2026-2031年中国卸妆产品市场需求与投资规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国卸妆产品发展综述
第2章：中国卸妆产品发展综述
2.1 卸妆产品概述
2.1.1 卸妆产品的概念分析
2.1.2 卸妆产品的特性分析
2.1.3 卸妆产品的类别分析
2.2 卸妆产品发展环境分析
2.2.1 行业政策环境分析
（1）行业相关标准
（2）行业相关政策
（3）行业发展规划
2.2.2 行业经济环境分析
（1）国际宏观经济环境
（2）国内宏观经济环境
2.2.3 行业社会环境分析
2.2.4 行业技术环境分析
（1）行业专利申请分析
（2）行业专利公开分析
（3）行业专利申请人分析
（4）行业热门技术分析
2.3 卸妆产品发展机遇分析
2.3.1 彩妆类化妆品关注度分析
（1）彩妆类化妆品关注指数
（2）彩妆类化妆品关注内容
（3）彩妆类化妆品品牌关注度
（4）彩妆类化妆品产品用途关注度
2.3.2 彩妆细分市场分析
（1）眼部彩妆市场分析
（2）唇彩市场分析
（3）粉底市场分析
第3章：全球卸妆产品市场发展状况分析
3.1 全球卸妆产品市场发展状况与前景趋势分析
3.1.1 全球卸妆产品市场规模分析
3.1.2 全球卸妆产品市场品牌格局
3.1.3 全球卸妆产品发展前景预测
3.1.4 全球卸妆产品发展趋势预测
3.2 日本卸妆产品市场发展状况分析
3.2.1 日本卸妆产品市场现状分析
3.2.2 日本卸妆产品配方技术特点及代表品牌分析
（1）草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
（2）精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
3.2.3 日本卸妆产品市场发展趋势分析
3.3 韩国卸妆产品市场发展状况分析
3.3.1 韩国卸妆产品市场现状分析
3.3.2 韩国卸妆产品配方技术特点及代表品牌分析
（1）草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
（2）精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
3.3.3 韩国卸妆产品市场发展趋势分析
3.4 法国卸妆产品市场发展状况分析
3.4.1 法国卸妆产品市场现状分析
3.4.2 法国卸妆产品配方技术特点及代表品牌分析

（1）草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
（2）精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
3.4.3 法国卸妆产品市场发展趋势分析
3.5 美国卸妆产品市场发展状况分析
3.5.1 美国卸妆产品市场现状分析
3.5.2 美国卸妆产品配方技术特点及代表品牌分析
（1）草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
（2）精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
3.5.3 美国卸妆产品市场发展趋势分析
3.6 澳洲卸妆产品市场发展状况分析
3.6.1 澳洲卸妆产品市场现状分析
3.6.2 澳洲卸妆产品配方技术特点及代表品牌分析
（1）草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
（2）精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
3.6.3 澳洲卸妆产品市场发展趋势分析
第4章：中国卸妆产品市场发展与消费者需求分析
4.1 中国卸妆产品市场发展状况分析
4.1.1 中国卸妆产品市场发展总况
4.1.2 中国卸妆产品市场规模分析
4.1.3 中国卸妆产品配方技术特点及代表品牌
（1）草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
（2）精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
4.2 中国境内市场卸妆产品包装、价格及营销渠道分析
4.2.1 中国卸妆产品包装分析
（1）产品包装材质分析
（2）产品包装设计风格分析
4.2.2 中国卸妆产品市场价格分析
（1）2019-2025年卸妆产品价格变化趋势
（2）2019-2025年卸妆产品价格区间需求份额
4.2.3 中国卸妆产品市场销售渠道分析
（1）卸妆产品销售渠道总况
（2）卸妆产品渠道销售占比
4.3 中国境内市场卸妆产品消费者需求特征分析
4.3.1 消费者特征调研
（1）消费者年龄构成
（2）消费者收入情况
（3）消费者职业构成
（4）消费者性别比例
4.3.2 消费者购买特征分析
（1）消费者购买方式
（2）消费者消费金额
（3）消费者购买影响因素
4.3.3 消费者产品偏好分析
（1）消费者对产品品类偏好
（2）消费者特别偏好分析
4.4 中国跨境市场卸妆产品消费者需求分析
4.4.1 跨境市场消费者特征调研
（1）消费者年龄构成
（2）消费者收入情况
（3）消费者职业构成
（4）消费者性别比例
4.4.2 跨境市场消费者购买特征分析
（1）消费者消费金额
（2）消费者购买影响因素
4.4.3 跨境市场消费者产品偏好分析
（1）消费者对产品品类偏好
（2）消费者特别偏好分析
第5章：卸妆产品细分市场发展状况分析
5.1 卸妆水市场发展分析

