浦（Philips）：专注于电动和手动剃须刀领域，市场份额约为 15%。

舒仕（Schick）：在美国市场占据重要地位，全球市场份额约为 10%。

1.4 技术发展趋势

多刃设计：市场上主流产品已从单刃发展至五刃甚至六刃，以提高剃须效率和舒适度。

智能科技应用：部分高端产品开始集成传感器技术，能够根据皮肤类型调整剃须力度，提升用户体验。

可持续材料：为响应环保需求，部分品牌开始采用可回收材料制造剃须刀柄，减少塑料使用量。

1.5 消费者偏好变化

年轻化趋势：年轻消费者更倾向于追求个性化和高品质的产品，推动了高端市场的增长。

健康意识增强：越来越多的消费者关注剃须过程中的皮肤保护，偏好温和和无刺

激的产品。

便捷性需求：快节奏生活促使消费者更加重视产品的便捷性和易用性，便携式产品受到欢迎。

1.6 未来展望

随着技术创新和消费者需求的不断演进，湿用剃须刀行业预计将持续稳步增长。特别是在可持续发展方面，更多环保材料的应用将成为行业发展的重要趋势之一。针对不同肤质和需求的定制化产品也将成为市场的新亮点。

根据博研咨询&市场调研在线网分析，本章通过详细的数根据博研咨询&市场调研在线网分析，旨在为读者提供关于湿用剃须刀行业的全面了解，包括市场规模、主要参与者、技术发展趋势等方面的信息，为后续深入探讨奠定了坚实的基础。

第二章、中国湿用剃须刀行业发展现状

一、市场规模与增长趋势

市场规模：截至 2022 年底，中国湿用剃须刀市场的规模达到约 450 亿元人民币，相较于 2017 年的 300 亿元，年复合增长率约为 8.5%。

增长趋势：预计到 2027 年，市场规模将进一步扩大至 650 亿元左右，期间年复合增长率预计维持在 7%左右。

二、主要品牌竞争格局

市场份额：当前市场上，吉列（Gillette）占据了超过 40%的市场份额，稳居第一；飞利浦（Philips）和博朗（Braun）分别占据 15%和 10%的份额，位列第二和第三。

本土品牌崛起：如云米（Viomi）、小米生态链品牌等新兴本土品牌开始崭露头角，合计市场份额达到了约 15%，显示出较强的竞争力和发展潜力。

三、消费者偏好变化

产品偏好：随着消费升级趋势明显，消费者对于高端、定制化产品的偏好逐渐增强。2022 年，高端剃须刀销量同比增长了 20%，远高于整体市场增速。

购买渠道：线上渠道成为主流购买方式之一，2022 年线上销售额占比达到 55%，

比 2017 年提高了 15 个百分点。

四、技术创新与应用

智能技术：智能感应技术的应用日益广泛，能够自动调节剃须力度，提升用户体验。采用此类技术的产品市场份额已达到 20%。

可持续发展：环保材料的使用越来越受到重视，例如可回收材料制成的剃须刀产品销量增长了 30%，显示出消费者对可持续生活方式的支持。

五、政策环境与行业规范

政策支持：政府出台了一系列鼓励创新和绿色发展的政策措施，为湿用剃须刀行业的健康发展提供了良好的外部环境。

行业标准：2021 年，相关部门发布了最新的《湿用剃须刀产品质量标准》，明确了产品的安全性和性能要求，进一步规范了市场竞争秩序。

六、未来发展展望

市场前景：随着消费者对个人护理产品需求的持续增长，预计未来几年内湿用剃须刀市场将持续稳定增长。

技术革新：技术创新将成为推动行业发展的关键因素，尤其是智能化和个性化产品的研发，有望进一步拓宽市场空间。

中国湿用剃须刀行业正处于快速发展阶段，市场规模不断扩大，技术创新和消费者偏好的变化正引领着行业未来的方向。

第三章、中国湿用剃须刀行业产业链分析

一、产业链概述

中国湿用剃须刀行业的产业链主要包括原材料供应、生产制造、分销渠道和终端消费四个主要环节。原材料主要包括钢材、塑料等；生产制造则涵盖了设计研发、模具制作、组装测试等多个步骤；分销渠道包括线上电商平台、线下零售店等多种形式；终端消费则面向个人消费者及部分商业客户。

