

# 中国护肤品市场需求规模及占有率调查报告2023-2028年

产品名称	中国护肤品市场需求规模及占有率调查报告2023-2028年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

## 产品详情

中国护肤品市场需求规模及占有率调查报告2023-2028年【报告编号】:385090【出版时间】:2022年12月【出版机构】:中研智业研究院【交付方式】:EMIL电子版或特快专递【报告价格】:【纸质版】:6500元【电子版】:6800元【纸质+电子】:7000元【联系人】:杨静--客服专员免费售后服务一年,具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

### \*\*章 护肤品行业发展综述\*\*节

护肤品相关概述一、护肤品的概念二、护肤品的成分三、护肤品的类型第二节 护肤品行业政策环境分析一、护肤品行业监管体制分析二、护肤品行业法律法规分析三、护肤品行业相关标准分析四、护肤品行业发展规划分析第三节 护肤品行业产业链发展分析一、护肤品行业产业链概述二、护肤品原料市场发展分析（一）护肤品原料市场概述（二）护肤品原料供应分析（三）护肤品原料价格分析（四）护肤品原料供给趋势三、护肤品包装市场发展分析（一）护肤品包装市场概述（二）护肤品包装供给分析（三）护肤品包装需求分析（四）护肤品包装发展趋势四、护肤品制造行业发展分析（一）护肤品制造行业概述（二）护肤品制造行业特点（三）护肤品制造企业类型（四）护肤品制造区域分布第二章 世界护肤品行业发展分析\*\*节 世界护肤品行业发展概况一、世界护肤品行业现状二、世界护肤品行业规模三、世界护肤品品牌格局四、世界护肤品行业趋势第二节 主要地区护肤品市场分析一、美国护肤品市场分析二、拉美护肤品市场分析三、欧洲护肤品市场分析四、日本护肤品市场分析五、韩国护肤品市场分析六、印度护肤品市场分析第三章 2022年中国化妆品行业经济运行分析\*\*节 2021-2022年中国化妆品行业发展总况一、2021年中国化妆品行业发展概述二、2022年中国化妆品行业发展概述第二节 2022年化妆品行业经济运行状况一、化妆品行业企业数量分析二、化妆品行业资产规模分析三、化妆品行业产值规模分析四、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 2022年化妆品行业运营效益分析一、化妆品行业盈利能力分析二、化妆品行业的毛利率分析三、化妆品行业运营能力分析四、化妆品行业偿债能力分析第四节 2022年化妆品行业结构特征分析一、2022年化妆品企业经济类型分析（一）国有化妆品企业经济指标分析（二）集体化妆品企业经济指标分析（三）股份制化妆品企业的经济指标（四）股份合作化妆品企业经济指标（五）私营化妆品企业经济指标分析（六）外资化妆品企业经济指标分析二、2022年化妆品企业规模结构分析（一）大型化妆品企业经济指标分析（二）中型化妆品企业经济指标分析（三）小型化妆品企业经济指标分析三、2022年化妆品行业区域结构分析（一）东北地区化妆品行业发展分析（二）华北地区化妆品行业发展分析（三）华东地区化妆品行业发展分析（四）华中

