



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国洗面奶市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国洗面奶市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/278795.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

洗面奶是一种高级洗脸剂。品质优良的洗面奶应该具有清洁、营养、保护皮肤等功效。一般来说，普通洗面奶是不具有美白效果的。若在优质洗面奶中再添加适量的皮肤美白剂（如香白芷、熊果苷、V衍生物、胎盘提取物、艾苳、曲酸及其衍生物等），久用是会有美白功效的。洗面奶包括了：洁面乳、洁面膏、洁肤液等类型。

一般来说，洗面奶是由油相物、水相物、表面活性剂、保湿剂、营养剂等成分构成的液状产品。其中奶油状洗面奶含有油相成分，适用于干性皮肤使用；水晶状透明产品不含油相成分，如配方调理适当，可满足绝大多数消费者使用。洗面奶中表面活性剂具有润湿、分散、发泡、去污、乳化五大作用，是洁面品的主要活性物。此外，根据相似相溶原理，在洗面过程中，可借油相物溶解面部油溶性的脂垢及多余的油脂；借其水相物溶解脸上水溶性的汗渍污垢。

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 洗面奶相关概述

第一节 护肤品简述

一、护肤品的分类及作用

二、护肤品的历史沿革

三、控油护肤品成分解析

四、各种护肤品理化指标

第二节 护肤品相关阐述

一、洗面奶的ph值与皮肤健康

二、洗面奶在清洁类化妆品中地位

三、洗面奶的种类

1、泡沫型洗面奶

2、溶剂型

3、无泡型洗面奶

四、洗面奶的功效

第三节 洗面奶的主要成分

- 一、曲酸棕榈酸酯
- 二、烷基糖苷（apg）
- 三、天然海洋多糖
- 四、护肤剂

第二章 2014-2016年国际洗面奶市场运行态势分析

第一节 2014-2016年国际护肤品市场运行概况

- 一、护肤品市场呈现两大新潮流
- 二、国际护肤品市场品牌分析
- 三、世界茶护肤品渐热
- 四、“汉方”中药美肤护肤品风靡全球

第二节 2014-2016年国际品牌洗面奶市场销售状况分析

- 一、国际主要洗面奶品牌市场占有率分析
- 二、国际洗面奶产品分类销售情况分析
- 三、国际洗面奶主要产品价格走势分析

第三节 2014-2016年全球部分国家洗面奶市场运行分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、韩国
- 四、法国

第三章 2014-2016年中国洗面奶行业市场发展环境分析

第一节 2014-2016年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况gdp
- 二、消费价格指数cpi、ppi
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、社会消费品零售总额
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2014-2016年中国洗面奶市场政策环境分析

一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析

二、化妆品生产企业卫生规范

三、进出口化妆品监督检验管理办法

四、化妆品标识管理规定

五、化妆品广告管理办法

第三节 2014-2016年中国洗面奶市场社会环境分析

一、居民消费观念

二、居民消费水平

三、人口环境分析

四、文化环境分析

第四章 2014-2016年中国护肤品行业运行新形势分析

第一节 中国护肤品市场品牌发展历程分析

第二节 2014-2016年中国护肤品行业发展概况

一、中国护肤品产品定位分析

二、中国护肤品品牌发展的四个阶段

三、中小护肤品企业发展对策分析

第三节 2014-2016年中国护肤品市场运行分析

一、中国护肤品市场总体概况

二、中国护肤品市场销售简况

三、中国护肤品市场热点透析

第四节 2014-2016年中国护肤品包装市场分析

一、现代护肤品包装业分析

二、护肤品包装玻璃材质仍占主流

三、四大城市护肤品包装消费心理分析

四、儿童护肤品包装兴起卡通热潮

第五章 2008-2016年中国护肤品制造行业数据监测分析

第一节 2008-2016年中国护肤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年中国护肤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 2008-2016年中国护肤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 2008-2016年中国护肤品制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2008-2016年中国护肤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

