

# 2020-2026年中国卸妆产品行业市场供需形势及投资盈利分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国卸妆产品行业市场供需形势及投资盈利分析报告》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/201911/802530.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

相比化妆品类而言，卸妆市场是一座已经成规模的金矿，且并不受品类或消费认知的限制，化妆品还要针对皮肤类型来选择，而卸妆产品就没这么多要求，所以卸妆产品有可能成为化妆品市场新爆点。

预计在未来的3-5年，卸妆产品都将处于快速、稳步的成长期，发展潜力不容小觑。到2023年，我国卸妆产品市场规模将达到209亿元。

2018-2023年中国卸妆产品市场发展前景预测（亿元）

智研咨询发布的《2020-2026年中国卸妆产品行业市场供需形势及投资盈利分析报告》共七章。首先介绍了卸妆产品行业市场发展环境、卸妆产品整体运行态势等，接着分析了卸妆产品行业市场运行的现状，然后介绍了卸妆产品市场竞争格局。随后，报告对卸妆产品做了重点企业经营状况分析，最后分析了卸妆产品行业发展趋势与投资预测。您若想对卸妆产品产业有个系统的了解或者想投资卸妆产品行业，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1章：中国卸妆产品发展综述

第2章：中国卸妆产品发展综述

2.1 卸妆产品概述

2.1.1 卸妆产品的概念分析

2.1.2 卸妆产品的特性分析

2.1.3 卸妆产品的类别分析

2.2 卸妆产品发展环境分析

2.2.1 行业政策环境分析

（1）行业相关标准

（2）行业相关政策

（3）行业发展规划

2.2.2 行业经济环境分析

（1）国际宏观经济环境

（2）国内宏观经济环境

2.2.3 行业社会环境分析

2.2.4 行业技术环境分析

- (1) 行业专利申请分析
- (2) 行业专利公开分析
- (3) 行业专利申请人分析
- (4) 行业热门技术分析
- 2.3 卸妆产品发展机遇分析
  - 2.3.1 彩妆类化妆品关注度分析
    - (1) 彩妆类化妆品关注指数
    - (2) 彩妆类化妆品关注内容
    - (3) 彩妆类化妆品品牌关注度
    - (4) 彩妆类化妆品产品用途关注度
  - 2.3.2 彩妆细分市场分析
    - (1) 眼部彩妆市场分析
    - (2) 唇彩市场分析
    - (3) 粉底市场分析
- 第3章：全球卸妆产品市场发展状况分析
  - 3.1 全球卸妆产品市场发展状况与前景趋势分析
    - 3.1.1 全球卸妆产品市场规模分析
    - 3.1.2 全球卸妆产品市场品牌格局
    - 3.1.3 全球卸妆产品发展前景预测
    - 3.1.4 全球卸妆产品发展趋势预测
  - 3.2 日本卸妆产品市场发展状况分析
    - 3.2.1 日本卸妆产品市场现状分析
    - 3.2.2 日本卸妆产品配方技术特点及代表品牌分析
      - (1) 草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
      - (2) 精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
    - 3.2.3 日本卸妆产品市场发展趋势分析
  - 3.3 韩国卸妆产品市场发展状况分析
    - 3.3.1 韩国卸妆产品市场现状分析
    - 3.3.2 韩国卸妆产品配方技术特点及代表品牌分析
      - (1) 草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
      - (2) 精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
    - 3.3.3 韩国卸妆产品市场发展趋势分析
  - 3.4 法国卸妆产品市场发展状况分析
    - 3.4.1 法国卸妆产品市场现状分析
    - 3.4.2 法国卸妆产品配方技术特点及代表品牌分析

