2024-2029年全球及中国护肤品行业产销需求与投资预测分析报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——
第1章：护肤品行业综述及数据来源说明
1.1 护肤品行业界定
1.1.1 护肤品的定义
1.1.2 护肤品性质特征
1.1.3 护肤品专业术语
1.1.4 护肤品概念辨析
1.1.5 护肤品所处行业
1.2 护肤品行业分类
1.3 本报告研究范围界定说明
1.4 护肤品行业市场监管&标准体系
1.4.1 护肤品行业监管体系及机构职能
1、监管体制
2、监管机构
1.4.2 护肤品行业标准体系及建设进程
1、标准建设
2、现行标准
3、重点标准
1.5 本报告数据来源及统计标准说明
1.5.1 本报告权威数据来源
1.5.2 本报告研究方法及统计标准
——现状篇——
第2章：全球护肤品行业发展现状及趋势
2.1 全球护肤品行业发展历程
2.2 全球护肤品行业技术标准
2.2.1 全球护肤品行业标准体系
2.2.2 全球护肤品行业技术进展
2.3 全球护肤品行业发展现状
2.3.1 全球护肤品行业整体发展
2.3.2 全球护肤品行业细分市场
2.3.3 全球护肤品市场规模体量
2.4 全球护肤品行业市场竞争态势
2.4.1 全球护肤品行业竞争格局
2.4.2 全球护肤品行业风险投资
2.4.3 全球护肤品行业并购交易
2.5 全球护肤品行业区域发展格局
2.5.1 全球护肤品区域发展格局
2.5.2 全球护肤品重点区域市场
1、美国
2、法国
3、日本
4、韩国
2.5.3 全球护肤品产业贸易流向
2.5.4 国外护肤品发展经验借鉴
2.6 全球护肤品行业市场前景预测
2.7 全球护肤品行业发展趋势洞悉
第3章：中国护肤品行业发展现状及规模
3.1 中国护肤品行业发展历程
3.2 中国护肤品行业技术进展
3.2.1 科研投入力度&强度
3.2.2 科研创新成果&转化

1、专利申请
2、专利公开
3、热门申请人
4、热门技术
3.2.3 关键技术现状与突破
3.2.4 护肤品行业最新技术动态
3.2.5 护肤品行业技术发展方向
3.3 中国护肤品行业市场主体
3.3.1 护肤品市场主体类型
3.3.2 护肤品企业进场方式
3.3.3 护肤品注册/存续企业
3.4 中国护肤品行业市场产销情况
3.4.1 生产情况
1、产能
2、产量
3.4.2 销售情况
1、销量
2、营业收入
3.5 中国护肤品行业对外贸易状况
3.5.1 护肤品进出口统计适用中国海关HS编码
3.5.2 护肤品进出口贸易总体情况
3.5.3 护肤品进口贸易状况
1、护肤品进口贸易规模
2、护肤品进口价格水平
3、护肤品进口产品结构
3.5.4 护肤品出口贸易状况
1、护肤品出口贸易规模
2、护肤品出口价格水平
3、护肤品出口产品结构
3.5.5 护肤品对外贸易环境
3.5.6 护肤品对外贸易趋势
3.5.7 护肤品产业对外依存度
3.6 中国护肤品行业消费行为特征
3.6.1 中国男女护肤年龄段及频率分布
3.6.2 护肤品常用品类
3.6.3 护肤品购买驱动力
3.6.4 护肤品消费价格
3.6.5 护肤品销售渠道
3.6.6 护肤品消费观念及趋势
3.7 中国护肤品行业市场规模体量
3.8 中国护肤品行业经济特性分析
3.9 中国护肤品行业发展痛点及挑战
第4章：中国护肤品行业竞争状况及格局
4.1 护肤品竞争者入场及战略布局
4.1.1 护肤品竞争者入场进程
4.1.2 护肤品竞争者集群分布
4.1.3 护肤品竞争者区域热力图
4.1.4 护肤品竞争者战略布局状况
4.2 护肤品行业市场竞争格局
4.2.1 护肤品行业市场竞争态势
4.2.2 护肤品行业市场竞争格局
4.2.3 护肤品行业市场集中度
4.2.4 护肤品国产化及国产替代布局
4.2.5 跨国公司在华市场竞争力
4.2.6 跨国公司在华市场竞争策略
4.3 护肤品行业波特五力模型分析
4.3.1 护肤品行业供应商的议价能力
4.3.2 护肤品行业消费者的议价能力
4.3.3 护肤品行业新进入者威胁分析

