2020-2026年中国化妆品行业发展态势与投资策略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国化妆品行业发展态势与投资策略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.cction.com/report/202009/187852.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

2019年上半年3家化妆品公司等权平均存货周转天数为122.3天，同比减少21天；上海家化和珀莱雅分别同比下降17.8天和20.6天。应付账款周转天数来看， 上海家化下降8.5天至118天；珀莱雅同比上升15.7天至141.3天， 或显示上游议价能力有所提升。总资产周转率与去年同期基本持平。2019年上半年3家化妆品公司等权平均资产负债率为38.5%，同比减少5.5个百分点，计息负债率减少3.2个百分点至9.4%；主要系珀莱雅IPO改善资产负债结构，行业整体收缩资产负债率。3家化妆品公司存货周转天数（天）3家化妆品公司应付帐款周转天数（天）3家化妆品公司预收帐款墙周转天数（天）

中企顾问网发布的《2020-2026年中国化妆品行业发展态势与投资策略报告》共十二章。首先介绍了中国化妆品行业市场发展环境、化妆品整体运行态势等，接着分析了中国化妆品行业市场运行的现状，然后介绍了化妆品市场竞争格局。随后，报告对化妆品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国化妆品行业发展趋势与投资预测。您若想对化妆品产业有个系统的了解或者想投资中国化妆品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第 一部分 化妆品行业发展环境
第 一章 化妆品行业发展综述
第 一节 化妆品行业相关界定
一、化妆品行业基本定义
二、化妆品行业分类情况
第二节 化妆品行业基本特性分析
一、化妆品行业周期性分析
二、化妆品行业区域性分析
三、化妆品行业季节性分析
第三节 化妆品行业经营方式分析
一、化妆品行业生产方式分析
二、化妆品行业销售方式分析

1、化妆品行业线下渠道分析
2、化妆品行业线上渠道分析
3、化妆品行业线上线下渗透分析
第四节 化妆品行业产业链分析
一、化妆品行业与上游行业的关联分析
二、化妆品行业与下游行业的关联分析

第二章 化妆品行业发展环境分析
第 一节 化妆品行业政策环境分析
一、化妆品行业管理体制分析
二、化妆品行业重要政策汇总
三、化妆品行业相关发展规划
第二节 化妆品行业经济环境分析
一、国际经济运行情况分析
二、国内经济运行情况分析
第三节 化妆品行业消费环境分析
一、消费区域差异分析
二、产品消费偏好分析
三、品牌的忠诚度分析
四、与消费者联系分析
第四节 化妆品行业技术环境分析
一、化妆品行业技术水平分析
二、化妆品行业技术特点分析

第二部分 化妆品所属行业发展现状
第三章 全球化妆品行业发展状况分析
第 一节 全球化妆品行业发展现状分析
一、全球化妆品行业发展现状分析
二、全球化妆品行业市场规模分析
三、全球化妆品行业区域分布情况
四、全球化妆品产品竞争格局分析
第二节 全球主要国家化妆品行业发展分析

一、美国化妆品行业发展状况分析
二、日本化妆品行业发展状况分析
三、法国化妆品行业发展状况分析
四、德国化妆品行业发展状况分析
五、巴西化妆品行业发展状况分析
六、印度化妆品行业发展状况分析
七、非洲化妆品行业发展状况分析
八、俄罗斯化妆品行业发展状况分析
第三节 全球主要化妆品企业经营状况分析
一、法国欧莱雅集团
1、集团发展概况
2、总体经营情况
3、品牌经营状况
4、销售区域分布
5、企业在华竞争
二、美国宝洁集团
1、集团发展概况
2、总体经营情况
3、品牌经营状况
4、销售区域分布
5、企业经营战略
6、企业在华竞争
三、英国联合利华集团
1、集团发展概况
2、总体经营情况
3、品牌经营状况
4、销售区域分布
5、企业经营战略
6、企业在华竞争
四、美国强生集团
1、集团发展概况
2、总体经营情况

