

2020-2026年中国防晒霜行业市场竞争策略及销售 渠道分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国防晒霜行业市场竞争策略及销售渠道分析报告》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.chyxx.com/research/201911/800759.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

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。

智研咨询发布的《2020-2026年中国防晒霜行业市场竞争策略及销售渠道分析报告》共十一章。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：

第一章防晒霜相关概述

第一节防晒霜简述

第二节防晒霜的分类

第三节防晒霜重要指标

一、抗水性能

二、SPF

第四节防晒霜的副作用

第二章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、2019年世界防晒霜市场特征

二、2019年世界防晒霜品牌综述

三、2019年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2020-2026年世界防晒霜业发展趋势分析

第三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

第四章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、2019年中国GDP增长指数分析
- 二、2019年中国CPI波动情况分析
- 三、2019年中国城镇居民家庭人均可支配收入分析
- 四、2019年中国恩格尔系数分析
- 第二节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2019年中国防晒霜市场社会环境分析
 - 一、居民消费
 - 二、消费观念
- 第五章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、2019年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
 - 第三节2019年中国重点品牌防晒霜价格分析
 - 第四节2019年中国防晒霜市场中存在的问题
- 第六章2019年中国防晒霜市场营销策略透析
 - 第一节2019年中国防晒霜行业主要市场渠道
 - 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
- 第七章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
- 第八章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、品牌竞争
 - 二、价格竞争
 - 三、营销方式竞争
 - 第二节2019年世界防晒霜品牌入注中国市场
 - 第三节2019年中国防晒霜市场竞争中存在的问题
 - 第四节2020-2026年中国防晒箱市场竞争趋势分析
- 第九章中国防晒霜市场内优势企业竞争力及关键性数据透析
 - 第一节上海卓多姿中信防晒霜有限公司
 - 一、企业发展简况分析
 - 二、企业经营情况分析
 - 三、企业经营优劣势分析
 - 第二节联合利华（中国）有限公司
 - 一、企业发展简况分析
 - 二、企业经营情况分析
 - 三、企业经营优劣势分析
 - 第三节资生堂丽源防晒霜有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节北京大宝防晒霜有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节索芙特股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节江苏东洋之花防晒霜有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十章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

第十一章2020-2026年中国防晒霜市场投资机会及风险规避指引（ZYYF）

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：防晒霜市场调查对象情况分析

图表：防晒霜消费者消费习惯调查

图表：防晒霜消费者购买频次调查

图表：消费者对防晒霜价格认同情况调查

图表：消费者购买渠道情况调查

图表：防晒霜专卖店对消费者的吸引程度调查

图表：消费者对防晒霜功效情况调查

图表：消费者对防晒霜香型香气期望情况调查

图表：消费者品牌忠诚度调查

图表：消费者对各国防防晒霜品牌偏好调查

图表：2019年夏季消费者防晒霜品牌构成

图表：中国最受欢迎的防晒霜牌分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201911/800759.html>