

2021-2026年中国护肤品市场竞争策略及行业投资 潜力预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国护肤品市场竞争策略及行业投资潜力预测报告》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.huaon.com/channel/cosmetics/657929.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

护肤品，即保护皮肤的产品。随着社会经济的不断进步和物质生活的丰富，护肤品，不再是过去只有富人才用的起的东西。现如今护肤品已走进了平常百姓家。它对人们的精神、形象提升起到了极大的作用。

回望中国，2019年我国美妆个护市场规模达到4777亿元，2017-2019年年均增速高于10%，显著高于全球水平。2020年受疫情冲击消费低迷，但中国美妆个护市场仍维持正增长，展现出极强的韧性。根据Euromonitor预测，未来几年美妆个护将进一步良性发展，至2024年我国美妆个护市场规模将接近八千亿。

2005-2024年中国美妆个护市场规模及增速

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 护肤品行业发展综述

第一节 护肤品行业相关概念概述

一、行业概念及定义

二、行业主要产品分类

第二节 最近3-5年中国护肤品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 护肤品行业产业链分析

一、护肤品行业上下游产业概况

二、护肤品行业主要下游产业分析

1、美容业

2、护肤品消费人群

三、护肤品行业上游产业分析

1、护肤品包装行业分析

2、护肤品原材料分析

第二章 护肤品行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 护肤品行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、护肤品行业相关标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、护肤品产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、护肤品产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、护肤品技术分析

二、护肤品技术发展水平

三、2016-2020年护肤品技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 我国护肤品行业运行现状分析

第一节 我国护肤品行业发展状况分析

一、我国护肤品行业发展历程

二、我国护肤品行业发展总体概况

三、我国护肤品行业发展特点分析

四、护肤品行业经营模式分析

第二节 2016-2020年护肤品行业发展现状

一、2016-2020年我国护肤品行业市场规模

近年来，中国护肤品市场呈现乐观的增长趋势，2015年-2020年年均复合增长率为10.4%，截至2019年，中国护肤品市场规模达2444亿元，同比增长15.2%，并且增速上涨趋势明显：从2015年的6.6%增长到2019年的15.2%。2020年，虽然受到疫情影响，但行业仍保持了7.6%的增速，高于同期国民生产总值增速。

2015-2020年中国护肤品市场规模及增速

1、我国护肤品营业规模分析

2、我国护肤品投资规模分析

3、我国护肤品产能规模分析

二、2016-2020年我国护肤品行业发展分析

1、我国护肤品行业发展情况分析

2、我国护肤品行业生产情况分析

三、2016-2020年中国护肤品企业发展分析

1、中外护肤品企业对比分析

2、我国护肤品主要企业动态分析

第三节 2016-2020年护肤品市场情况分析

一、2016-2020年中国护肤品市场总体概况

二、2016-2020年中国护肤品产品市场发展分析

第四章 我国护肤品所属行业整体运行指标分析

第一节 2016-2020年中国护肤品所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、所属行业资产规模分析

