

2019年中国护肤品市场分析报告- 行业发展现状与发展趋势前瞻

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国护肤品市场分析报告-行业发展现状与发展趋势前瞻》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/459307459307.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一章 护肤品相关介绍

1.1 化妆品的概念及相关知识

1.1.1 化妆品的定义

1.1.2 化妆品的分类及作用

1.1.3 化妆品的组成原料

1.1.4 化妆品的发展历程

1.2 护肤品简介

1.2.1 护肤品的分类及作用

1.2.2 护肤品的历史沿革

1.2.3 美白护肤品介绍

1.2.4 控油护肤品成分解析

1.2.5 各种护肤品理化指标

第二章 2016-2019年国际护肤品市场发展分析

2.1 2016-2019年全球护肤品市场概况

2.1.1 行业总体状况

2.1.2 市场规模分析

2.1.3 男士护肤品市场分析

2.1.4 茶护肤品市场兴起

2.2 欧洲

2.2.1 西欧男士护肤品市场分析

2.2.2 英国男士护肤品消费调查

2.2.3 西班牙护肤品市场分析

2.2.4 面膜市场需求状况

2.2.5 欧盟修订化妆品法规

2.3 美国

2.3.1 护肤品特点解析

2.3.2 护肤品市场规模

2.3.3 男士护肤品市场扩大

2.3.4 女性护肤品使用状况

2.4 日本

- 2.4.1 化妆品市场规模分析
- 2.4.2 专业护肤品科研机构
- 2.4.3 男性护肤品市场潜力大
- 2.4.4 面膜市场规模状况
- 2.5 韩国
 - 2.5.1 市场总体特点
 - 2.5.2 市场消费分析
 - 2.5.3 品牌竞争激烈
 - 2.5.4 男性护肤品市场规模
- 2.6 其它地区
 - 2.6.1 澳大利亚
 - 2.6.2 俄罗斯
 - 2.6.3 印度尼西亚
 - 2.6.4 印度

第三章 2016-2019年中国护肤品行业发展综述

- 3.1 2016-2019年中国化妆品行业整体状况
 - 3.1.1 市场政策动态分析
 - 3.1.2 市场总体发展态势
 - 3.1.3 市场消费格局分析
 - 3.1.4 终端零售市场特点
 - 3.1.5 行业发展制约因素
 - 3.1.6 市场发展对策建议
- 3.2 2016-2019年中国护肤品行业发展分析
 - 3.2.1 品牌发展阶段
 - 3.2.2 市场总体概况
 - 3.2.3 市场增长态势
 - 3.2.4 市场消费特征
 - 3.2.5 中小企业定位
- 3.3 2016-2019年中国护肤品市场格局分析
 - 3.3.1 市场销售规模
 - 3.3.2 市场消费需求
 - 3.3.3 消费行为分析
 - 3.3.4 国产品牌崛起
- 3.4 2016-2019年中国护肤品品牌广告投放状况

- 3.4.1 品牌广告投放特点
- 3.4.2 品牌广告投放情况
- 3.4.3 品牌广告投放趋势
- 3.5 2016-2019年中国护肤品市场竞争分析
 - 3.5.1 行业竞争特征
 - 3.5.2 品牌竞争格局
 - 3.5.3 行业产品格局
 - 3.5.4 市场竞争态势
 - 3.5.5 行业整合动态
- 3.6 2016-2019年中国护肤品包装市场分析
 - 3.6.1 政策环境分析
 - 3.6.2 市场发展概况
 - 3.6.3 消费心理分析
 - 3.6.4 未来发展走向

第四章 2016-2019年中国护肤品市场消费群体分析

- 4.1 男性护肤品市场
 - 4.1.1 市场销售规模
 - 4.1.2 市场竞争格局
 - 4.1.3 行业集中度分析
 - 4.1.4 市场发展态势
 - 4.1.5 市场消费行为
 - 4.1.6 直销市场分析
 - 4.1.7 发展瓶颈因素
 - 4.1.8 市场发展趋势
- 4.2 儿童护肤品市场
 - 4.2.1 市场发展概况
 - 4.2.2 市场消费特征
 - 4.2.3 市场竞争格局
 - 4.2.4 市场渠道竞争
 - 4.2.5 行业标准缺失
 - 4.2.6 市场定位与营销策略
 - 4.2.7 未来发展趋势
- 4.3 中老年人护肤品市场
 - 4.3.1 市场发展现状