3、品牌经营状况

4、企业在华竞争

第四节 全球化妆品行业发展趋势预测

一、全球化妆品行业发展前景展望

二、全球化妆品行业发展趋势预测

第五节 全球化妆品行业对中国的启示

一、政府引导规范化妆品行业的发展

二、实施“走出去”战略,提高竞争力

三、化妆品企业要开发多种消费市场

第四章 中国化妆品所属行业发展状况分析

第 一节 化妆品行业发展状况分析

一、化妆品行业发展历程分析

二、化妆品行业发展现状分析

三、化妆品行业市场特点分析

四、化妆品行业市场规模分析

随着我国国民收入倍增计划、城镇化战略实施的深入，我国城镇居民总量进一步扩大，人均可支配收入进一步提高，带动了化妆品领域市场规模的持续增加。从2013-2017年间，我国化妆品市场规模保持平稳增长趋势。2015年中国化妆品市场规模突破3000亿元，2017年全国化妆品市场规模达到2542亿元，预计2019年全国化妆品零售额将达到3737亿元。2013-2018年中国化妆品市场规模走势

第二节 化妆品所属行业经济运行分析

一、化妆品行业资产规模分析

二、化妆品行业负债规模分析

三、化妆品行业产成品分析

四、化妆品行业销售收入分析

五、化妆品行业利润总额分析

第三节 化妆品所属行业经营情况分析

一、化妆品行业盈利能力分析

二、化妆品行业偿债能力分析

三、化妆品行业营运能力分析

四、化妆品行业成长能力分析

第四节 化妆品所属行业进出口分析
一、化妆品行业进出口形势分析
二、化妆品行业出口市场分析
三、化妆品行业进口市场分析
第五节 化妆品行业关注度分析
一、化妆品行业整体关注度分析
1、化妆品行业整体检索趋势分析
2、化妆品行业的检索内容及趋势
3、化妆品行业品类检索趋势分析
4、化妆品行业品牌检索趋势分析
二、化妆品行业品类关注度分析
1、护肤产品关注度分析
2、彩妆产品关注度分析
3、香氛产品关注度分析
4、美发护发关注度分析

第五章 中国化妆品店市场调研分析
第 一节 化妆品店调查取样分析
一、化妆品店店铺门店数量比例
二、化妆品店店铺类型分布比例
三、化妆品店店铺面积比例分布
四、化妆品店店铺零售规模比例
第二节 化妆品店经营概况分析
一、化妆品店店铺零售环境评价
二、化妆品店店铺收入增长分析
三、化妆品店店铺利润增长分析
四、化妆品店店铺的投资及盈利
五、化妆品店店铺竞争对手分析
六、化妆品店店铺KPI导向指示
七、化妆品店店铺会员消费占比
第三节 化妆品店成本结构分析
一、化妆品店店铺租金水平分析