4.3.4 护肤品行业替代品威胁分析
4.3.5 护肤品行业现有企业竞争情况
4.3.6 护肤品行业竞争状态总结
4.4 中国企业全球市场竞争及全球化布局
4.4.1 中国企业在全球市场竞争力
4.4.2 中国企业出海/全球化布局
4.5 护肤品行业投融资&并购重组&IPO动态
4.5.1 护肤品投融资
1、护肤品行业投融资概述
2、护肤品行业投融资统计
3、护肤品行业投融资规模
4、护肤品行业投融资解读
5、护肤品行业投融资趋势
4.5.2 护肤品兼并重组
1、护肤品兼并重组阶段、方式及动因
2、护肤品兼并重组事件汇总
3、护肤品兼并重组案例分析
4.5.3 护肤品IPO动态
第5章：护肤品产业链全景及配套产业发展
5.1 护肤品产业链结构梳理
5.2 护肤品产业链生态图谱
5.3 护肤品产业链区域热力图
5.4 护肤品产业价值链及成本投入
5.4.1 护肤品产业价值链分析图
5.4.2 护肤品行业成本投入结构
5.4.3 护肤品行业价格传导机制
5.5 护肤品原材料
5.5.1 护肤品原材料概述
5.5.2 护肤品原材料市场发展现状
5.5.3 护肤品原材料市场发展趋势
5.5.4 对护肤品行业的影响
5.6 包装材料
5.7.1 包装材料概述
5.7.2 包装材料市场发展现状
5.7.3 包装材料市场发展趋势
5.7.4 对护肤品行业的影响
5.8 配套产业布局对护肤品行业的影响总结
第6章：中国护肤品行业细分产品市场分析
6.1 护肤品行业细分市场概况
6.1.1 护肤品细分市场现状
6.1.2 护肤品细分市场结构
6.1.3 护肤品产品综合对比
6.2 护肤品细分市场：按价格梯队细分产品
6.2.1 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
6.2.2 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
6.3 护肤品细分市场：按应用部位细分产品
6.3.1 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
6.3.2 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
6.3.3 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
6.3.4 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
6.4 护肤品细分市场：按使用人群细分产品
6.4.1 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
6.4.1 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
6.6 中国护肤品行业细分市场战略地位分析
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
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：全球及中国护肤品企业案例解析
9.1 全球及中国护肤品企业梳理与对比
9.2 全球护肤品企业案例分析（不分先后，可指定）
9.2.1 欧莱雅集团
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业业务架构及护肤品业务布局
4、企业全球市场布局及在华策略
9.2.2 雅诗兰黛集团
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业业务架构及护肤品业务布局
4、企业全球市场布局及在华策略
9.2.3 日本资生堂
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业业务架构及护肤品业务布局
4、企业全球市场布局及在华策略
9.3 中国护肤品企业案例分析（不分先后，可指定）
9.3.1 上海百雀羚日用化学有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业业务架构/营收结构
4、企业护肤品产品研发&生产
5、企业护肤品产品销售&竞争
6、企业护肤品产品应用&解决方案
7、企业业务布局战略&优劣势

9.3.2 珀莱雅化妆品股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业业务架构/营收结构
4、企业护肤品产品研发&生产
5、企业护肤品产品销售&竞争
6、企业护肤品产品应用&解决方案
7、企业业务布局战略&优劣势
9.3.3 上海家化联合股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业业务架构/营收结构
4、企业护肤品产品研发&生产
5、企业护肤品产品销售&竞争
6、企业护肤品产品应用&解决方案
7、企业业务布局战略&优劣势
9.3.4 伽蓝（集团）股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业业务架构/营收结构
4、企业护肤品产品研发&生产
5、企业护肤品产品销售&竞争
6、企业护肤品产品应用&解决方案
7、企业业务布局战略&优劣势
9.3.5 上海上美化妆品有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业业务架构/营收结构
4、企业护肤品产品研发&生产
5、企业护肤品产品销售&竞争
6、企业护肤品产品应用&解决方案
7、企业业务布局战略&优劣势
9.3.6 浙江欧诗漫集团有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业业务架构/营收结构
4、企业护肤品产品研发&生产
5、企业护肤品产品销售&竞争
6、企业护肤品产品应用&解决方案
7、企业业务布局战略&优劣势
9.3.7 广东丸美生物技术股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业业务架构/营收结构
4、企业护肤品产品研发&生产
5、企业护肤品产品销售&竞争
6、企业护肤品产品应用&解决方案
7、企业业务布局战略&优劣势
9.3.8 云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业业务架构/营收结构
4、企业护肤品产品研发&生产
5、企业护肤品产品销售&竞争
6、企业护肤品产品应用&解决方案
7、企业业务布局战略&优劣势
9.3.9 水羊集团股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况