地区化妆品行业发展分析（五）华南地区化妆品行业发展分析（六）西南地区化妆品行业发展分析（七）西北地区化妆品行业发展分析第四章 2022年中国护肤品行业运行态势分析\*\*节 护肤品市场发展现状分析一、护肤品市场特点分析二、护肤品行业产能分析三、护肤品市场规模分析四、护肤品市场结构分析五、护肤品区域市场结构第二节 护肤品消费市场发展分析一、护肤品消费市场概述二、护肤品消费环境分析三、护肤品消费人群特征四、护肤品消费观念分析第三节 护肤品市场竞争格局分析一、现有品牌间竞争二、潜在进入者威胁三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、消费者议价能力第四节 不同档次护肤品市场格局一、\*\*护肤品品牌市场格局（一）\*\*护肤品市场特征（二）\*\*护肤品市场容量（三）\*\*护肤品品牌竞争二、中档护肤品品牌市场格局（一）中档护肤品市场特征（二）中档护肤品市场容量（三）中档护肤品品牌竞争三、大众护肤品品牌市场格局（一）大众护肤品市场特征（二）大众护肤品市场容量（三）大众护肤品品牌竞争第五节 2016-2022年中国护肤品进出口分析一、2016-2022年护肤品进口情况分析（一）护肤品进口数量情况（二）护肤品进口金额分析（三）护肤品进口来源分析（四）护肤品进口价格分析二、2016-2022年护肤品出口情况分析（一）护肤品出口数量情况（二）护肤品出口金额分析（三）护肤品出口流向分析（四）护肤品出口价格分析第五章 中国护肤品行业细分市场分析\*\*节 面部护肤类产品市场分析一、面部护肤品市场现状二、面部护肤品消费特点三、面部护肤品市场规模四、面部护肤品产品结构五、面部护肤品品牌格局第二节 美白护肤类产品市场分析一、美白护肤品市场现状二、美白护肤品消费特点三、美白护肤品市场规模四、美白护肤品产品结构五、美白护肤品品牌格局六、美白护肤品品牌剖析（一）玉兰油（二）丁家宜（三）旁氏（四）欧莱雅（五）大宝（六）雅芳（七）卡尼尔（八）小护士（九）妮维雅（十）欧珀莱第三节 防晒护肤类产品市场分析一、防晒护肤品市场现状二、防晒护肤品消费特点三、防晒护肤品市场规模四、防晒护肤品产品结构五、防晒护肤品品牌格局六、防晒护肤品品牌剖析（一）玉兰油（二）资生堂（三）欧莱雅（四）露得清（五）曼秀雷敦（六）姬芮（七）羽西（八）妮维雅（九）倩碧（十）薇姿第四节 抗衰老护肤产品市场分析一、抗衰老护肤品市场现状二、抗衰老护肤品消费特点三、抗衰老护肤品市场规模四、抗衰老护肤品产品结构五、抗衰老护肤品品牌格局六、抗衰老护肤品品牌剖析（一）欧莱雅（二）玉兰油（三）欧珀莱（四）玫琳凯（五）兰蔻（六）雅诗兰黛（七）自然堂（八）雅姿（九）资生堂（十）雅芳第五节 主要护肤产品市场分析一、面霜二、手霜三、洗面奶四、爽肤水五、卸妆类六、润唇膏七、眼部护理第六章 