

2020-2026年中国护肤品行业 发展趋势与投资前景预测报告

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年中国护肤品行业发展趋势与投资前景预测报告》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/202002/152743.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

近十几年来，中国护肤品年销售收入以年均20%的速度迅猛增长，远高于GDP的平均增长速度，市场已位居世界第八、亚洲第二。其中，护肤品行业也得到很大发展，2015年护肤品行业销售收入达1246.40亿元，增速为22.09%，是日化行业最具市场潜力、利润最丰厚的行业之一。

护肤品市场发展方向，从上世纪八十年初期的无竞争、到九十年相对于竞争再到现在的白热化竞争，造成供大于求，再到行业的过度无序竞争以及低层次的价格战;从这些问题的反馈充分说明了，化妆品的竞争已经在改变，重点是产品的核心技术竞争。

预测，未来的5年内护肤品的市场年销售规模增速保持在15%左右，到2022年护肤品市场规模将突破3000亿元。

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国护肤品行业发展趋势与投资前景预测报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：中国护肤品行业发展综述

1.1 护肤品行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.1.3 行业在国民经济中的地位

1.2 护肤品行业统计标准

1.2.1 护肤品行业统计部门和统计口径

1.2.2 护肤品行业统计方法

1.2.3 护肤品行业数据种类

1.3 护肤品行业产业链分析

1.3.1 护肤品行业上下游产业概况

1.3.2 护肤品行业主要下游产业分析

(1) 美容业

(2) 护肤品消费人群

1.3.3 护肤品行业上游产业分析

(1) 护肤品包装行业分析

(2) 护肤品原材料分析

第2章：护肤品行业市场环境分析

2.1 行业政策环境分析

2.1.1 行业相关政策动向

(1) 我国护肤品相关政策动向

(2) 国家引导防晒类护肤品消费

2.1.2 护肤品行业发展规划

2.1.3 护肤品的行业标准

2.2 行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济环境分析

(1) 国际经济环境现状分析

(2) 国际宏观经济预测

2.2.2 国内宏观经济发展分析

(1) 我国GDP增长

(2) 城镇固定资产投资

(3) 工业增加值增长

(4) 居民人均收入变化

(5) 国内宏观经济预测

2.2.3 行业宏观经济环境分析

(1) 行业与GDP的关联性分析

(2) 行业与居民收入的关联性分析

2.3 行业消费需求环境分析

2.3.1 行业需求特征分析

2.3.2 行业需求趋势分析

- (1) 消费观念变化分析
- (2) 护肤品的发展方向
- (3) 男士护肤品需求特点
- 2.3.3 行业市场消费行为分析
 - (1) 非理性消费
 - (2) 不言悔消费
 - (3) 不同性别居民的护肤品购买分析
 - (4) 不同收入居民的护肤品购买分析
- 2.4 行业技术环境分析
 - 2.4.1 行业专利申请分析
 - 2.4.2 行业专利公开分析
 - 2.4.3 行业专利申请人分析
 - 2.4.4 行业热门技术分析

第3章：中国护肤品行业发展状况分析

- 3.1 中国护肤品行业发展状况分析
 - 3.1.1 中国护肤品行业发展总体概况
 - 3.1.2 中国护肤品行业发展主要特点
 - 3.1.3 护肤品行业经营情况分析
 - (1) 护肤品行业经营效益分析
 - (2) 护肤品行业盈利能力分析
 - (3) 护肤品行业运营能力分析
 - (4) 护肤品行业偿债能力分析
 - (5) 护肤品行业发展能力分析
- 3.2 中国护肤品行业经济指标分析
 - 3.2.1 护肤品行业主要经济效益影响因素
 - 3.2.2 中国护肤品行业经济指标分析
 - 3.2.3 不同地区企业经济指标分析
 - (1) 不同地区销售收入情况分析
 - (2) 不同地区资产总额情况分析
 - (3) 不同地区负债情况分析
 - (4) 不同地区销售产值情况分析

- (5) 不同地区利润总额情况分析
- (6) 不同地区产成品情况分析
- 3.3 中国护肤品行业供需平衡分析
 - 3.3.1 全国护肤品行业供给情况分析
 - (1) 全国护肤品行业总产值分析
 - (2) 全国护肤品行业产成品分析
 - 3.3.2 各地区护肤品行业供给情况分析
 - (1) 总产值排名前10个地区分析
 - (2) 产成品排名前10个地区分析
 - 3.3.3 全国护肤品行业需求情况分析
 - (1) 全国护肤品行业销售产值分析
 - (2) 全国护肤品行业销售收入分析
 - 3.3.4 各地区护肤品行业需求情况分析
 - (1) 销售产值排名前10个地区分析
 - (2) 销售收入排名前10个地区分析
 - 3.3.5 全国护肤品行业产销率分析
- 3.4 中国护肤品行业进出口市场分析
 - 3.4.1 护肤品行业进出口综述
 - 3.4.2 护肤品行业出口分析
 - (1) 总体出口情况
 - (2) 出口产品结构
 - 3.4.3 护肤品行业进口分析
 - (1) 总体进口情况
 - (2) 进口产品结构

