

# 2020-2026年中国防晒霜行业 发展趋势预测及投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国防晒霜行业发展趋势预测及投资战略研究报告》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/201911/145332.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

报告目录：

第一章 2017年国际化妆品市场运行总况分析

第一节 2017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 2017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 2017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 2017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 2017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 2017年中国化妆品市场发展状况分析

第一节 2017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、2017年化妆品网购市场
- 第二节 2017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 2017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 2017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 2017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2017年世界防晒霜市场发展概况

- 第一节 2017年世界化妆品业发展环境分析
- 第二节 2017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 2017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 2017年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、2017年在华市场销售情况

##### 三、2017年市场营销策略分析

##### 四、国际化发展战略分析

#### 第二节 雅芳

##### 一、公司概况

##### 二、2017年在华市场销售情况

##### 三、2017年市场营销策略分析

##### 四、国际化发展战略分析

#### 第三节 玫琳凯

##### 一、公司概况

##### 二、2017年在华市场销售情况

##### 三、2017年市场营销策略分析

##### 四、国际化发展战略分析

#### 第四节 倩碧

##### 一、公司概况

##### 二、2017年在华市场销售情况

##### 三、2017年市场营销策略分析

##### 四、国际化发展战略分析

#### 第五节 泊美

##### 一、公司概况

##### 二、2017年在华市场销售情况

##### 三、2017年市场营销策略分析

## 四、国际化发展战略分析

### 第六节 兰芝

#### 一、公司概况

#### 二、2017年在华市场销售情况

#### 三、2017年市场营销策略分析

#### 四、国际化发展战略分析

## 第五章 2017年中国防晒霜市场运行环境解析

### 第一节 2017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 2017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验管理办法》

### 第三节 2017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 2017年中国防晒霜市场发展现状综述

### 第一节 2017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 2017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 2017年中国防晒霜市场发展中的问题

第七章 2017年中国防晒霜营销策略透析

第一节 2017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 2017年中国防晒霜直销与网络营销分析

第三节 2017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 2017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、2017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 2017年中国防晒霜市场竞争格局透析

### 第一节 2017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 2017年世界防晒霜品牌入注中国市场分析

#### 第三节 2017年中国防晒霜市场竞争策略分析

## 第十一章 2017年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

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 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

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 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

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 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

#### 五、企业运营能力分析

## 六、企业成长能力分析

### 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

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 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

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第七节四川可采实业有限公司

#### 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

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第八节江苏东洋之花化妆品有限公司

#### 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

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

## 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

部分图表目录：

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：2017年中国化妆品制造行业不同类型企业数量单位：个

图表：2017年中国化妆品制造行业不同所有制企业数量单位：个

图表：2017年中国化妆品制造行业不同类型销售收入单位：千元

图表：2017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

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201911/145332.html>