二、原材料供应分析

钢材供应：作为湿用剃须刀的主要材料之一，中国钢铁产量居全球首位，2022

年全年产量达到 10.3 亿吨，为湿用剃须刀提供了充足的原材料保障。

塑料供应：塑料在湿用剃须刀的手柄、外壳等部件中广泛应用。2022 年中国塑料制品产量超过 8,000 万吨，满足了行业需求的同时也促进了成本控制。

三、生产制造环节分析

设计研发：中国湿用剃须刀企业在设计研发方面投入持续增加，2022 年行业研发投入占比达到 4%，高于全球平均水平。

制造技术：采用先进制造工艺，如精密铸造、注塑成型等，有效提升产品质量。2022 年，中国湿用剃须刀行业自动化生产线普及率达到 65%以上，显著提高了生产效率。

四、分销渠道分析

线上销售：随着电商市场的快速发展，2022 年中国湿用剃须刀线上销售额占比达到 52%，成为最主要的销售渠道之一。

线下零售：尽管受到线上销售冲击，但线下零售仍占据重要地位，2022 年市场份额约为 48%。大型连锁超市、专卖店等仍是消费者购买湿用剃须刀的重要场所。

五、终端消费市场分析

市场规模：2022 年中国湿用剃须刀市场规模达到 150 亿元人民币，同比增长 7.5%。

消费者偏好：调查显示，2022 年消费者更倾向于购买具有舒适握感、高效剃须功能的产品。电动湿用剃须刀因其便捷性和高效性受到年轻消费者的青睐，市场份额增长至 30%。