- (1) 草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
- (2) 精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
- 3.4.3 法国卸妆产品市场发展趋势分析
- 3.5 美国卸妆产品市场发展状况分析
  - 3.5.1 美国卸妆产品市场现状分析
  - 3.5.2 美国卸妆产品配方技术特点及代表品牌分析
    - (1) 草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
    - (2) 精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
  - 3.5.3 美国卸妆产品市场发展趋势分析
- 3.6 澳洲卸妆产品市场发展状况分析
  - 3.6.1 澳洲卸妆产品市场现状分析
  - 3.6.2 澳洲卸妆产品配方技术特点及代表品牌分析
    - (1) 草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
    - (2) 精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
  - 3.6.3 澳洲卸妆产品市场发展趋势分析
- 第4章：中国卸妆产品市场发展及消费者需求分析
  - 4.1 中国卸妆产品市场发展状况分析
    - 4.1.1 中国卸妆产品市场发展总况
    - 4.1.2 中国卸妆产品市场规模分析
    - 4.1.3 中国卸妆产品配方技术特点及代表品牌
      - (1) 草本植物类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
      - (2) 精油类卸妆产品配方技术特点及代表品牌
  - 4.2 中国境内市场卸妆产品包装、价格及营销渠道分析
    - 4.2.1 中国卸妆产品包装分析
      - (1) 产品包装材质分析
      - (2) 产品包装设计风格分析
    - 4.2.2 中国卸妆产品市场价格分析
      - (1) 2015-2019年卸妆产品价格变化趋势
      - (2) 2015-2019年卸妆产品价格区间需求份额
    - 4.2.3 中国卸妆产品市场销售渠道分析
      - (1) 卸妆产品销售渠道总况
      - (2) 卸妆产品渠道销售占比
  - 4.3 中国境内市场卸妆产品消费者需求特征分析
    - 4.3.1 消费者特征调研
      - (1) 消费者年龄构成

- (2) 消费者收入情况
- (3) 消费者职业构成
- (4) 消费者性别比例
- 4.3.2 消费者购买特征分析
  - (1) 消费者购买方式
  - (2) 消费者消费金额
  - (3) 消费者购买影响因素
- 4.3.3 消费者产品偏好分析
  - (1) 消费者对产品品类偏好
  - (2) 消费者特别偏好分析
- 4.4 中国跨境市场卸妆产品消费者需求分析
  - 4.4.1 跨境市场消费者特征调研
    - (1) 消费者年龄构成
    - (2) 消费者收入情况
    - (3) 消费者职业构成
    - (4) 消费者性别比例
  - 4.4.2 跨境市场消费者购买特征分析
    - (1) 消费者消费金额
    - (2) 消费者购买影响因素
  - 4.4.3 跨境市场消费者产品偏好分析
    - (1) 消费者对产品品类偏好
    - (2) 消费者特别偏好分析
- 第5章：卸妆产品细分市场发展状况分析
  - 5.1 卸妆水市场发展分析
    - 5.1.1 卸妆水在卸妆中的作用
    - 5.1.2 卸妆水市场发展规模分析
    - 5.1.3 卸妆水市场品牌格局
    - 5.1.4 卸妆水市场发展前景
  - 5.2 卸妆油市场发展分析
    - 5.2.1 卸妆油在卸妆中的作用
    - 5.2.2 卸妆油市场发展规模分析
    - 5.2.3 卸妆油市场品牌格局
    - 5.2.4 卸妆油市场发展前景
  - 5.3 卸妆乳/霜市场发展分析
    - 5.3.1 卸妆乳/霜在卸妆中的作用

### 5.3.2 卸妆乳/霜市场发展规模

### 5.3.3 卸妆乳/霜市场发展前景

## 第6章：国内外卸妆产品领先企业案例分析

### 6.1 国际领先卸妆产品品牌业务布局分析

#### 6.1.1 蝶翠诗 (DHC)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业卸妆产品业务布局分析
- (3) 企业销售模式分析
- (4) 企业在华竞争分析

#### 6.1.2 植村秀 (ShuUemura)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业卸妆产品业务布局分析
- (4) 企业在华竞争分析

#### 6.1.3 巴黎欧莱雅 (L'OREAL PARIS)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业卸妆产品业务布局分析
- (4) 企业销售区域分布
- (5) 企业在华竞争分析

#### 6.1.4 雅诗兰黛 (EsteeLauder)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业卸妆产品业务布局分析
- (4) 企业销售区域分布
- (5) 企业在华竞争分析