二、化妆品店店铺人工成本分析

1、化妆品店店长工资分析

2、化妆品店普通员工资分析

3、化妆品店后台人员工资分析

4、化妆品店员工流失率分析

5、化妆品店的广告及促销费用

6、化妆品店店铺管理费用占比

第四节 化妆品店绩效指标分析

一、化妆品店的客单价分析

二、化妆品店平均坪效分析

三、化妆品店平均品效分析

四、化妆品店平均人效分析

五、化妆品店产品价格分析

第五节 化妆品店品类情况分析

一、护肤产品分析

二、彩妆产品分析

三、洗护产品分析

四、面膜产品分析

五、男士产品分析

六、进口产品分析

七、特色小品类分析

第六节 化妆品店店铺管理分析

一、化妆品店店铺压力类型分析

二、化妆品店连锁扩张影响因素

三、化妆品店身边店铺影响分析

四、化妆品店店铺模式喜好分析

五、化妆品店店铺业绩影响因素

六、化妆品店店铺经营品类分析

七、化妆品店店铺引流方式类型

八、化妆品店店铺O2O态度分析

九、化妆品店店铺推广方式分析

十、化妆品店店铺挑选员工标准

十一、化妆品店店铺团队提升分析
十二、化妆品店店铺联盟抱团态度
十三、化妆品店店铺的代理商和供应商分析

第三部分 化妆品市场领航调研
第六章 中国化妆品行业细分市场发展分析
第 一节 护肤品行业发展状况分析
一、护肤品行业发展状况分析
1、护肤品行业发展现状分析
2、护肤品行业市场规模分析
3、护肤品行业技术发展分析
4、护肤品行行业营销策略分析
二、护肤品行业主要产品分析
1、面膜行业发展状况分析
2、面霜行业发展状况分析
3、唇膏行业发展状况分析
4、精华液行业发展状况分析
5、洗面奶行业发展状况分析
6、爽肤水行业发展状况分析
7、卸妆水行业发展状况分析
8、祛痘护肤品行业发展状况分析
三、护肤品行业发展趋势分析
1、护肤品行业发展前景分析
2、护肤品行业发展趋势分析
第二节 彩妆行业发展状况分析
一、彩妆行业发展状况分析
1、彩妆行业发展现状分析
2、彩妆行业市场规模分析
3、彩妆行业市场结构分析
二、彩妆行业主要产品分析
1、眼妆行业发展状况分析
2、唇彩行业发展状况分析

3、美甲行业发展状况分析
三、彩妆行业发展趋势分析
1、彩妆行业发展前景分析
2、彩妆行业发展趋势分析
第三节 洗护行业发展状况分析
一、洗护行业发展现状分析
二、洗护行业主要产品分析
1、洗发产品市场发展分析
2、护发产品市场发展分析
3、美发产品市场发展分析
4、沐浴产品市场发展分析
三、洗护行业发展趋势分析
1、洗护行业发展前景分析
2、洗护行业发展趋势分析
第四节 口腔护理用品行业发展状况分析
一、口腔护理用品行业发展现状分析
二、口腔护理用品行业主要产品分析
1、牙膏行业发展状况分析
2、洗漱水行业发展状况分析
3、口腔清洁剂行业发展状况分析
三、口腔护理用品行业发展趋势分析
1、口腔护理用品行业发展前景分析
2、口腔护理用品行业发展趋势分析
第五节 男士护理用品行业发展状况分析
一、男士护理用品行业发展现状分析
1、男士护理用品行业基本分类情况
2、男士护理用品行业发展特点分析
3、男士护理用品行业市场规模分析
4、男士护理用品市场消费特点分析
5、男士护理用品行业竞争格局分析
6、男士护理用品行业渠道格局分析
二、男士护理用品行业消费调查分析

1、男士护理用品消费习惯调查分析
2、男士护理用品使用需求调查分析
3、男士护理用品消费原因调查分析
4、男士护理用品消费选择因素分析
5、男士护理用品的品牌忠诚度分析
6、男士护理用品新品牌的购买因素
7、男士护理用品品牌消费来源分析
三、男士护理用品行业发展趋势分析
1、男士护理用品行业发展前景分析
2、男士护理用品行业发展趋势分析
第六节 儿童化妆品行业发展状况分析
一、儿童化妆品行业发展现状分析
1、儿童化妆品行业总体发展现状
2、儿童化妆品行业品牌现状分析
3、儿童化妆品行业消费市场分析
4、儿童化妆品行业市场竞争分析
5、儿童化妆品行业营销组合分析
6、儿童化妆品行业价格策略分析
二、儿童化妆品行业市场格局分析
1、儿童化妆品行业市场规模分析
2、儿童化妆品行业竞争格局分析
3、儿童化妆品行业渠道格局分析
三、儿童化妆品行业发展趋势分析
1、儿童化妆品行业发展前景分析
2、儿童化妆品行业发展趋势分析
第七节 香水行业发展状况分析
一、香水行业发展现状分析
1、香水行业发展特点分析
2、香水行业市场规模分析
3、香水行业市场竞争分析
4、香水行业消费市场分析
二、香水行业消费调查分析

