

2024-2030年中国卸妆产品行业市场全景调研及发展前景研判报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国卸妆产品行业市场全景调研及发展前景研判报告》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/1173005.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

智研咨询专家团队倾力打造的《2024-2030年中国卸妆产品行业市场全景调研及发展前景研判报告》（以下简称《报告》）正式揭晓，自2018年出版以来，已连续畅销7年，成功成为企业了解和开拓市场，制定战略方向的得力参考资料。报告从国家经济与产业发展的宏观战略视角出发，深入剖析了卸妆产品行业未来的市场动向，精准挖掘了行业的发展潜力，并对卸妆产品行业的未来前景进行研判。

本报告分为行业概述、全球分析、发展现状、细分市场、重点企业、发展前景等主要篇章，共计7章。涉及卸妆产品市场规模、价格等核心数据。

报告中所有数据，均来自官方机构、行业协会等公开资料以及深入调研获取所得，并且数据经过详细核实和多方求证，以期为行业提供精准、可靠和有效价值信息！

卸妆产品是一类用于去除面部化妆物品的产品，其主要功能是溶解和去除面部彩妆，包括眼部、唇部和整个面部的妆容，同时还能清洁毛孔和去除污垢和油脂。目前，卸妆产品主要分为卸妆油、卸妆膏、卸妆乳、卸妆啫喱/凝露、卸妆水、眼唇卸妆液（水油分离）等。其中，卸妆油是最常见的卸妆产品之一。市面上大多卸妆油以植物油或/和甘油三酯构成，用“以油溶油”的原理来实现卸妆，在所有卸妆产品中清洁力最强。

近年来，卸妆产品作为化妆品使用后的必需品，其市场需求随着彩妆产品的广泛使用而增加。同时，消费者护肤意识不断提升，逐渐认识到卸妆对皮肤健康的重要性，卸妆产品因此受到广大消费者的青睐。在此背景下，卸妆产品市场规模不断增长，据统计，卸妆产品2024年Q1销售额16.4亿元，同比增长9.7%。从细分品类来看，随着护肤理念逐渐精细化，卸妆产品随之有明显的品类升级趋势，从卸妆水向卸妆油、卸妆膏等品类跃迁。2024年Q1卸妆油、卸妆膏市场份额有所扩张，其中卸妆油从2023年Q1的39.2%增加到2024年Q1的44.6%，同比增长5.4%；卸妆膏从2023年Q1的21.4%增加到2024年Q1的24.1%，同比增长2.7%。

从产业链来看，卸妆产品行业上游主要包括清洁剂、保湿剂、乳化剂、防腐剂等原材料，这些原材料的质量直接影响到卸妆产品的性能和使用效果。中游是指卸妆产品的生产制造，该环节的生产企业既包括国际知名品牌，也包括众多国内企业，市场竞争激烈。下游是指卸妆产品的销售环节，包括商超、专卖店、电商平台等销售渠道，其中电商平台随着电子商务的兴起，在卸妆产品销售中占据越来越重要的地位。消费者是卸妆产品市场的最终需求者。他们的需求和偏好直接决定了市场的规模和方向。随着消费者对个人卫生和美容护肤需求的提升，卸妆产品市场将迎来更加广阔的发展空间。

目前，我国卸妆产品行业市场竞争激烈，主要竞争者包括国际大品牌 and 国内知名品牌。相关企业包括花印、蝶翠诗、欧莱雅（中国）、珀莱雅、韩后等。预计未来随着市场需求的增加

，品牌竞争将更加激烈，品牌需要不断提升产品品质和服务体验，满足消费者需求，才能在市场竞争中立于不败之地。

作为一个见证了中国卸妆产品十余年发展的专业机构，智研咨询希望能够与所有致力于与卸妆产品行业企业携手共进，提供更多有效信息、专业咨询与个性化定制的行业解决方案，为行业的发展尽绵薄之力。

