

2020-2026年中国防晒霜行业 前景展望与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国防晒霜行业前景展望与投资战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/182440.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

防晒霜，是指添加了能阻隔或吸收紫外线的防晒剂来达到防止肌肤被晒黑、晒伤的化妆品。根据防晒原理，可将防晒霜分为物理防晒霜、化学防晒霜。

防晒霜需要根据具体的对象来选择不同SPF或PA值的产品，以达到防晒的目的。防晒霜的作用原理是将皮肤与紫外线隔离开来。防晒乳跟防晒霜，主要区别在于物理性状，霜剂一般的含水量在60%左右，看上去比较“稠”，呈膏状；而乳液，含水量在70%以上，看上去比较稀，有流动性。一般来讲乳液比霜剂清爽，因为水的含量比较高，但配方师仍然可以利用不同的油性成分和增稠剂来调整霜剂的“油腻”程度。所以，还是需要看产品本身。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国防晒霜行业前景展望与投资战略咨询报告》共十三章。首先介绍了防晒霜相关概念及发展环境，接着分析了中国防晒霜规模及消费需求，然后对中国防晒霜市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国防晒霜面临的机遇及发展前景。您若想对中国防晒霜有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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 2019年国际化妆品市场运行总况分析

第一节 2019年国际化妆品市场的总体概况

一、世界美容化妆品行业的发展

二、国际化妆品原料市场的新趋势

三、国际化妆品产品研发潮流

第二节 2019年美国化妆品市场发展现状分析

一、美国化妆品市场综述

二、美国化妆品市场发展动向

三、美国化妆品法规概述

四、美国对化妆品标签有着严格要求

第三节 2019年欧洲化妆品行业运营形势分析

一、欧洲化妆品市场总体发展状况

二、欧盟提高化妆品生产标准

三、欧洲美容化妆品市场需求分析

四、欧洲化妆品市场竞争依然激烈

五、英国化妆品市场发展势头良好

第四节 2019年日本化妆品市场格局运营分析

一、日本化妆品市场的总体概况

二、日本化妆品市场竞争格局

三、日本诸多行业进军化妆品市场

四、日本化妆品的政府管制概述

五、日本化妆品市场发展趋势

第五节 2019年韩国化妆品产业营运态势分析

一、韩国化妆品市场发展回顾

二、韩国化妆品企业加快在中国的发展

三、韩国天然化妆品产业概述

第二章 2019年中国化妆品市场发展状况分析

第一节 2019年中国化妆品市场总体概况

一、中国化妆品市场发展回顾

二、化妆品市场发展的总体概述

三、国内化妆品市场结构分析

四、2019年化妆品网购市场

第二节 2019年中国化妆品市场消费分析

一、化妆品市场消费者的构成

二、化妆品市场消费的特点

三、化妆品市场居民消费的构成

四、美容化妆品市场的消费状况调查

五、女性购买化妆品的心理因素研究

第三节 2019年中国化妆品包装行业运行情况分析

一、化妆品包装的特性

二、国内美容化妆品包装分析

三、化妆品包装需标注所有成分

四、中草药成为化妆品包装禁用语惹争端

五、美容化妆品包装的发展走向

第四节 2019年中国化妆品市场存在的问题分析

一、中国化妆品市场面临的难题

二、国内美容化妆品市场的薄弱方面

三、中国化妆品市场产品质量堪忧

四、国内化妆品市场亟待整合

第五节 2019年中国化妆品市场发展的对策分析

一、中国化妆品市场发展的建议

二、国内化妆品市场的发展对策

三、化妆品企业发展要集体补标识规范课

四、化妆品行业地位提升的对策探讨

第三章2019年世界防晒霜市场发展概况

第一节 2019年世界化妆品业发展环境分析

第二节 2019年世界防晒霜市场发展现状

一、世界防晒霜市场特征

二、全球防晒霜品牌综述

三、世界防晒霜市场动态分析

第三节 2019年世界防晒霜主要国家运行分析

一、美国

二、日本

三、韩国

第四节 2016-2019年世界防晒霜业发展趋势分析

第四章国际知名防品牌防晒霜企业市场运营浅析

第一节 旁氏

一、公司概况

二、在华市场销售情况

三、市场营销策略分析

四、国际化发展战略分析

第二节 雅芳

- 一、公司概况
- 二、在华市场销售情况
- 三、市场营销策略分析
- 四、国际化发展战略分析

第三节玫琳凯

- 一、公司概况
- 二、在华市场销售情况
- 三、市场营销策略分析
- 四、国际化发展战略分析

第四节倩碧

- 一、公司概况
- 二、在华市场销售情况
- 三、市场营销策略分析
- 四、国际化发展战略分析

第五节泊美

- 一、公司概况
- 二、在华市场销售情况
- 三、市场营销策略分析
- 四、国际化发展战略分析

第六节兰芝

- 一、公司概况
- 二、在华市场销售情况
- 三、市场营销策略分析
- 四、国际化发展战略分析

第五章 2019年中国防晒霜市场运行环境解析

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2019年中国防晒霜市场政策环境分析

- 一、《防晒霜生产企业卫生规范》
- 二、《防晒霜卫生监督条例》
- 三、《防晒霜卫生监督条例实施细则》
- 四、《进出口防晒霜监督检查管理办法》

第三节 2019年中国防晒霜市场社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析

第六章 2019年中国防晒霜市场发展现状综述

第一节 2019年中国防晒霜市场发展现状

- 一、防晒霜市场发展特点