1、香水行业调查样本分析
2、香水消费频率调查分析
3、香水消费原因调查分析
4、香水消费香调调查分析
5、香水消费规格调查分析
6、香水消费品牌调查分析
三、香水行业发展趋势分析
1、香水行业发展前景分析
2、香水行业发展趋势分析
第八节 防晒用品行业发展状况分析
一、防晒用品行业发展现状分析
1、防晒用品行业发展现状分析
2、防晒用品行业市场规模分析
3、防晒用品行业竞争格局分析
二、防晒类化妆品中防晒剂使用分析
1、防晒类化妆品产品类别分布情况
2、防晒类化妆品中防晒剂使用频率
3、防晒剂的复配使用变化情况分析
三、防晒用品行业发展趋势分析
1、防晒用品行业发展前景分析
2、防晒剂行业发展趋势分析
3、防晒用品行业发展趋势分析

第七章 中国化妆品行业销售渠道及策略分析
第 一节 化妆品行业销售渠道发展现状分析
一、化妆品行业销售渠道结构分析
二、超市及大卖场渠道分析
1、渠道概况
2、渠道比重
三、百货商场渠道
1、渠道概况
2、渠道比重

四、药妆店渠道

1、渠道概况

2、渠道比重

五、专营店渠道

1、渠道概况

2、渠道比重

六、个人护理店及便利店渠道

1、渠道概况

2、渠道比重

七、网络渠道

1、渠道概况

2、渠道比重

八、直销渠道

1、渠道概况

2、渠道比重

九、其他渠道

1、渠道概况

2、渠道比重

第二节 化妆品行业电子商务渠道分析

一、化妆品行业电子商务渠道现状

1、化妆品行业电子商务交易规模分析

2、化妆品行业电子商务渠道特性分析

3、化妆品行业电子商务渠道优势分析

4、化妆品行业电子商务渠道劣势分析

5、化妆品电子商务渠道与传统渠道的关联

6、化妆品行业电子商务渠道经营策略

7、化妆品行业网购用户属性分析

二、化妆品产品线上市场发展分析

1、清洁护肤类线上市场分析

2、彩妆类线上市场发展分析

三、化妆品行业电子商务发展前景分析

第三节 化妆品行业的产品策略分析

一、行业领先产品策略分析
二、行业典型产品案例分析
第四节 化妆品行业的定价策略分析
一、行业领先定价策略分析
二、行业典型定价案例分析
第五节 化妆品行业的促销策略分析
一、行业领先促销策略分析
二、行业典型促销案例分析

第四部分 化妆品行业竞争格局
第八章 中国化妆品行业竞争格局分析
第 一节 化妆品行业竞争结构分析
一、化妆品行业现有企业间竞争
二、化妆品行业潜在进入者分析
三、化妆品行业替代品威胁分析
四、化妆品行业供应商议价能力
五、化妆品行业的客户议价能力
六、化妆品行业竞争情况总结
第二节 化妆品行业竞争格局分析
一、化妆品行业整体竞争格局分析
二、高档化妆品市场竞争格局分析
三、中档化妆品市场竞争格局分析
四、大众化妆品市场竞争格局分析
第三节 化妆品行业并购行为分析
一、国外企业在中国的并购行为分析
二、本土化妆品企业的并购行为分析
三、本土化妆品企业的并购实证分析
第四节 提高化妆品行业竞争力对策分析
一、从市场结构角度分析
二、从市场行为角度分析
三、从市场绩效角度分析

