

2022-2028年中国清洁类化 妆品市场深度分析与投资可行性报告

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

《2022-2028年中国清洁类化妆品市场深度分析与投资可行性报告》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/202205/287746.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

中国化妆品行业的发展有着漫长的历史。大致分为四个阶段：早期阶段、缓慢发展阶段、快速发展阶段及规范发展阶段。20世纪80年代，随着国民经济迅速发展，人民生活水平不断提高，化妆品工业如雨后春笋般蓬勃发展，化妆品行业的体制也从轻工系统向其他系统延伸，化妆品在人们观念中经历了奢侈品到必需品的历程。

产业链上游主要是原料及包装材料制造行业，上游成本相对于营收占比不高，对毛利率影响较小。产业链下游主要是消费者和渠道商。渠道价值是化妆品品牌快速发展的核心之一，很欣喜的发现目前我国零售行业呈现出高速发展的态势，旗舰店、精品店、超市及大卖场、百货商场、药妆店、便利店中设立的销售专柜、美容院、网络专卖店等销售场所大规模拓展，为中国化妆品零售业提供了快速发展的渠道。渠道的多元化发展路径有效的促进了化妆品市场的发展，提供了渠道支撑。

随着行业的不断发展，本土品牌将逐步崛起，在行业竞争的过程中不断成长，市场份额呈现逐年上升的态势。相比于国际品牌，本土品牌基于区域性的文化背景及审美标准，对本地消费者的需求理解更透彻，产品研发更加具有针对性。化妆品品牌分类

中企顾问网发布的《2022-2028年中国清洁类化妆品市场深度分析与投资可行性报告》共十章。首先介绍了中国清洁类化妆品行业市场发展环境、清洁类化妆品整体运行态势等，接着分析了中国清洁类化妆品行业市场运行的现状，然后介绍了清洁类化妆品市场竞争格局。随后，报告对清洁类化妆品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国清洁类化妆品行业发展趋势与投资预测。您若想对清洁类化妆品产业有个系统的了解或者想投资中国清洁类化妆品行业，本报告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：

第一部分 产业环境透视

第一章 清洁类化妆品市场特征

第一节 行业定义及特征

一、行业定义

清洁化妆品就是指那些能够去除污垢、洁净皮肤而又不会刺激皮肤的化妆品[1]。

皮肤在正常的生理状态下，其皮脂腺会分泌出皮脂附着在皮肤表面形成一个薄膜，以保持皮肤的表面滋润光滑；皮肤的汗腺也会分泌汗液，汗液蒸发后的残留成分加盐、尿素和蛋白质降解物质等，也会留在皮肤表面；加上皮肤自身的其他排泄物、表皮剥离脱落的死细胞，以及来自外界环境的空气尘埃；再有细菌繁殖和空气氧化酸败，以及美容化妆品的残留物等，构成了皮肤表面的污垢。这些皮肤上的污垢成分如果得不到及时清洗，就会堵塞皮脂腺、汗腺通道，将会影响皮肤正常的新陈代谢和其他的生理活动，导致皮肤加速老化并引发各种皮肤疾病，更会影响皮肤的美观。从产品质地分类：

1

洁肤清洗剂

这类产品的最大特点是：具有丰富悦目的泡沫，不管在硬水或软水中都能有效地清除附着于皮肤上的各种污垢，且具有防止污垢的再沉积作用和再次粘附于皮肤的表面。在清洗皮肤时有柔润的手感，且安全无刺激，不伤皮肤和过度脱脂(因过度脱脂会导致皮肤干燥，洗后皮肤洁净，光润。

2

清洁霜

清洁霜是近年来开发并应用的一种用于去除皮肤表面污垢，清洁保护皮肤的新型清洁化妆用品。它能有效地溶解并清除污垢和施于皮肤表面的化妆品、戏剧油彩等。

3

清洁面膜

清洁面膜是我国近两年来才试产的一种用于皮肤清洁的胶状清洁化妆用品。它主要用于皮肤的清洁和美容，涂到皮肤上后，能迅速地形成一层韧性薄膜，使皮肤与外界空气隔绝，抑制水份蒸发，使表皮角质层软化，毛孔扩大，皮肤表面的温度上升，促进血液循环。当卸除面膜后，皮肤上的杂质，污垢也随之去除，达到清洁皮肤的效果，使肌肤舒适，白嫩细腻。清洁面膜可分为剥离型、擦洗型、粉末型等几种。

