

2021-2027年中国护肤品行业前景展望与投资战略研究报告

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

《2021-2027年中国护肤品行业前景展望与投资战略研究报告》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/202106/223995.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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国护肤品行业前景展望与投资战略研究报告》共十四章。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：

第一章护肤品概述

第一节护肤品的定义

一、护肤品定义

二、护肤使用类型

第二节护肤品行业发展历程

一、矿物油时代

二、天然成分时代

三、抗氧化时代

四、零负担时代

五、基因时代

第三节护肤品的分类情况

一、护肤品分类

二、护肤品成分

第四节护肤品产业链分析

一、产业链模型介绍

二、护肤品产业链模型分析

第二章世界护肤品市场调研

第一节世界护肤品市场概况

- 一、世界护肤品市场现状
- 二、全球护肤品市场品牌占比
- 三、世界有机护肤品市场现状
- 四、世界护肤品市场驱动因素
- 五、世界护肤品市场新潮流

第二节世界主要国家和地区护肤品市场调研

- 一、美国护肤品市场
- 二、日本护肤品市场
- 三、韩国护肤品市场
- 四、法国护肤品市场
- 五、德国护肤品市场

第三章中国护肤品所属行业发展环境分析

第一节2019年中国宏观经济发展环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、全社会消费品零售总额
- 三、城乡居民收入增长分析
- 四、居民消费价格变化分析

第二节中国护肤品行业发展政策环境分析

- 一、护肤品监管机构
- 二、护肤品相关法律法规
- 三、护肤品行业相关标准
- 四、护肤品行业新政策解读

第三节中国护肤品行业发展社会环境分析

- 一、中国人口及城镇化
- 二、中国女性人口特征
- 三、女性化妆品消费观念特征
- 四、男性化妆品消费观念建立

第四章中国护肤品所属行业发展特点分析

第一节中国护肤品行业发展概述

- 一、中国护肤品行业简析
- 二、中国护肤品品牌发展历程
- 三、中国护肤品行业产品概况

第二节中国护肤品市场发展特点分析

- 一、众多品牌瓜分市场
- 二、专业护肤品企业出现
- 三、高档护肤品发展迅速
- 四、护肤品市场消费特点

第三节中国护肤品行业市场供需分析

- 一、女士护肤品市场需求特点
- 二、男士护肤品市场需求特点
- 三、老年护肤品市场需求特点
- 四、儿童用护肤品市场需求特点
- 五、婴幼儿护肤品市场需求特点
 - (一) 婴幼儿的肌肤特性分析
 - (二) 婴幼儿护肤品需求特点
 - (三) 婴儿护肤品市场需求规模
 - (四) 市场需求增长的原因分析

第四节中国护肤品用户关注度分析

- 一、护肤品产业用户关注程度
 - (一) 品牌
 - (二) 用途
 - (三) 产品
- 二、护肤品产业用户关注因素
 - (一) 功能
 - (二) 质量
 - (三) 价格
 - (四) 外观
 - (五) 服务

第五节护肤品行业存在的问题及对策

- 一、中国护肤品市场总体问题分析
- 二、中国护肤品市场的卫生问题
- 三、中国护肤品市场的薄弱环节94
- 四、安全问题频现引发行业沉思
- 五、中国护肤品市场发展总体对策
- 六、中国护肤品行业地位提升对策

第六节护肤品市场发展现状分析

- 一、屈臣氏全面升级护肤产品
- 二、资生堂高端护肤品牌在华上市
- 三、2019年护肤品市场热点分析
- 四、护肤品的项目投资动态
- 五、护肤品品牌兼并重组动态

第五章中国护肤品所属行业市场规模及品牌格局分析

第一节护肤品行业总体规模

- 一、2015-2019年中国护肤品总体规模
- 二、2015-2019年高档护肤品市场规模
- 三、2015-2019年市场护肤品美白产品占比

第二节中国护肤品市场结构分析

- 一、面部护肤品市场发展分析
- 二、身体护肤品市场发展分析
- 三、手部护肤品市场发展分析

第三节中国护肤品市场品牌格局

- 一、中国护肤品市场重点品牌占比
- 二、高级护肤品市场重点品牌占比
- 三、中国面霜市场重点品牌占比
- 四、中国抗衰老护肤品市场重点品牌占比
- 五、中国身体护肤品市场品牌占比
 - (一) 抗脂紧致身体护肤品品牌占比
 - (二) 通用型身体护肤品品牌占比