- 二、防晒霜市场发展规模
- 三、中国防晒霜市场发展动态

第二节 2019年中国防晒霜市场运营分析

- 一、市场供需分析
- 二、影响市场供需的因素分析
- 三、中国重点品牌防晒霜价格分析

第三节 2019年中国防晒霜市场发展存在的问题

第七章 2019年中国防晒霜营销策略透析

第一节 2019年中国防晒霜行业市场渠道

- 一、批发市场
- 二、零售终端市场
- 三、专业市场
- 四、黑市对防晒霜销售市场的影响

第二节 2019年中国防晒霜直销与网络营销分析

第三节 2019年中国防晒霜梯度营销渠道策略分析

- 一、防晒霜实行梯度营销的必要性

二、渠道梯度

三、目标消费者梯度

第八章 2019年中国防晒霜消费者行为及心理调查分析+

第一节 防晒霜市场调查对象情况分析

一、调查对象性别构成

二、年龄结构调查

三、消费者肌肤类型情况

四、消费者主要肌肤问题调查结果

五、消费者对自身肌肤状况满意度分析

第二节 防晒霜消费者消费习惯调查

一、防晒霜消费者购买频次调查

二、消费者对防晒霜价格认同情况调查

三、消费者购买渠道情况调查

四、防晒霜专卖店对消费者的吸引程度调查

五、消费者对防晒霜功效情况调查

六、消费者对防晒霜香型香气期望情况调查

第三节 防晒霜消费者品牌状况调查

一、消费者品牌忠诚度调查

二、消费者对各国防晒霜品牌偏好调查

三、2019年夏季消费者防晒霜品牌构成

四、中国最受欢迎的防晒霜牌分析

第九章 2016-2019年中国化妆品制造所属行业主要数据监测分析

第一节 2016-2019年中国化妆品制造所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2016-2019年中国化妆品制造所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2016-2019年中国化妆品制造所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2016-2019年中国化妆品制造所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2016-2019年中国化妆品制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第十章 2019年中国防晒霜市场竞争格局透析

第一节 2019年中国防晒霜市场竞争现状

一、防晒霜市场品牌竞争

二、防晒霜市场价格竞争

三、防晒霜市场营销方式竞争

第二节 2019年世界防晒霜品牌入注中国市场分析

第三节 2019年中国防晒霜市场竞争策略分析

第十一章 中国防晒霜市场内优势企业竞争力及关键性数据透析

第一节 上海家化联合股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第二节 索芙特股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第三节玫琳凯(中国)化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第四节雅芳（中国）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第五节天津郁美净集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第六节妮维雅(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第十二章2020-2026年中国防晒霜市场发展趋势与前景展望

第一节2020-2026年中国防晒霜市场发展前景

一、防晒霜销路看好

二、市场需求量巨大

第二节2020-2026年中国防晒霜市场发展趋势

一、肌肤分型的细化渐成趋势

二、产品包装的发展趋势

第三节2020-2026年中国防晒霜市场走势预测分析

第四节2020-2026年中国防晒霜市场盈利能力预测分析

第十三章2020-2026年中国防晒霜市场投资机会及风险规避指引（）

第一节2020-2026年中国防晒霜市场投资周期分析

第二节2020-2026年中国防晒霜市场投资机会分析

一、儿童、男士防晒霜市场尚待开发

二、区域投资机会分析

三、与防晒霜产业相关的投资机会分析

第三节2020-2026年中国防晒霜市场投资风险预警

一、政策风险

二、经营风险

三、技术风险

四、进入退出风险

五、原材料分析

六、外资进入风险

第四节建议

图表目录：

图表：2016-2019年中国化妆品制造行业企业数量及增长率分析单位：个

图表：2016-2019年中国化妆品制造行业亏损企业数量及增长率分析单位：个

图表：2016-2019年中国化妆品制造行业从业人数及同比增长分析单位：个

图表：2016-2019年中国化妆品制造企业总资产分析单位：亿元

图表：2019年中国化妆品制造行业不同类型企业数量单位：个

图表：2019年中国化妆品制造行业不同所有制企业数量单位：个

图表：2019年中国化妆品制造行业不同类型销售收入单位：千元

图表：2019年中国化妆品制造行业不同所有制销售收入单位：千元

图表：2016-2019年中国化妆品制造产成品及增长分析单位：亿元

图表：2016-2019年中国化妆品制造工业销售产值分析单位：亿元

图表：2016-2019年中国化妆品制造出口交货值分析单位：亿元

图表：2016-2019年中国化妆品制造行业销售成本分析单位：亿元

图表：2016-2019年中国化妆品制造行业费用分析单位：亿元

图表：2016-2019年中国化妆品制造行业主要盈利指标分析单位：亿元

图表：2016-2019年中国化妆品制造行业主要盈利能力指标分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/182440.html>