2023-2029年中国护肤品市场前景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

《2023-2029年中国护肤品市场前景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/R1201/202308/07-542917.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

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国护肤品市场前景研究与投资前景分析报告》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，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第1章：护肤品行业发展综述
1.1 护肤品行业相关概述
1.1.1 护肤品行业定义
1.1.2 护肤品产品分类
1.1.3 本报告数据来源及统计标准说明
1.2 护肤品行业发展环境分析
1.2.1 护肤品行业政策环境分析
（1）护肤品行业监管体制
（2）护肤品行业的相关标准
（3）护肤品行业政策法规汇总
（4）政策对护肤品行业发展影响分析
1.2.2 护肤品行业经济环境分析
（1）中国GDP增长情况
（2）中国宏观经济展望
（3）工业经济增长情况
（4）GDP与护肤品行业关联性分析
1.2.3 护肤品行业社会环境分析
（1）社会消费品零售情况
（2）居民可支配收入和消费情况
（3）社会环境对行业发展影响
1.2.4 护肤品行业技术环境分析
（1）护肤品专利申请情况
（2）护肤品技术趋势分析
1.2.5 护肤品行业消费环境分析

（1）护肤品产品全网声量
（2）护肤品消费态度分析
（3）护肤品相关关注内容
（4）护肤品消费价格分析
（5）护肤品消费趋势分析

第2章：全球护肤品行业发展分析
2.1 全球护肤品行业发展历程
2.2 全球护肤品行业市场发展分析
2.2.1 全球护肤品行业市场需求分析
（1）全球护肤品行业市场规模
（2）全球护肤品行业产品结构
2.2.2 全球护肤品行业竞争格局分析
（1）全球护肤品行业区域结构
（2）全球护肤品企业竞争格局
2.3 全球主要地区护肤品行业发展情况
2.3.1 美国护肤品行业发展分析
（1）行业发展环境分析
（2）行业发展现状分析
2.3.2 法国护肤品行业发展分析
（1）行业发展环境分析
（2）行业发展现状分析
2.3.3 日本护肤品行业发展分析
（1）行业发展环境分析
（2）行业发展现状分析
2.3.4 韩国护肤品行业发展分析
（1）行业发展环境分析
（2）行业发展现状分析
2.4 全球主要护肤品企业发展情况
2.4.1 欧莱雅集团
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析

（3）企业护肤品业务分析
（4）企业护肤品品牌分析
（5）企业护肤品在华情况
（6）企业护肤品业务规划
2.4.2 日本资生堂
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业护肤品业务分析
（4）企业护肤品品牌分析
（5）企业护肤品在华情况
（6）企业护肤品业务规划
2.4.3 宝洁公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业护肤品业务分析
（4）企业护肤品品牌分析
（5）企业护肤品销售情况
（6）企业护肤品业务规划
2.4.4 雅诗兰黛集团
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业护肤品业务分析
（4）企业护肤品品牌分析
（5）企业护肤品销售情况
（6）企业护肤品业务规划
2.5 全球护肤品行业发展预测

第3章：中国护肤品行业发展分析
3.1 中国护肤品行业发展历程
3.2 中国护肤品行业市场发展分析
3.2.1 中国护肤品行业市场需求分析
（1）整体市场需求情况

（2）需求结构分析
（3）细分市场需求增速对比
（4）护肤品销售渠道变化情况
3.2.2 中国护肤品产品价格分析
3.3 中国护肤品行业经营情况分析
3.3.1 中国护肤品行业企业主要经济指标分析
3.3.2 中国护肤品行业盈利能力分析
3.3.3 中国护肤品行业运营能力分析
3.3.4 中国护肤品行业偿债能力分析
3.4 中国护肤品行业对外贸易分析
3.4.1 中国护肤品行业出口市场分析
（1）中国护肤品行业出口金额分析
（2）中国护肤品行业出口数量分析
3.4.2 中国护肤品行业进口市场分析
（1）中国护肤品行业进口金额分析
（2）中国护肤品行业进口数量分析
3.4.3 中国护肤品行业进出口前景及建议
（1）中国护肤品行业出口前景及建议
（2）中国护肤品行业进口前景及建议
3.5 中国护肤品行业痛点分析

第4章：中国护肤品行业竞争格局分析
4.1 护肤品行业投资、兼并与重组分析
4.1.1 护肤品行业并购重组驱动因素
4.1.2 护肤品行业并购重组模式分析
4.1.3 护肤品行业并购重组规模分析
（1）国际护肤品企业并购重组分析
（2）国内护肤品企业并购重组分析
4.1.4 护肤品行业并购重组趋势分析
4.2 中国护肤品行业竞争状态分析
4.2.1 行业现有竞争者分析
4.2.2 行业潜在进入者威胁