4

按摩洁肤膏

也称皮肤按摩清洁膏或磨面膏，是一种膏状的颗粒分散体，是国内外近期才开发的一种最新型的洁肤化妆用品。为了保持颜面的清洁卫生与健美，就要及时的去除皮肤来，面上的各种污垢和微生物杂菌，要保持皮肤的细嫩并延缓皮肤的衰老状态，就要将尚未脱落的陈腐衰老的角质细胞有效地去际干净，这对一般的洗涤用品和清洁用品来说是难以做到的，但作为按摩洁肤膏来讲，可通过颜面按摩，并依赖基质对皮肤表面的附着作用和细小颗粒的磨擦作用以达到清污洁肤的最终效果，同时还可增进皮肤的生理功能，促进血液循环，并舒展皮肤的

细小皱纹，用后皮肤舒适、柔软、光润使颜面焕发青春。按摩洁肤膏可外为洗粉型、乳膏型及胶粘质型等几种。

5

溶剂型洁肤液

这是利用无刺激的有机溶剂(如酒精等)来溶解皮肤表面的污垢，以便擦洗去污的

二、行业特征

- 1、行业消费特征
- 2、行业产品结构特征
- 3、行业原材料供给特征
- 4、行业产业集中度特征

第二节 经济环境分析

- 一、经济发展状况
- 二、收入增长情况
- 三、固定资产投资
- 四、存贷款利率变化
- 五、人民币汇率变化

第三节 政策环境分析

- 一、国家宏观调控政策分析
- 二、清洁类化妆品行业相关政策分析

第四节 清洁类化妆品行业发展的“波特五力模型”分析

- 一、行业内竞争
- 二、买方侃价能力
- 三、卖方侃价能力
- 四、进入威胁
- 五、替代威胁

第二章 中国清洁类化妆品行业产业链（上、下游及关联产业）状况分析

第一节 上游产业发展状况分析

第二节 下游产业发展状况分析

第三节 关联产业发展状况分析

第二部分 行业深度分析

第三章 中国清洁类化妆品市场规模分析

第一节 2015-2019年中国清洁类化妆品市场规模分析

第二节 2015-2019年中国清洁类化妆品区域结构分析

第三节 2015-2019年中国清洁类化妆品区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四章 中国清洁类化妆品国内市场综述

