

2023-2029年中国护肤品产业发展现状与发展前景报告

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

《2023-2029年中国护肤品产业发展现状与发展前景报告》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/202305/361360.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国护肤品产业发展现状与发展前景报告》共十三章。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：

第一部分行业发展分析

第一章全球护肤品市场分析

第一节全球护肤品市场分析

- 一、现代护肤品发展历程
- 二、全球护肤品公司分析
- 三、茶护肤品在全球席卷而来

第二节全球化妆品市场分析

- 一、化妆品工业巨头
- 二、化妆品发展状况
- 三、化妆品技术和创新
- 四、化妆品全球化的影响

第三节主要国家与地区护肤品市场分析

- 一、拉美护肤品市场
- 二、欧洲护肤品市场
- 三、韩国护肤品市场
- 四、日本护肤品市场

第二章中国护肤品行业分析

第一节 2022年中国护肤品行业发展环境分析

- 一、2020年中国护肤品发展分析
- 二、2022年中国经济发展分析
- 三、2020年城乡居民收入与消费水平
- 四、2022年居民收入与消费水平

第二节 2022年中国护肤品行业政策分析

- 一、化妆品的安全性分析
- 二、化妆品行政许可新政策
- 三、化妆品评审最新政策分析
- 四、化妆品三大新规分析
- 五、国家对化妆品监管趋势

第二部分行业市场分析

第三章中国护肤品市场分析

第一节 护肤品市场的发展现状

- 一、护肤品市场发展现状
- 二、护肤品市场特点
- 三、我国护肤品市场表现
- 四、护肤品市场消费情况
- 五、中国护肤品情况

第二节 2019-2022年护肤品市场分析

- 一、2020年护肤品牌关注度
- 二、2020年护肤品产品排行
- 三、2020年化妆品市场销售特点
- 四、2022年护肤品市场情况
- 五、2022年护肤品品牌排名情况

第三节 中国护肤品市场发展分析

- 一、中国护肤品市场特征
- 二、中国护肤品市场格局
- 三、中国护肤品市场的发展态势分析
- 四、国内护肤品产品定位现状及分析

第四节 中国护肤品市场消费者分析

一、护肤品市场品牌及消费群体分析

二、大学生美容护肤品主流消费者

第五节护肤品的供需分析

一、护肤品市场的需求状况

二、全球化妆品市场需求情况

三、男士化妆品的市场需求

第六节护肤品区域市场分析

一、长三角日化产业的典型特征

二、珠三角日化产业的优势

三、珠三角日化产业的劣势

四、珠三角女性化妆品消费分析

第四章中国护肤品细分市场分析

第一节护肤品细分市场分析

一、护肤品细分市场分析

二、女性护肤品消费者分析

第二节男性护肤品市场分析

一、男性护肤品市场分析

二、男性护肤品市场增长情况

三、男性护肤品市场竞争激烈

四、男性护肤品品牌形象分析

五、男性高端护肤品市场分析

六、男性护肤品市场细分分析

第三节儿童护肤品市场分析

一、儿童护肤品市场发展

二、儿童护肤品品牌发展

三、儿童护肤品市场突破

四、儿童护肤品国外品牌占有率

五、儿童护肤品制作要求与标准

六、国产儿童护肤市场细分趋势

第五章中国药妆品市场分析

第一节 药妆品市场分析

- 一、药妆品市场增长分析
- 二、抗衰老产品最受欢迎
- 三、天然原料成开发热点
- 四、全球各系药妆品特点

第二节 2022年中国药妆品市场分析

- 一、中国药妆品市场分析
- 二、2019-2022年中国药妆品市场状况
- 三、国内化妆品市场“药妆”的表现

第三节 药妆品市场发展问题与对策

- 一、药妆品市场的问题
- 二、药妆品发展过程中的瓶颈
- 三、药妆品未来的市场发展策略

第四节 要药妆品市场发展前景

- 一、药妆品市场前景分析
- 二、药妆品市场发展路线分析
- 三、药妆品牌差异化营销模式
- 四、资生堂进军药妆市场

第六章 护肤品原料分析

第一节 护肤品原料

- 一、基质原料
- 二、辅助原料
- 三、金属离子螯合剂
- 四、功效性原料

第二节 我国对化妆品原料的安全性的规定

- 一、我国对化妆品原料应用的要求
- 二、化妆品原料安全性评价
- 三、化妆品争议原料分析
- 四、个人护理原料发展态势

第七章 护肤品包装分析

第一节中国护肤品包装发展分析

- 一、中国化妆品包装发展态势分析
- 二、儿童化妆品包装分析
- 三、日用化妆品包装材料发展状况
- 四、化妆品配套玻璃容器包装的发展
- 五、化妆品包装防伪印刷技术
- 六、美日欧盟化妆品成分标注的规定

