

2024-2030年中国护肤品行业 分析与发展前景报告

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

《2024-2030年中国护肤品行业分析与发展前景报告》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/202310/418355.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《2024-2030年中国护肤品行业分析与发展前景报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 护肤品相关介绍 1

1.1 化妆品的概念及相关知识 1

1.1.1 化妆品的定义 1

1.1.2 化妆品的分类及作用 1

1.1.3 化妆品的组成原料 4

1.1.4 化妆品的发展历程 5

1.2 护肤品简介 7

1.2.1 护肤品的分类及作用 7

1.2.2 人体皮肤种类介绍 8

1.2.3 控油护肤品成分解析 8

1.2.4 护肤品常规检测项目 9

第二章 国际护肤品市场分析 11

2.1 中国护肤品市场概况 11

2.1.1 中国化妆品市场总体状况 11

2.1.2 中国化妆品市场结构 11

2.1.3 中国主要国家化妆品市场对比 12

2.1.4 中国护肤品市场规模增长 13

2.1.5 世界茶护肤品市场异军突起 14

2.2 欧洲 15

2.2.1 欧洲地区护肤品市场规模分析 15

2.2.2 欧盟修订化妆品法规禁用物质清单 16

2.2.3 欧洲地区面膜市场规模 18

2.2.4 脱欧后英国发布进口化妆品新规 18

2.2.5 欧洲女性年人均面部护肤品消费金额 20

2.3 北美 21

2.3.1 北美护肤品市场规模 21

2.3.2 美国护肤品行业现状发展 21

2.3.3 美国年轻女性护肤品使用状况 22

2.3.4 消费品巨头联合利华收购美国护肤品牌 22

2.4 日本 23

2.4.1 日本化妆品市场发展情况 23

2.4.2 日本护肤品市场主要竞争厂商 24

2.4.3 日本男性护肤品市场潜力巨大 29

2.5 韩国 30

2.5.1 韩国化妆品市场发展 30

2.5.2 韩国韩国化妆品发展历程 31

2.5.3 韩国男性护肤品市场未来前景光明 32

2.5.4 韩国化妆品出口情况分析 33

2.6 其它地区 33

2.6.1 澳大利亚护肤品品牌分析 33

2.6.2 俄罗斯护肤品市场发展分析 38

2.6.3 印尼护肤品市场发展分析 38

2.6.4 印度护肤品市场发展分析 39

第三章 中国护肤品行业分析 40

3.1 中国化妆品行业概况 40

3.1.1 中国化妆品行业发展特征 40

3.1.2 中国化妆品市场未来增长动力 42

3.1.3 中国化妆品行业产业链价值分布 45

3.2 中国护肤品行业概况 46

3.2.1 中国护肤品牌发展的四个阶段 46

3.2.2 中国护肤品市场发展综述 48

3.2.3 国内高档护肤品市场发展迅猛 49

3.2.4 中国护肤品消费者观念变化分析 49

3.3 化妆品及护肤品进出口数据分析 50

3.3.1 化妆品及护肤品进出口增长统计 50

3.3.2 化妆品及护肤品主要进口来源地区分析 51

3.3.3 化妆品及护肤品主要出口目的地区分析 52

3.3.4 主要省份化妆品及护肤品进口市场分析 52

3.3.5 主要省份化妆品及护肤品出口市场分析 53

3.4 护肤品市场竞争分析 53

3.4.1 中国护肤品行业产品格局分析 53

3.4.2 中国护肤品市场企业整体竞争态势 54

3.4.3 中国护肤品市场品牌竞争格局 55

3.4.4 国内护肤品消费者购买影响因素 56

3.4.5 国内护肤品市场竞争特征 56

3.5 护肤品包装市场概况 57

3.5.1 现代护肤品包装业分析 57

3.5.2 护肤品包装玻璃材质仍占主流 58

3.5.3 化妆品包装的色彩与消费心理的分析 58

3.5.4 儿童护肤品包装兴起卡通热潮 61

3.5.5 未来护肤品包装的发展趋势 61

第四章 护肤品市场消费群体分析 63

4.1 男性护肤品市场 63

4.1.1 男性

护肤品市场消费需求分析 63 4.1.2 男性护肤品消费关注因素 63 4.1.3 中国男性护肤品市场规模增长 63 4.1.4 中国男性护肤品市场消费特征 64 4.1.5 中国男性护肤品市场格局剖析 65 4.1.6 男士化妆品厂商推进 66 4.1.7 男士护肤品市场发展趋势分析 66 4.2 婴童护肤品市场 67 4.2.1 婴童护肤品市场需求环境概况 67 4.2.2 婴童护肤品市场规模增长 72 4.2.3 婴童护肤品市场竞争格局 73 4.2.4 国内婴童护肤品合规要求 74 4.2.5 婴童护肤品的发展方向探讨 76 4.3 中老年人护肤品市场 76 4.3.1 中老年女性青睐抗衰老化妆品 76 4.3.2 老年专用护肤品市场存在空白 76 4.3.3 中老年化妆品将在一线城市兴起 77 4.3.4 日本中老年人化妆品市场发展历程 78 4.3.5 日本中老年人化妆品市场经验借鉴 82 4.4 