

# 2022-2028年中国护肤品行业分析与投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2022-2028年中国护肤品行业分析与投资战略咨询报告》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/202205/293563.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

护肤品，即保护皮肤的产品。随着社会经济的不断进步和物质生活的丰富，护肤品，不再是过去只有富人才用的起的东西。现如今护肤品已走进了平常百姓家。它对人们的精神、形象提升起到了极大的作用。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国护肤品行业分析与投资战略咨询报告》共十章。首先介绍了护肤品行业市场发展环境、护肤品整体运行态势等，接着分析了护肤品行业市场运行的现状，然后介绍了护肤品市场竞争格局。随后，报告对护肤品做了重点企业经营状况分析，最后分析了护肤品行业发展趋势与投资预测。您若想对护肤品产业有个系统的了解或者想投资护肤品行业，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局数据，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：

### 第一章 护肤品相关介绍

#### 1.1 化妆品的概念及相关知识

##### 1.1.1 化妆品的定义

##### 1.1.2 化妆品的分类及作用

##### 1.1.3 化妆品的组成原料

##### 1.1.4 化妆品的发展历程

#### 1.2 护肤品简介

##### 1.2.1 护肤品的分类及作用

##### 1.2.2 护肤品的历史沿革

##### 1.2.3 美白护肤品介绍

##### 1.2.4 控油护肤品成分解析

##### 1.2.5 各种护肤品理化指标

### 第二章 2016-2020年国际护肤品市场发展分析

#### 2.1 2016-2020年全球护肤品市场概况

##### 2.1.1 行业总体状况

- 2.1.2 市场规模分析
- 2.1.3 男士护肤品市场分析
- 2.1.4 茶护肤品市场兴起
- 2.2 欧洲
  - 2.2.1 西欧男士护肤品市场分析
  - 2.2.2 英国男士护肤品消费调查
  - 2.2.3 西班牙护肤品市场分析
  - 2.2.4 面膜市场需求状况
  - 2.2.5 欧盟修订化妆品法规
- 2.3 美国
  - 2.3.1 护肤品特点解析
  - 2.3.2 护肤品市场规模
  - 2.3.3 男士护肤品市场扩大
  - 2.3.4 女性护肤品使用状况
- 2.4 日本
  - 2.4.1 化妆品市场规模分析
  - 2.4.2 专业护肤品科研机构
  - 2.4.3 男性护肤品市场潜力大
  - 2.4.4 面膜市场规模状况
- 2.5 韩国
  - 2.5.1 市场总体特点
  - 2.5.2 市场消费分析
  - 2.5.3 品牌竞争激烈
  - 2.5.4 男性护肤品市场规模
- 2.6 其它地区
  - 2.6.1 澳大利亚
  - 2.6.2 俄罗斯
  - 2.6.3 印度尼西亚
  - 2.6.4 印度

### 第三章 2016-2020年中国护肤品行业发展综述

#### 3.1 2016-2020年中国化妆品行业整体状况

- 3.1.1 市场政策动态分析
- 3.1.2 市场总体发展态势
- 3.1.3 市场消费格局分析
- 3.1.4 终端零售市场特点
- 3.1.5 行业发展制约因素
- 3.1.6 市场发展对策建议
- 3.2 2016-2020年中国护肤品行业发展分析
  - 3.2.1 品牌发展阶段
  - 3.2.2 市场总体概况
  - 3.2.3 市场增长态势
  - 3.2.4 市场消费特征
  - 3.2.5 中小企业定位
- 3.3 2016-2020年中国护肤品市场格局分析
  - 3.3.1 市场销售规模
  - 3.3.2 市场消费需求
  - 3.3.3 消费行为分析
  - 3.3.4 国产品牌崛起
- 3.4 2016-2020年中国护肤品品牌广告投放状况
  - 3.4.1 品牌广告投放特点
  - 3.4.2 品牌广告投放情况
  - 3.4.3 品牌广告投放趋势
- 3.5 2016-2020年中国护肤品市场竞争分析
  - 3.5.1 行业竞争特征
  - 3.5.2 品牌竞争格局
  - 3.5.3 行业产品格局
  - 3.5.4 市场竞争态势
  - 3.5.5 行业整合动态
- 3.6 2016-2020年中国护肤品包装市场分析
  - 3.6.1 政策环境分析
  - 3.6.2 市场发展概况
  - 3.6.3 消费心理分析
  - 3.6.4 未来发展走向