3、企业业务架构/营收结构
4、企业护肤品产品研发&生产
5、企业护肤品产品销售&竞争
6、企业护肤品产品应用&解决方案
7、企业业务布局战略&优劣势
9.3.10 上海相宜本草化妆品股份有限公司
1、企业基本信息
2、企业经营情况
3、企业业务架构/营收结构
4、企业护肤品产品研发&生产
5、企业护肤品产品销售&竞争
6、企业护肤品产品应用&解决方案
7、企业业务布局战略&优劣势
——展望篇——
第10章：中国护肤品行业发展环境洞察&SWOT分析
10.1 中国护肤品行业经济（Economy）环境分析
10.1.1 中国宏观经济发展现状
10.1.2 中国宏观经济发展展望
10.1.3 护肤品行业发展与宏观经济相关性分析
10.2 中国护肤品行业社会（Society）环境分析
10.2.1 中国护肤品行业社会环境分析
10.2.2 社会环境对护肤品行业发展的影响总结
10.3 中国护肤品行业政策（Policy）环境分析
10.3.1 国家层面护肤品行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）
1、国家层面护肤品行业政策汇总及解读
2、国家层面护肤品行业规划汇总及解读
10.3.2 31省市护肤品行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）
1、31省市护肤品行业政策规划汇总
2、31省市护肤品行业发展目标解读
10.3.3 国家重点规划/政策对护肤品行业发展的影响
1、国家“十四五”规划对护肤品行业发展的影响
2、“碳达峰、碳中和”战略对护肤品行业发展的影响
10.3.4 政策环境对护肤品行业发展的影响总结
10.5 中国护肤品行业SWOT分析（优势/劣势/机会/威胁）
第11章：中国护肤品行业市场前景及发展趋势洞悉
11.1 中国护肤品行业发展潜力评估
11.2 中国护肤品行业未来关键增长点
11.3 中国护肤品行业发展前景预测
11.4 中国护肤品行业发展趋势洞悉
11.4.1 市场竞争趋势
11.4.2 技术创新趋势
11.4.3 细分市场趋势
第12章：中国护肤品行业投资战略规划策略及建议
12.1 中国护肤品行业进入与退出壁垒
12.1.1 护肤品行业进入壁垒分析
1、资金壁垒
2、技术壁垒
3、准入壁垒
4、人才壁垒
5、资源壁垒
6、品牌壁垒
12.1.2 护肤品行业退出壁垒分析
12.2 中国护肤品行业投资风险预警
12.2.1 周期性风险
12.2.2 成长性风险
12.2.3 产业关联度风险
12.2.4 市场集中度风险
12.2.5 行业壁垒风险
12.2.6 宏观政策风险

12.3 中国护肤品行业投资机会分析
12.3.1 护肤品产业链薄弱环节投资机会
12.3.2 护肤品行业细分领域投资机会
12.3.3 护肤品产业区域投资机会
12.3.4 护肤品产业空白点投资机会
12.4 中国护肤品行业投资价值评估
12.5 中国护肤品行业投资策略建议
12.6 中国护肤品行业可持续发展建议

图表目录

图表1：护肤品的定义
图表2：护肤品的性质与特征
图表3：护肤品专业术语
图表4：护肤品概念辨析
图表5：本报告研究领域所处行业
图表6：护肤品行业分类
图表7：本报告研究范围界定
图表8：中国护肤品行业监管体系结构示意图
图表9：中国护肤品行业监管机构及其职能
图表10：中国护肤品行业标准体系框架&建设进程
图表11：中国护肤品行业现行&即将实施标准汇总
图表12：中国护肤品行业重点标准及其影响解读
图表13：本报告权威数据资料来源汇总
图表14：本报告的主要研究方法及统计标准说明
图表15：全球护肤品行业发展历程
图表16：全球护肤品行业标准体系
图表17：全球护肤品行业技术进展
图表18：全球护肤品行业发展
图表19：2022年全球护肤品行业产品结构（单位：%）
图表20：2016-2022年全球护肤品市场规模变化情况（单位：亿美元）
图表21：全球护肤品行业竞争格局
图表22：全球护肤品行业风险投资
图表23：全球护肤品行业兼并重组
图表24：全球护肤品区域发展格局
图表25：全球护肤品重点区域市场
图表26：国外护肤品发展经验借鉴
图表27：2023-2028年全球护肤品行业市场规模预测（单位：亿美元）
图表28：全球护肤品行业发展趋势洞悉
图表29：中国护肤品行业发展历程
图表30：护肤品行业科研投入力度&强度
图表31：护肤品行业科研创新成果&转化
图表32：护肤品行业关键技术现状与突破
图表33：护肤品行业最新技术动态
图表34：护肤品行业技术发展方向
图表35：护肤品市场主体类型
图表36：护肤品企业进场方式
图表37：护肤品行业市场产销分析
图表38：2015-2022年中国大陆护肤品市场规模（单位：亿元，%）
图表39：中国护肤品行业经济特性分析
图表40：中国护肤品行业发展痛点及挑战
图表41：护肤品竞争者入场进程
图表42：护肤品企业战略集群状况
图表43：护肤品竞争者区域分布热力图
图表44：护肤品竞争者发展战略布局状况
图表45：护肤品市场竞争态势

