

# 2022-2028年中国身体护理产业发展态势及投资决策建议报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国身体护理产业发展态势及投资决策建议报告》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/202103/935082.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

智研咨询发布的《2022-2028年中国身体护理产业发展态势及投资决策建议报告》共十章。首先介绍了身体护理行业市场发展环境、身体护理整体运行态势等，接着分析了身体护理行业市场运行的现状，然后介绍了身体护理市场竞争格局。随后，报告对身体护理做了重点企业经营状况分析，最后分析了身体护理行业发展趋势与投资预测。您若想对身体护理产业有个系统的了解或者想投资身体护理行业，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：

### 第一章 身体护理行业相关概述

#### 第一节 身体护理行业发展概述

##### 一、身体护理行业定义

##### 二、身体护理行业概述

#### 第二节 身体护理行业发展特征

#### 第三节 身体护理行业渠道分析

##### 一、商场专柜渠道分析

##### 二、超市专卖渠道分析

##### 三、连锁专卖渠道分析

##### 四、电子商务渠道分析

#### 第四节 身体护理行业生命周期分析

### 第二章 中国身体护理行业发展环境分析

#### 第一节 中国经济发展环境分析

##### 一、中国gdp增长情况分析

##### 二、工业经济发展形势分析

##### 三、社会固定资产投资分析

##### 四、全社会消费品零售总额

##### 五、居民消费价格变化分析

#### 第二节 中国身体护理行业政策环境分析

##### 一、行业监管管理体制

##### 二、行业相关政策分析

##### 三、产业相关政策影响

#### 第三节 中国身体护理行业社会环境分析

- 一、人口规模及结构分析
- 二、城镇化进程趋势分析
- 三、城乡居民收入增长分析
- 第三章 中国身体护理行业市场规模分析
- 第一节中国身体护理市场规模分析
- 第二节中国身体护理市场结构分析
- 第三节中国身体护理市场规模预测
- 第四章 中国身体护理细分产品市场分析
- 第一节身体躯干护理产品市场分析
  - 一、2017-2021年躯干护理零售额
  - 二、2017-2021年躯干护理市场结构
  - 三、2022-2028年躯干护理预测
- 第二节面部护理产品市场分析
  - 一、2017-2021年面部护理零售额
  - 二、2017-2021年面部护理市场结构
  - 三、2022-2028年面部护理市场预测
- 第三节手部护理产品市场分析
  - 一、2017-2021年手部护理零售额
  - 二、2017-2021年手部护理市场结构
  - 三、2022-2028年手部护理市场预测
- 第四节身体洗护产品市场分析
  - 一、2017-2021年身体洗护产品零售额
  - 二、2017-2021年身体洗护产品市场结构
  - 三、2022-2028年身体洗护产品市场预测
- 第五章 2021年度身体护理重点品牌市场份额
- 第一节身体护理品牌市场份额分析
  - 一、身体护理品牌市场份额
  - 二、高端身体护理品牌市场份额
- 第二节躯干护理品牌市场份额分析
  - 一、通用身体护理品牌市场份额
  - 二、瘦身纤体类护理品牌市场份额
- 第三节面部护理品牌市场份额分析
  - 一、面部保湿霜品牌市场份额
  - 二、面部抗衰品牌市场份额
- 第四节身体洗护品牌市场份额分析

- 一、身体洗护品牌市场份额
- 二、身体洗护高端品牌市场份额
- 第六章 身体护理重点企业市场份额
- 第一节 身体护理企业市场份额分析
- 第二节 重点企业市场份额分析
- 一、欧莱雅（中国）市场份额分析
- 二、宝洁（广州）有限公司市场份额分析
- 三、资生堂中国有限公司市场份额分析
- 四、安利（中国）有限公司市场份额分析
- 第七章 中国身体护理市场营销策略与趋势分析
- 第一节 身体护理产品开发与定位策略
- 一、产品组合策略
- 二、产品生命周期
- 三、新产品开发策略
- 四、产品包装决策
- 五、产品线扩展策略
- 第二节 身体护理品牌宣传推广策略分析
- 一、消费者互动的推广
- 二、新闻广告品牌推广
- 三、事件营销品牌推广
- 四、网络营销品牌推广
- 五、活动赞助品牌推广
- 六、口碑传播品牌推广
- 第三节 身体护理企业销售促进策略分析
- 一、特价折扣促销策略
- 二、赠品礼品促销策略
- 三、购物返券促销策略
- 四、购物抽奖促销策略
- 五、现场演示促销策略
- 六、有奖竞赛促销策略
- 七、消费卡促销策略分析
- 第四节 身体护理企业营销发展趋势分析
- 一、战略营销
- 二、精确营销
- 三、体验营销

#### 四、服务营销

#### 五、网络营销

#### 六、和谐营销

### 第八章 中国身体护理重点企业竞争力分析

#### 第一节 上海家化联合股份有限公司

##### 一、企业发展基本情况

##### 二、企业主要产品分析

##### 三、企业经营状况分析

#### 第二节 索芙特股份有限公司

##### 一、企业发展基本情况

##### 二、企业主要产品分析

##### 三、企业经营状况分析

#### 第三节 上海相宜本草化妆品股份有限公司

##### 一、企业发展基本情况

##### 二、企业主要产品分析

##### 三、企业经营情况分析

#### 第四节 联合利华（中国）有限公司

##### 一、企业发展基本情况

##### 二、企业主要产品分析

##### 三、企业经营情况分析

#### 第五节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司

##### 一、企业发展基本情况

##### 二、企业主要产品分析

##### 三、企业经营情况分析

#### 第六节 天津郁美净集团有限公司

##### 一、企业发展基本情况

##### 二、企业主要产品分析

##### 三、企业经营情况分析

#### 第七节 北京大宝化妆品有限公司

##### 一、企业发展基本情况

##### 二、企业主要产品分析

##### 三、企业经营情况分析

#### 第八节 江苏隆力奇集团有限公司

##### 一、企业发展基本情况

##### 二、企业主要产品分析

### 三、企业经营情况分析

#### 第九章 2022-2028年中国身体护理行业发展趋势与前景分析

##### 第一节2022-2028年中国身体护理行业投资前景分析

###### 一、身体护理行业发展前景

###### 二、身体护理发展趋势分析

##### 第二节2022-2028年中国身体护理行业投资风险分析

###### 一、行业政策风险

###### 二、市场竞争风险

###### 三、技术风险分析

###### 四、委托加工风险

###### 五、原材料风险

##### 第三节2022-2028年中国身体护理行业投资策略及建议

###### 一、强化本土品牌的本土特色

###### 二、注重跟踪研发和合作研发策略

###### 三、从趋势性技术寻找市场机会

###### 四、积极申请专利技术学会自我保护

#### 第十章 身体护理行业商业模式构建与创新策略

##### 第一节身体护理行业商业模式构建分析

###### 一、商业定位分析

###### 二、客户价值挖掘

###### 三、业务系统建立

###### 四、盈利模式设计

###### 五、资源能力整合

###### 六、财务结构设计

###### 七、商业价值实现

##### 第二节企业商业模式成功要素分析

###### 一、产品质量控制

###### 二、差异化的管理

###### 三、技术创新分析

###### 四、品牌发展战略

##### 第三节企业商业模式创新路径分析

###### 一、企业重新定位

###### 二、挖掘企业潜能

###### 三、重整产业链条

###### 四、重建价值网络

五、创新盈利模式

六、提升学习能力

第四节企业商业模式创新战略分析

一、价值链创新战略分析

二、供应链体系创新战略（ZY KT）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202103/935082.html>