## 第四章 2016-2020年中国护肤品市场消费群体分析

### 4.1 男性护肤品市场

#### 4.1.1 市场销售规模

#### 4.1.2 市场竞争格局

#### 4.1.3 行业集中度分析

#### 4.1.4 市场发展态势

#### 4.1.5 市场消费行为

#### 4.1.6 直销市场分析

#### 4.1.7 发展瓶颈因素

#### 4.1.8 市场发展趋势

### 4.2 儿童护肤品市场

#### 4.2.1 市场发展概况

#### 4.2.2 市场消费特征

#### 4.2.3 市场竞争格局

#### 4.2.4 市场渠道竞争

#### 4.2.5 行业标准缺失

#### 4.2.6 市场定位与营销策略

#### 4.2.7 未来发展趋势

### 4.3 中老年人护肤品市场

#### 4.3.1 市场发展现状

#### 4.3.2 消费特征分析

#### 4.3.3 市场需求潜力

#### 4.3.4 市场开发建议

### 4.4 其它人群护肤品市场

#### 4.4.1 高校学生护肤品消费形态

#### 4.4.2 孕妇护肤品市场发展方向

## 第五章 2016-2020年中国洁肤市场发展分析

### 5.1 洗面奶

#### 5.1.1 洗面奶解析

#### 5.1.2 市场发展综述

- 5.1.3 市场竞争格局
- 5.1.4 网络销售额分析
- 5.1.5 男士洗面奶市场分析
- 5.2 洗手液
  - 5.2.1 市场发展概况
  - 5.2.2 价格和市场定位
  - 5.2.3 包装和容量分析
  - 5.2.4 市场开发的建议
- 5.3 香皂
  - 5.3.1 产品品类概述
  - 5.3.2 市场发展特征
  - 5.3.3 行业发展新时代
  - 5.3.4 市场特色化发展
- 5.4 沐浴露
  - 5.4.1 市场发展现状
  - 5.4.2 市场竞争格局
  - 5.4.3 男士沐浴露市场分析
  - 5.4.4 市场发展前景

## 第六章 2016-2020年其它类型护肤品市场发展分析

- 6.1 美白护肤品
  - 6.1.1 产品成分概述
  - 6.1.2 市场发展特点
  - 6.1.3 行业监管动态
  - 6.1.4 市场发展态势
  - 6.1.5 产品研究进展
- 6.2 祛斑护肤品
  - 6.2.1 产品主要特点
  - 6.2.2 消费行为分析
  - 6.2.3 行业发展趋势
- 6.3 防晒护肤品
  - 6.3.1 市场规模分析

- 6.3.2 市场竞争态势
- 6.3.3 市场推动因素
- 6.3.4 产品趋势特征
- 6.3.5 产品消费诉求
- 6.3.6 市场销售渠道
- 6.3.7 市场开发潜力
- 6.4 面膜
  - 6.4.1 产品形态介绍
  - 6.4.2 市场规模分析
  - 6.4.3 专利申请数量
  - 6.4.4 市场竞争分析
  - 6.4.5 消费行为分析
  - 6.4.6 市场存在问题

## 第七章 2016-2020年中国护肤品行业营销分析

- 7.1 化妆品行业营销探讨
  - 7.1.1 主要销售渠道
  - 7.1.2 营销渠道选择
  - 7.1.3 化妆品直销解析
  - 7.1.4 专卖店运营策略
  - 7.1.5 市场营销趋势
- 7.2 护肤品营销渠道和策略分析
  - 7.2.1 典型销售渠道
  - 7.2.2 销售渠道创新
  - 7.2.3 营销模式分析
  - 7.2.4 营销策略分析
  - 7.2.5 未来发展趋势
- 7.3 护肤品企业的非对称战略营销模式
  - 7.3.1 成本领先模式
  - 7.3.2 研发领先模式
  - 7.3.3 功效领先模式
  - 7.3.4 渠道领先模式



- 7.3.5 传播领先模式
- 7.3.6 服务领先模式
- 7.4 护肤品行业营销案例分析
  - 7.4.1 大宝护肤品低端市场营销策略
  - 7.4.2 柏兰护肤品的整合推广模式
  - 7.4.3 相宜本草的网络营销方案
  - 7.4.4 白大夫的营销策略解析

