

2018-2024年中国化妆品市场研究与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国化妆品市场研究与投资前景分析报告》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.chinairr.org/report/R12/R1201/201808/01-269222.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

爱美之心人皆有之，中国化妆品古已有之。早在商周时期，化妆品已经在宫廷中广泛使用，中国古代化妆品积淀了宝贵而丰富的美容配方。中国近现代化妆品行业发展则始于20世纪初期，可分为“小作坊初期生产”“海外品牌涌入”“本土品牌发展”“行业整合”四个阶段，目前处于本土品牌发展向行业整合阶段的过渡期。

时代伤痕和西方文化渗透致国妆断代，国内巨头尚在培育中。对比欧美和日本化妆品行业近现代发展史，中国还在成长期的“国妆”品牌，例如“谢馥春、孔凤春”等，在近现代的战火与制度改革中遭到灭顶之灾，出现行业断代，因此中国没有出现类似法国娇兰、香奈儿、日本资生堂等具有悠久历史，并且持续经营的近现代化妆品品牌。改革开放后，国妆重新起航，陆续出现小护士、大宝、羽西等优秀品牌，但都迅速被海外美妆巨头们纳入囊中，随之偃旗息鼓。近几年，中国美妆个护市场资本活跃，百雀羚、佰草集（上海家化）、自然堂、卡姿兰等一众本土品牌渐入佳境。

未来五年行业增速高于主要发达国家。数据显示，2016年中国化妆品市场规模（护肤、护发、沐浴、彩妆、香水）2735亿元，2011-2016年CAGR7.45%，预计2016-2020年中国化妆品行业将以5.05%的速度增长，到2021年行业规模（护肤、护发、沐浴、彩妆、香水）望达3499亿元。中国整体化妆品行业增速高于美国（3.7%）、英国（-0.9%）、日本（0.23%）等发达国家，是全球增长最快的化妆品市场。

化妆品市场持续增长，规模近2000亿

2011-2021年化妆品市场规模

中国化妆品市场增速远高于发达国家（2016）

2016年中国化妆品与发达国家市场增速比较

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国化妆品市场研究与投资前景分析报告》共十二章。首先介绍了化妆品相关概念及发展环境，接着分析了中国化妆品规模及消费需求，然后对中国化妆品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国化妆品面临的机遇及发展前景。您若想对中国化妆品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分化妆品行业发展环境

第一章化妆品行业发展综述

第一节化妆品行业相关界定

一、化妆品行业基本定义

二、化妆品行业分类情况

第二节化妆品行业基本特性分析

一、化妆品行业周期性分析

二、化妆品行业区域性分析

三、化妆品行业季节性分析

第三节化妆品行业经营方式分析

一、化妆品行业生产方式分析

二、化妆品行业销售方式分析

1、化妆品行业线下渠道分析

2、化妆品行业线上渠道分析

3、化妆品行业线上线下渗透分析

第四节化妆品行业产业链分析

一、化妆品行业与上游行业的关联分析

二、化妆品行业与下游行业的关联分析

第二章化妆品行业发展环境分析

第一节化妆品行业政策环境分析

政策环境：规范化运营奠定良性成长基础，税率调整促进消费。一方面国家食品药品监督管理局和国家标准委自2013年起对原本放养式、缺乏标准规范的国内化妆品行业进行了大刀阔斧的改革。另一方面，2016年10月1日起国家取消对普通美容、修饰类化妆品征收消费税，并将高档护肤类化妆品和成套化妆品税率下调为15%。这一调整促使海外大牌纷纷调整大中华区产品售价。