六、产业链发展趋势

技术创新：预计未来几年内，新材料应用、智能化技术将成为推动湿用剃须刀行业发展的重要动力。

市场细分：随着消费者需求日益多样化，针对不同年龄层、性别乃至肤质的定制化产品将逐渐增多。

可持续发展：环保意识提升促使行业向更加绿色、可持续的方向发展，使用可回收材料、减少包装等措施将成为趋势。

通过上述分析中国湿用剃须刀行业在原材料供应充足、生产制造技术不断进步

的基础上，正逐步完善其分销渠道并深入挖掘终端市场需求。该行业有望继续保持稳健增长态势，并在技术创新与可持续发展方面取得更多突破。

第四章、中国湿用剃须刀行业市场需求分析

一、市场规模与增长趋势

2018 年市场规模：2018 年中国湿用剃须刀市场规模约为 120 亿元人民币。

2019 年市场规模：随着消费升级和男性美容意识提升，2019 年市场规模增长至 135 亿元人民币，同比增长约 12.5%。

2020 年市场规模：尽管受到全球疫情的影响，但得益于线上销售渠道的拓展，2020 年市场规模仍达到 145 亿元人民币，同比增长 7.4%。

2021 年市场规模：随着经济逐步复苏，2021 年市场规模进一步扩大至 160 亿元人民币，同比增长 10.3%。

2022 年市场规模：预计 2022 年市场规模将达到 175 亿元人民币，同比增长 9.4%。

二、消费者行为分析

年龄分布：

18-24 岁年龄段占比约为 15%，这部分消费者更倾向于追求时尚与个性化产品；

25-34 岁年龄段占比最高，达到 40%，这部分消费者对产品质量要求较高，同时注重品牌影响力；

35 岁以上年龄段占比 45%，这部分消费者更看重产品的实用性和性价比。

购买渠道：

线上渠道（包括电商平台、品牌官网等）占比超过 60%，成为最主要的购买途径；

线下渠道（如超市、专卖店等）占比约为 40%，其中大型连锁超市仍然是重要的销售终端。

三、驱动因素与挑战

驱动因素：

消费升级：随着居民收入水平提高，消费者越来越倾向于购买高品质的个人护理产品。

技术创新：新材料与新技术的应用提高了湿用剃须刀的舒适度与耐用性，吸引更多消费者。

营销推广：通过社交媒体等渠道进行的品牌宣传有效提升了产品知名度与市场份额。

面临的挑战：

市场竞争加剧：国内外品牌纷纷加大投入，市场竞争日益激烈。

消费者需求多样化：不同年龄层、性别消费者的个性化需求增加，对产品设计提出更高要求。

成本压力上升：原材料价格上涨等因素导致生产成本增加，影响企业利润率。

四、未来展望

市场潜力：随着年轻一代消费群体的崛起以及男性美容观念的普及，预计未来几年内中国湿用剃须刀市场仍将保持稳定增长态势。

发展趋势：

智能化趋势：智能剃须刀等高科技产品将成为新的增长点。

可持续发展：环保材料与可回收设计将成为产品开发的重要方向之一。

中国湿用剃须刀行业正处于快速发展阶段，面对着巨大的市场机遇与挑战。企业需要不断创新以满足消费者日益增长的需求，并通过有效的市场策略来巩固自身地位。

第五章、中国湿用剃须刀行业市场竞争格局

一、行业概述

中国湿用剃须刀市场近年来呈现出稳定增长的趋势。随着消费者对于个人护理产品品质要求的提高，湿用剃须刀作为男性日常护理的重要组成部分，市场需求持续扩大。2022 年中国湿用剃须刀市场规模达到约 200 亿元人民币，预计到 2027 年将达到 250 亿元人民币左右，年复合增长率约为 4.5%。

二、主要竞争者分析

1. 吉列 (Gillette)

市场份额：吉列在中国湿用剃须刀市场占据主导地位，2022 年的市场份额约为 35%。

产品线：吉列拥有从入门级到高端的完整产品线，包括“锋速 3”、“锋隐”等系列，满足不同消费者需求。

营销策略：通过线上线下相结合的方式推广，特别是在社交媒体平台上的广告投放力度较大。

2. 舒仕 (Schick)

市场份额：舒仕紧随吉列之后，2022 年市场份额约为 20%。

产品特色：舒仕以其独特的刀片设计和技术著称，如“氢离子”系列，能够提供更加舒适的剃须体验。

市场定位：针对追求高品质剃须体验的中高端消费者群体。

3. 飞利浦 (Philips)

市场份额：飞利浦在电动剃须刀领域表现突出，在手动湿用剃须刀市场的份额约为 10%。

产品亮点：飞利浦的手动剃须刀产品线虽然不如其电动剃须刀丰富，但凭借品牌影响力和技术创新，仍然获得了一定市场份额。

发展方向：近年来加大了对湿用剃须刀市场的投入，推出了一系列新产品以提升竞争力。

4. 其他本土品牌

市场份额：包括双立人 (Zwilling)、超人 (Supor) 等在内的多个本土品牌合计占据了约 35% 的市场份额。

竞争优势：价格优势明显，同时不断加强技术研发，提升产品质量，逐步缩小与国际品牌之间的差距。

三、市场发展趋势

1. 技术创新：随着新材料和新技术的应用，湿用剃须刀的舒适度和耐用性将持续提升。

2. 个性化定制：越来越多的品牌开始提供个性化定制服务，以满足消费者的多样化需求。

3. 可持续发展：环保理念日益深入人心，可替换刀头的设计成为主流趋势之一。

4. 线上渠道扩张：电商平台成为湿用剃须刀销售的重要渠道之一，品牌纷纷加大在线营销力度。

四、总结

中国湿用剃须刀市场竞争激烈，但仍有较大的发展空间。随着消费者对产品品质要求的不断提高，技术创新将成为品牌赢得市场份额的关键。本土品牌正逐步崛起，通过不断提升自身实力来挑战国际大牌的地位。未来几年内，该行业有望继续保持稳健增长态势。

第六章、中国湿用剃须刀行业 SWOT 分析（优势、劣势、机会、威胁）

一、优势（Strengths）

1. 市场规模庞大：截至 2022 年底，中国湿用剃须刀市场规模达到约 450 亿元人民币，年复合增长率超过 8%。庞大的市场规模为行业发展提供了坚实的基础。

2. 品牌影响力增强：国内品牌如飞科、超人等，在技术创新和产品质量方面不断进步，逐渐缩小了与国际品牌如吉列、博朗之间的差距，增强了市场竞争力。

3. 产业链完善：中国拥有完整的湿用剃须刀产业链，从原材料供应到产品制造再到销售终端，各个环节高度协同，有效降低了生产成本并提高了效率。

4. 政策支持：政府出台了一系列扶持政策，鼓励技术创新和产业升级，为湿用剃须刀行业的持续发展创造了有利条件。

二、劣势（Weaknesses）

1. 创新能力不足：尽管国内品牌在产品质量和技术上有所提升，但在高端产品线的研发投入和创新能力方面仍与国际品牌存在较大差距。

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/808064025001007013>