## 第八章 国际护肤品重点企业运营分析

- 8.1 雅芳（Avon）
  - 8.1.1 企业发展概况
  - 8.1.2 企业经营状况
  - 8.1.3 中国市场发展分析
- 8.2 宝洁（Procter & Gamble）
  - 8.2.1 企业发展概况
  - 8.2.2 企业经营状况
  - 8.2.3 主要品牌介绍
  - 8.2.4 品牌精简策略
- 8.3 美国安利
  - 8.3.1 企业发展概况
  - 8.3.2 企业经营状况
  - 8.3.3 主要品牌介绍
  - 8.3.4 “互联网+”战略
- 8.4 雅诗兰黛（Estee Lauder）
  - 8.4.1 企业发展概况
  - 8.4.2 企业经营状况
  - 8.4.3 主要品牌介绍
  - 8.4.4 企业合作动态
- 8.5 美国玫琳凯
  - 8.5.1 企业发展概况
  - 8.5.2 企业管理模式
  - 8.5.3 企业投资动态

- 8.5.4 营销策略分析
- 8.6 欧莱雅 (Loreal)
- 8.6.1 企业发展概况
- 8.6.2 企业经营状况
- 8.6.3 主要品牌介绍
- 8.7 联合利华 (Unilever)
- 8.7.1 企业发展概况
- 8.7.2 企业经营状况
- 8.7.3 主要品牌介绍
- 8.7.4 建立生产基地
- 8.8 资生堂 (Shiseido)
- 8.8.1 企业发展概况
- 8.8.2 企业经营状况
- 8.8.3 重点品牌介绍
- 8.9 美国强生 (Johnson & Johnson)
- 8.9.1 企业发展概况
- 8.9.2 企业经营状况

## 第九章 国内护肤品重点企业运营分析

- 9.1 霸王国际 (集团) 控股有限公司
- 9.1.1 企业发展概况
- 9.1.2 企业经营状况
- 9.1.3 项目研发动态
- 9.1.4 布局微商渠道
- 9.2 天津郁美净集团有限公司
- 9.2.1 企业发展概况
- 9.2.2 企业经营状况
- 9.2.3 业务经营分析
- 9.2.4 财务状况分析
- 9.3 上海家化联合股份有限公司
- 9.3.1 企业发展概况
- 9.3.2 经营效益分析

- 9.3.3 业务经营分析
- 9.3.4 财务状况分析
- 9.4 上海相宜本草化妆品股份有限公司
  - 9.4.1 企业发展概况
  - 9.4.2 业务经营分析
  - 9.4.3 企业经营特点
  - 9.4.4 销售渠道分析
- 9.5 其它企业
  - 9.5.1 伽蓝集团
  - 9.5.2 广州露纯化妆品有限公司

## 第十章 2022-2028年中国护肤品行业发展前景及趋势分析

- 10.1 化妆品行业发展趋势分析
  - 10.1.1 全球趋势探析
  - 10.1.2 未来发展方向
  - 10.1.3 渠道趋势剖析
  - 10.1.4 消费市场趋势
  - 10.1.5 环保化趋势
- 10.2 中国护肤品行业发展前景分析
  - 10.2.1 市场前景展望
  - 10.2.2 细分市场潜力
  - 10.2.3 未来发展趋势
- 10.3 2022-2028年护肤品行业市场规模预测分析
  - 10.3.1 全球市场规模预测
  - 10.3.2 国内发展因素分析
  - 10.3.3 国内市场规模预测

### 部分图表目录：

- 图表1 洗面奶的感官指标和理化指标
- 图表2 雪花膏的理化指标
- 图表3 香水、花露水理化指标
- 图表4 香粉、痱子粉、爽身粉的理化指标

图表5 化妆粉块的理化指标

图表6 润肤乳液的理化指标

图表7 唇膏的理化指标

图表8 洗手液的理化指标

图表9 2016-2020年全球化妆品市场规模走势图

图表10 世界各国化妆品在国内所占市场份额

图表11 美国化妆品各类销售渠道占比

图表12 2025年全球五大化妆品消费市场

图表13 2020年全球化妆品行业细分市场格局

图表14 2016-2020年全球护肤品市场规模走势图

图表15 英国男士保湿产品top5

图表16 西班牙美容产品出口目的地

图表17 日本面膜销量

图表18 日本面膜月度销售情况

图表19 韩国护肤品市场人均消费情况

图表20 韩国各级护肤品品牌成长情况

图表21 2020年各品类护肤品增速

图表22 2020年不同城市级别护肤品市场滚动年度金额增长率

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/293563.html>