国家加强化妆品行业规范管理，促进市场消费

颁布

时间

法规名称

发令单位

主要内容

2013

《关于调整化妆品注册备案管理有关事宜的通知》

国家食品药品监督管理局	将美白类化妆品纳入特殊用途化妆品管
理范畴	非特殊类化妆品上市前需在网上备案
	2014
GB/T 29665-2013《护肤乳液》	GB/T 29680-2013《洗面奶、洗面膏》
国家质检总局	国家标准委
	中国化妆品行业突破了基础化妆品无国家标
	准的局面，两款基础化妆品有了国家标准
	2014
	《已
使用化妆品原料名称目录》	国家食品药品监督管理局
	《目
	录》共收录了8783种化妆品原料，未收录的原料成分将不能用于化妆品生产
2015	《化妆品监督管理条例》
	国家食品药品监督管
理局	将网售化妆品管理纳入《化妆品监督管理条例》
	生产企业需建立
全过程可追溯制度	2016
	《关于调整化妆品消费税政
策的通知》	财政部
	国家税务总局
	取消对普通美容、修
	饰类化妆品征收消费税，将高档护肤类化妆品和成套化妆品税率下调为15%
2016	《化妆品安全技术规范》
	国家食品药品监督管理
局	法规自2016年12月1日起生效