第九章 中国化妆品行业区域市场分析
第 一节 华北地区化妆品行业经营状况分析
一、北京市化妆品行业经营状况分析
二、天津市化妆品行业经营状况分析
第二节 东北地区化妆品行业经营状况分析
一、黑龙江省化妆品行业经营状况分析
二、辽宁省化妆品行业经营状况分析
第三节 华东地区化妆品行业经营状况分析
一、上海市化妆品行业经营状况分析
二、江苏省化妆品行业经营状况分析
三、浙江省化妆品行业经营状况分析
四、安徽省化妆品行业经营状况分析
五、福建省化妆品行业经营状况分析
六、江西省化妆品行业经营状况分析
七、山东省化妆品行业经营状况分析
第四节 华中地区化妆品行业经营状况分析
一、河南省化妆品行业经营状况分析
二、湖北省化妆品行业经营状况分析
三、湖南省化妆品行业经营状况分析
第五节 华南地区化妆品行业经营状况分析
一、广东省化妆品行业经营状况分析
二、广西区化妆品行业经营状况分析
三、海南省化妆品行业经营状况分析
第六节 西南地区化妆品行业经营状况分析
一、重庆市化妆品行业经营状况分析
二、四川省化妆品行业经营状况分析
三、贵州省化妆品行业经营状况分析
第七节 西北地区化妆品行业经营状况分析
一、陕西省化妆品行业经营状况分析
二、甘肃省化妆品行业经营状况分析

第十章 中国重点化妆品企业经营分析（排名不分先后）

第一节 化妆品重点生产企业经营分析

一、上海家化联合股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品结构分析

3、企业品牌发展分析

4、企业经营情况分析

5、企业主要财务指标

6、企业成长能力分析

7、企业盈利能力分析

8、企业运营能力分析

9、企业偿债能力分析

10、企业竞争优势分析

11、企业经营风险分析

12、企业发展战略分析

二、霸王国际集团（控股）有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品结构分析

3、企业品牌发展分析

4、企业经营情况分析

5、企业主要财务指标

6、企业资产负债分析

7、企业利润水平分析

8、企业现金流量分析

9、企业业绩展望分析

三、资生堂（中国）投资有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品结构分析

3、企业品牌发展分析

4、企业经营情况分析

5、企业销售渠道分析

6、企业竞争优势分析

7、企业科技研发分析

8、企业发展动向分析

四、宝洁（中国）有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品结构分析

3、企业品牌发展分析

4、企业经营情况分析

5、企业销售渠道分析

6、企业竞争优势分析

7、企业科技研发分析

8、企业发展动向分析

五、新生活集团（中国）有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品结构分析

3、企业品牌发展分析

4、企业经营情况分析

5、企业销售渠道分析

6、企业竞争优势分析

7、企业科技研发分析

8、企业发展动向分析

六、广州好迪集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品结构分析

3、企业品牌发展分析

4、企业经营情况分析

5、企业销售渠道分析

6、企业竞争优势分析

7、企业科技研发分析

8、企业发展动向分析

七、江苏东洋之花生物科技股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品结构分析

3、企业品牌发展分析

4、企业经营情况分析
5、企业销售渠道分析
6、企业竞争优势分析
7、企业科技研发分析
8、企业发展动向分析
八、江苏隆力奇生物科技股份有限公司
1、企业发展简况分析
2、企业产品结构分析
3、企业品牌发展分析
4、企业经营情况分析
5、企业销售渠道分析
6、企业竞争优势分析
7、企业科技研发分析
8、企业发展动向分析
九、欧莱雅（中国）有限公司
1、企业发展简况分析
2、企业产品结构分析
3、企业品牌发展分析
4、企业经营情况分析
5、企业销售渠道分析
6、企业竞争优势分析
7、企业科技研发分析
8、企业发展动向分析
十、联合利华（中国）有限公司
1、企业发展简况分析
2、企业产品结构分析
3、企业品牌发展分析
4、企业经营情况分析
5、企业销售渠道分析
6、企业竞争优势分析
7、企业科技研发分析
8、企业发展动向分析

第二节 化妆品重点连锁企业经营分析

一、广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业连锁网络分析

4、企业发展动向分析

二、唐三彩国际发展有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业连锁网络分析

4、企业发展动向分析

三、深圳市千色店商业连锁有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业连锁网络分析

4、企业发展动向分析

四、北京亿莎商业管理有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业连锁网络分析

4、企业发展动向分析

五、四川金甲虫企业管理有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业连锁网络分析

4、企业发展动向分析

六、黄冈金梦妆化妆品有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业连锁网络分析

4、企业发展动向分析

七、广州康缇企业管理有限公司

1、企业发展简况分析
2、企业经营情况分析
3、企业连锁网络分析
4、企业发展动向分析
八、保定市东大日化有限公司
1、企业发展简况分析
2、企业经营情况分析
3、企业连锁网络分析
4、企业发展动向分析

