



# 商贸零售行业报告-敷尔佳：乘 医美敷料之东风 产品渠道并 行成就行业龙头



基本情况：覆盖专业皮肤护理产品全产业链，贴片式专业皮肤护理产品 2020 年市占第一

公司从事专业皮肤护理产品的研发、生产和销售，在售产品以适用于轻中度痤疮、促进创面愈合与皮肤修复的 II 类医疗器械类产品为主，多种形式的功能型护肤品为辅。据弗若斯特沙利文统计，2020 年公司贴片类产品销售额为贴片类专业皮肤护理产品市场第一，其中医疗器械类敷料产品市场占比排第一，功能性护肤品贴膜类产品市场市场占比第二。

行业：颜值经济背景下专业护肤需求驱动，专业皮肤护理市场潜力可观根据定位不同，可以将皮肤护理产品分为专业皮肤护理产品和基础护肤品。

根据注册类别和监管分类，专业皮肤护理产品可以分成医疗器械类敷料产品和化妆品类功能性护肤品。人均可支配收入持续上升&大众审美浪潮推动“颜值经济”发展，人们对皮肤管理的需求增加。一方面，消费者对于医疗器械类敷料产品的需求不断上升，2013 年以来医美市场持续维持 20%+ 的增速；另一方面，功能性护肤品对于多发的皮肤屏障受损、持续发痘、脱皮、过敏、泛红等皮肤不稳定问题提供了良好的解决方案，取得了稳定的增长。

2016-2020 年专业皮肤护理产品 CAGR 为 30.3%，当前其占整体护肤市场比例不超过 10%。弗若斯特沙利文预计 2020-2025 年 CAGR 将达到 23.7%，增长势头强劲。

核心：产品&渠道构建完善，提前布局抢占先发优势 1) 逐步构建产品矩阵，医疗器械切入，按消费者需求逐步拓宽：2012 年公司捕捉到市场变化趋势和庞大的消费需求，根据市场变化情况决定将皮肤护理产品领域调整为未来的业务发展方向，从医疗器械切入，2016 年推出白膜、黑膜，抓住市场利好形势采取了多元有效的营销策略推动其规模快速上升，成为公司支柱产品。随后，逐步拓宽化妆品矩阵满足消费者需求，产品涵盖面膜、喷雾、水、精华、乳液、冻干粉等多种剂型。

2) 多渠道同步驱动+多样化品牌推广，渠道营销齐头并进助力业绩增长：

公司线上线下同步推进，线上渠道主要分为直销、经销和代销，覆盖天猫、小红书、京东等大型平台；线下主要面向美容机构、连锁零售药店等终端渠道，多方面严格遴选经销商，形成自主可控的私域流量，同时在官方微信公众号中建立了分销联盟系统平台进行管理，有利于销售渠道下沉、深度拓展市场空间。高度关注品牌推广，线上宣传推广覆盖多种场景和多种方式；另外，通过影视剧和综艺节目广告植入、明星代言进行品牌

**预览已结束，完整报告链接和二维码如下：**

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_47757](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_47757)

