

2017-2023年中国护肤品行业深度调研与发展战略 分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国护肤品行业深度调研与发展战略分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201708/550900.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

中国的化妆品市场是全世界最大的新兴市场，在短短的20多年里，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了一个初具规模、极富生机活力的产业大军。

护肤品种类繁多，特点各异。护肤品行业，由于投资门槛相对较低，回报相对较快，进入容易，品牌数量极多，竞争呈纷杂状。护肤品的利润空间大、个性化强，给广大厂家和商家提供了广阔的发展舞台，护肤品是化妆品市场中发展最快的一个细分市场。在护肤类产品销售中，膏霜、乳液等占主体地位，其次则是洗面用品和沐浴露。在激烈的竞争中一批强势品牌脱颖而出，如玉兰油、大宝、旁氏、碧柔、高丝、欧珀莱、羽西、资生堂、美即等。这些品牌分别在洗面奶、面霜、面膜市场崭露头角，形成相对稳定的格局。

智研咨询发布的《2017-2023年中国护肤品行业深度调研与发展战略分析报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章 护肤品行业相关概述

1.1 护肤品行业定义及特点

1.1.1 护肤品行业的定义

1.1.2 护肤品行业产品/服务特点

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 护肤品行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

2.3.2 行业的区域性

第三章 2016年中国护肤品行业发展环境分析

3.1 护肤品行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

3.1.4 相关产业政策分析

3.1.5 行业相关发展规划

3.1.6 政策环境对行业的影响

3.2 护肤品行业经济环境分析（E）

3.2.1 宏观经济形势分析

3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

3.3 护肤品行业社会环境分析（S）

3.3.1 护肤品产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 护肤品行业技术环境分析（T）

3.4.1 护肤品技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、中国护肤品行业新技术研究

3.4.2 护肤品技术发展水平

1、中国护肤品行业技术水平所处阶段

2、与国外护肤品行业的技术差距

3.4.3 行业主要技术发展趋势

3.4.4 技术环境对行业的影响

第四章 全球护肤品行业发展概述

4.1 2014-2016年全球护肤品行业发展情况概述

- 4.1.1 全球护肤品行业发展现状
- 4.1.2 全球护肤品行业发展特征
- 4.2 2014-2016年全球主要地区护肤品行业发展状况
 - 4.2.1 欧洲护肤品行业发展情况概述
 - 4.2.2 美国护肤品行业发展情况概述
 - 4.2.3 日韩护肤品行业发展情况概述
- 4.3 2017-2023年全球护肤品行业发展前景预测
 - 4.3.1 全球护肤品行业市场规模预测
 - 4.3.2 全球护肤品行业发展前景分析
 - 4.3.3 全球护肤品行业发展趋势分析
- 第五章 中国护肤品行业发展概述
 - 5.1 中国护肤品行业发展状况分析
 - 5.1.1 中国护肤品行业发展阶段
 - 5.1.2 中国护肤品行业发展总体概况
 - 5.1.3 中国护肤品行业发展特点分析
 - 5.2 2014-2016年护肤品行业发展现状
 - 5.2.1 2014-2016年中国护肤品行业市场规模
 - 5.2.2 2014-2016年中国护肤品行业发展分析
 - 5.2.3 2014-2016年中国护肤品企业发展分析
 - 5.3 2017-2023年中国护肤品行业面临的困境及对策
 - 5.3.1 中国护肤品行业面临的困境及对策
 - 5.3.2 中国护肤品企业发展困境及策略分析
- 第六章 2014-2016年中国护肤品行业市场运行分析
 - 6.1 2014-2016年中国护肤品行业总体规模分析
 - 6.1.1 企业数量结构分析
 - 6.1.2 人员规模状况分析
 - 6.1.3 行业资产规模分析
 - 6.1.4 行业市场规模分析
 - 6.2 2014-2016年中国护肤品行业产销情况分析
 - 6.2.1 中国护肤品行业总产值
 - 6.2.2 中国护肤品行业销售产值
 - 6.2.3 中国护肤品行业产销率
 - 6.3 2014-2016年中国护肤品行业市场供需分析
 - 6.3.1 中国护肤品行业供给分析
 - 6.3.2 中国护肤品行业需求分析