四、所属行业市场规模分析

第二节 2016-2020年中国护肤品所属行业财务指标总体分析

一、所属行业盈利能力分析

二、所属行业偿债能力分析

三、所属行业营运能力分析

四、所属行业发展能力分析

第三节 我国护肤品市场供需分析

一、2016-2020年我国护肤品所属行业供给情况

1、我国护肤品所属行业供给分析

2、我国护肤品所属行业产量规模分析

3、重点市场占有份额

二、2016-2020年我国护肤品所属行业需求情况

1、护肤品所属行业需求市场

2、护肤品所属行业客户结构

3、护肤品所属行业需求的地区差异

三、2016-2020年我国护肤品所属行业供需平衡分析

第四节 护肤品所属行业进出口市场分析

一、护肤品所属行业进出口综述

二、护肤品所属行业出口市场分析

1、2016-2020年所属行业出口整体情况

2、2016-2020年所属行业出口总额分析

3、2016-2020年所属行业出口产品结构

三、护肤品所属行业进口市场分析

1、2016-2020年所属行业进口整体情况

2、2016-2020年所属行业进口总额分析

3、2016-2020年所属行业进口产品结构

第三部分 市场全景调研

第五章 护肤品行业主要产品市场分析

第一节 洁护肤品市场分析

一、洁护肤品行业市场需求分析

二、洁护肤品行业主要产品市场分析

1、洗面奶

2、卸妆类洁护肤品

3、精油皂

三、洁护肤品行业主要品牌竞争及发展前景分析

1、洁护肤品行业品牌竞争分析

2、洁护肤品行业发展前景分析

第二节 润肤/护肤品市场分析

一、润肤/护肤品行业市场需求分析

二、润肤/护肤品行业主要产品市场分析

1、滋润保湿类护肤品

2、美白类护肤品

3、防晒类护肤品

4、祛痘类护肤品

5、祛斑类护肤品

6、抗皱、抗衰老类护肤品

三、润肤/护肤品行业市场发展前景分析

1、护肤类化妆品品牌关注度

2、护肤品牌竞争分析

3、护肤品发展趋势

第三节 男士护肤品市场分析

- 一、男士护肤品行业市场需求分析
- 二、男士护肤品行业主要产品分析
- 三、男士护肤品行业品牌竞争格局
- 四、男士护肤品行业市场发展前景分析
- 第四节 其它护肤品市场分析
 - 一、其它护肤品行业市场需求分析
 - 二、其它护肤品行业主要产品市场分析
 - 1、护手润护肤品
 - 2、护身体护肤品
 - 3、润唇膏
 - 4、眼部护理护肤品
- 第五节 护肤品行业主要产品需求分析
 - 一、护肤品行业产品类别关注度分析
 - 1、2019年行业产品类别关注度分析
 - 2、2020年行业产品类别关注度分析
 - 二、护肤品行业产品关注度分析
 - 1、2019年行业产品关注度分析
 - 2、2020年行业产品关注度分析
- 第六章 护肤品行业的营销策略及渠道分析
 - 第一节 护肤品行业的营销策略分析
 - 一、护肤品行业战略营销模式概述
 - 二、护肤品行业企业战略营销模式分析
 - 1、成本领先的战略营销模式
 - 2、研发领先的战略营销模式
 - 3、功效领先的战略营销模式
 - 4、渠道领先的战略营销模式
 - 5、传播领先的战略营销模式
 - 6、服务领先的战略营销模式
 - 第二节 护肤品行业的营销渠道分析
 - 一、护肤品行业营销渠道发展模式概述
 - 二、护肤品行业主要营销渠道发展分析
 - 1、百货商场专柜
 - 2、护肤品专营店
 - 3、加盟专卖店
 - 4、便利店