第四节中国市场护肤品品牌渗透率调查

- 一、润肤护肤品
- 二、去痘护肤品
- 三、防皱护肤品
- 四、护手润护肤品
- 五、防晒护肤品
- 六、美白护肤品
- 七、祛斑护肤品
- 八、润唇膏

第六章护肤品国内产品价格走势及影响因素分析

第一节护肤品产品当前市场价格及评述

第二节护肤品产品价格影响因素分析

第三节护肤品产品未来价格走势预测

第七章2015-2019年中国护肤品所属行业总体发展状况

第一节2015-2019年中国化妆品制造所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第二节2015-2019年中国化妆品制造所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、主要费用统计

第三节2015-2019年中国化妆品制造所属行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第八章2015-2019年中国化妆品、美容品及护肤品所属行业进出口分析

第一节2015-2019年化妆品、美容品及护肤品进口情况分析

一、化妆品、美容品及护肤品进口数量情况

二、化妆品、美容品及护肤品进口金额情况

三、化妆品、美容品及护肤品进口来源分析

四、化妆品、美容品及护肤品进口均价分析

第二节2015-2019年化妆品、美容品及护肤品出口分析

一、化妆品、美容品及护肤品出口数量情况

二、化妆品、美容品及护肤品出口金额情况

三、化妆品、美容品及护肤品出口来源分析

四、化妆品、美容品及护肤品出口均价分析

第九章中国护肤品市场竞争格局及竞争策略分析

第一节中国护肤品市场竞争格局

一、中国护肤品市场重点企业占比

二、国内外护肤品企业竞争优势对比

三、国内外护肤品牌竞争力分析分析

四、中国护肤品市场竞争趋势

五、护肤品行业竞争格局展望

第二节中国护肤品行业竞争分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节护肤品市场竞争策略分析

一、护肤品市场增长潜力分析

二、护肤品产品竞争策略分析

三、典型企业产品营销策略分析

第十章中国护肤品市场营销策略研究

第一节中国护肤品市场营销概况

一、中国护肤品市场营销方法

二、护肤品直销方法分析

三、护肤品企业营销概况

第二节护肤品企业战略营销模式

- 一、研发领先
- 二、功效领先
- 三、成本领先
- 四、渠道领先
- 五、传播领先
- 六、服务领先

第三节护肤品行业投资策略及建议

- 一、市场营销战略
- 二、品牌投资策略
- 三、渠道建设策略
- 四、企业投资策略

第十一章世界护肤品企业及品牌分析

第一节法国欧莱雅(L

- 一、企业简介
- 二、欧莱雅在中国的发展
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业最新发展动态

第二节美国宝洁(P&G , Procter

- 一、企业简介
- 二、企业经营情况分析
- 三、公司在化营销策略分析
- 四、宝洁公司多品牌战略
- 五、宝洁公司的广告策略

第三节英国联合利华(Unilever)

- 一、企业简介
- 二、企业经营情况分析
- 三、联合利华多品牌营销战略分析
- 四、联合利华将完善中国区整体布局

第四节美国雅芳(Avon)

- 一、企业简介
- 二、企业经营情况分析

三、雅芳的产品简介

四、雅芳营销模式转型

第五节日本资生堂(Shiseido)

一、企业简介

二、资生堂历史

三、企业经营情况分析

四、资生堂品牌线路分析

第六节美国安利(Amway)

一、企业简介

二、企业经营情况分析

三、安利中国的现状分析

四、安利(中国)品牌战略

第七节美国雅诗兰黛(Estée)

一、企业及品牌简介

二、雅诗兰黛发展简史

三、雅诗兰黛的产品与服务

四、雅诗兰黛公司经营情况

五、雅诗兰黛在华发展情况

第八节美国如新(Nu

一、企业简介

二、如新业务部门介绍

三、企业经营情况分析

四、如新在中国的发展状况

五、如新公司经营策略分析

第九节拜尔斯道夫公司

一、企业简介

三、企业经营情况分析

三、拜尔斯道夫公司在中国

四、妮维雅(Nivea)品牌发展分析

第十节爱茉莉(Amore)

