2016-2022年中国眼霜市场
全景调查与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制
www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国眼霜市场全景调查与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.abaogao.com/b/hzhp/55916579WW.html

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心
订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963
海外报告销售：010-80993963
传真： 010-60343813
Email： sales@abaogao.com
联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

随着社会的快速发展，人们对生活水平的要求越来越高。“享受生活”这一观念越来越深入广大群众的心中。眼霜，护肤类化妆产品之一。有滋润的功效，除了可以减低黑眼圈、眼袋的问题外，同时也具备改善皱纹、细纹的功效。眼霜是用来保护眼睛周围比较薄的这一层皮肤的，对眼袋、黑眼圈、鱼尾纹等都有一定的效用，但是不同的眼霜有不同的主要作用。

现在流行眼霜的趋势，胶原眼霜成为当下最红的眼霜。最为瞩目的是美国的抗皱技术，有效去除眼部细纹、干纹、眼袋、黑眼圈等。轻点于眼睛周围及眼尾等处;用中指及无名指，由内眼角向眼尾方向轻轻抹匀，也可随后轻轻拍打以加快吸收。

眼部的肌肤非常细致而脆弱，格外容易受到伤害.因此，选择眼部产品，最好能选择温和、不刺激、低敏感型的眼部产品，以对抗干燥、细纹、黑眼圈等问题。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国眼霜市场全景调查与市场全景评估报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 眼霜的概述
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、各种护肤品理化指标
第二节 眼霜基础阐述
一、眼霜的成份
二、眼霜的分类
1、眼部卸妆产品

2、眼部基础护理产品

3、眼部特殊护理

第三节 眼霜品种

一、眼膜

二、眼胶

三、眼霜

第二章 2015年世界眼霜市场运行态势分析

第一节 2015年世界护肤品业运行概况

一、国际护肤品市场品牌分析

二、护肤品市场呈现两大新潮流

第二节 2015年世界眼霜市场动态分析

一、眼霜全球化背景下的新探索

二、全球热卖：医生品牌抗过敏眼霜效果评测

三、妮维雅掀起高性价比眼霜的购买热潮

第三节 2015年主要国家及地区眼霜行业发展现状分析

一、美国

二、欧洲

三、日本

四、韩国

第四节 2016-2022年世界眼霜行业发展趋势分析

第三章 2015年中国眼霜市场运行环境分析

第一节　2015年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、财政收支状况（年度更新）

八、社会消费品零售总额

九、对外贸易&进出口
第二节 2015年中国社会环境分析
一、中国居民消费水平分析
二、居民的消费观念
第三节 2015年中国眼霜市场相关政策分析
一、眼霜市场政策监管
二、护肤品产业政策分析
三、化妆品产业政策分析
四、其它相关法律法规
第四节 2015年中国眼霜工艺技术分析

第四章 2015年中国护肤品产业运行态势分析
第一节 中国护肤品市场品牌发展历程分析
一、第一阶段：上海品牌垄断国内市场
二、第二阶段：跨国公司抢滩中国，土洋品牌泾渭分明
三、第三阶段：本土品牌专业细分市场突围
四、第四阶段：跨国品牌中低端延伸，本土品牌中高端跨越
第二节 2015年中国护肤品市场发展概况分析
一、医学护肤品市场扩大
二、护肤品市场寻求品牌突围
三、植物护肤品市场潜力无限
第三节 2015年中国护肤品市场的发展态势分析
一、众多品牌瓜分市场
二、市场细分已成必然
三、专业护肤品企业出现
四、高档护肤品发展迅速
第四节2015年中国的护肤品市场发展特点分析
一、男士护肤品市场发展迅猛，但市场培育成熟还需要时间
二、“无添加、有机化妆品”成为主流概念之一
三、连锁专卖店成为护肤品销售的主流渠道之一
四、老年护肤品潜力尚未开发
五、防晒、美白等基础护肤出现新的发展趋势

第五章 2015年中国眼霜市场动态分析
第一节 2015年中国眼霜行业市场新亮点呈现
一、眼霜种类繁多
二、眼霜价格两极分化严重
三、眼霜行业地区发展水平不平衡
第二节 2015年中国眼霜行业价格水平分析
一、低价位
二、中高价位
第三节 2015年中国眼霜消费人群分析
第四节 2015年中国消费者对眼霜需求要素
一、基础需求
二、特殊需求

