

2022-2028年中国护肤品市场深度分析与投资策略报告

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

《2022-2028年中国护肤品市场深度分析与投资策略报告》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/202201/265414.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。

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。 数据显示，2018年全球化妆品市场规模达到4880亿美元，其中中国化妆品市场规模占据了全球12.7%的份额，成为全球第二大的化妆品市场，我国已成为带领全球化妆品行业发展的重点国家。 2009-2018年，全球化妆品市场规模呈现波动变化的态势。2012-2014年间全球经济复苏乏力，化妆品市场规模虽然持续增长，但整体增速较低;2015年，由于欧元区需求持续不振及主要化妆品市场之一巴西出现大幅经济衰退，全球化妆品规模同比下滑，降幅达到7.3%;近三年全球经济有所回暖，带动化妆品消费反弹，2018年全球市场规模达到4880亿美元，同比增长4%。 其中，我国化妆品市场规模占据了全球12.7%的市场份额，我国化妆品行业市场规模达到4102亿元，为全球第二，仅次于美国(18.3%)。2015-2018年中国美容及个护市场规模及增长走势 中企顾问网发布的

《2022-2028年中国护肤品市场深度分析与投资策略报告》共十五章。首先介绍了中国护肤品行业市场发展环境、护肤品整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国护肤品行业，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家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1章：中国护肤品所属行业发展综述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：护肤品所属行业环境分析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：中国护肤品所属行业发展状况分析3.1中国护肤品所属行业发展状况分析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护肤品所属行业经营情况分析（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中国护肤品所属行业经济指标分析3.2.1护肤品行业主要经济效益影响因素3.2.2中国护肤品所属行业经济指标分析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中国护肤品所属行业供需平衡分析3.3.1全国护肤品所属行业供给情况分析（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各地区护肤品所属行业供给情况分析（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全国护肤品所属行业需求情况分析（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全国护肤品所属行业产销率分析3.4中国护肤品所属行业进出口市场分析3.4.1护肤品所属行业进出口综述3.4.2护肤品所属行业出口分析（1）总体出口情况（2）出口产品结构3.4.3护肤品所属行业进口分析（1）总体进口情况（2）进口产品结构第4章：护肤品所属行业竞争状况分析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2017 -2021年全球护肤品市场规模走势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跨国公司在华市场的投资布局（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：护肤品所属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)2018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)2018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广东省护肤品所属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浙江省护肤品所属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上海市护肤品所属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江苏省护肤品所属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福建省护肤品所属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北京市护肤品所属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

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辽宁省护肤品所属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天津市护肤品所属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所属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（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（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7.2.3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（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（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（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（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（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7.2.8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（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（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2：2015-2019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：美容行业求职意向说企业需求岗位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16：2015-2019年香精香料行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）图表17：2015-2019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19：2015-2019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26：2015-2019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29：2015-2019年中国农村居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）图表30：2015-2019年中国城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）图表31：2015-2019年主要经济指标增长及预测（单位：%）图表32：中国GDP与护肤品行业产值对比图（单位：亿元，万亿元）更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/265414.html>