5.1.1 卸妆水在卸妆中的作用
5.1.2 卸妆水市场发展规模分析
5.1.3 卸妆水市场品牌格局
5.1.4 卸妆水市场发展前景
5.2 卸妆油市场发展分析
5.2.1 卸妆油在卸妆中的作用
5.2.2 卸妆油市场发展规模分析
5.2.3 卸妆油市场品牌格局
5.2.4 卸妆油市场发展前景
5.3 卸妆乳/霜市场发展分析
5.3.1 卸妆乳/霜在卸妆中的作用
5.3.2 卸妆乳/霜市场发展规模
5.3.3 卸妆乳/霜市场发展前景
第6章：国内外卸妆产品重点企业案例分析
6.1 国际领先卸妆产品品牌业务布局分析
6.1.1 蝶翠诗（DHC）
（1）企业发展简况分析
（2）企业卸妆产品业务布局分析
（3）企业销售模式分析
（4）企业在华竞争分析
6.1.2 植村秀（ShuUemura）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业卸妆产品业务布局分析
（4）企业在华竞争分析
6.1.3 巴黎欧莱雅（L’OREAL PARIS）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业卸妆产品业务布局分析
（4）企业销售区域分布
（5）企业在华竞争分析
6.1.4 雅诗兰黛（EsteeLauder）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业卸妆产品业务布局分析
（4）企业销售区域分布
（5）企业在华竞争分析
6.1.5 芭比波朗（BobbiBrown）
（1）企业发展简况分析
（2）企业卸妆产品业务布局分析
（3）企业在华竞争分析
6.1.6 倩碧（Clinique）
（1）企业发展简况分析
（2）企业卸妆产品业务布局分析
（3）企业产品特色分析
6.1.7 贝德玛（Bioderma）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业卸妆产品业务布局分析
（4）企业在华竞争分析
6.1.8 香奈儿（CHANEL）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业卸妆产品业务布局分析
（4）企业在华竞争分析
6.1.9 迪奥（Dior）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业卸妆产品业务布局分析

（4）企业在华竞争分析
6.1.10 SK-II
（1）企业发展简况分析
（2）企业卸妆产品业务布局分析
（3）企业销售区域分布
（4）企业在华竞争分析
6.2 国内卸妆产品领先品牌案例分析
6.2.1 花印（HANAJIRUSHI）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业资质能力分析
（4）企业卸妆产品业务分析
（5）企业销售渠道与网络分析
6.2.2 屈臣氏（Watsons）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业卸妆产品业务分析
（4）企业销售渠道与网络分析
（5）企业发展优劣势分析
6.2.3 珀莱雅（PROYA）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业卸妆产品业务分析
（4）企业销售渠道与网络分析
（5）企业发展优劣势分析
6.2.4 韩束（KanS）
（1）企业发展简况分析
（2）企业发展历程分析
（3）企业经营情况分析
（4）企业卸妆产品业务布局分析
（5）企业销售渠道与网络分析
（6）企业发展优劣势分析
6.2.5 韩后（Hanhoo）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业资质能力分析
（4）企业卸妆产品业务分析
（5）企业销售渠道与网络分析
（6）企业发展优劣势分析
第7章：中国卸妆产品市场投资潜力与策略规划
7.1 2026-2031年中国卸妆产品市场发展前景预测
7.1.1 卸妆产品市场发展动力分析
7.1.2 卸妆产品市场发展前景预测
7.2 2026-2031年中国卸妆产品市场发展趋势预测
7.2.1 市场整体趋势预测
7.2.2 品牌竞争格局预测
7.2.3 产品发展趋势预测
7.2.4 渠道发展趋势预测
7.3 中国卸妆产品市场投资潜力分析
7.3.1 市场投资现状分析
7.3.2 市场投资主体分析
（1）市场投资主体构成
（2）各投资主体投资优势
7.3.3 市场投资切入方式
7.3.4 市场兼并重组分析
7.4 中国卸妆产品市场投资策略规划
7.4.1 投资价值分析
7.4.2 投资机会分析
（1）年轻一代将带动行业消费增长