中国面膜市场发展分析\*\*节 全球面膜市场发展概况一、美国面膜市场情况分析二、英国面膜市场情况分析三、法国面膜市场情况分析四、意大利面膜市场情况分析五、韩国面膜市场情况分析六、日本面膜市场情况分析七、台湾面膜市场情况分析第二节 中国面膜行业发展概述一、面膜市场现状分析二、面膜市场销售总额三、面膜市场的渗透率四、面膜购买渠道分析五、面膜购买影响因素六、不同价格产品结构第三节 2022年面膜市场新看点一、使用功效二、产品材质三、消费人群四、选购动因五、零售价格六、销售渠道七、终端陈列八、推广手段第四节 国内外面膜品牌发展情况一、国内外面膜品牌汇总（一）国外面膜品牌（二）中国面膜品牌（三）面膜品牌格局二、中国面膜品牌排行（一）面膜品牌排行（二）眼膜品牌排行（三）\*\*受欢迎护肤面膜三、面膜市场主要品牌及价格（一）美白面膜主要品牌及价格（二）保湿面膜主要产品及价格（三）深层洁净面膜品牌及价格第五节 面膜市场不同功能面膜市场需求一、男性不同功能面膜市场需求调查二、女性不同功能面膜市场需求调查第六节 美白面膜市场销售情况及占有率一、美白面膜市场品牌激增二、膜法传奇销量再创新高三、美白面膜市场占有率分析第七节 美白面膜市场消费行为及竞争策略一、调研背景二、各\*\*美白面膜市场简介三、消费者行为研究调查统计四、美白面膜市场消费行为及竞争策略分析第七章 护肤品行业不同消费主体市场分析\*\*节 女性护肤品市场发展分析一、女性护肤品市场发展态势（一）女性护肤品市场概况（二）女性护肤品市场容量（三）女性护肤品需求特征（四）女性护肤品品牌格局二、女性护肤品消费市场分析（一）消费者消费心理分析（二）消费者品牌偏好分析（三）护肤品购买渠道分析（四）影响消费者购买因素第二节 男性护肤品市场发展分析一、男性护肤品市场发展态势（一）男性护肤品市场概况（二）男性护肤品市场容量（三）男性护肤品需求特征（四）男性护肤品品牌格局二、男性护肤品消费市场分析（一）消费者消费心理分析（二）消费者品牌偏好分析（三）护肤品购买渠道分析（四）影响消费者购买因素第三节 婴童护肤品市场发展分析一、婴童护肤品市场发展态势（一）婴童护肤品市场概况（二）婴童护肤品市场容量（三）婴童护肤品需求特征（四）婴童护肤品品牌格局二、婴童护肤品消费市场分析（一）消费者消费心理分析（二）消费者品牌偏好分析（三）护肤品购买渠道分析（四）影响消费者购买因素第四节 老年护肤品市场发展分析一、老年护肤品市场发展态势（一）老年护肤品市场概况（二）老年护肤品市场容量（三）老年护肤品需求特征（四）老年护肤品品牌格局二、老年护肤品消费市场分析（一）消费者消费心理分析（二）消费者品牌偏好分析（三）护肤品购买渠道分析（四）影响消费者购买因素第八章 中国护肤品行业零售渠道模式分析\*\*节 护肤品商超渠道模式分析一、护肤品专柜渠道发展分析（一）专