一、化妆品行业管理体制分析

二、化妆品行业重要政策汇总

三、化妆品行业相关发展规划

第二节化妆品行业经济环境分析

一、国际经济运行情况分析

二、国内经济运行情况分析

第三节化妆品行业消费环境分析

一、消费区域差异分析

二、产品消费偏好分析

三、品牌的忠诚度分析

四、与消费者联系分析

第四节化妆品行业技术环境分析

一、化妆品行业技术水平分析

二、化妆品行业技术特点分析

第二部分化妆品行业发展现状

第三章全球化妆品行业发展状况分析

第一节全球化妆品行业发展现状分析

一、全球化妆品行业发展现状分析

二、全球化妆品行业市场规模分析

三、全球化妆品行业区域分布情况

四、全球化妆品产品竞争格局分析

第二节全球主要国家化妆品行业发展分析

一、美国化妆品行业发展状况分析

二、日本化妆品行业发展状况分析

三、法国化妆品行业发展状况分析

四、德国化妆品行业发展状况分析

五、巴西化妆品行业发展状况分析

六、印度化妆品行业发展状况分析

七、非洲化妆品行业发展状况分析

八、俄罗斯化妆品行业发展状况分析

第三节全球主要化妆品企业经营状况分析

一、法国欧莱雅集团

1、集团发展概况

2、总体经营情况

3、品牌经营状况

4、销售区域分布

5、企业在华竞争

二、美国宝洁集团

1、集团发展概况

2、总体经营情况

3、品牌经营状况

4、销售区域分布

5、企业经营战略

6、企业在华竞争

三、英国联合利华集团

1、集团发展概况

2、总体经营情况

3、品牌经营状况

- 4、销售区域分布
- 5、企业经营战略
- 6、企业在华竞争

四、美国强生集团

- 1、集团发展概况
- 2、总体经营情况
- 3、品牌经营状况
- 4、企业在华竞争

第四节全球化妆品行业发展趋势预测

- 一、全球化妆品行业发展前景展望
- 二、全球化妆品行业发展趋势预测

第五节全球化妆品行业对中国的启示

- 一、政府引导规范化妆品行业的发展
- 二、实施“走出去”战略,提高竞争力
- 三、化妆品企业要开发多种消费市场

第四章中国化妆品行业发展状况分析

第一节化妆品行业发展状况分析

- 一、化妆品行业发展历程分析
- 二、化妆品行业发展现状分析
- 三、化妆品行业市场特点分析
- 四、化妆品行业市场规模分析

第二节化妆品行业经济运行分析

- 一、化妆品行业资产规模分析
- 二、化妆品行业负债规模分析
- 三、化妆品行业产成品分析
- 四、化妆品行业销售收入分析
- 五、化妆品行业利润总额分析

第三节化妆品行业经营情况分析

- 一、化妆品行业盈利能力分析
- 二、化妆品行业偿债能力分析
- 三、化妆品行业营运能力分析

四、化妆品行业成长能力分析

第四节化妆品行业进出口分析

一、化妆品行业进出口形势分析

二、化妆品行业出口市场分析

三、化妆品行业进口市场分析

第五节化妆品行业关注度分析

一、化妆品行业整体关注度分析

1、化妆品行业整体检索趋势分析

2、化妆品行业的检索内容及趋势

3、化妆品行业品类检索趋势分析

4、化妆品行业品牌检索趋势分析

二、化妆品行业品类关注度分析

1、护肤产品关注度分析

2、彩妆产品关注度分析

3、香氛产品关注度分析

4、美发护发关注度分析

第五章中国化妆品店市场调研分析

第一节化妆品店调查取样分析

一、化妆品店店铺门店数量比例

二、化妆品店店铺类型分布比例

三、化妆品店店铺面积比例分布

四、化妆品店店铺零售规模比例

第二节化妆品店经营概况分析

一、化妆品店店铺零售环境评价

二、化妆品店店铺收入增长分析

三、化妆品店店铺利润增长分析

四、化妆品店店铺的投资及盈利

五、化妆品店店铺竞争对手分析

六、化妆品店店铺KPI导向指示

七、化妆品店店铺会员消费占比

第三节化妆品店成本结构分析

一、化妆品店店铺租金水平分析

二、化妆品店店铺人工成本分析

1、化妆品店店长工资分析

2、化妆品店普通员工工资分析

3、化妆品店后台人员工资分析

4、化妆品店员工流失率分析

5、化妆品店的广告及促销费用

6、化妆品店店铺管理费用占比

第四节化妆品店绩效指标分析

一、化妆品店的客单价分析

二、化妆品店平均坪效分析

三、化妆品店平均品效分析

四、化妆品店平均人效分析

五、化妆品店产品价格分析

第五节化妆品店品类情况分析

一、护肤产品分析

二、彩妆产品分析

三、洗护产品分析

四、面膜产品分析

五、男士产品分析

六、进口产品分析

七、特色小品类分析

第六节化妆品店店铺管理分析

一、化妆品店店铺压力类型分析

二、化妆品店连锁扩张影响因素

三、化妆品店身边店铺影响分析

四、化妆品店店铺模式喜好分析

五、化妆品店店铺业绩影响因素

六、化妆品店店铺经营品类分析

七、化妆品店店铺引流方式类型

八、化妆品店店铺O2O态度分析

九、化妆品店店铺推广方式分析

- 十、化妆品店店铺挑选员工标准
- 十一、化妆品店店铺团队提升分析
- 十二、化妆品店店铺联盟抱团态度
- 十三、化妆品店店铺的代理商和供应商分析

第三部分化妆品市场领航调研

第六章中国化妆品行业细分市场发展分析

第一节护肤品行业发展状况分析

一、护肤品行业发展状况分析

- 1、护肤品行业发展现状分析
- 2、护肤品行业市场规模分析
- 3、护肤品行业技术发展分析
- 4、护肤品行业营销策略分析

二、护肤品行业主要产品分析

- 1、面膜行业发展状况分析
- 2、面霜行业发展状况分析
- 3、唇膏行业发展状况分析
- 4、精华液行业发展状况分析
- 5、洗面奶行业发展状况分析
- 6、爽肤水行业发展状况分析
- 7、卸妆水行业发展状况分析
- 8、祛痘护肤品行业发展状况分析