第一节 中国清洁类化妆品产品产量分析及预测

一、清洁类化妆品产业总体产能规模

二、清洁类化妆品生产区域分布

三、2015-2019年产量

四、2015-2019年消费情况

第二节 中国清洁类化妆品市场需求分析及预测

一、中国清洁类化妆品需求特点

二、主要地域分布

第三节 2022-2028年中国清洁类化妆品供需平衡预测

第四节 中国清洁类化妆品价格趋势分析

一、中国清洁类化妆品2015-2019年价格趋势

二、中国清洁类化妆品当前市场价格及分析

三、影响清洁类化妆品价格因素分析

四、2022-2028年中国清洁类化妆品价格走势预测

第五章 中国清洁类化妆品所属行业进出口市场情况分析

第一节 2015-2019年中国清洁类化妆品所属行业进出口量分析

一、2015-2019年中国清洁类化妆品行业进口分析

二、2015-2019年中国清洁类化妆品行业出口分析

第二节 2022-2028年中国清洁类化妆品所属行业进出口市场预测分析

一、2022-2028年中国清洁类化妆品行业进口预测

二、2022-2028年中国清洁类化妆品行业出口预测

第三节 影响进出口变化的主要原因分析

第三部分 竞争格局分析

第六章 全国清洁类化妆品所属行业财务状况分析

第一节 2015-2019年清洁类化妆品所属行业规模分析

一、2015-2019年清洁类化妆品行业总资产对比分析

二、2015-2019年清洁类化妆品行业企业单位数对比分析

三、2015-2019年清洁类化妆品行业从业人员平均人数对比分析

第二节 2015-2019年清洁类化妆品所属行业经济效益分析

一、2015-2019年清洁类化妆品行业产值利税率对比分析

二、2015-2019年清洁类化妆品行业资金利润率对比分析

三、2015-2019年清洁类化妆品行业成本费用利润率对比分析

第三节 2015-2019年清洁类化妆品所属行业效率分析

一、2015-2019年清洁类化妆品行业资产负债率对比分析

二、2015-2019年清洁类化妆品行业流动资产周转次数对比分析

第四节 2015-2019年清洁类化妆品所属行业结构分析

一、2015-2019年清洁类化妆品行业地区结构分析

二、2015-2019年清洁类化妆品行业所有制结构分析

三、2015-2019年清洁类化妆品行业不同规模企业结构分析

第五节 2015-2019年清洁类化妆品所属行业不同规模企业财务状况分析

一、2015-2019年清洁类化妆品行业不同规模企业人均指标分析

二、2015-2019年清洁类化妆品行业不同规模企业盈利能力分析

三、2015-2019年清洁类化妆品行业不同规模企业营运能力分析

四、2015-2019年清洁类化妆品行业不同规模企业偿债能力分析

第七章 清洁类化妆品行业企业竞争格局分析

第一节 雅诗兰黛(上海)商贸有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第二节 欧莱雅(中国)有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第三节 LANCOME兰蔻

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第四节 宝洁(中国)有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第五节 资生堂(中国)投资有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第六节 SK-II

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第七节 雅诗兰黛(上海)商贸有限公司

一、企业发展概述

二、企业经营状况

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第八节 Kiehl's科颜氏

- 一、企业发展概述
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争优势
- 四、企业发展战略

第九节 皮尔法伯(上海)管理咨询有限公司

- 一、企业发展概述
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争优势
- 四、企业发展战略

第十节 上海家化联合股份有限公司

- 一、企业发展概述
- 二、企业经营状况
- 三、企业竞争优势
- 四、企业发展战略

第四部分 行业发展前景

第八章 中国清洁类化妆品行业发展预测

- 第一节 2022-2028年中国清洁类化妆品行业产量预测
- 第二节 2022-2028年中国清洁类化妆品行业消费量预测
- 第三节 2022-2028年中国清洁类化妆品行业产值预测
- 第四节 2022-2028年中国清洁类化妆品行业销售收入预测

第九章 清洁类化妆品行业投资前景与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、风险分析

第二节 清洁类化妆品行业发展的PEST分析

- 一、政治和法律环境分析
- 二、经济发展环境分析
- 三、社会、文化与自然环境分析

四、技术发展环境分析

第三节 清洁类化妆品行业投资价值分析

一、清洁类化妆品行业发展前景分析

二、清洁类化妆品行业盈利能力预测

三、投资机会分析

第四节 清洁类化妆品行业投资风险分析

一、政策风险

二、竞争风险

三、经营风险

四、其他风险

第五节 清洁类化妆品行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

第五部分 投资战略分析

第十章 对中国清洁类化妆品行业总结及企业重点客户管理建议

第一节 清洁类化妆品行业企业问题总结()

第二节 清洁类化妆品企业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第三节 清洁类化妆品市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第四节 清洁类化妆品项目投资建议

一、技术应用注意事项

二、项目投资注意事项()

三、生产开发注意事项

四、销售注意事项

图表目录

图表：清洁类化妆品产业链分析

图表：清洁类化妆品行业生命周期

图表：2015-2019年中国清洁类化妆品行业市场规模

图表：2015-2019年全球清洁类化妆品产业市场规模

图表：2015-2019年清洁类化妆品重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国清洁类化妆品行业利润情况分析

图表：2015-2019年中国清洁类化妆品行业资产情况分析

图表：2015-2019年中国清洁类化妆品竞争力分析

图表：2022-2028年中国清洁类化妆品市场前景预测

图表：2022-2028年中国清洁类化妆品市场价格走势预测

图表：2022-2028年中国清洁类化妆品发展前景预测

图表：2015-2019年清洁类化妆品行业行业集中度分析

图表：2015-2019年清洁类化妆品行业区域集中度分析

图表：2015-2019年清洁类化妆品行业企业集中度分析

图表：2015-2019年我国GDP分析

图表：2015-2019年我国固定资产投资分析

图表：2015-2019年清洁类化妆品行业资产分析

图表：2015-2019年清洁类化妆品行业负债分析

图表：2015-2019年清洁类化妆品行业偿债能力分析

图表：2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2015-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表：2015-2019年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2022-2028年彩妆行业发展规模分析

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/287746.html>