第六章 2014-2016年中国洗面奶市场发展现状分析

第一节2014-2016年中国洗面奶市场运营情况

一、中国洗面奶市场销售情况分析

二、中国洗面奶市场需求分析

三、中国洗面奶市场供需平衡分析

第二节2014-2016年中国洗面奶细分市场运行分析

一、女士

二、男士

三、儿童

第三节2014-2016年中国细分类型洗面奶市场销售情况

一、美白洗面奶

二、祛痘洗面奶

第七章 2014-2016年中国洗面奶市场消费者调查分析情况分析

第一节 2014-2016年中国洗面奶市场消费者概况调查分析

- 一、消费者使用洗面奶行为习惯的调查（使用次数、性价要求等）
- 二、消费者收入情况与洗面奶产品消费的关联调查
- 三、国内各地区购买力情况分析
- 四、消费者年龄层次分析

第二节 2014-2016年中国洗面奶市场消费者偏好及消费意识调查

- 一、消费者最喜欢用的洗面奶品牌分析
- 二、消费者对洗面奶产品的关心程度分析
- 三、消费者对洗面奶产品香味偏好分析
- 四、消费者购买洗面奶考虑的因素分析
- 五、消费者购买洗面奶渠道分析

第三节 2014-2016年中国消费者对洗面奶新产品建议

- 一、功能
- 二、价格
- 三、包装

第八章 2014-2016年中国洗面奶市场营销策略分析

第一节 2014-2016年中国洗面奶市场构建定位分析

- 一、一级市场
- 二、二、三级市场

第二节 2014-2016年中国洗面奶市场营销策略分析

- 一、专柜陈列策略
- 二、媒体策略
- 三、促销活动策略
- 四、终端物料策略

第三节 2014-2016年中国新型洗面奶行销策略分析

- 一、高度差异化的定位、
- 二、迅速提升延伸产品的知名度
- 三、提高终端铺货率、强化终端生动化工作
- 四、建立专门的销售队伍与科学考核体系

第四节 2016-2022年 中国洗面奶市场新兴营销策略

- 一、目标营销

- 二、药店营销
- 三、服务营销
- 四、包装营销
- 五、保健式营销
- 六、俱乐部营销
- 七、连锁营销

第九章 2014-2016年中国洗面奶市场竞争新格局透析

第一节 2014-2016年中国护肤品行业整体竞争格局分析

- 一、国内主要护肤品竞争手段分析
- 二、外资护肤品抢滩中低端市场
- 三、男性护肤品市场竞争日渐升温
- 四、品牌成为护肤品竞争突破点

第二节 2014-2016年中国洗面奶市场竞争分析

- 一、洗面奶品牌竞争分析
- 二、洗面奶价格竞争
- 三、洗面奶营销方式竞争
- 四、洗面奶替代产品竞争分析

第三节 2014-2016年中国洗面奶集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、区域集中度分析