三、护肤品行业发展趋势分析

- 1、护肤品行业发展前景分析
- 2、护肤品行业发展趋势分析

第二节彩妆行业发展状况分析

一、彩妆行业发展状况分析

- 1、彩妆行业发展现状分析
- 2、彩妆行业市场规模分析
- 3、彩妆行业市场结构分析

二、彩妆行业主要产品分析

- 1、眼妆行业发展状况分析

2、唇彩行业发展状况分析

3、美甲行业发展状况分析

三、彩妆行业发展趋势分析

1、彩妆行业发展前景分析

2、彩妆行业发展趋势分析

第三节洗护行业发展状况分析

一、洗护行业发展现状分析

二、洗护行业主要产品分析

1、洗发产品市场发展分析

2、护发产品市场发展分析

3、美发产品市场发展分析

4、沐浴产品市场发展分析

三、洗护行业发展趋势分析

1、洗护行业发展前景分析

2、洗护行业发展趋势分析

第四节口腔护理用品行业发展状况分析

一、口腔护理用品行业发展现状分析

二、口腔护理用品行业主要产品分析

1、牙膏行业发展状况分析

2、洗漱水行业发展状况分析

3、口腔清洁剂行业发展状况分析

三、口腔护理用品行业发展趋势分析

1、口腔护理用品行业发展前景分析

2、口腔护理用品行业发展趋势分析

第五节男士护理用品行业发展状况分析

一、男士护理用品行业发展现状分析

1、男士护理用品行业基本分类情况

2、男士护理用品行业发展特点分析

3、男士护理用品行业市场规模分析

4、男士护理用品市场消费特点分析

5、男士护理用品行业竞争格局分析

6、男士护理用品行业渠道格局分析

二、男士护理用品行业消费调查分析

- 1、男士护理用品消费习惯调查分析
- 2、男士护理用品使用需求调查分析
- 3、男士护理用品消费原因调查分析
- 4、男士护理用品消费选择因素分析
- 5、男士护理用品的品牌忠诚度分析
- 6、男士护理用品新品牌的购买因素
- 7、男士护理用品品牌消费来源分析

三、男士护理用品行业发展趋势分析

- 1、男士护理用品行业发展前景分析
- 2、男士护理用品行业发展趋势分析

第六节儿童化妆品行业发展状况分析

一、儿童化妆品行业发展现状分析

- 1、儿童化妆品行业总体发展现状
- 2、儿童化妆品行业品牌现状分析
- 3、儿童化妆品行业消费市场分析
- 4、儿童化妆品行业市场竞争分析
- 5、儿童化妆品行业营销组合分析
- 6、儿童化妆品行业价格策略分析

二、儿童化妆品行业市场格局分析

- 1、儿童化妆品行业市场规模分析
- 2、儿童化妆品行业竞争格局分析
- 3、儿童化妆品行业渠道格局分析

三、儿童化妆品行业发展趋势分析

- 1、儿童化妆品行业发展前景分析
- 2、儿童化妆品行业发展趋势分析

第七节香水行业发展状况分析

一、香水行业发展现状分析

- 1、香水行业发展特点分析
- 2、香水行业市场规模分析
- 3、香水行业市场竞争分析
- 4、香水行业消费市场分析

二、香水行业消费调查分析

- 1、香水行业调查样本分析
- 2、香水消费频率调查分析
- 3、香水消费原因调查分析
- 4、香水消费香调调查分析
- 5、香水消费规格调查分析
- 6、香水消费品牌调查分析