6.3.3 中国护肤品行业供需平衡

6.4 2014-2016年中国护肤品行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

第七章 中国护肤品行业产品细分市场分析

7.1 男性护肤品市场

7.1.1 男性护肤品市场消费需求分析

7.1.2 男性护肤品产品特性和品牌定位

7.1.3 全球男性护肤品市场快速增长

7.1.4 中国男性护肤品市场发展现状

7.1.5 中国男性护肤品市场格局剖析

7.1.6 男士化妆品关注度状况

7.1.7 男性市场成未来护肤品竞争焦点

7.1.8 男士护肤品市场发展趋势分析

7.2 儿童护肤品市场

7.2.1 儿童护肤品市场概况

7.2.2 儿童护肤品市场消费特征分析

7.2.3 儿童护肤品市场竞争格局

7.2.4 国内儿童护肤品标准缺失

7.2.5 儿童护肤品的市场定位与营销策略

7.2.6 儿童护肤品的发展方向探讨

7.3 中老年人护肤品市场

7.3.1 中老年女性青睐抗衰老化妆品

7.3.2 老年专用护肤品市场存在空白

7.3.3 中国自有品牌老年护肤品上市

7.3.4 我国老年人专用护肤品需求潜力巨大

7.3.5 开发老年人护肤品市场的对策建议

7.4 其他人群护肤品市场

7.4.1 女大学生护肤品消费特点

7.4.2 高校学生护肤品消费形态分析

7.4.3 孕婴护肤品市场前景广阔

第八章 中国护肤品消费市场分析

8.1 消费群体变化分析

8.2 消费观念变化分析

8.2.1 从“节约”到“时尚”

8.2.2 从“关注质量”到“关注品牌文化”

8.2.3 从“整齐划一”到“追求个性与自我”

8.3 不同人口特征城市居民化妆品购买比例

8.3.1 不同性别居民的化妆品购买分析

1、女性消费者行为研究

2、男性消费者行为研究

3、不同性别居民化妆品购买分析

8.3.2 不同年龄居民的化妆品购买分析

8.3.4 不同收入居民的化妆品购买分析

1、低收入消费者行为研究

2、高收入消费者行为研究

3、不同收入居民化妆品购买分析

第九章 中国护肤品行业竞争格局分析

9.1 中国护肤品行业历史竞争格局概况

9.1.1 护肤品行业集中度分析

9.1.2 护肤品行业竞争程度分析

9.2 中国护肤品行业竞争分析

9.2.1 护肤品行业竞争概况

9.2.2 中国护肤品产业集群分析

9.2.3 中外护肤品企业竞争力比较

9.2.4 护肤品行业品牌竞争分析

9.3 护肤品行业竞争关键因素

9.3.1 价格

9.3.2 渠道

9.3.3 产品/服务质量

9.3.4 品牌

第十章 中国护肤品行业领先企业竞争力分析

10.1 广州宝洁有限公司

10.1.1 企业发展基本情况

10.1.2 企业经营状况分析

10.1.3 企业竞争优势分析

10.2 江苏隆力奇集团有限公司

10.2.1 企业发展基本情况

10.2.2 企业经营状况分析

10.2.3 企业竞争优势分析

10.3 联合利华（中国）有限公司

10.3.1 企业发展基本情况

10.3.2 企业经营状况分析

10.3.3 企业竞争优势分析

10.4 玫琳凯（中国）化妆品有限公司

10.4.1 企业发展基本情况

10.4.2 企业经营状况分析

10.4.3 企业竞争优势分析

10.5 强生（中国）有限公司

10.5.1 企业发展基本情况

10.5.2 企业经营状况分析

10.5.3 企业竞争优势分析

10.6 上海家化联合股份有限公司

10.6.1 企业发展基本情况

10.6.2 企业经营状况分析

10.6.3 企业竞争优势分析

10.7 资生堂丽源化妆品有限公司

10.7.1 企业发展基本情况

10.7.2 企业经营状况分析

10.7.3 企业竞争优势分析

10.8 湖北丝宝股份有限公司

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业经营状况分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.9 妮维雅（上海）有限公司