第4章：护肤品行业市场竞争状况分析

- 4.1 行业总体市场竞争状况分析
- 4.2 行业国际市场竞争状况分析
 - 4.2.1 国际护肤品市场发展状况
 - 4.2.2 国际护肤品市场竞争状况分析
 - (1) 美国市场
 - (2) 英国市场

- (3) 韩国市场
- (4) 巴西市场
- 4.2.3 国际护肤品市场发展趋势分析
- 4.2.4 跨国公司在中国市场的投资布局
 - (1) 欧莱雅在华市场投资布局分析
 - (2) 宝洁在华市场投资布局分析
 - (3) 资生堂在华市场投资布局分析
 - (4) 雅芳在华市场投资布局分析
 - (5) 联合利华在华市场投资布局分析
- 4.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析
 - (1) 欧莱雅在中国的竞争策略
 - (2) 宝洁在中国的竞争策略
 - (3) 联合利华在中国的竞争策略
- 4.3 行业国内市场竞争状况分析
 - 4.3.1 国内护肤品行业竞争格局分析
 - 4.3.2 国内护肤品行业品牌关注度分析
 - 4.3.3 国内护肤品行业市场规模分析
 - 4.3.4 国内护肤品行业潜在威胁分析
- 4.4 行业投资兼并与重组整合分析
 - 4.4.1 护肤品行业投资兼并与重组整合概况
 - 4.4.2 国际护肤品企业投资兼并与重组整合
 - (1) 投资兼并重组现状
 - (2) 投资兼并重组案例
 - 4.4.3 国内护肤品企业投资兼并与重组整合
 - (1) 投资兼并重组现状
 - (2) 投资兼并重组案例
 - 4.4.4 护肤品行业投资兼并与重组整合特征判断

第5章：护肤品行业主要产品市场分析

- 5.1 洁肤品市场分析
 - 5.1.1 洁肤品行业市场需求分析
 - 5.1.2 洁肤品行业主要产品市场分析

- (1) 洗面奶
- (2) 卸妆类洁肤品
- (3) 精油皂

5.1.3 洁肤品行业主要品牌竞争及发展前景分析

- (1) 洁肤品行业品牌竞争分析
- (2) 洁肤品行业发展前景分析

5.2 润肤/护肤品市场分析

5.2.1 润肤/护肤品行业市场需求分析

5.2.2 润肤/护肤品行业主要产品市场分析

- (1) 滋润保湿类护肤品
- (2) 美白类护肤品
- (3) 防晒类护肤品
- (4) 祛痘类护肤品
- (5) 祛斑类护肤品
- (6) 抗皱、抗衰老类护肤品