三、香水行业发展趋势分析

- 1、香水行业发展前景分析
- 2、香水行业发展趋势分析

第八节防晒用品行业发展状况分析

一、防晒用品行业发展现状分析

- 1、防晒用品行业发展现状分析
- 2、防晒用品行业市场规模分析
- 3、防晒用品行业竞争格局分析

二、防晒类化妆品中防晒剂使用分析

- 1、防晒类化妆品产品类别分布情况
- 2、防晒类化妆品中防晒剂使用频率
- 3、防晒剂的复配使用变化情况分析

三、防晒用品行业发展趋势分析

- 1、防晒用品行业发展前景分析
- 2、防晒剂行业发展趋势分析
- 3、防晒用品行业发展趋势分析

第七章中国化妆品行业销售渠道及策略分析

第一节化妆品行业销售渠道发展现状分析

一、化妆品行业销售渠道结构分析

二、超市及大卖场渠道分析

- 1、渠道概况
- 2、渠道比重

三、百货商场渠道

- 1、渠道概况

2、渠道比重

四、药妆店渠道

1、渠道概况

2、渠道比重

五、专营店渠道

1、渠道概况

2、渠道比重

六、个人护理店及便利店渠道

1、渠道概况

2、渠道比重

七、网络渠道

1、渠道概况

2、渠道比重

八、直销渠道

1、渠道概况

2、渠道比重

九、其他渠道

1、渠道概况

2、渠道比重

第二节化妆品行业电子商务渠道分析

一、化妆品行业电子商务渠道现状

1、化妆品行业电子商务交易规模分析

2、化妆品行业电子商务渠道特性分析

3、化妆品行业电子商务渠道优势分析

4、化妆品行业电子商务渠道劣势分析

5、化妆品电子商务渠道与传统渠道的关联

6、化妆品行业电子商务渠道经营策略

7、化妆品行业网购用户属性分析

二、化妆品产品线上市场发展分析

1、清洁护肤类线上市场分析

2、彩妆类线上市场发展分析

三、化妆品行业电子商务发展前景分析

第三节化妆品行业的产品策略分析

一、行业领先产品策略分析

二、行业典型产品案例分析

第四节化妆品行业的定价策略分析

一、行业领先定价策略分析

二、行业典型定价案例分析

第五节化妆品行业的促销策略分析

一、行业领先促销策略分析

二、行业典型促销案例分析

第四部分化妆品行业竞争格局

第八章中国化妆品行业竞争格局分析

第一节化妆品行业竞争结构分析

一、化妆品行业现有企业间竞争

二、化妆品行业潜在进入者分析

三、化妆品行业替代品威胁分析

四、化妆品行业供应商议价能力

五、化妆品行业的客户议价能力

六、化妆品行业竞争情况总结

第二节化妆品行业竞争格局分析

一、化妆品行业整体竞争格局分析

二、高档化妆品市场竞争格局分析

三、中档化妆品市场竞争格局分析

四、大众化妆品市场竞争格局分析

第三节化妆品行业并购行为分析

一、国外企业在中国的并购行为分析

二、本土化妆品企业的并购行为分析

三、本土化妆品企业的并购实证分析

第四节提高化妆品行业竞争力对策分析

一、从市场结构角度分析

二、从市场行为角度分析

三、从市场绩效角度分析

第九章中国化妆品行业区域市场分析

第一节华北地区化妆品行业经营状况分析

一、北京市化妆品行业经营状况分析

二、天津市化妆品行业经营状况分析

第二节东北地区化妆品行业经营状况分析

一、黑龙江省化妆品行业经营状况分析

二、辽宁省化妆品行业经营状况分析

第三节华东地区化妆品行业经营状况分析

一、上海市化妆品行业经营状况分析

二、江苏省化妆品行业经营状况分析

三、浙江省化妆品行业经营状况分析

四、安徽省化妆品行业经营状况分析

五、福建省化妆品行业经营状况分析

六、江西省化妆品行业经营状况分析

七、山东省化妆品行业经营状况分析

第四节华中地区化妆品行业经营状况分析

一、河南省化妆品行业经营状况分析

二、湖北省化妆品行业经营状况分析

三、湖南省化妆品行业经营状况分析

第五节华南地区化妆品行业经营状况分析

一、广东省化妆品行业经营状况分析

二、广西区化妆品行业经营状况分析

三、海南省化妆品行业经营状况分析

第六节西南地区化妆品行业经营状况分析

一、重庆市化妆品行业经营状况分析

二、四川省化妆品行业经营状况分析

三、贵州省化妆品行业经营状况分析

第七节西北地区化妆品行业经营状况分析

一、陕西省化妆品行业经营状况分析

二、甘肃省化妆品行业经营状况分析

第十章中国重点化妆品企业经营分析（排名不分先后）

第一节化妆品重点生产企业经营分析

一、上海家化联合股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

二、霸王国际集团（控股）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

三、资生堂（中国）投资有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