报告目录：

第一章 化妆品的相关概述

第一节 化妆品简介

- 一、化妆品的定义
- 二、化妆品的主要作用
- 三、化妆品的分类

第二节 化妆品的发展历程

第二章 中国卸妆产品发展综述

第一节 卸妆产品概述

- 一、卸妆产品的概念分析
- 二、卸妆产品的特性分析
- 三、卸妆产品的类别分析

第二节 卸妆产品发展环境分析

一、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

二、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

三、行业社会环境分析

四、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

第三节 卸妆产品发展机遇分析

一、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

二、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

第三章 全球卸妆产品行业运营态势

第一节 全球卸妆产品行业发展概况

- 一、全球卸妆产品行业运营态势
- 二、全球卸妆产品行业竞争格局
- 三、全球卸妆产品行业规模预测

第二节 全球主要区域卸妆产品行业发展态势及趋势预测

- 一、北美卸妆产品行业市场概况及趋势
- 二、亚太卸妆产品行业市场概况及趋势
- 三、欧盟卸妆产品行业市场概况及趋势

第四章 中国卸妆产品市场发展与消费者需求分析

第一节 中国卸妆产品市场发展状况分析

- 一、中国卸妆产品市场发展总况
- 二、中国卸妆产品市场规模分析
- 三、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

第二节 中国境内市场卸妆产品包装、价格及营销渠道分析

- 一、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
- 二、中国卸妆产品市场价格分析
 - (1) 2019-2023年卸妆产品价格变化趋势
 - (2) 2019-2023年卸妆产品价格区间需求份额

三、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

第三节 中国境内市场卸妆产品消费者需求特征分析

一、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

二、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

三、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

第四节 中国跨境市场卸妆产品消费者需求分析

一、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

二、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

三、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

第五章 卸妆产品细分市场发展状况分析

第一节 卸妆水市场发展分析

一、卸妆水在卸妆中的作用

二、卸妆水市场发展规模分析

三、卸妆水市场品牌格局

四、卸妆水市场发展前景

第二节 卸妆油市场发展分析

- 一、卸妆油在卸妆中的作用
- 二、卸妆油市场发展规模分析
- 三、卸妆油市场品牌格局
- 四、卸妆油市场发展前景

第三节 卸妆乳/霜市场发展分析

- 一、卸妆乳/霜在卸妆中的作用
- 二、卸妆乳/霜市场发展规模
- 三、卸妆乳/霜市场发展前景

第六章 国内外卸妆产品领先企业案例分析

第一节 国际领先卸妆产品品牌业务布局分析

一、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) 企业在华竞争分析

二、植村秀 (ShuUemura)

- (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

三、巴黎欧莱雅 (L'OREAL PARIS)

- (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

四、雅诗兰黛 (EsteeLauder)

- (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

五、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

六、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) 企业在华竞争分析

七、贝德玛 (Bioderma)

(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

八、香奈儿 (CHANEL)

(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

九、迪奥 (Dior)

(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

十、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) 企业在华竞争分析

第二节 国内卸妆产品领先品牌案例分析

一、花印 (HANAJIRUSHI)

(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

二、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

三、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

四、韩束 (KanS)

(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

五、韩后 (Hanhoo)

(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

第七章 中国卸妆产品市场投资潜力与策略规划

第一节 2024-2030年中国卸妆产品市场发展前景预测

一、卸妆产品市场发展动力分析

二、卸妆产品市场发展前景预测

第二节 2024-2030年中国卸妆产品市场发展趋势预测

一、市场整体趋势预测

二、品牌竞争格局预测

三、产品发展趋势预测

四、渠道发展趋势预测

第三节 中国卸妆产品市场投资潜力分析

一、市场投资现状分析

二、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

三、市场投资切入方式

四、市场兼并重组分析

第四节 中国卸妆产品市场投资策略规划

一、投资价值分析

二、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

三、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8：2023年世界经济运行特点

图表9：2019-2023年主要国际组织GDP增长率预测值（单位：%）

图表10：2019-2023年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表11：2019-2023年中国居民人均收入情况（单位：元）

图表12：2019-2023年中国CPI环比增长情况（单位：%）

图表13：2019-2023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15：2019-2023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16：2019-2023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2023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2023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2023年底中国卸妆产品相关技术专利构成比重（单位：%）

图表20：2019-2023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22：2019-2023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24：2019-2023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26：2024-2030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/1173005.html>