5.2.3 润肤/护肤品行业市场发展前景分析

- (1) 护肤类化妆品品牌关注度
- (2) 护肤品牌竞争分析
- (3) 护肤品发展趋势

5.3 男士护肤品市场分析

5.3.1 男士护肤品行业市场需求分析

5.3.2 男士护肤品行业主要产品分析

5.3.3 男士护肤品行业品牌竞争格局

5.3.4 男士护肤品行业市场发展前景分析

5.4 其它护肤品市场分析

5.4.1 其它护肤品行业市场需求分析

5.4.2 其它护肤品行业主要产品市场分析

- (1) 护手润护肤品
- (2) 护身体护肤品
- (3) 润唇膏
- (4) 眼部护理护肤品

5.5 护肤品行业主要产品需求分析

5.5.1 护肤品行业产品类别关注度分析

(1) 2016年行业产品类别关注度分析

(2) 2019年行业产品类别关注度分析

5.5.2 护肤品行业产品关注度分析

(1) 2016年行业产品关注度分析

(2) 2019年行业产品关注度分析

第6章：中国护肤品行业重点区域市场分析

6.1 行业总体区域结构特征分析

6.1.1 行业区域结构总体特征

6.1.2 行业区域集中度分析

6.1.3 行业区域分布特点分析

6.1.4 行业规模指标区域分布分析

6.1.5 行业效益指标区域分布分析

6.2 广东省护肤品行业发展分析及预测

6.2.1 广东省护肤品行业发展规划及配套设施

6.2.2 广东省护肤品行业在行业中的地位变化

6.2.3 广东省护肤品行业经济运行状况分析

6.2.4 广东省护肤品行业发展趋势预测

6.3 浙江省护肤品行业发展分析及预测

6.3.1 浙江省护肤品行业发展规划及配套设施

6.3.2 浙江省护肤品行业在行业中的地位变化

6.3.3 浙江省护肤品行业经济运行状况分析

6.3.4 浙江省护肤品行业发展趋势预测

6.4 上海市护肤品行业发展分析及预测

6.4.1 上海市护肤品行业发展规划及配套设施

6.4.2 上海市护肤品行业在行业中的地位变化

6.4.3 上海市护肤品行业经济运行状况分析

6.4.4 上海市护肤品行业发展趋势预测

6.5 江苏省护肤品行业发展分析及预测

6.5.1 江苏省护肤品行业发展规划及配套设施

6.5.2 江苏省护肤品行业在行业中的地位变化

- 6.5.3 江苏省护肤品行业经济运行状况分析
- 6.5.4 江苏省护肤品行业发展趋势预测
- 6.6 福建省护肤品行业发展分析及预测
 - 6.6.1 福建省护肤品行业发展规划及配套设施
 - 6.6.2 福建省护肤品行业在行业中的地位变化
 - 6.6.3 福建省护肤品行业经济运行状况分析
 - 6.6.4 福建省护肤品行业发展趋势预测
- 6.7 北京市护肤品行业发展分析及预测
 - 6.7.1 北京市护肤品行业发展规划及配套设施
 - 6.7.2 北京市护肤品行业在行业中的地位变化
 - 6.7.3 北京市护肤品行业经济运行状况分析
 - 6.7.4 北京市护肤品行业发展趋势预测
- 6.8 辽宁省护肤品行业发展分析及预测
 - 6.8.1 辽宁省护肤品行业发展规划及配套设施
 - 6.8.2 辽宁省护肤品行业在行业中的地位变化
 - 6.8.3 辽宁省护肤品行业经济运行状况分析
 - 6.8.4 辽宁省护肤品行业发展趋势预测
- 6.9 天津市护肤品行业发展分析及预测
 - 6.9.1 天津市护肤品行业发展规划及配套设施
 - 6.9.2 天津市护肤品行业在行业中的地位变化
 - 6.9.3 天津市护肤品行业经济运行状况分析
 - 6.9.4 天津市护肤品行业发展趋势预测
- 6.10 四川省护肤品行业发展分析及预测
 - 6.10.1 四川省护肤品行业发展规划及配套设施
 - 6.10.2 四川省护肤品行业在行业中的地位变化
 - 6.10.3 四川省护肤品行业经济运行状况分析
 - 6.10.4 四川省护肤品行业发展趋势预测

第7章：护肤品行业主要企业生产经营分析

- 7.1 护肤品企业发展总体状况分析
 - 7.1.1 护肤品行业企业规模
 - 7.1.2 护肤品资产总值状况

7.1.3 护肤品行业销售收入和利润

7.2 护肤品行业领先企业个案分析

7.2.1 广州宝洁有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.2 江苏隆力奇集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业产品结构及新产品动向

(5) 企业销售渠道与网络

(6) 企业经营状况优劣势分析

7.2.3 联合利华（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.4 玫琳凯（中国）化妆品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.5 强生（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.6 雅芳（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.7 上海家化联合股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

7.2.8 资生堂丽源化妆品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.9 湖北丝宝股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

7.2.10 妮维雅（上海）有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

（3）企业产品结构及新产品动向

（4）企业销售渠道与网络

（5）企业经营状况优劣势分析

7.2.11 苏州尚美国际化妆品有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

（3）企业产品结构及新产品动向

（4）企业销售渠道与网络

（5）企业经营状况优劣势分析

7.2.12 仙妮蕾德（中国）有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

（3）企业产品结构及新产品动向

（4）企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.13 北京大宝化妆品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.14 拉芳集团经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.15 上海花王有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.16 浙江欧诗漫集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.17 美科化妆品（上海）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.18 上海卓多姿中信化妆品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.19 新生活集团（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.20 索芙特股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

7.2.21 广州市好迪化妆品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.22 江苏东洋之花化妆品股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

7.2.23 安利（中国）日用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.24 曼秀雷敦（中国）药业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.25 广东名臣有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

第8章：护肤品行业发展趋势分析与预测

- 8.1 中国护肤品市场发展趋势
 - 8.1.1 中国护肤品市场发展趋势分析
 - 8.1.2 中国护肤品市场发展前景预测
- 8.2 护肤品行业投资特性分析
 - 8.2.1 护肤品行业进入壁垒分析
 - 8.2.2 护肤品行业盈利模式分析
 - 8.2.3 护肤品行业盈利因素分析
- 8.3 中国护肤品行业投资建议
 - 8.3.1 护肤品行业投资风险分析
 - 8.3.2 护肤品行业投资建议