第四节 2016-2022年 中国洗面奶市场竞争焦点分析

- 一、消费者细分
- 二、产品功能诉求
- 三、销售渠道建设

第五节 2016-2022年 中国洗面奶竞争趋势分析

第十章 2014-2016年国际品牌洗面奶生产企业运营状况分析

第一节 旁氏

- 一、公司基本概况
- 二、产品在华销售情况分析
- 三、品牌渗透率分析

四、公司竞争优势分析

五、公司国际化战略发展分析

第二节 妮维亚

一、公司基本概况

二、产品在华销售情况分析

三、品牌渗透率分析

四、公司竞争优势分析

五、公司国际化战略发展分析

第三节 玉兰油

一、公司基本概况

二、产品在华销售情况分析

三、品牌渗透率分析

四、公司竞争优势分析

五、公司国际化战略发展分析

第四节 资生堂

一、公司基本概况

二、产品在华销售情况分析

三、品牌渗透率分析

四、公司竞争优势分析

五、公司国际化战略发展分析

第五节 1 g 竹盐

一、公司基本概况

二、产品在华销售情况分析

三、品牌渗透率分析

四、公司竞争优势分析

五、公司国际化战略发展分析

第十一章 2014-2016年中国洗面奶生产企业品牌竞争力分析（企业可自选）

第一节 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

第二节 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

第三节 联合利华（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

第四节 北京大宝化妆品有限公司

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

第五节 丁家宜生化有限公司

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 略……

第十二章 2014-2016年中国洗面奶相关产品市场运行分析

第一节 无泡洁面膏

一、与常规洗面奶的区别

二、市场需求分析

三、市场供给能力分析

四、价格走势分析

五、市场占有率分析

第二节 洁面皂

第三节 洁面粉

第四节 洁面凝胶

第五节 洁面摩丝

第十三章 2016-2022年 中国洗面奶市场发展趋势预测分析

第一节 2016-2022年 中国洗面奶市场发展方向分析

一、向高端产品方向渗透

二、向终端市场方向渗透

三、从价格优势竞争转向研发、渠道的竞争

第二节 2016-2022年 中国洗面奶市场预测分析

第三节 2016-2022年 中国洗发护发品市场盈利预测分析

第十四章 2016-2022年 中国洗面奶市场投资前景预测(AK WZY)

第一节 2014-2016年中国洗面奶市场投资概况

一、中国洗面奶市场投资环境

二、中国洗面奶市场投资特性

1、技术、资金密集

2、附加值高

3、产品特点

4、更新换代快

5、配套服务性强

第二节 2016-2022年 中国洗面奶市场投资机会分析

一、洗面奶市场投资潜力分析

二、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2016-2022年 中国洗面奶市场投资风险预警

一、市场风险

二、经营风险

三、竞争风险

四、原材料分析

六、外资进入风险

第四节 专家投资建议

图表目录：

图表：2006-2016年中国gdp总量及增长趋势图

图表：2016年中国月度cpi、ppi指数走势图

图表：2006-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2006-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2015中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2012.12-2015.12年我国工业增加值增速统计

图表：2006-2016年我国全社会固定资产投资额走势图（2016年不含农户）

图表：2006-2016年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2006-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2006-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2006-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2007-2016年我国人口及其自然增长率变化情况

图表：各年龄段人口比重变化情况

图表：2008-2016年我国护肤品制造行业企业数量增长趋势图

图表：2008-2016年我国护肤品制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2008-2016年我国护肤品制造行业从业人数增长趋势图

图表：2008-2016年我国护肤品制造行业资产规模增长趋势图

图表：2016年我国护肤品制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2016年我国护肤品制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2016年我国护肤品制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2016年我国护肤品制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2008-2016年我国护肤品制造行业产成品增长趋势图

图表：2008-2016年我国护肤品制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2008-2016年我国护肤品制造行业出口 交货值增长趋势图

图表：2008-2016年我国护肤品制造行业销售成本增长趋势图

图表：2008-2016年我国护肤品制造行业费用使用统计图

图表：2008-2016年我国护肤品制造行业主要盈利指标统计图

图表：2008-2016年我国护肤品制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：索芙特股份有限公司主要经济指标走势图

图表：索芙特股份有限公司经营收入走势图

图表：索芙特股份有限公司盈利指标走势图

图表：索芙特股份有限公司负债情况图

图表：索芙特股份有限公司负债指标走势图

图表：索芙特股份有限公司运营能力指标走势图

图表：索芙特股份有限公司成长能力指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司经营收入走势图

图表：上海家化联合股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司负债情况图

图表：上海家化联合股份有限公司负债指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司成长能力指标走势图

图表：联合利华（中国）有限公司主要经济指标走势图

图表：联合利华（中国）有限公司经营收入走势图

图表：联合利华（中国）有限公司盈利指标走势图

图表：联合利华（中国）有限公司负债情况图

图表：联合利华（中国）有限公司负债指标走势图

图表：联合利华（中国）有限公司运营能力指标走势图

图表：联合利华（中国）有限公司成长能力指标走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司主要经济指标走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司经营收入走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司盈利指标走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司负债情况图

图表：北京大宝化妆品有限公司负债指标走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司运营能力指标走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司成长能力指标走势图

图表：丁家宜生化有限公司主要经济指标走势图

图表：丁家宜生化有限公司经营收入走势图

图表：丁家宜生化有限公司盈利指标走势图

图表：丁家宜生化有限公司负债情况图

图表：丁家宜生化有限公司负债指标走势图

图表：丁家宜生化有限公司运营能力指标走势图

图表：丁家宜生化有限公司成长能力指标走势图

图表：2016-2022年 中国洗面奶市场预测分析

图表：2016-2022年 中国洗发护发品市场盈利预测分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278795.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。