

2020-2026年中国日霜产业 发展现状与市场需求预测报告

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年中国日霜产业发展现状与市场需求预测报告》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/202007/172911.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

日霜的功能分不同的产品而言，除有修护、保湿、抗皱、紧肤外，最大特色还是在于可以防御环境（如紫外线、空气污染）对肌肤的伤害。从现在市售日霜的成分看，大多不会脱离日霜的防护、隔离功能，因为在这些产品中多含有SPF防晒系数，或紫外线过滤剂，适合在白天出门前使用。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国日霜产业发展现状与市场需求预测报告》共十三章。首先介绍了日霜相关概念及发展环境，接着分析了中国日霜规模及消费需求，然后对中国日霜市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国日霜面临的机遇及发展前景。您若想对中国日霜有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 日霜行业相关概述

1.1 日霜行业介绍

1.1.1 日霜的定义

1.1.2 日霜的主要作用

1.1.3 日霜的分类

1.1.4 日霜的产品特性

1.2 日霜行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

1.3 日霜产业链发展分析

1.3.1 产业链简况

1.3.2 上游行业的影响

1.3.3 下游行业的影响

第二章 2016-2019年中国日霜行业发展环境分析

2.1 日霜行业政治法律环境（P）

2.1.1 行业主管部门分析

2.1.2 行业监管体制分析

2.1.3 行业相关政策法规分析

- 1、国家引导防晒类护肤品消费
- 2、国家规范化妆品产品技术要求
- 3、国家完善化妆品安全风险评估
- 4、国家调控化妆品检验机构建设
- 5、国家规范化妆品相关产品的命名
- 6、国家规范非特殊用途化妆品的管理
- 7、国家推进化妆品安全风险控制体系
- 8、《化妆品生产企业卫生规范》
- 9、《化妆品卫生监督条例》
- 10、《化妆品卫生监督条例实施细则》
- 11、《进出口化妆品监督检验管理办法》

2.2 日霜行业经济环境分析（E）

2.2.1 宏观经济形势分析

2.2.2 居民收入分析

2.3 日霜行业社会环境分析（S）

2.3.1 日霜产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.4 日霜行业技术环境分析（T）

2.4.1 化妆品行业技术发展现状

2.4.2 化妆品行业的新技术

2.4.3 化妆品行业的新原料

2.4.4 化妆品技术开发研究方向

第三章 全球日霜行业发展概述

3.1 2016-2019年全球日霜行业发展情况概述

3.1.1 全球日霜行业发展现状

3.1.2 全球日霜行业发展特征

3.1.3 全球日霜行业市场规模

3.2 2016-2019年全球主要地区日霜行业发展状况

3.2.1 欧洲日霜行业发展情况概述

3.2.2 美国日霜行业发展情况概述

3.2.3 日韩日霜行业发展情况概述

3.3 2020-2026年全球日霜行业发展前景预测

3.3.1 全球日霜行业市场规模预测

3.3.2 全球日霜行业发展前景分析

3.3.3 全球日霜行业发展趋势分析

3.4 全球日霜行业重点企业发展动态分析

第四章 中国日霜行业发展概述

4.1 中国日霜行业发展状况分析

4.1.1 中国日霜行业发展阶段

4.1.2 中国日霜行业发展总体概况

4.1.3 中国日霜行业发展特点分析

4.2 2016-2019年日霜行业发展现状

4.2.1 2016-2019年中国日霜行业市场规模

4.2.2 2016-2019年中国日霜行业发展分析

4.2.3 2016-2019年中国日霜企业发展分析

4.3 2020-2026年中国日霜行业面临的困境及对策

4.3.1 中国日霜行业面临的困境及对策

1、中国日霜行业面临困境

2、中国日霜行业对策探讨

4.3.2 中国日霜企业发展困境及策略分析

1、中国日霜企业面临的困境

2、中国日霜企业的对策探讨

4.3.3 国内日霜企业的出路分析

第五章 中国日霜所属行业市场运行分析

5.1 2016-2019年中国日霜所属行业总体规模分析

5.1.1 企业数量结构分析

5.1.2 人员规模状况分析

- 5.1.3 行业资产规模分析
- 5.1.4 行业市场规模分析
- 5.2 2016-2019年中国日霜所属行业产销情况分析
 - 5.2.1 中国日霜所属行业工业总产值
 - 5.2.2 中国日霜所属行业工业销售产值
 - 5.2.3 中国日霜所属行业产销率
- 5.3 2016-2019年中国日霜所属行业市场供需分析
 - 5.3.1 中国日霜所属行业供给分析
 - 5.3.2 中国日霜所属行业需求分析
 - 5.3.3 中国日霜所属行业供需平衡
- 5.4 2016-2019年中国日霜所属行业财务指标总体分析
 - 5.4.1 行业盈利能力分析
 - 5.4.2 行业偿债能力分析
 - 5.4.3 行业营运能力分析
 - 5.4.4 行业发展能力分析