四、宝洁（中国）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

五、新生活集团（中国）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

六、广州好迪集团有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

七、江苏东洋之花生物科技股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业经营优劣势分析

八、江苏隆力奇生物科技股份有限公司

- 1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

九、欧莱雅（中国）有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

十、联合利华（中国）有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

第五部分化妆品行业发展趋势

第十一章中国化妆品行业发展趋势预测

第一节2018-2024年化妆品行业发展影响因素

一、化妆品行业发展有利因素

二、化妆品行业发展不利因素

第二节2018-2024年化妆品行业发展前景分析

一、化妆品行业发展空间分析

二、化妆品行业发展前景展望

第三节2018-2024年化妆品行业发展趋势分析

一、化妆品行业市场规模预测

二、化妆品行业发展趋势分析

第六部分化妆品行业投资战略规划

第十二章中国化妆品行业投资战略规划（ZY LT）

第一节化妆品行业投资壁垒分析

一、化妆品行业品牌壁垒分析

二、化妆品行业营销网络壁垒

三、化妆品行业人才壁垒分析

四、化妆品行业技术研发壁垒

五、化妆品行业产品质量要求

六、化妆品行业管理能力要求

第二节2018-2024年化妆品行业投资风险分析

- 一、化妆品行业政策风险分析
- 二、化妆品行业宏观经济风险
- 三、化妆品行业技术风险分析
- 四、化妆品行业供求风险分析
- 五、化妆品行业产品结构风险
- 六、化妆品行业企业内部风险
- 七、化妆品行业消费意识风险
- 八、化妆品行业其他风险分析

第三节2018-2024年化妆品行业投资机会分析

- 一、化妆品行业投资环境分析
- 二、化妆品行业投资价值分析
- 三、化妆品行业投资机会分析

第四节2018-2024年化妆品行业投资战略规划

- 一、化妆品行业总体投资战略
- 二、化妆品细分产品投资策略
- 三、化妆品区域市场投资策略
- 四、化妆品企业发展战略分析

图表目录：

图表：2014-2017年中国社会消费品零售总额及增速趋势

图表：2014-2017年中国国内生产总值及增长变化趋势

图表：2014-2017年国内生产总值构成及增长速度统计

图表：2014-2017年城镇居民人均可支配收入及增长趋势

图表：2014-2017年中国化妆品零售交易规模情况

图表：2014-2017年全球化妆品行业市场规模分析

图表：全球化妆品行业区域分布情况

图表：全球化妆品产品竞争格局分析

图表：2014-2017年中国限额以上化妆品企业零售总额

图表：2014-2017年中国化妆品行业资产规模分析

图表：2014-2017年中国化妆品行业负债规模分析

图表：2014-2017年中国化妆品行业产成品分析

图表：2014-2017年中国化妆品行业销售收入分析
图表：2014-2017年中国化妆品行业利润总额分析
图表：2013-2017年中国化妆品行业盈利能力分析
图表：2013-2017年中国化妆品行业偿债能力分析
图表：2013-2017年中国化妆品行业营运能力分析
图表：2013-2017年中国化妆品行业成长能力分析
图表：2014-2017年中国化妆品行业出口总量情况
图表：2014-2017年中国化妆品行业出口金额情况
图表：2014-2017年中国化妆品行业进口总量情况
图表：2014-2017年中国化妆品行业进口金额情况
图表：2014-2017年化妆品行业检索趋势分析
图表：2014-2017年化妆品行业检索内容及趋势
图表：2014-2017年化妆品品类检索趋势
图表：2014-2017年大众及高端化妆品品牌检索趋势
图表：化妆品高端品牌关注度
图表：化妆品大众品牌关注度
图表：化妆品品牌发源地分布
图表：护肤品类关注度
图表：护肤品功效关注度
图表：面部护肤关注度
图表：眼部护肤关注度
图表：唇部护肤关注度
图表：护肤品高端品牌关注度
图表：护肤品大众品牌关注度
更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/201808/01-269222.html>