一、企业简介

二、爱茉莉品牌介绍

三、爱茉莉直销模式

第十二章中国护肤品企业及品牌分析

第一节索芙特股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业投资前景及展望

第二节上海家化联合股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业投资前景及展望

第三节自然美生物科技股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析

第四节珠海姗拉娜化妆品有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业竞争优势分析

第五节上海郑明明化妆品有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业竞争优势分析

第六节北京大宝化妆品有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业主要经济指标
- 四、企业竞争优势分析

第七节天津郁美净集团有限公司

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业竞争优势分析

第八节广东丸美生物科技有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络分布

第九节江苏隆力奇集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业竞争优势分析

七、企业投资前景改进

第十节珀莱雅化妆品有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业主要经济指标

四、企业竞争优势分析

第十三章2021-2027年中国护肤品行业发展趋势及趋势分析分析

第一节2021-2027年中国护肤品行业发展趋势分析

一、中国护肤品行业发展方向分析

二、护肤品产品发展趋势分析

(一) 美白功效产品发展趋势

(二) 药妆市场的发展趋势

(三) 抗衰老产品发展趋势

三、未来护肤品行业技术开发方向

四、行业“十三五”整体规划及预测

第二节2021-2027年中国护肤品市场总规模预测

一、2021-2027年中国护肤品市场总规模预测

二、2021-2027年护肤品三大类产品市场规模预测

(一) 面部护肤品市场规模预测

(二) 身体护肤品市场规模预测

(三) 手部护肤品市场规模预测

第三节2021-2027年中国护肤品具体细分产品市场规模预测

一、2021-2027年中国面部清洁剂市场规模预测

二、2021-2027年中国祛痘护肤品市场规模预测

三、2021-2027年中国面膜市场规模预测

四、2021-2027年中国面霜市场规模预测

五、2021-2027年中国润唇膏市场规模预测

六、2021-2027年中国抗衰老护肤品市场规模预测

七、2021-2027年中国爽肤水市场规模预测

第十四章2021-2027年中国护肤品行业投资机会及风险分析

第一节2021-2027年中国护肤品行业投资机会研究

一、男士护肤品

二、婴儿护肤品

三、药妆市场

四、植物护肤品

五、茶护肤品

六、抗衰老产品

第二节2021-2027年中国护肤品行业投资前景分析

一、宏观经济风险

二、市场竞争风险

三、技术风险分析

四、委托加工风险

五、原材料风险

第三节2021-2027年中国护肤品企业投资前景研究建议

一、产品差异化是企业发展的方向

二、可以投资的护肤品模式

部分图表目录：

图表1产业链形成模式示意图

图表2护肤品产业链

图表32015-2019年全球化妆品市场规模走势图
图表42015-2019年全球护肤品市场规模走势图
图表52019年全球化妆品市场竞争格局
图表62019年GDP初步核算数据
图表72019年GDP环比和同比增长速度
图表82019年GDP初步核算数据
图表92019年GDP环比和同比增长速度
图表102015-2019年社会消费品零售总额分月同比增长速度
图表112019年份社会消费品零售总额主要数据
图表122015-2019年全国居民消费价格涨跌幅
图表132015-2019年猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况
图表142015-2019年鲜菜、鲜果价格变动情况
图表152015-2019年居民消费价格分类别同比涨跌幅
图表162019年居民消费价格分类别环比涨跌幅
图表172019年居民消费价格主要数据
图表18近年中国化妆品行业相关政策
图表192015-2019年中国护肤品总体规模分析
图表202015-2019年中国高档护肤品总体规模分析
图表212015-2019年中国面部护肤品总体规模分析
图表222015-2019年中国身体护肤品总体规模分析
图表232015-2019年中国手部护肤品总体规模分析
图表24中国护肤品市场重点品牌占比
图表25高级护肤品市场重点品牌占比
图表26面霜市场重点品牌
图表27抗衰老市场前十名品牌市场份额
更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/223995.html>