第六章 行业消费者分析

- 6.1 消费群体变化分析
- 6.2 消费观念变化分析
 - 6.2.1 从“节约”到“时尚”;
 - 6.2.2 从“关注质量”到“关注品牌文化”;
 - 6.2.3 从“整齐划一”到“追求个性与自我”;
- 6.3 不同人口特征城市居民日霜购买比例
 - 6.3.1 不同性别居民的日霜购买分析
 - 6.3.2 不同年龄居民的日霜购买分析
 - 6.3.3 不同学历居民的日霜购买分析
 - 6.3.4 不同收入居民的日霜购买分析
- 1、低收入消费者行为研究
- 2、高收入消费者行为研究
- 3、不同收入居民日霜购买分析

第七章 2016-2019年中国日霜市场营销分析

7.1 中国日霜行业主要市场渠道

7.1.1 销售渠道介绍

7.1.2 批发市场

7.1.3 零售终端市场

7.1.4 专业市场

7.2 日霜市场营销概况

7.2.1 日霜市场营销趋势透析

7.2.2 企业创新体验营销模式

7.2.3 日霜软文营销的关键点

7.3 日霜品牌营销渠道选择

7.3.1 核心销售渠道

7.3.2 品牌功效渠道

7.3.3 互动体验渠道

7.4 日霜网络营销

7.4.1 日霜网络营销特征和优势

7.4.2 中国日霜网络营销的发展

7.4.3 日霜网络营销体系日渐完善

7.4.4 日霜网络营销存在的问题

7.4.5 日霜网络营销策略建议

7.4.6 日霜网络营销趋势分析

7.5 日霜直销

7.5.1 日霜直销的概述

7.5.2 直销企业“反周期”规律

7.5.3 日霜直销企业两极化态势

7.5.4 网上直销成主流趋势

7.6 日霜专卖店经营

7.6.1 日霜专卖店市场现状

7.6.2 日霜专卖成发展趋势

7.6.3 日霜专卖店运营策略

7.6.4 日霜专卖店前景展望

7.7 日霜市场营销对策及建议

7.7.1 营销方式创新

7.7.2 做好渠道选择

7.7.3 推进内容营销

7.7.4 打造微关系营销

7.7.5 关注农村市场

7.8 日霜梯度营销渠道策略分析

7.8.1 梯度营销的必要性

7.8.2 渠道梯度

7.8.3 目标消费者梯度

第八章 中国日霜行业市场竞争格局分析

8.1 中国日霜行业竞争格局分析

8.1.1 日霜行业区域分布格局

8.1.2 日霜行业企业规模格局

8.1.3 日霜行业企业性质格局

8.2 中国日霜行业竞争五力分析

8.2.1 日霜行业上游议价能力

8.2.2 日霜行业下游议价能力

8.2.3 日霜行业新进入者威胁

8.2.4 日霜行业替代产品威胁

8.2.5 日霜行业现有企业竞争

8.3 中国日霜行业竞争SWOT分析

8.3.1 日霜行业优势分析（S）

8.3.2 日霜行业劣势分析（W）

8.3.3 日霜行业机会分析（O）

8.3.4 日霜行业威胁分析（T）

8.4 中国日霜行业投资兼并重组整合分析

8.4.1 投资兼并重组现状

8.4.2 投资兼并重组案例

8.5 中国日霜行业重点企业竞争策略分析

第九章 中国日霜行业领先企业竞争力分析

9.1 欧莱雅(中国)有限公司

- 9.1.1 企业发展基本情况
- 9.1.2 企业主要产品分析
- 9.1.3 企业竞争优势分析
- 9.1.4 企业经营状况分析
- 9.2 雅诗兰黛集团
- 9.2.1 企业发展基本情况
- 9.2.2 企业主要产品分析
- 9.2.3 企业竞争优势分析
- 9.2.4 企业经营状况分析
- 9.3 资生堂(中国)投资有限公司
- 9.3.1 企业发展基本情况
- 9.3.2 企业主要产品分析
- 9.3.3 企业竞争优势分析
- 9.3.4 企业经营状况分析
- 9.4 娇韵诗化妆品(上海)有限公司
- 9.4.1 企业发展基本情况
- 9.4.2 企业主要产品分析
- 9.4.3 企业竞争优势分析
- 9.4.4 企业经营状况分析
- 9.5 路威酩轩香水化妆品(上海)有限公司
- 9.5.1 企业发展基本情况
- 9.5.2 企业主要产品分析
- 9.5.3 企业竞争优势分析
- 9.5.4 企业经营状况分析
- 9.6 联合利华集团
- 9.6.1 企业发展基本情况