4.2.3 行业替代品威胁分析
4.2.4 行业上游议价能力分析
4.2.5 行业下游议价能力分析
4.2.6 行业竞争情况总结
4.3 中国护肤品行业竞争格局
4.3.1 区域竞争格局分析
4.3.2 企业竞争格局分析

第5章：中国护肤品行业细分产品分析
5.1 中国护肤品行业细分产品结构概览
5.2 中国护肤品行业按价格梯队细分产品分析
5.2.1 大众护肤品市场分析
（1）大众护肤品品牌概览
（2）大众护肤品发展现状
（3）大众护肤品发展前景
5.2.2 高端护肤品市场分析
（1）高端护肤品品牌概览
（2）高端护肤品发展现状
（3）高端护肤品发展前景
5.3 中国护肤品行业按应用部位细分产品分析
5.3.1 面部护肤品市场分析
（1）面部护肤品需求分析
（2）面部护肤品发展现状
（3）面部护肤品发展前景
5.3.2 手部护肤品市场分析
（1）手部护肤品需求分析
（2）手部护肤品发展现状
（3）手部护肤品发展前景预测
5.3.3 身体护肤品市场分析
（1）身体护肤品需求分析
（2）身体护肤品发展现状
（3）身体护肤品发展前景

5.3.4 护肤品套装市场分析
（1）护肤品套装需求分析
（2）护肤品套装发展现状
（3）护肤品套装发展前景
5.4 中国护肤品行业按使用人群细分产品分析
5.4.1 女性护肤品市场分析
（1）女性护肤品需求分析
（2）女性护肤品发展现状
（3）女性护肤品发展前景
5.4.2 男性护肤品市场分析
（1）男性护肤品需求分析
（2）男性护肤品发展现状
（3）男性护肤品发展前景

第6章：中国护肤品产业链分析
6.1 护肤品产业链概览
6.1.1 护肤品产业链分析
6.1.2 护肤品产业链全景图谱概览
6.2 护肤品上游行业发展分析
6.2.1 护肤品原料市场分析
（1）供给情况
（2）需求情况
（3）价格走势及预判
6.2.2 包装材料市场分析
（1）供给情况
（2）需求情况
（3）价格走势及预判
6.2.3 上游行业对护肤品行业影响程度分析
6.3 护肤品行业成本结构分析

第7章：中国护肤品行业营销策略分析
7.1 中国护肤品行业传统渠道策略分析

7.1.1 传统销售渠道概述
7.1.2 百货专柜渠道分析
（1）百货专柜渠道壁垒分析
（2）百货专柜渠道运营策略
（3）百货专柜渠道区域建设分析
（4）百货专柜渠道发展情况分析
7.1.3 超市卖场（KA）渠道分析
（1）超市卖场渠道壁垒分析
（2）超市卖场渠道运营策略
（3）超市卖场渠道区域建设分析
（4）超市卖场渠道发展情况分析
7.1.4 化妆品专卖店（CS）渠道分析
（1）化妆品专卖店渠道壁垒分析
（2）化妆品专卖店渠道区域建设分析
（3）化妆品专卖店渠道发展情况分析
7.1.5 药妆店渠道分析
（1）药妆渠道壁垒分析
（2）药妆店渠道运营策略
（3）药妆店渠道发展情况分析
7.2 中国护肤品行业电子商务渠道分析
7.2.1 电商渠道销售规模占比
7.2.2 电商渠道现状分析
7.2.3 电商渠道优劣势分析
（1）三方平台
（2）自有平台
7.2.4 电商渠道经营策略分析
7.3 中国护肤品行业产品策略分析
7.3.1 行业产品策略分析
（1）品牌命名及定位策略分析
（2）产品组合策略分析
（3）产品差异化策略分析
（4）新产品开发策略分析

（5）产品生命周期运用策略分析
7.3.2 行业典型产品案例分析
7.4 中国护肤品行业定价策略分析
7.4.1 行业定价策略分析
（1）结合产品品牌、产品定位
（2）结合产品组合、产品功效
（3）结合竞争对手的价格定价
7.4.2 行业典型定价案例分析
（1）以美加净产品为代表的低价渗透策略
（2）加快向高端市场挺进的速度
7.5 中国护肤品行业营销策略趋势
7.5.1 成本领先的战略营销策略
7.5.2 研发领先的战略营销策略
7.5.3 功效领先的战略营销策略
7.5.4 渠道领先的战略营销策略
7.5.5 传播领先的战略营销策略
7.5.6 服务领先的战略营销策略