图表46：护肤品市场竞争格局
图表47：护肤品市场集中度
图表48：护肤品国产化率及国产替代布局
图表49：跨国公司在中国的竞争策略分析
图表50：护肤品行业供应商的议价能力
图表51：护肤品行业消费者的议价能力
图表52：护肤品行业新进入者威胁
图表53：护肤品行业替代品威胁
图表54：护肤品行业现有企业竞争
图表55：护肤品行业竞争状态总结
图表56：全球护肤品市场中国企业竞争力
图表57：护肤品企业全球化布局/出海布局
图表58：护肤品行业主要资金来源
图表59：护肤品行业投融资主体
图表60：护肤品行业投融资汇总
图表61：护肤品行业投融资规模
图表62：护肤品行业投融资解读
图表63：护肤品行业兼并与重组动因及方式
图表64：护肤品行业兼并与重组事件汇总
图表65：护肤品行业兼并与重组案例分析
图表66：护肤品行业兼并与重组案例分析
图表67：护肤品兼并重组阶段、方式及动因
图表68：护肤品产业链结构梳理
图表69：护肤品产业链生态图谱
图表70：护肤品产业链区域热力图
图表71：护肤品产业价值链分析图
图表72：护肤品行业成本结构
图表73：护肤品原材料市场发展现状
图表74：对护肤品行业的影响分析
图表75：对护肤品行业的影响分析
图表76：护肤品行业细分市场现状
图表77：护肤品行业细分市场结构
图表78：护肤品产品综合对比
图表79：中国大众护肤品品牌概览
图表80：2015-2022年中国大众护肤品市场规模变化情况（单位：亿元，%）
图表81：2023-2028年中国大众护肤品市场规模预测（单位：亿元）
图表82：中国高端护肤品品牌概览
图表83：2015-2022年中国高端护肤品市场规模变化情况（单位：亿元，%）
图表84：2023-2028年中国高端护肤品市场规模预测（单位：亿元）
图表85：2022年中国面部护肤品不同产品市场规模占比（单位：%）
图表86：2015-2022年中国面部护肤品市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表87：2023-2028年中国面部护肤品市场规模预测（单位：亿元，%）
图表88：2022年手部护肤品不同产品市场规模占比（单位：%）
图表89：2015-2022年中国手部护肤品市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表90：2023-2028年中国手部护肤品市场规模预测（单位：亿元，%）
图表91：2022年身体护肤品不同产品市场规模占比（单位：%）
图表92：2015-2022年中国身体护肤品市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表93：2023-2028年中国身体护肤品市场规模预测（单位：亿元，%）
图表94：2022年护肤品套装不同产品市场规模占比（单位：%）
图表95：2015-2022年中国护肤品套装市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表96：2023-2028年中国护肤品套装市场规模预测（单位：亿元，%）
图表97：不同心理的女性消费者行为研究
图表98：2015-2022年中国女性护肤品市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表99：2023-2028年中国女性护肤品市场规模预测（单位：亿元，%）
图表100：男性消费者的购买动机形成分析
图表101：中国男性护肤品市场需求情况分析（单位：%）
图表102：2015-2022年中国身体护肤品市场规模及增速（单位：亿元，%）
图表103：2023-2028年中国身体护肤品市场规模预测（单位：亿元，%）
图表104：中国护肤品行业细分市场战略地位分析

图表105：2015-2022年中国护肤品线下传统销售渠道销售占比情况（单位：%）
图表106：护肤品百货专柜进入壁垒
图表107：护肤品专柜运营类型分析
图表108：截止2023年3月国际化妆品店铺总量城市分布
图表109：2015-2022年中国护肤品百货专柜渠道销售占比情况（单位：%）
图表110：护肤品运营策略分析
图表111：超市卖场渠道区域建设分析
图表112：2015-2022年中国护肤品超市卖场渠道销售占比情况（单位：%）
图表113：护肤品化妆品专卖店进入壁垒
图表114：化妆品专卖店渠道区域建设分析
图表115：2015-2022年中国护肤品化妆品专卖店渠道销售占比情况（单位：%）
图表116：薇姿运营策略分析
图表117：2015-2022年中国护肤品药妆店渠道销售占比情况（单位：%）
图表118：2015-2022年中国护肤品电商渠道销售占比情况（单位：%）
图表119：电商渠道现状分析
图表120：护肤品电子商务渠道——第三方平台优劣势分析
略····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！