5、超市、大卖场

6、直销

7、电视购物

8、网络购物

9、药店

10、美容院

三、护肤品行业分销通路分析

四、护肤品行业销售渠道建设方向及应对措施

1、变渠道多元为主次分清

2、变区域经营为渠道类别经营

3、实行品牌引导下的渠道专业化

第三节 护肤品行业领先企业营销案例分析

一、欧莱雅男士护肤品营销策略分析

1、欧莱雅的广告策略

2、品牌名称的性别性

3、代言人的选择

4、诉求点分析

二、佰草集营销策略分析——坚持的胜利

1、坚持国际化

2、坚持稳健的渠道拓展

3、开拓市场的另类营销策略

第四部分 竞争格局分析

第七章 中国护肤品所属行业重点区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

第二节 广东省护肤品行业发展分析及预测

一、广东省护肤品行业发展规划及配套设施

二、广东省护肤品行业在行业中的地位变化

三、广东省护肤品行业经济运行状况分析

四、广东省护肤品行业发展趋势预测

第三节 浙江省护肤品行业发展分析及预测

一、浙江省护肤品行业发展规划及配套设施

二、浙江省护肤品行业在行业中的地位变化

三、浙江省护肤品行业经济运行状况分析

四、浙江省护肤品行业发展趋势预测

第四节 上海市护肤品行业发展分析及预测

一、上海市护肤品行业发展规划及配套设施

二、上海市护肤品行业在行业中的地位变化

三、上海市护肤品行业经济运行状况分析

四、上海市护肤品行业发展趋势预测

第五节 江苏省护肤品行业发展分析及预测

一、江苏省护肤品行业发展规划及配套设施

二、江苏省护肤品行业在行业中的地位变化

三、江苏省护肤品行业经济运行状况分析

四、江苏省护肤品行业发展趋势预测

第六节 福建省护肤品行业发展分析及预测

一、福建省护肤品行业发展规划及配套设施

二、福建省护肤品行业在行业中的地位变化

三、福建省护肤品行业经济运行状况分析

四、福建省护肤品行业发展趋势预测

第七节 北京市护肤品行业发展分析及预测

一、北京市护肤品行业发展规划及配套设施

二、北京市护肤品行业在行业中的地位变化

三、北京市护肤品行业经济运行状况分析

四、北京市护肤品行业发展趋势预测

第八节 辽宁省护肤品行业发展分析及预测

一、辽宁省护肤品行业发展规划及配套设施

二、辽宁省护肤品行业在行业中的地位变化

三、辽宁省护肤品行业经济运行状况分析

四、辽宁省护肤品行业发展趋势预测

第九节 天津市护肤品行业发展分析及预测

一、天津市护肤品行业发展规划及配套设施

二、天津市护肤品行业在行业中的地位变化

三、天津市护肤品行业经济运行状况分析

四、天津市护肤品行业发展趋势预测

第十节 四川省护肤品行业发展分析及预测

- 一、四川省护肤品行业发展规划及配套设施
- 二、四川省护肤品行业在行业中的地位变化
- 三、四川省护肤品行业经济运行状况分析
- 四、四川省护肤品行业发展趋势预测
- 第八章 2021-2026年护肤品行业竞争形势及策略
- 第一节 行业总体市场竞争状况分析
- 一、护肤品行业竞争结构分析
- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结
- 二、护肤品行业企业间竞争格局分析
- 三、护肤品行业集中度分析
- 四、护肤品行业SWOT分析
- 第二节 中国护肤品行业竞争格局综述
- 一、护肤品行业竞争概况
- 二、中国护肤品行业竞争力分析
- 三、中国护肤品竞争力优势分析
- 四、护肤品行业主要企业竞争力分析
- 第三节 2016-2020年护肤品行业竞争格局分析
- 一、2016-2020年国内外护肤品竞争分析
- 二、2016-2020年我国护肤品市场竞争分析
- 三、2016-2020年我国护肤品市场集中度分析
- 四、2016-2020年国内主要护肤品企业动向
- 第四节 护肤品市场竞争策略分析
- 第九章 2021-2026年护肤品行业领先企业经营形势分析
- 第一节 广州宝洁有限公司
- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业销售渠道与网络
- 四、企业经营状况优劣势分析
- 第二节 江苏隆力奇集团有限公司
- 一、企业发展简况分析

二、企业经营状况分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

第三节 联合利华（中国）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营状况分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

第四节 玫琳凯（中国）化妆品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营状况分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

第五节 强生（中国）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营状况分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

第六节 雅芳（中国）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营状况分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

第七节 上海家化联合股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营状况分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

第八节 资生堂丽源化妆品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营状况分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

第九节 湖北丝宝股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营状况分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

第十节 妮维雅（上海）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营状况分析

三、企业销售渠道与网络

四、企业经营状况优劣势分析

第五部分 发展前景展望

第十章 2021-2026年护肤品行业前景及趋势预测

第一节 2021-2026年护肤品市场发展前景

一、2021-2026年护肤品市场发展潜力

二、2021-2026年护肤品市场发展前景展望

第二节 2021-2026年护肤品市场发展趋势预测

一、2021-2026年护肤品行业发展趋势

二、2021-2026年护肤品市场规模预测

1、护肤品行业市场规模预测

2、护肤品行业营业收入预测

三、2021-2026年护肤品行业应用趋势预测

四、2021-2026年细分市场发展趋势预测

第三节 2021-2026年中国护肤品行业供需预测

一、2021-2026年中国护肤品行业供给预测

二、2021-2026年中国护肤品行业产量预测

三、2021-2026年中国护肤品行业销量预测

四、2021-2026年中国护肤品行业需求预测

五、2021-2026年中国护肤品行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2021-2026年护肤品行业投资机会与风险防范

第一节 护肤品行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、护肤品行业投资现状分析

第二节 2021-2026年护肤品行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、护肤品行业投资机遇

第三节 2021-2026年护肤品行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国护肤品行业投资建议

一、护肤品行业未来发展方向

二、护肤品行业主要投资建议

三、中国护肤品企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十二章 2021-2026年护肤品行业面临的困境及对策

第一节 2020年护肤品行业面临的困境

第二节 护肤品企业面临的困境及对策

一、重点护肤品企业面临的困境及对策

二、中小护肤品企业发展困境及策略分析

三、国内护肤品企业的出路分析

第三节 中国护肤品行业存在的问题及对策

一、中国护肤品行业存在的问题

二、护肤品行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国护肤品市场发展面临的挑战与对策

一、中国护肤品市场发展面临的挑战

二、中国护肤品市场发展对策分析

第十三章 护肤品行业发展战略研究

第一节 护肤品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国护肤品品牌的战略思考

一、护肤品品牌的重要性

二、护肤品实施品牌战略的意义

三、护肤品企业品牌的现状分析

四、我国护肤品企业的品牌战略

五、护肤品品牌战略管理的策略

第三节 护肤品经营策略分析

一、护肤品市场细分策略

二、护肤品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、护肤品新产品差异化战略

第四节 护肤品行业投资战略研究

一、2020年护肤品行业投资战略

二、2021-2026年护肤品行业投资战略

三、2021-2026年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及发展建议

第一节 护肤品行业研究结论及建议「AK LDF」

第二节 护肤品子行业研究结论及建议

第三节 护肤品行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表2016-2020年护肤品所属行业经营效益分析

图表2016-2020年中国护肤品所属行业盈利能力分析

图表2016-2020年中国护肤品所属行业运营能力分析

图表2016-2020年中国护肤品所属行业偿债能力分析

图表2016-2020年中国护肤品所属行业发展能力分析

图表2016-2020年中国护肤品所属行业进出口状况表

图表2016-2020年中国护肤品所属行业月度主要出口产品结构表

图表2016-2020年中国护肤品所属行业出口产品结构

图表2016-2020年中国护肤品所属行业月度主要进口产品结构表

图表2016-2020年中国护肤品所属行业进口产品结构

图表2021-2026年护肤品所属行业市场规模预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/cosmetics/657929.html>