（2）渠道下沉扩大市场容量
（3）中国的高消费时代到来
（4）网络市场加快市场开拓
7.4.3 投资策略与建议
（1）产品策略
（2）研发策略
（3）促销策略

图表目录

图表1：卸妆产品的类别简析
图表2：中国卸妆产品行业包装要求（部分）
图表3：中国卸妆产品组分中限用防腐剂
图表4：近年来国内卸妆品行业相关政策列表
图表5：《化妆品行业“十四五”发展规划》提出存在的问题
图表6：化妆品行业规划品牌目标
图表7：化妆品行业新产品份额规划
图表8：2025年世界经济运行特点
图表9：2021-2025年主要国际组织GDP增长率预测值（单位：%）
图表10：2020-2025年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）
图表11：2020-2025年中国居民人均收入情况（单位：元）
图表12：2019-2025年中国CPI环比增长情况（单位：%）
图表13：2020-2025年主要经济指标增长及预测（单位：%）
图表14：中国消费者的主要分类（单位：%）
图表15：2020-2025年中国卸妆产品相关技术专利申请数量变化图（单位：项）
图表16：2020-2025年中国卸妆产品相关技术专利公开数量变化图（单位：项）
图表17：截至2025年中国卸妆产品相关技术专利申请人构成情况（单位：项）
图表18：截至2025年中国卸妆产品相关技术专利分布领域（前十位）（单位：项）
图表19：截至2025年中国卸妆产品相关技术专利构成比重（单位：%）
图表20：2021-2025年彩妆类化妆品搜索指数（单位：%）
图表21：彩妆类化妆品相关搜索内容（单位：%）
图表22：2021-2025年彩妆类化妆品品牌关注度（单位：%）
图表23：彩妆类化妆品产品用途关注度（单位：%）
图表24：2020-2025年全球卸妆产品市场规模（单位：亿欧元）
图表25：全球卸妆产品市场品牌格局
图表26：2026-2031年全球卸妆产品发展规模预测（单位：亿欧元）
图表27：日本草本植物类卸妆产品品牌及其特点
图表28：日本精油类卸妆产品品牌及其特点
图表29：韩国草本植物类卸妆产品品牌及其特点
图表30：韩国精油类卸妆产品品牌及其特点
图表31：法国草本植物类卸妆产品品牌及其特点
图表32：法国精油类卸妆产品品牌及其特点
图表33：美国草本植物类卸妆产品品牌及其特点
图表34：美国精油类卸妆产品品牌及其特点
图表35：澳洲草本植物类卸妆产品品牌及其特点
图表36：澳洲精油类卸妆产品品牌及其特点
图表37：2020-2025年中国卸妆产品市场规模及增长率（单位：亿元，%）
图表38：中国草本植物类卸妆产品品牌及其特点
图表39：中国精油类卸妆产品品牌及其特点
图表40：化妆品包装设计特点
图表41：2019-2025年中国卸妆产品价格变化趋势（单位：%）
图表42：2025年中国卸妆品渠道销售收入分布图（单位：%）
图表43：中国卸妆品消费者年龄分布情况（单位：%）
图表44：中国卸妆品消费者个人月收入情况（单位：%）
图表45：中国卸妆品消费者家庭月收入情况（单位：%）
图表46：中国卸妆品消费者职业结构（单位：%）