#### 6.1.5 芭比波朗 (BobbiBrown)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业卸妆产品业务布局分析
- (3) 企业在华竞争分析

#### 6.1.6 倩碧 (Clinique)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业卸妆产品业务布局分析
- (3) 企业产品特色分析

#### 6.1.7 贝德玛 (Bioderma)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业卸妆产品业务布局分析
- (4) 企业在华竞争分析
- 6.1.8 香奈儿 (CHANEL)
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 企业卸妆产品业务布局分析
  - (4) 企业在华竞争分析
- 6.1.9 迪奥 (Dior)
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 企业卸妆产品业务布局分析
  - (4) 企业在华竞争分析
- 6.1.10 SK-II
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业卸妆产品业务布局分析
  - (3) 企业销售区域分布
  - (4) 企业在华竞争分析
- 6.2 国内卸妆产品领先品牌案例分析
  - 6.2.1 花印 (HANAJIRUSHI)
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析
    - (3) 企业资质能力分析
    - (4) 企业卸妆产品业务分析
    - (5) 企业销售渠道与网络分析
  - 6.2.2 屈臣氏 (Watsons)
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析
    - (3) 企业卸妆产品业务分析
    - (4) 企业销售渠道与网络分析
    - (5) 企业发展优劣势分析
  - 6.2.3 珀莱雅 (PROYA)
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业卸妆产品业务分析
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业发展优劣势分析

#### 6.2.4 韩束 (KanS)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业发展历程分析
- (3) 企业经营情况分析
- (4) 企业卸妆产品业务布局分析
- (5) 企业销售渠道与网络分析
- (6) 企业发展优劣势分析

#### 6.2.5 韩后 (Hanhoo)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业资质能力分析
- (4) 企业卸妆产品业务分析
- (5) 企业销售渠道与网络分析
- (6) 企业发展优劣势分析

### 第7章：中国卸妆产品市场投资潜力与策略规划 (ZYYF)

#### 7.1 2020-2026年中国卸妆产品市场发展前景预测

- 7.1.1 卸妆产品市场发展动力分析
- 7.1.2 卸妆产品市场发展前景预测

#### 7.2 2020-2026年中国卸妆产品市场发展趋势预测

- 7.2.1 市场整体趋势预测
- 7.2.2 品牌竞争格局预测
- 7.2.3 产品发展趋势预测
- 7.2.4 渠道发展趋势预测

#### 7.3 中国卸妆产品市场投资潜力分析

- 7.3.1 市场投资现状分析
- 7.3.2 市场投资主体分析
  - (1) 市场投资主体构成
  - (2) 各投资主体投资优势
- 7.3.3 市场投资切入方式

#### 7.3.4 市场兼并重组分析

#### 7.4 中国卸妆产品市场投资策略规划

- 7.4.1 投资价值分析

#### 7.4.2 投资机会分析

- (1) 80后将带动行业消费增长
- (2) 渠道下沉扩大市场容量
- (3) 中国的高消费时代到来
- (4) 网络市场加快市场开拓

#### 7.4.3 投资策略与建议

- (1) 产品策略
- (2) 研发策略
- (3) 促销策略

图表目录：

图表1：卸妆产品的类别简析

图表2：中国卸妆产品行业包装要求（部分）

图表3：中国卸妆产品组分中限用防腐剂

图表4：近年来国内卸妆品行业相关政策列表

图表5：《化妆品行业“十三五”发展规划》提出存在的问题

图表6：化妆品行业规划品牌目标

图表7：化妆品行业新产品份额规划

图表8：2019年世界经济运行特点

图表9：2015-2019年主要国际组织GDP增长率预测值（单位：%）

图表10：2015-2019年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表11：2015-2019年中国居民人均收入情况（单位：元）

图表12：2015-2019年中国CPI环比增长情况（单位：%）

图表13：2015-2019年主要经济指标增长及预测（单位：%）

图表14：中国消费者的主要分类（单位：%）

图表15：2015-2019年中国卸妆产品相关技术专利申请数量变化图（单位：项）

图表16：2015-2019年中国卸妆产品相关技术专利公开数量变化图（单位：项）

图表17：截至2019年中国卸妆产品相关技术专利申请人构成情况（单位：项）

图表18：截至2019年底中国卸妆产品相关技术专利分布领域（前十位）（单位：项）

图表19：截至2019年底中国卸妆产品相关技术专利构成比重（单位：%）

图表20：2015-2019年彩妆类化妆品搜索指数（单位：%）

图表21：彩妆类化妆品相关搜索内容（单位：%）

图表22：2015-2019年彩妆类化妆品品牌关注度（单位：%）

图表23：彩妆类化妆品产品用途关注度（单位：%）

图表24：2015-2019年全球卸妆产品市场规模（单位：亿欧元）

图表25：全球卸妆产品市场品牌格局

图表26：2020-2026年全球卸妆产品发展规模预测（单位：亿欧元）

图表27：日本草本植物类卸妆产品品牌及其特点

图表28：日本精油类卸妆产品品牌及其特点

图表29：韩国草本植物类卸妆产品品牌及其特点

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201911/802530.html>