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业经营状况分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.10 北京大宝化妆品有限公司

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业经营状况分析

10.10.3 企业竞争优势分析

第十一章 2017-2023年中国护肤品行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2017-2023年中国护肤品市场发展前景
 - 11.1.1 2017-2023年护肤品市场发展潜力
 - 11.1.2 2017-2023年护肤品市场发展前景展望
 - 11.1.3 2017-2023年护肤品细分行业发展前景分析
- 11.2 2017-2023年中国护肤品市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2017-2023年护肤品行业发展趋势
 - 11.2.2 2017-2023年护肤品市场规模预测
 - 11.2.3 2017-2023年护肤品行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2017-2023年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2017-2023年中国护肤品行业供需预测
 - 11.3.1 2017-2023年中国护肤品行业供给预测
 - 11.3.2 2017-2023年中国护肤品行业需求预测
 - 11.3.3 2017-2023年中国护肤品供需平衡预测
- 第十二章 2017-2023年中国护肤品行业投资前景
 - 12.1 护肤品行业投资现状分析
 - 12.1.1 护肤品行业投资规模分析
 - 12.1.2 护肤品行业投资资金来源构成
 - 12.1.3 护肤品行业投资项目建设分析
 - 12.2 护肤品行业投资特性分析
 - 12.2.1 护肤品行业进入壁垒分析
 - 12.2.2 护肤品行业盈利模式分析
 - 12.2.3 护肤品行业盈利因素分析
 - 12.3 护肤品行业投资机会分析
 - 12.3.1 产业链投资机会
 - 12.3.2 细分市场投资机会
 - 12.3.3 重点区域投资机会
 - 12.3.4 产业发展的空白点分析
 - 12.4 护肤品行业投资风险分析
 - 12.4.1 护肤品行业政策风险
 - 12.4.2 宏观经济风险
 - 12.4.3 市场竞争风险
 - 12.4.4 关联产业风险
 - 12.4.5 产品结构风险
 - 12.4.6 技术研发风险
 - 12.4.7 其他投资风险

第十三章 2017-2023年中国护肤品企业投资战略分析

13.1 护肤品企业发展战略规划背景意义

13.1.1 企业转型升级的需要

13.1.2 企业做大做强的需要

13.1.3 企业可持续发展需要

13.2 护肤品企业战略规划制定依据

13.2.1 国家政策支持

13.2.2 行业发展规律

13.2.3 企业资源与能力

13.2.4 可预期的战略定位

13.3 护肤品企业战略规划策略分析

13.3.1 战略综合规划

13.3.2 技术开发战略

13.3.3 区域战略规划

13.3.4 产业战略规划

13.3.5 营销品牌战略

13.3.6 竞争战略规划

第十四章 研究结论及建议

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：护肤品行业特点

图表：护肤品行业生命周期

图表：护肤品行业产业链分析

图表：2014-2016年护肤品行业市场规模分析

图表：2017-2023年护肤品行业市场规模预测

图表：中国护肤品行业盈利能力分析

图表：中国护肤品行业运营能力分析

图表：中国护肤品行业偿债能力分析

图表：中国护肤品行业发展能力分析

图表：中国护肤品行业经营效益分析

图表：2014-2016年护肤品重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国护肤品行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国护肤品行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国护肤品行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国护肤品竞争力分析

图表：2017-2023年中国护肤品产能预测

图表：2017-2023年中国护肤品消费量预测

图表：2017-2023年中国护肤品市场价格走势预测

图表：2017-2023年中国护肤品发展趋势预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201708/550900.html>