4.3.2 消费特征分析

4.3.3 市场需求潜力

4.3.4 市场开发建议

4.4 其它人群护肤品市场

4.4.1 高校学生护肤品消费形态

4.4.2 孕妇护肤品市场发展方向

第五章 2016-2019年中国洁肤市场发展分析

5.1 洗面奶

5.1.1 洗面奶解析

5.1.2 市场发展综述

5.1.3 市场竞争格局

5.1.4 网络销售额分析

5.1.5 男士洗面奶市场分析

5.2 洗手液

5.2.1 市场发展概况

5.2.2 价格和市场定位

5.2.3 包装和容量分析

5.2.4 市场开发的建议

5.3 香皂

5.3.1 产品品类概述

5.3.2 市场发展特征

5.3.3 行业发展新时代

5.3.4 市场特色化发展

5.4 沐浴露

5.4.1 市场发展现状

5.4.2 市场竞争格局

5.4.3 男士沐浴露市场分析

5.4.4 市场发展前景

第六章 2016-2019年其它类型护肤品市场发展分析

6.1 美白护肤品

6.1.1 产品成分概述

6.1.2 市场发展特点

6.1.3 行业监管动态

6.1.4 市场发展态势

6.1.5 产品研究进展

6.2 祛斑护肤品

6.2.1 产品主要特点

6.2.2 消费行为分析

6.2.3 行业发展趋势

6.3 防晒护肤品

6.3.1 市场规模分析

6.3.2 市场竞争态势

6.3.3 市场推动因素

6.3.4 产品趋势特征

6.3.5 产品消费诉求

6.3.6 市场销售渠道

6.3.7 市场开发潜力

6.4 面膜

6.4.1 产品形态介绍

6.4.2 市场规模分析

6.4.3 专利申请数量

6.4.4 市场竞争分析

6.4.5 消费行为分析

6.4.6 市场存在问题

第七章 2016-2019年中国护肤品行业营销分析

7.1 化妆品行业营销探讨

7.1.1 主要销售渠道

7.1.2 营销渠道选择

7.1.3 化妆品直销解析

7.1.4 专卖店运营策略

7.1.5 市场营销趋势

7.2 护肤品营销渠道和策略分析

7.2.1 典型销售渠道

7.2.2 销售渠道创新

7.2.3 营销模式分析

7.2.4 营销策略分析

7.2.5 未来发展趋势

7.3 护肤品企业的非对称战略营销模式

7.3.1 成本领先模式

7.3.2 研发领先模式

7.3.3 功效领先模式

7.3.4 渠道领先模式

7.3.5 传播领先模式

7.3.6 服务领先模式

7.4 护肤品行业营销案例分析

7.4.1 大宝护肤品低端市场营销策略

7.4.2 柏兰护肤品的整合推广模式

7.4.3 相宜本草的网络营销方案

7.4.4 白大夫的营销策略解析

第八章 国际护肤品重点企业运营分析

8.1 雅芳 (Avon)

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

8.2 宝洁 (Procter & Gamble)

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

8.3 美国安利

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

8.4 雅诗兰黛 (Estee Lauder)

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

8.5 美国玫琳凯

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

8.6 欧莱雅 (Loreal)

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

8.7 联合利华 (Unilever)

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

8.8 资生堂 (Shiseido)

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

8.9 美国强生 (Johnson & Johnson)

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

第九章 国内护肤品重点企业运营分析

9.1 霸王国际 (集团) 控股有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

9.2 中国儿童护理有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

9.3 上海家化联合股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

9.4 上海相宜本草化妆品股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

9.5 其它企业

9.5.1 伽蓝集团

9.5.2 丸美（中国）集团

9.5.3 天津郁美净集团有限公司

9.5.4 广州露纯化妆品有限公司

第十章 2020-2026年中国护肤品行业发展前景及趋势分析

10.1 化妆品行业发展趋势分析

10.1.1 全球趋势探析

10.1.2 未来发展方向

10.1.3 渠道趋势剖析

10.1.4 消费市场趋势

10.1.5 环保化趋势

10.2 中国护肤品行业发展前景分析

10.2.1 市场前景展望

10.2.2 细分市场潜力

10.2.3 未来发展趋势

10.3 2020-2026年护肤品行业市场规模预测分析

10.3.1 全球市场规模预测

10.3.2 国内发展因素分析

10.3.3 国内市场规模预测

附录

附录一：化妆品生产企业卫生规范

附录二：进出口化妆品检验检疫监督管理办法

附录三：化妆品标识管理规定

附录四：直销管理条例

附录五：儿童化妆品申报与审评指南

图表目录

图表1 洗面奶的感官指标和理化指标

图表2 雪花膏的理化指标

图表3 香水、花露水理化指标

图表4 香粉、痱子粉、爽身粉的理化指标

图表5 化妆粉块的理化指标

图表6 润肤乳液的理化指标

图表7 唇膏的理化指标

图表8 洗手液的理化指标

图表9 2016-2019年全球化妆品市场规模走势图

图表10 世界各国化妆品在国内所占市场份额

图表11 美国化妆品各类销售渠道占比

图表12 2025年全球前五大化妆品消费市场

图表13 全球化妆品行业细分市场格局

图表14 全球护肤品市场规模走势图

图表15 英国男士保湿产品top5

图表详见报告正文..... (GY YXY)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国护肤品市场分析报告-行业发展现状与发展趋势前瞻》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

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。本报告是全面

了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/459307459307.html>