柜渠道的发展现状(二)专柜渠道发展优劣势(三)专柜渠道的进入壁垒(四)专柜渠道的成本收益二、护肤品超市及便利店分析(一)超市便利店发展优劣势(二)护肤品超市便利店规模(三)超市便利店的进入壁垒(四)超市便利店的成本收益三、护肤品商超渠道营销分析(一)护肤品商超渠道营销特点(二)护肤品商超渠道陈列技巧(三)护肤品商超营销策略分析第二节护肤品专营店渠道模式分析一、护肤品专营店渠道发展分析(一)护肤品专营店发展现状(二)护肤品专营店的优劣势(三)护肤品专营店进入壁垒(四)护肤品专营店成本收益二、护肤品专营店渠道营销管理(一)护肤品专营店营销特点(二)护肤品专营店选址策略(三)护肤品专营店运营管理(四)护肤品专营店管理管理三、护肤品专营店典型案例分析(一)屈臣氏(二)千色店(三)丝芙兰(四)娇兰佳人第三节护肤品直销渠道模式分析一、直销的定义二、护肤品直销现状概述三、护肤品直销竞争阵地四、护肤品直销的优劣势五、护肤品直销模式案例(一)雅芳(二)安利(三)完美(四)玫琳凯第四节护肤品药妆店渠道模式分析一、护肤品药妆店发展现状二、护肤品药妆店的优劣势三、护肤品药妆店进入壁垒四、护肤品药妆店品牌分析第五节护肤品美容院渠道模式分析一、护肤品美容院发展现状二、护肤品美容院的优劣势三、护肤品美容院品牌分析第六节护肤品电视购物模式分析一、护肤品电视购物发展现状二、护肤品电视购物的优劣势三、护肤品电视购物品牌分析第九章护肤品网购渠道模式发展分析\*\*节护肤品网购渠道发展概况一、护肤品网购渠道发展现状二、护肤品网购市场交易规模三、护肤品网购渠道的优劣势四、护肤品网购渠道进入壁垒第二节护肤品网购模式发展分析一、平台型网购模式分析二、垂直型网购模式分析三、自营品牌型模式分析第三节典型护肤品网购平台分析一、天猫(一)网站基本概述(二)网站商业竞争力(三)护肤品牌经营情况二、淘宝(一)网站基本概述(二)网站商业竞争力(三)护肤品牌经营情况三、京东商城(一)网站基本概述(二)网站商业竞争力(三)护肤品牌经营情况四、乐蜂网(一)网站基本概述(二)网站商业竞争力(三)护肤品牌经营情况五、聚美优品(一)网站基本概述(二)网站商业竞争力(三)护肤品牌经营情况六、天天网(一)网站基本概述(二)网站商业竞争力(三)护肤品牌经营情况七、果皮网(一)网站基本概述(二)网站商业竞争力(三)护肤品牌经营情况八、米奇网(一)网站基本概述(二)网站商业竞争力(三)护肤品牌经营情况九、草莓网(一)网站基本概述(二)网站商业竞争力(三)护肤品牌经营情况十、DHC化妆品(一)网站基本概述(二)网站商业竞争力(三)护肤品牌经营情况第四节典型护肤品网购品牌分析一、柚子舍(一)品牌发展概况(二)品牌发展定位(三)品牌成功经验二、芳草集(一)品牌发展概况(二)品牌发展定位(三)品牌成功经验三、御泥坊(一)品牌发展概况(二)品牌发展定位(三)品牌成功经验四、膜法世家(一)品牌发展概况(二)品牌发展定位(三)品牌成功经验五、阿芙精油(一)品牌发展概况(二)品牌发展定位(三)品牌成功经验第十章中国重点城市护肤品消费者调研分析\*\*节华北地区护肤品消费者调查分析一、北京护肤品消费调查分析二、天津护肤品消费调查分析三、太原护肤品消费调查分析四、哈尔滨护肤品消费调查分析第二节东北地区护肤品消费者调查分析一、长春护肤品消费调查分析二、沈阳护肤品消费调查分析三、大连护肤品消费调查分析第三节华东地区护肤品消费者调查分析一、济南护肤品消费调查分析二、青岛护肤品消费调查分析三、南京护肤品消费调查分析四、苏州护肤品消费调查分析五、上海护肤品消费调查分析六、杭州护肤品消费调查分析七、宁波护肤品消费调查分析八、福州护肤品消费调查分析九、厦门护肤品消费调查分析第四节华中地区护肤品消费者调查分析一、合肥护肤品消费调查分析二、南昌护肤品消费调查分析三、郑州护肤品消费调查分析四、长沙护肤品消费调查分析五、武汉护肤品消费调查分析第五节华南地区护肤品消费者调查分析一、广州护肤品消费调查分析二、深圳护肤品消费调查分析三、佛山护肤品消费调查分析四、南宁护肤品消费调查分析五、海口护肤品消费调查分析第六节西部地区护肤品消费者调查分析一、成都护肤品消费调查分析二、重庆护肤品消费调查分析三、昆明护肤品消费调查分析四、西安护肤品消费调查分析第十一章国内外护肤品行业重点企业发展分析\*\*节国外护肤品重点企业发展分析一、欧莱雅集团(一)护肤品业务发展概况(二)护肤品品牌定位分析(三)企业品牌竞争力分析(四)企业在华的投资战略二、宝洁公司三、雅诗兰黛集团四、资生堂集团五、联合利华集团六、美国玫琳凯化妆品有限公司七、美国安利公司八、美国雅芳公司九、美国强生公司十、LVMH集团十一、Chanel(香奈儿)集团十二、韩国爱茉莉太平洋集团十三、德国拜尔斯道夫公司十四、美国露华浓公司第二节国内护肤品重点企业发展分析一、索芙特股份有限公司(一)企业发展的基本情况(二)企业的经营情况分析(三)护肤品品牌定位分析(四)企业品牌竞争力分析二、上海家化联合股份有限公司三、自然美生物科技股份有限公司四、上海相宜本草化妆品股份有限公司五、江苏隆力奇生物科技股份有限公司六、新生活集团七、北京大宝化妆品有限公司八、珈依生化科技(中国)有限公司九、天津郁美净集团有限公司十、上海百雀羚日用化学有限公司十一、广州市采诗化妆品有限公司十二、珠海姗拉娜化妆品有限公司十三、广东雅倩化妆品有限公司十四、北京维肤佳化妆品有限公司十五、伽蓝(集团)股份有限公司第十二章