其他人群护肤品市场 87 4.4.1 女大学生护肤品消费特点 87 4.4.2 孕妇护肤品市场前景广阔 87 第五章 洁肤市场分析 90 5.1 洗面奶 90 5.1.1 洗面奶解析 90 5.1.2 中国洗面奶市场规模增长 91 5.1.3 中国洗面奶市场格局 91 5.1.4 男士洗面奶日益走俏 94 5.2 洗手液 94 5.2.1 洗手液产品概述 94 5.2.2 中国洗手液市场发展历程 97 5.2.3 中国洗手液市场规模增长 99 5.2.4 中国洗手液市场格局 99 5.2.4 中国洗手液市场趋势 102 5.3 香皂 104 5.3.1 中国香皂产品品类分析 104 5.3.2 我国香皂市场主要发展特征 105 5.3.3 香皂市场走向特色化经营 106 5.4 沐浴露 107 5.4.1 中国沐浴露市场发展现状 107 5.4.2 中国沐浴露市场竞争分析 107 5.4.3 沐浴露市场发展趋势分析 107 第六章 其它类型护肤品市场分析 109 6.1 美白护肤品市场 109 6.1.1 美白护肤品成分解析 109 6.1.2 美白护肤品市场的特点 111 6.1.3 美白护肤产品的研究进展分析 112 6.1.4 美白产品市场竞争趋势透析 116 6.1.5 美白护肤品市场规模分析 118 6.1.6 “美白”产品发展建议 118 6.2 祛斑护肤品市场 119 6.2.1 祛斑护肤品主要特点 119 6.2.2 祛斑产品市场发展的趋势 119 6.2.3 祛斑护肤品消费者购买因素 119 6.2.4 祛斑护肤品市场存在的问题 120 6.3 防晒护肤品市场 120 6.3.1 我国防晒品市场规模分析 120 6.3.2 防晒品市场竞争格局 120 6.3.3 防晒品市场线上销售特征分析 121 6.3.4 防晒护肤品市场趋势 122 6.4 面膜市场 123 6.4.1 面膜产业链全景 123 6.4.2 中国面膜消费习惯逐渐养成 123 6.4.3 中国面膜市场规模增长 124 6.4.4 中国面膜市场消费行为 125 6.4.5 中国面膜市场趋势分析 129 第七章 护肤品行业营销分析 133 7.1 化妆品行业营销探讨 133 7.1.1 化妆品行业产业链分析 133 7.1.2 化妆品行业市场品牌端分析 133 7.1.3 化妆品行业市场代理端分析 134 7.1.4 化妆品行业市场渠道端分析 136 7.2 护肤品企业的战略营销模式 139 7.2.1 成本领先的非对称战略营销模式 139 7.2.2 研发领先的非对称战略营销模式 140 7.2.3 功效领先的非对称战略营销模式 141 7.2.4 渠道领先的非对称战略营销模式 142 7.2.5 传播领先的非对称战略营销模式 143 7.2.6 服务领先的非对称战略营销模式 144 7.3 护肤品行业营销案例分析 144 7.3.1 大宝护肤品低端市场营销策略 144 7.3.2 珀莱雅公司销售模式 145 7.3.3 相宜本草营销策略 148 7.4.4 贝泰妮营销策略 153 第八章 2013-2017年国际护肤品重点企业运营分析 162 8.1 美国雅芳 162 8.2 美国宝洁 162 8.3 美国安利 163 8.4 美国雅诗兰黛 164 8.5 美国玫琳凯 165 8.6 法国欧莱雅 165 8.7 英国联合利华 166 8.8 日本资生堂 167 8.9 美国

强生 168 第九章 国内护肤品重点企业运营分析 169 9.1 青岛金王应用化学股份有限公司 169
9.2 上海家化联合股份有限公司 174 9.3 珀莱雅 178 9.4 其他企业 182 9.4.1 伽蓝集团 182 9.4.2 广东丸美生物技术股份有限公司 183 9.4.3 天津郁美净集团有限公司 185 9.4.4 上海百雀羚日用化学有限公司 186 9.4.5 兰亭科技 186 9.4.6 拉芳家化 188 第十章 护肤品行业发展前景及趋势分析 191 10.1 化妆品行业发展趋势分析 191 10.1.1 中国化妆品市场未来发展趋势 191 10.1.2 中国化妆品行业具有巨大成长空间 192 10.1.3 中国化妆品行业市场规模预测 195 10.1.4 化妆品教育与消费升级推动化妆品受众年龄结构双向延展 196 10.1.5 电商新经济推动市场格局革新，国产品牌借势快速发展 196 10.1.6 消费需求引导行业细分，国货借力个性化品牌定位快速崛起 197 10.1.7 营销渠道多元化，新媒体营销打造口碑爆款 198 10.2 护肤品行业发展前景预测 198 10.2.1 中国护肤品行业市场规模预测分析 198 10.2.2 护肤品市场未来发展趋向 199 10.2.3 护肤品细分市场发展潜力无限 199 10.2.4 汉方护肤品有望成为明星产品 199 10.2.5 护肤品市场的人均消费水平低开发潜力大 200 附录 201 附录一：化妆品生产企业卫生规范 201 附录二：进出口化妆品监督检验管理办法 206 附录三：化妆品标识管理规定 210 附录四：直销管理条例（2017修订版） 216 附录六：儿童化妆品申报与审评指南 228 附录七：功能性护肤品市场趋势探讨 231

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418355.html>