第8章：中国重点城市护肤品市场分析
8.1 中国护肤品行业消费重点区域概览
8.2 中国护肤品消费重点区域市场分析
8.2.1 上海市护肤品行业发展情况
（1）护肤品行业发展环境
（2）护肤品行业发展现状
（3）护肤品行业发展趋势
8.2.2 北京市护肤品行业发展情况
（1）护肤品行业发展环境
（2）护肤品行业发展现状
（3）护肤品行业发展趋势
8.2.3 广东省护肤品行业发展情况
（1）护肤品行业发展环境
（2）护肤品行业发展现状

（3）护肤品行业发展趋势
8.2.4 浙江省护肤品行业发展情况
（1）护肤品行业发展环境
（2）护肤品行业发展现状
（3）护肤品行业发展趋势
8.2.5 江苏省护肤品行业发展情况
（1）护肤品行业发展环境
（2）护肤品行业发展现状
（3）护肤品行业发展趋势

第9章：中国护肤品行业重点企业分析
9.1 中国护肤品行业品牌总体概览
9.2 国内护肤品品牌领先企业经营情况
9.2.1 上海百雀羚日用化学有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业护肤品产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业发展最新动向
9.2.2 伽蓝（集团）股份有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业护肤品产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业发展最新动向
9.2.3 上海上美化妆品有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业护肤品产品情况
（4）企业产品技术水平分析

（5）企业经营优劣势分析
（6）企业发展最新动向
9.2.4 浙江欧诗漫集团有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业护肤品产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业发展最新动向
9.2.5 珀莱雅化妆品股份有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业护肤品产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业发展最新动向
9.2.6 上海家化联合股份有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业护肤品产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业发展最新动向
9.2.7 广东丸美生物技术股份有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业护肤品产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业发展最新动向
9.2.8 云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析

（3）企业护肤品产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业发展最新动向
9.2.9 水羊集团股份有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业护肤品产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业发展最新动向
9.2.10 上海相宜本草化妆品股份有限公司
（1）企业的发展简况分析
（2）企业的经营情况分析
（3）企业护肤品产品情况
（4）企业产品技术水平分析
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业发展最新动向

第10章：中国护肤品行业发展前景预测与投资建议
10.1 护肤品行业发展前景预测
10.1.1 行业生命周期分析
10.1.2 行业市场规模预测
10.1.3 行业发展趋势预测
（1）行业整体趋势预测
（2）产品发展趋势预测
10.2 护肤品行业投资特性分析
10.2.1 行业投资现状分析
10.2.2 行业投资风险分析
10.2.3 行业投资壁垒分析
10.3 护肤品行业投资价值分析
10.3.1 行业投资价值分析

10.3.2 行业投资机会分析
10.4 护肤品行业投资发展建议

图表目录

图表1：护肤品行业所属的国民经济分类
图表2：护肤品行业产品分类表
图表3：本报告数据来源及统计标准说明
图表4：中国护肤品行业监管体制
图表5：2017-2021年中国护肤品行业国家标准
图表6：2017-2021年中国护肤品行业标准
图表7：2017-2022年中国护肤品行业地方标准
图表8：2017-2021年中国护肤品行业主要政策法规汇总
图表9：2013-2021年中国国内生产总值及增长走势（单位：万亿元，%）
图表10：部分国际机构对2022年中国GDP增速的预测（单位：%）
图表11：2022年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）
图表12：2012-2021年中国全部工业增加值及其增长速度（单位：亿元，%）
图表13：2016-2021年中国GDP与护肤品行业的关联性分析（单位：万亿元，十亿元）
图表14：2011-2021年中国社会消费品零售总额及其变化情况（单位：亿元，%）
图表15：2013-2021年中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均纯收入变动图（单位：元，%）
图表16：2013-2021年中国居民人均消费支出额（单位：元）
图表17：2021年中国居民人均消费支出结构（单位：%）
图表18：2011-2021年中国护肤品行业专利申请情况（单位：%）
图表19：截至2021年中国护肤品行业专利申请人Top10（单位：件，%）
图表20：截至2021年中国护肤品行业相关专利分布领域TOP5（单位：件，%）
图表21：中国细分护肤品全网声量对比（单位：万）
图表22：关注护肤话题的男女消费者占比（单位：%）
图表23：中国护肤品主要关注内容热点指数对比
图表24：消费者护肤需求热点指数对比
图表25：中国护肤品主要消费群体价格接受区间分析（单位：元）
图表26：护肤品的发展趋势
图表27：全球护肤品行业发展历程详析

图表28：全球护肤品的发展历程图
图表29：2015-2021年全球护肤品市场规模变化情况（单位：亿美元，%）
图表30：2021年全球护肤品行业产品结构（单位：%）

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/202308/07-542917.html