

2020年中国护肤品市场调研报告- 产业竞争格局与未来趋势预测

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《2020年中国护肤品市场调研报告-产业竞争格局与未来趋势预测》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/518498518498.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

护肤品，是指保护皮肤的产品，涉及人群包含女性、男性以及小孩、老人。其产业链上游主要是原材料和包装行业，中游为护肤品厂商，下游主要是商品流通行业。其中，原材料行业主要包含香精香料、天然油脂、合成油脂、粉质原料、胶质原料、表面活性剂等；包装行业主要包含纸质包装、玻璃包装、塑料包装、铝包装等。

护肤品行业产业链

数据来源：公开资料整理

近些年，随着人们消费观念的转变、对美的追求提升，拉动我国护肤品需求增加，行业市场规模不断增长，从2015年的1606亿元增至2019年的**亿元，复合增长率为*%；2019年同比增长*%。

2015-2019年我国护肤品行业市场规模及增速

数据来源：公开资料整理

此外，护肤品的种类较多，一般可分为面膜、眼霜、面霜、洁面乳（洗面奶）、爽肤水、乳液、精华素、防晒霜等。其中洁面乳（洗面奶）、爽肤水、乳液为最基本护肤产品；面霜一般为护肤品最后一步，主要用来锁住水分。

部分护肤品类型汇总

类型

具体内容

面膜

面膜是一种敷在脸上的美容护肤品，有的敷后经过20-30分钟，便会形成一层紧绷在脸上的薄膜，所以称做面膜。依照功效可分为补水、保湿、提肤亮色等。

眼霜

眼霜是用来保护眼睛周围比较薄的这一层皮肤的，对眼袋、黑眼圈、鱼尾纹等都有一定的效用，但是不同的眼霜有不同的主要作用。眼霜的种类很多大致分为眼膜、眼胶、眼霜、眼神水等；从功能上分为滋润眼霜、紧实眼霜、抗老化眼霜、抗敏眼霜、去黑眼圈、去眼袋眼霜等等。

面霜

通常面霜是在护肤营养品的最后一步，它除了发挥它的功效外还有一个重要的特效，那就是锁水，面霜多少都带有油分，滋润肌肤的同时也把面霜之前营养和水分紧紧地锁到皮肤里。面霜中的美白、抗衰老等有效成分能够更好的被肌肤吸收，所以，拥有一瓶好的面霜可是非常重要的。

洁面乳（洗面奶）

洗面奶属于洁肤化妆品，其目的是清除皮肤上的污垢，使皮肤清爽，有助于保持皮肤正常生理状态。

爽肤水

有的爽肤水含有微量的酒精，有的是纯植物配方的。爽肤水的作用就在于再次清洁以恢复肌肤表面的酸碱值，并调理角质层，使肌肤更好地吸收，并为使用保养品作准备。

乳液

是一种液态霜类化妆品，有良好的润肤作用，也有调湿效果，早期的乳液是水包油型乳状液，多采用钾皂做乳化剂，但在存放过程中会变稠，不易从瓶中倒出，采用十二醇硫酸二乙醇胺盐或非离子型乳化剂，可制得稳定性很好的乳液。

精华素

含有微量元素、胶原蛋白、血清，它的作用有防衰老、抗皱、保湿、美白、去斑等等。精华素分水剂、油剂两种，所提取的是高营养物质并将其浓缩。

防晒霜

是指添加了能阻隔或吸收紫外线的防晒剂来达到防止肌肤被晒黑、晒伤的化妆品。根据防晒原理，可分为物理防晒霜、化学防晒霜。数据来源：公开资料整理

从护肤品功效关注度占比来看，护肤品祛斑功效是消费者最为看重的，占比为24.8%；紧随其后的是护肤品的祛痘功效，占比为20.6%。

护肤品功效关注度占比（单位：%）

数据来源：公开资料整理（CMY）

中国报告网是观研天下集团旗下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。《2020年中国护肤品市场调研报告-产业竞争格局与未来趋势预测》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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国护肤品行业发展概述

第一节 护肤品行业发展情况概述

- 一、护肤品行业相关定义
- 二、护肤品行业基本情况介绍
- 三、护肤品行业发展特点分析

第二节 中国护肤品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、护肤品行业产业链条分析
- 三、中国护肤品行业上游环节分析
- 四、中国护肤品行业下游环节分析

第三节 中国护肤品行业生命周期分析

- 一、护肤品行业生命周期理论概述
- 二、护肤品行业所属的生命周期分析

第四节 护肤品行业经济指标分析

- 一、护肤品行业的赢利性分析
- 二、护肤品行业的经济周期分析
- 三、护肤品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国护肤品行业进入壁垒分析