图表47：中国卸妆品消费者性别比例（单位：%）
图表48：中国卸妆品消费者购买渠道选择影响因素（单位：%）
图表49：中国卸妆品消费者消费金额情况（单位：%）
图表50：中国卸妆品消费者购买影响因素（单位：%）
图表51：中国卸妆品消费者购买因素中最关注因素情况（单位：%）
图表52：中国卸妆品消费者关注部位情况（单位：%）
图表53：中国卸妆品消费者偏好情况（单位：%）
图表54：卸妆品跨境市场消费者年龄分布情况（单位：%）
图表55：卸妆品跨境市场消费者收入情况（单位：%）
图表56：卸妆品跨境市场消费者职业结构（单位：%）
图表57：卸妆品跨境市场消费者性别比例（单位：%）
图表58：卸妆品跨境市场消费者消费金额情况（单位：%）
图表59：卸妆品跨境市场消费者购买因素（单位：%）
图表60：卸妆品跨境市场消费者关注部位情况（单位：%）
图表61：卸妆品跨境市场消费者偏好情况（单位：%）
图表62：2020-2025年中国卸妆水市场发展规模（单位：亿元，%）
图表63：卸妆水十大品牌
图表64：2026-2031年中国卸妆水市场规模预测（单位：亿元）
图表65：2020-2025年中国卸妆油市场发展规模（单位：亿元，%）
图表66：2020-2025年卸妆油品牌百度媒体指数平均值
图表67：2026-2031年中国卸妆油市场规模预测（单位：亿元）
图表68：2020-2025年中国卸妆乳/霜市场发展规模（单位：亿元，%）
图表69：2026-2031年中国卸妆乳/霜市场规模预测（单位：亿元）
图表70：植村秀产品类型
图表71：2020-2025年法国欧莱雅集团主要经济指标（单位：亿欧元）
图表72：2020-2025年法国欧莱雅集团各区域销售情况（单位：亿欧元）
图表73：2020-2025年法国欧莱雅集团在华销售收入增长情况（单位：亿元，%）
图表74：2020-2025年雅诗兰黛集团经营情况（单位：百万美元）
图表75：雅诗兰黛卸妆产品介绍
图表76：2016财年雅诗兰黛集团业务分布（单位：%）
图表77：芭比波朗卸妆产品简介
图表78：倩碧卸妆产品简介
图表79：香奈儿基本信息简介
图表80：法国迪奥品牌基本信息表
图表81：花印卸妆产品介绍
图表82：花印销售模式及通道分析
图表83：屈臣氏卸妆产品介绍
图表84：屈臣氏发展优劣势分析
图表85：杭州珀莱雅控股股份有限公司基本信息表
图表86：杭州柏莱雅控股股份有限公司优劣势分析
图表87：上海上美化妆品有限公司基本信息简介
图表88：2020-2025年上海上美化妆品有限公司销售收入（单位：万元，%）
图表89：韩束发展优劣势分析
图表90：韩后化妆品有限公司基本信息简介
图表91：韩后化妆品有限公司荣誉资质
图表92：韩后发展优劣势分析
图表93：卸妆产品市场发展动力分析
图表94：2026-2031年中国卸妆产品市场发展前景预测（单位：亿元）
图表95：卸妆产品发展趋势分析
图表96：卸妆产品渠道发展趋势分析
图表97：卸妆产品市场投资主体结构示意图
图表98：卸妆产品市场投资主体投资优势分析
图表99：卸妆产品市场投资切入方式分析
图表100：卸妆品市场投资价值分析
略••••完整报告请咨询客服

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！