第二节护肤品包装设计分析

- 一、化妆品包装设计基础
- 二、化妆品包装设计特点

第三节护肤品包装发展趋势

- 一、未来化妆品包装的发展趋势
- 二、新型材料成为化妆品包装未来趋势

第三部分市场营销分析

第八章护肤品营销分析

第一节中国护肤品营销分析

- 一、2019-2022年护肤品零售价格指数情况
- 二、护肤品销售新模式的分析
- 三、国产护肤品营销策略新趋势
- 四、中国化妆品渠道现状

第二节护肤品企业的战略营销模式

- 一、护肤品企业的战略营销模型
- 二、成本领先的非对称战略营销模式
- 三、研发领先的非对称战略营销模式
- 四、功效领先的非对称战略营销模式
- 五、渠道领先的非对称战略营销模式
- 六、传播领先的非对称战略营销模式
- 七、服务领先的非对称战略营销模式

第三节儿童护肤品市场营销策略

- 一、儿童护肤品产品策略
- 二、儿童护肤品营销策略

第四节护肤品的营销策略

- 一、目标营销策略
- 二、专柜营销策略
- 三、药店营销策略
- 四、服务营销策略
- 五、包装营销策略
- 六、直销经营策略
- 七、保健式营销策略
- 八、俱乐部营销策略
- 九、连锁式营销策略

第九章化妆品市场分析

第一节化妆品市场分析

- 一、2020年化妆品市场销售特点
- 二、2022年化妆品市场发展形势
- 三、我国化妆品的流通业态
- 四、未来化妆品市场发展趋势

第二节化妆品市场调查分析

- 一、百货商店中化妆品销售特点
- 二、品牌的铺货及销售

第三节中低档化妆品市场分析

- 一、中低档化妆品发展趋势
- 二、中低档化妆品竞争策略
- 三、中小化妆品企业的竞争策略重点
- 四、中低档化妆品的热点

第四节男性化妆品市场分析

- 一、男性化妆品市场细化
- 二、男性功能性产品分析

第五节化妆品法规框架区域比较

- 一、国际主要市场的化妆品法规框架
- 二、其他国家所采用的管理模式

第六节法规框架差异对化妆品市场的影响

一、贸易壁垒

二、革新的障碍

第四部分行业竞争分析

第十章护肤品行业竞争分析

第一节护肤品市场竞争格局分析

一、护肤品市场竞争态势分析

二、护肤品市场竞争格局

三、护肤品市场消费格局

四、国货与进口品牌相互比较

第二节中国护肤品企业提高竞争力策略

一、国内护肤品生产企业的SWOT分析

二、我国护肤品企业发展面临的瓶颈

三、国内护肤品生产企业提高竞争力的途径

四、提升我国护肤品企业竞争力的对策

第十一章护肤品重点企业分析

第一节欧莱雅集团

一、企业基本概述

二、企业品牌与产品

三、企业经营状况

四、企业市场策略分析

第二节雅诗兰黛集团

一、企业基本概述

二、企业品牌与产品

三、企业经营状况

四、企业市场策略分析

第三节宝洁公司

一、企业基本概述

二、企业品牌与产品

三、企业经营状况

四、企业市场策略分析

第四节联合利华公司

一、企业基本概述

二、企业品牌与产品

三、企业经营状况

四、企业市场策略分析

第五节株式会社资生堂

一、企业基本概述

二、企业品牌与产品

三、企业经营状况

四、企业市场策略分析

第六节美国雅芳产品有限公司

一、企业基本概述

二、企业品牌与产品

三、企业经营状况

四、企业市场策略分析

第七节上海家化联合股份有限公司

一、企业基本概述

二、企业品牌与产品

三、企业经营状况

四、企业市场策略分析

第八节索芙特股份有限公司

一、企业基本概述

二、企业品牌与产品

三、企业经营状况

四、企业市场策略分析

第九节天津郁美净集团有限公司

一、企业基本概述

二、企业品牌与产品

三、企业经营状况

四、企业市场策略分析

第十节北京大宝化妆品有限公司

一、企业基本概述

- 二、企业品牌与产品
- 三、企业经营状况
- 四、企业市场策略分析
- 第五部分行业投资趋势

第十二章护肤品行业发展趋势

第一节护肤品市场发展趋势

- 一、我国护肤品流行趋势分析
- 二、中草药护肤品市场趋势
- 三、化妆品包装材料的发展趋势

第二节国内个人护理品行业发展趋势

- 一、个人护理用品品牌的探寻市场现状与分析
- 二、个人护理用品品牌抢滩争夺市场
- 三、个人护理用品行业命运如何掌握

第十三章2023-2029年护肤品行业投资分析

第一节2023-2029年护肤品行业投资机会

- 一、护肤品发展前景
- 二、中国男性护肤品市场潜力
- 三、天然有机护肤品的产业前景

第二节2023-2029年护肤品投资风险分析

- 一、2023-2029年行业政策风险分析
- 二、2023-2029年行业经营管理风险及控制策略
- 三、2023-2029年企业财务风险及控制策略

部分图表目录：

图表：化妆品和盥洗品工业及其重要公司的SWOT分析

图表：2019-2022年日本药妆店行业总销售额

图表：日本流通体系开发中心分类基准

图表：各类商品销售占比

图表：日本药妆店行业中各类商品销售额/占比/增幅

图表：日本全国药妆店行业药品销售额

图表：日本全国药妆店行业化妆品销售额

图表：日本全国药妆店行业日用杂货销售额

图表：日本全国药妆行业其他商品销售额

图表：日本全国药妆业门面数量变迁

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202305/361360.html>