2023-2028年中国护肤品行业发展前景及投融资策略\*\*节 2023-2028年中国护肤品行业发展前景一、护肤品行业总体发展趋势二、护肤品产品需求趋势分析三、护肤品行业品牌竞争趋势四、护肤品零售渠道发展前景五、护肤品市场规模预测分析第二节 中国护肤品行业投资特性一、护肤品行业发展SWOT分析（一）发展优势分析（二）发展劣势分析（三）发展威胁分析（四）发展机遇分析二、护肤品行业投资风险分析（一）宏观经济风险分析（二）行业技术风险分析（三）市场竞争风险分析（四）企业经营管理风险（五）消费意识转变风险三、护肤品行业投资潜力分析（一）产品结构拓展潜力（二）区域市场投资潜力（三）国内品牌竞争潜力（四）零售渠道投资潜力第三节 中国护肤品行业投融资策略一、护肤品行业融资渠道及策略分析（一）护肤品企业融资渠道简析（二）护肤品企业股票融资渠道（三）护肤品企业政府杠杆融资（四）护肤品企业债权融资渠道（五）护肤品企业民间资本融资二、护肤品行业营销战略分析（一）护肤品售前营销战略（二）护肤品售中营销战略（三）护肤品售后营销战略三、护肤品企业区域市场投资策略（一）集中资源重点投入（二）加强零售树立口碑（三）选择卖点集中宣传（四）增强沟通促销指引（五）导购展示两者结合第十三章 中国护肤品企业IPO上市策略指导\*\*节 护肤品企业上市目的及条件一、护肤品企业上市目的二、企业上市需满足的条件（一）企业境内主板IPO主要条件（二）企业境内中小板IPO主要条件（三）企业境内创业板IPO主要条件三、企业改制上市中的关键问题第二节 护肤品企业IPO上市的相关准备一、企业该不该上市二、企业应何时上市三、企业应何地上市四、企业上市前准备（一）企业上市前综合评估（二）企业的内部规范重组（三）选择并配合中介机构（四）应如何选择中介机构第三节 护肤品企业IPO上市的规划实施一、上市费用规划和团队组建二、尽职调查及问题解决方案三、改制重组需关注重点问题四、企业上市辅导及注意事项五、上市申报材料制作及要求六、网上路演推介及询价发行第四节 护肤品企业IPO上市审核工作流程一、企业IPO上市基本审核流程二、企业IPO上市具体审核环节三、与发行审核流程相关的事项 部分图表目录图表 护肤品产业链构成图表 中国护肤品行业的主要法律法规统计图表 中国护肤品行业的相关标准图表 中国护肤品市场规模及增长率图表 中国面膜产能变化趋势图图表 中国面霜产能变化趋势图图表 中国爽肤水产能变化趋势图图表 中国护肤品细分市场统计图表 中国护肤品品牌市场占有率图表 中国护肤品企业市场占有率图表 中国护肤品品牌关注度排名图表 中国护肤产品类别关注度排名图表 中国护肤产品关注度排名图表 中国\*\*护肤品品牌情况图表 中国保湿护肤品品牌市场占有率图表 保湿护肤品市场份额排名前十位的品牌比较图表 抗衰老紧致护肤品品牌市场占有率图表 抗衰老紧致护肤品市场份额排名前十位的品牌比较图表 中国抗脂紧致护肤品品牌市场占有率图表 抗脂紧致护肤品市场份额排名前十位的品牌比较图表 不同使用类型面膜市场占比情况图表 中国面膜零售额变化趋势图图表 中国面膜渗透率变化趋势图图表 面膜现代销售渠道占比变化趋势图图表 面膜不同销售渠道占比情况图表 面膜购买影响因素占比情况图表 面膜不同价位产品占比情况图表 国内面膜销售前十位品牌市场占有率统计图表 美白面膜市场占比图表 面膜市场消费者性别调查图表 面膜市场消费者年龄调查图表 面膜市场消费者职业调查图表 面膜市场消费者使用原因调查图表 北京护肤品市场需求总体状况图表 北京护肤品品牌渗透率情况图表 北京护肤品品牌\*经常使用比例图表 上海护肤品市场需求总体状况图表 上海护肤品品牌渗透率情况图表 上海护肤品品牌\*经常使用比例