- 9.6.2 企业主要产品分析
- 9.6.3 企业竞争优势分析
- 9.6.4 企业经营状况分析

第十章 2020-2026年中国日霜行业发展趋势与前景分析

10.1 2020-2026年中国日霜市场发展前景

- 10.1.1 2020-2026年日霜市场发展潜力
- 10.1.2 2020-2026年日霜市场发展前景展望
- 10.2 2020-2026年中国日霜市场发展趋势预测
 - 10.2.1 2020-2026年日霜行业发展趋势
 - 10.2.2 2020-2026年日霜市场规模预测
 - 10.2.3 2020-2026年日霜行业应用趋势预测
- 10.3 2020-2026年中国日霜行业供需预测
 - 10.3.1 2020-2026年中国日霜行业供给预测
 - 10.3.2 2020-2026年中国日霜行业需求预测
 - 10.3.3 2020-2026年中国日霜供需平衡预测
- 10.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 10.4.1 行业发展有利因素与不利因素
 - 10.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 10.4.3 科研开发趋势及替代技术进展
 - 10.4.4 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2020-2026年中国日霜行业投资分析

- 11.1 日霜行业投资特性分析
 - 11.1.1 行业进入壁垒分析
 - 1、技术壁垒
 - 2、渠道壁垒
 - 3、品牌壁垒
 - 11.1.2 行业投资机会分析
 - 1、90后将带动行业消费增长
 - 2、渠道下沉扩大市场容量
 - 3、中国的高消费时代到来
 - 4、产业升级成本将会压缩
 - 5、网络市场加快市场开拓
- 11.2 日霜行业投资风险分析
 - 11.2.1 行业政策波动风险
 - 11.2.2 行业技术落后风险
 - 11.2.3 行业市场竞争风险

11.2.4 行业企业内部风险

11.2.5 行业宏观经济波动风险

11.2.6 行业产品结构变动风险

11.2.7 行业其他相关风险

11.3 日霜行业投资建议

11.3.1 强化本土品牌的本土特色

11.3.2 注重跟踪研发和合作研发策略

11.3.3 从趋势性技术寻找市场机会

11.3.4 积极申请专利技术学会自我保护

第十二章 2020-2026年中国日霜企业投资战略与客户策略分析

12.1 日霜企业发展战略规划背景意义

12.2 日霜企业战略规划制定依据

12.2.1 国家政策支持

12.2.2 行业发展规律

12.2.3 企业资源与能力

12.2.4 可预期的战略定位

12.3 日霜企业战略规划策略分析

12.3.1 战略综合规划

12.3.2 技术开发战略

12.3.3 区域战略规划

12.3.4 产业战略规划

12.3.5 营销品牌战略

12.3.6 竞争战略规划

第十三章 研究结论及建议

13.1 研究结论

13.2 建议

13.2.1 行业发展策略建议

13.2.2 行业投资方向建议

13.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：2016-2019年日霜行业市场规模分析

图表：2020-2026年日霜行业市场规模预测

图表：2016-2019年日霜重要数据指标比较

图表：2016-2019年中国日霜行业销售情况分析

图表：2016-2019年中国日霜行业利润情况分析

图表：2016-2019年中国日霜行业资产情况分析

图表：2016-2019年中国日霜竞争力分析

图表：2020-2026年中国日霜产能预测

图表：2020-2026年中国日霜消费量预测

图表：2020-2026年中国日霜市场前景预测

图表：2020-2026年中国日霜市场价格走势预测

图表：2020-2026年中国日霜发展前景预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/172911.html>