第五部分 化妆品行业发展趋势
第十一章 中国化妆品行业发展趋势预测
第 一节 2020-2026年化妆品行业发展影响因素
一、化妆品行业发展有利因素
二、化妆品行业发展不利因素
第二节 2020-2026年化妆品行业发展前景分析
一、化妆品行业发展空间分析
二、化妆品行业发展前景展望
第三节 2020-2026年化妆品行业发展趋势分析
一、化妆品行业市场规模预测
二、化妆品行业发展趋势分析

第六部分 化妆品行业投资战略规划
第十二章 中国化妆品行业投资战略规划（）
第 一节 化妆品行业投资壁垒分析
一、化妆品行业品牌壁垒分析
二、化妆品行业营销网络壁垒
三、化妆品行业人才壁垒分析
四、化妆品行业技术研发壁垒
五、化妆品行业产品质量要求
六、化妆品行业管理能力要求
第二节 2020-2026年化妆品行业投资风险分析

一、化妆品行业政策风险分析
二、化妆品行业宏观经济风险
三、化妆品行业技术风险分析
四、化妆品行业供求风险分析
五、化妆品行业产品结构风险
六、化妆品行业企业内部风险
七、化妆品行业消费意识风险
八、化妆品行业其他风险分析
第三节 2020-2026年化妆品行业投资机会分析
一、化妆品行业投资环境分析
二、化妆品行业投资价值分析
三、化妆品行业投资机会分析
第四节 2020-2026年化妆品行业投资战略规划
一、化妆品行业总体投资战略
二、化妆品细分产品投资策略
三、化妆品区域市场投资策略
四、化妆品企业发展战略分析（）

图表目录：

图表：2014-2019年中国社会消费品零售总额及增速趋势
图表：2014-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势
图表：2014-2019年国内生产总值构成及增长速度统计
图表：2014-2019年城镇居民人均可支配收入及增长趋势
图表：2014-2019年中国化妆品零售交易规模情况
图表：2014-2019年全球化妆品行业市场规模分析
图表：全球化妆品行业区域分布情况
图表：全球化妆品产品竞争格局分析
图表：2014-2019年中国限额以上化妆品企业零售总额
图表：2014-2019年中国化妆品行业资产规模分析
图表：2014-2019年中国化妆品行业负债规模分析
图表：2014-2019年中国化妆品行业产成品分析
图表：2014-2019年中国化妆品行业销售收入分析

图表：2014-2019年中国化妆品行业利润总额分析
图表：2013-2019年中国化妆品行业盈利能力分析
图表：2013-2019年中国化妆品行业偿债能力分析
图表：2013-2019年中国化妆品行业营运能力分析
图表：2013-2019年中国化妆品行业成长能力分析
图表：2014-2019年中国化妆品行业出口总量情况
图表：2014-2019年中国化妆品行业出口金额情况
图表：2014-2019年中国化妆品行业进口总量情况
图表：2014-2019年中国化妆品行业进口金额情况
图表：2014-2019年化妆品行业检索趋势分析
图表：2014-2019年化妆品行业检索内容及趋势
图表：2014-2019年化妆品品类检索趋势
图表：2014-2019年大众及高端化妆品品牌检索趋势
图表：化妆品高端品牌关注度
图表：化妆品大众品牌关注度
图表：化妆品品牌发源地分布
图表：护肤品类关注度
图表：护肤品功效关注度
图表：面部护肤关注度
图表：眼部护肤关注度
图表：唇部护肤关注度
图表：护肤品高端品牌关注度
图表：护肤品大众品牌关注度
图表：2014-2019年“防晒”功效化妆品检索趋势

详细请访问：http://www.cction.com/report/202009/187852.html