

# 2020-2025年中国防晒品行业发展潜力分析及投资 方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国防晒品行业发展潜力分析及投资方向研究报告》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.huaon.com/detail/493044.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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。

全球防晒品正凭借科技含量和市场的敏锐观察力，走上良性循环的竞争道路。其有力的佐证在于，销售额正随着消费者的健康诉求而步步攀升。就目前国外的情况而言，大多选择了宽谱配方，既经UVA和UVB防晒剂复配后的防晒产品。经研究证明这种复配防晒产品不仅可明显提高对紫外线的吸收能力而且深受消费者的欢迎。近年来，国际众多知名防晒品牌除了SPF指数，都在强调标准，只有具备SPF+PA双重防晒效果，才能隔离UVA、UVB，全面保护肌肤不会晒黑和松弛老化。

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 2015-2019年世界防晒品市场发展概况分析

#### 第一节 防晒品概述

- 一、防晒化妆品的常识综述
- 二、防晒化妆品的种类
- 三、防晒化妆品的识别及应用
- 四、各类防晒产品主要成分分析

#### 第二节 2015-2019年世界防晒品市场发展现状

- 一、全球防晒化妆品市场发展回顾
- 二、世界市场防晒品质量问题
- 三、泰国防晒用品市场的销售情况
- 四、日本防晒护肤品畅销市场

#### 第三节 2020-2025年世界防晒品业发展趋势分析

### 第二章 2015-2019年国际知名品牌防晒品企业运营浅析

#### 第一节 旁氏

- 一、公司基本情况
- 二、公司经营及市场销售分析
- 三、公司竞争优势分析

#### 四、未来国际化发展战略

##### 第二节雅芳

- 一、公司基本情况
- 二、公司经营及市场销售分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、未来国际化发展战略

##### 第三节玫琳凯

- 一、公司基本情况
- 二、公司经营及市场销售分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、未来国际化发展战略

##### 第四节倩碧

- 一、公司基本情况
- 二、公司经营及市场销售分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、未来国际化发展战略

##### 第五节泊美

- 一、公司基本情况
- 二、公司经营及市场销售分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、未来国际化发展战略

##### 第六节兰芝

- 一、公司基本情况
- 二、公司经营及市场销售分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、未来国际化发展战略

### 第三章 2015-2019年中国防晒品市场运行环境分析

#### 第一节 2019年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2019年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2015-2019年中国防晒品市场政策环境分析

- 一、《化妆品生产企业卫生规范》
- 二、《化妆品卫生监督条例》

三、《化妆品卫生监督条例实施细则》

四、《进出口化妆品监督检验管理办法》

第三节 2015-2019年中国防晒品市场社会环境分析

第四章 2015-2019年中国防晒品市场发展现状分析

第一节 2015-2019年中国防晒品市场发展现状

一、防晒品市场特点分析

二、防晒品全线升级

三、专用防晒化妆品市场发展分析

第二节 2015-2019年中国防晒品行业运行动态分析

一、防晒品新需求分析

二、防晒品新技术分析

三、防晒品新原料开发分析

第三节 2015-2019年中国防晒品行业发展对策分析

第五章 2015-2019年中国防晒霜市场发展现状分析

第一节 2015-2019年中国防晒霜市场发展现状

一、防晒霜市场发展特点

二、防晒霜使用情况分析

三、中国防晒霜市场发展动态

第二节 2015-2019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 2015-2019年中国重点品牌防晒霜价格分析

第四节 2015-2019年中国防晒霜市场发展中的问题分析

第六章 2015-2019年中国防晒品市场营销策略分析

第一节 2015-2019年中国防晒品行业主要市场渠道

一、批发市场

二、零售终端市场

三、专业市场

四、黑市对防晒品销售市场的影响

第二节 2015-2019年中国防晒品直销与网络营销分析

第三节 2015-2019年中国防晒品梯度营销渠道策略分析

一、防晒品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 2015-2019年中国化妆品制造所属行业主要数据监测分析

#### 第一节 2015-2019年中国化妆品制造所属行业总体数据分析

##### 一、2017年中国化妆品制造所属行业全部企业数据分析

##### 二、2018年中国化妆品制造所属行业全部企业数据分析

##### 三、2019年中国化妆品制造所属行业全部企业数据分析

#### 第二节 2015-2019年中国化妆品制造所属行业不同规模企业数据分析

##### 一、2017年中国化妆品制造所属行业不同规模企业数据分析

##### 二、2018年中国化妆品制造所属行业不同规模企业数据分析

##### 三、2019年中国化妆品制造所属行业不同规模企业数据分析

#### 第三节 2015-2019年中国化妆品制造所属行业不同所有制企业数据分析

##### 一、2017年中国化妆品制造所属行业不同所有制企业数据分析

##### 二、2018年中国化妆品制造所属行业不同所有制企业数据分析

##### 三、2019年中国化妆品制造所属行业不同所有制企业数据分析

### 第八章 2015-2019年中国防晒品市场竞争格局分析

#### 第一节 2015-2019年中国防晒品市场竞争现状

##### 一、品牌竞争

##### 二、价格竞争

##### 三、营销方式竞争

#### 第二节 2015-2019年中国防晒品行业集中度分析

##### 一、防晒品企业集中度分析

##### 二、防晒品市场集中度分析

#### 第三节 2015-2019年中国防晒品市场竞争中存在的问题

#### 第四节 2020-2025年中国防晒箱市场竞争趋势分析

### 第九章 中国防晒品市场内优势企业竞争力分析

#### 第一节 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

#### 第二节 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

第三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

第四节妮维雅(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

第五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

第六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

第十章2020-2025年中国防晒品市场发展趋势预测分析

第一节 2020-2025年中国防晒品市场发展前景预测分析

一、防晒品销路看好

二、市场需求量巨大

第二节2020-2025年中国防晒品市场发展趋势展望分析

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2020-2025年中国防晒品市场盈利能力预测分析

第十一章2020-2025年中国防晒品市场投资机会及风险分析

## 第一节 2020-2025年中国防晒品市场投资周期分析

### 第二节2020-2025年中国防晒品市场投资机会分析

一、儿童、男士防晒品市场尚待开发

二、区域投资机会分析

三、与防晒品产业相关的投资机会分析

### 第三节2020-2025年中国防晒品市场投资风险分析

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

### 第四节投资建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/493044.html>