第9章：护肤品行业的营销策略及渠道分析

- 9.1 护肤品行业的营销策略分析
 - 9.1.1 护肤品行业战略营销模式概述
 - 9.1.2 护肤品行业企业战略营销模式分析
 - (1) 成本领先的战略营销模式
 - (2) 研发领先的战略营销模式
 - (3) 功效领先的战略营销模式
 - (4) 渠道领先的战略营销模式
 - (5) 传播领先的战略营销模式

(6) 服务领先的战略营销模式

9.2 护肤品行业的营销渠道分析

9.2.1 护肤品行业营销渠道发展模式概述

9.2.2 护肤品行业主要营销渠道发展分析

(1) 百货商场专柜

- 1) 渠道概况
- 2) 品牌分析
- 3) 进入壁垒
- 4) 成本构成
- 5) 收益分析

(2) 护肤品专营店

- 1) 渠道概况
- 2) 运营策略
- 3) 进入壁垒
- 4) 成本构成
- 5) 收益分析

- 1、化妆品专营店利润下降因素分析
- 2、化妆品专营店现有盈利分析
- 3、化妆品专营店的核心盈利点

(3) 加盟专卖店

- 1) 渠道概况
- 2) 品牌分析
- 3) 运营策略
- 4) 成本构成
- 5) 收益分析

(4) 便利店

(5) 超市、大卖场

- 1) 渠道概况
- 2) 品牌分析
- 3) 进入壁垒
- 4) 成本构成
- 5) 收益分析

(6) 直销

- 1) 人员直销
- 2) 店铺直销

(7) 电视购物

- 1) 渠道概况
- 2) 品牌分析
- 3) 进入壁垒
- 4) 成本构成
- 5) 收益分析

(8) 网络购物

- 1) 渠道销售规模
- 2) 渠道特性分析
- 3) 渠道优劣势分析
- 4) 与传统渠道关联
- 5) 渠道经营策略

(9) 药店

- 1) 渠道概况
- 2) 品牌分析
- 3) 进入壁垒
- 4) 成本构成
- 5) 收益分析

(10) 美容院

- 1) 渠道概况
- 2) 品牌分析
- 3) 进入壁垒
- 4) 成本构成
- 5) 收益分析

9.2.3 护肤品行业分销通路分析

9.2.4 护肤品行业销售渠道建设方向及应对措施

(1) 变渠道多元为主次分清

(2) 变区域经营为渠道类别经营

(3) 实行品牌引导下的渠道专业化

9.3 护肤品行业领先企业营销案例分析

9.3.1 欧莱雅男士护肤品营销策略分析

- (1) 欧莱雅的广告策略
- (2) 品牌名称的性别性
- (3) 代言人的选择
- (4) 诉求点分析

9.3.2 佰草集营销策略分析——坚持的胜利

- (1) 坚持国际化
- (2) 坚持稳健的渠道拓展
- (3) 开拓市场的另类营销策略

图表目录

图表1：护肤品行业产品分类表

图表2：2012-2019年护肤品行业工业总产值及占GDP比重（单位：亿元，%）

图表3：我国统计上大中小微型企业划分标准（工业类）（单位：人，万元）

图表4：中国企业的市场主体分类

图表5：中国不同所有制性质企业的划分

图表6：护肤品行业所处产业链示意图

图表7：美容院顾客服务项目选择倾向性调查统计（单位：%）

图表8：美容行业求职意向与企业需求岗位TOP10对比表

图表9：女性消费者获得化妆品信息渠道统计（单位：%）

图表10：女性消费者购买化妆品渠道统计（单位：%）

图表11：美容行业主要消费群体的职业分布（单位：%）

图表12：美容行业主要消费群体的年龄分布（单位：%）

图表13：中国护肤品主要消费群体特点分析（元）

图表14：护肤品包装特点

图表15：护肤品包装趋势分析

图表16：2012-2019年香精香料行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表17：2012-2019年香精香料行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表18：护肤品细分原材料介绍

图表19：2012-2019年国内护肤品行业相关政策列表

图表20：《化妆品行业“十三五”发展规划》提出存在的问题

图表21：化妆品行业规划品牌目标

图表22：化妆品行业新产品份额规划（单位：%）

图表23：护肤品行业的相关标准

图表24：2019年世界经济运行特点

图表25：2015-2019年主要国际组织GDP增长率预测值（单位：%）

图表26：2012-2019年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表27：2015-2019年全国固定资产投资（不含农户）同比增长（单位：%）

图表28：2015-2019年规模以上工业增加值增速走势及预测（单位：%）

图表29：2012-2019年中国农村居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

图表30：2012-2019年中国城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/152743.html>