- 一、护肤品行业资金壁垒分析
- 二、护肤品行业技术壁垒分析
- 三、护肤品行业人才壁垒分析
- 四、护肤品行业品牌壁垒分析
- 五、护肤品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球护肤品行业市场发展现状分析

第一节 全球护肤品行业发展历程回顾

第二节 全球护肤品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲护肤品行业地区市场分析

- 一、亚洲护肤品行业市场现状分析
- 二、亚洲护肤品行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲护肤品行业市场前景分析
- 第四节 北美护肤品行业地区市场分析
 - 一、北美护肤品行业市场现状分析
 - 二、北美护肤品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美护肤品行业市场前景分析
- 第五节 欧盟护肤品行业地区市场分析
 - 一、欧盟护肤品行业市场现状分析
 - 二、欧盟护肤品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟护肤品行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界护肤品行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球护肤品行业市场规模预测

第三章 中国护肤品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品护肤品总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国护肤品行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国护肤品产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国护肤品行业运行情况

第一节 中国护肤品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

四、行业发展动态

第二节 中国护肤品行业市场规模分析

第三节 中国护肤品行业供应情况分析

第四节 中国护肤品行业需求情况分析

第五节 中国护肤品行业供需平衡分析

第六节 中国护肤品行业发展趋势分析

第五章 中国护肤品所属行业运行数据监测

第一节 中国护肤品所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国护肤品所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国护肤品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国护肤品市场格局分析

第一节 中国护肤品行业竞争现状分析

一、中国护肤品行业竞争情况分析

二、中国护肤品行业主要品牌分析

第二节 中国护肤品行业集中度分析

一、中国护肤品行业市场集中度分析

二、中国护肤品行业企业集中度分析

第三节 中国护肤品行业存在的问题

第四节 中国护肤品行业解决问题的策略分析

第五节 中国护肤品行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第六节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国护肤品行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国护肤品行业需求特点与动态分析

第一节 中国护肤品行业消费者基本情况

第二节 中国护肤品行业消费者属性及偏好调查

第三节 护肤品行业成本分析

第四节 护肤品行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节 中国护肤品行业价格现状分析

第六节 中国护肤品行业平均价格走势预测

- 一、中国护肤品行业价格影响因素
- 二、中国护肤品行业平均价格走势预测
- 三、中国护肤品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国护肤品行业区域市场现状分析

第一节 中国护肤品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区护肤品市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区护肤品市场规模分析
- 四、华东地区护肤品市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

- 一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区护肤品市场规模分析

四、华北地区护肤品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区护肤品市场规模分析

四、华南地区护肤品市场规模预测

第九章 2017-2020年中国护肤品行业竞争情况

第一节 中国护肤品行业竞争结构分析（波特五力模型）

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

第二节 中国护肤品行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国护肤品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 护肤品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国护肤品行业发展前景分析与预测

第一节 中国护肤品行业未来发展前景分析

一、护肤品行业国内投资环境分析

二、中国护肤品行业市场机会分析

三、中国护肤品行业投资增速预测

第二节 中国护肤品行业未来发展趋势预测

第三节 中国护肤品行业市场发展预测

一、中国护肤品行业市场规模预测

二、中国护肤品行业市场规模增速预测

三、中国护肤品行业产值规模预测

四、中国护肤品行业产值增速预测

五、中国护肤品行业供需情况预测

第四节 中国护肤品行业盈利走势预测

一、中国护肤品行业毛利润同比增速预测

二、中国护肤品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国护肤品行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 护肤品产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 护肤品行业投资风险分析

一、护肤品行业政策风险分析

二、护肤品行业技术风险分析

三、护肤品行业竞争风险分析

四、护肤品行业其他风险分析

第三节 护肤品行业企业经营发展分析及建议

一、护肤品行业经营模式

二、护肤品行业销售模式

三、护肤品行业创新方向

第四节 护肤品行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国护肤品行业发展战略及规划建议

第一节 中国护肤品行业品牌战略分析

一、护肤品企业品牌的重要性

二、护肤品企业实施品牌战略的意义

三、护肤品企业品牌的现状分析

四、护肤品企业的品牌战略

五、护肤品品牌战略管理的策略

第二节 中国护肤品行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国护肤品行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国护肤品行业发展策略及投资建议

第一节 中国护肤品行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国护肤品行业定价策略分析

第三节 中国护肤品行业营销渠道策略

一、护肤品行业渠道选择策略

二、护肤品行业营销策略

第四节 中国护肤品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国护肤品行业重点投资区域分析

二、中国护肤品行业重点投资产品分析

图表详见正文

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/518498518498.html>