第六章 2015年中国眼霜品牌市场营销态势分析
第一节 雅诗兰黛
一、产品性价格比分析
二、产品主流消费群体
三、口碑评价
四、营销策略
五、市场销售情况
第二节 欧莱雅
第三节 玉兰油
第四节 兰蔻
第五节 倩碧
第六节 雅芳
第七节 大宝
第八节 相宜本草
第九节 玫琳凯
第十节 薇姿

第七章 2015年中国眼霜市场消费调研

第一节 2015年中国消费者心理调研
一、女性消费者消费心理与行为分析
二、男性消费者心理与行为分析
三、消费者对眼霜需求因素分析
1、眼霜基础需求
2、眼霜特殊需求
第二节 2015年中国眼霜市场划分及消费者分布研究
一、高端市场
二、中端市场
三、低端市场
第三节 2015年中国眼霜消费者消费行为调研
一、中国消费者对眼霜认知情况调研
二、消费者购买眼霜渠道分布
三、消费者对眼霜品牌忠诚度分析
四、消费者对眼霜价格敏感度分析
五、中国重点城市前五大品牌构成
六、影响消费者选购护眼霜考虑因素分析
七、消费者对眼霜功能关注及占比（滋润、紧实、抗老化、抗敏）

第八章 2015年中国眼霜行业市场竞争格局分析
第一节 2015年中国护肤品行业整体竞争格局分析
一、激烈竞争导致行业集中度下滑
二、国内主要护肤品竞争手段分析
三、外资护肤品抢滩中低端市场
四、男性护肤品市场竞争日渐升温
五、品牌成为护肤品竞争突破点
第二节 2015年中国眼霜市场竞争分析
一、眼霜新产品性价格分析
二、国内外品牌竞争力分析
三、生产工艺竞争
第三节 2015年中国眼霜市场集中度分析
第四节 2016-2022年中国眼霜竞争趋势分析

第九章 2015年全球十大品牌眼霜运行浅析
第一节 欧莱雅
一、企业概况
二、眼霜占企业份额
三、企业发展战略分析
第二节 雅芳公司
第三节 OLAY
第四节 雅诗兰黛
第五节 LANCÔME
第六节 CLINIQUE（倩碧）
第七节 VICHY（薇姿）
第八节 Neutrogena
第九节 丸美

第十章 2015年中国眼霜行业主要国产品牌竞争力分析
第一节 普兰娜眼霜
第二节 兰亭的果酸/螺旋藻眼霜
第三节 大宝的眼袋霜
第四节 相宜中药舒缓眼膜
第五节 美目水晶
第六节 家化的玉泽眼贴膜
第七节 可采眼贴膜
第八节 一朵眼膜
第九节 佰草集
第十节 北海黑珍珠海洋生物科技有限公司
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

第十一章 2016-2022年中国眼霜市场前景展望与趋势预测分析
第一节 2016-2022年中国护肤品产品市场发展方向分析
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年中国眼霜市场预测分析
一、眼霜市场容量预测分析
二、眼霜品牌消费前景预测分析
第三节 2016-2022年中国眼霜市场盈利预测分析

第十二章 2016-2022年中国眼霜市场投资战略研究
第一节 2016-2022年中国眼霜行业投资概况
一、眼霜行业投资特性
二、眼霜具有良好的投资价值
三、眼霜投资环境分析
第二节 2016-2022年中国眼霜投资机会分析
一、眼霜投资热点
二、眼霜投资吸引力分析
第三节 2016-2022年中国眼霜投资风险及防范
一、竞争风险分析
二、金融风险分析
三、政策风险分析
第四节 投资建议

图表目录：（部分）

图表：2011-2015年中国GDP总量及增长趋势图
图表：2015年中国三产业增加值结构图
图表：2011-2015年中国CPI、PPI月度走势图
图表：2011-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图
图表：2011-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图
图表：2011-2015中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2011-2015中国城乡居民恩格尔系数走势图
图表：2011-2015年中国工业增加值增长趋势图
图表：2011-2015年我国工业增加值分季度增速
图表：2011-2015年我国全社会固定投资额走势图
图表：2011-2015年我国城乡固定资产投资额对比图
图表：2011-2015年我国财政收入支出走势图
图表：2014年-2015年人民币兑美元汇率中间价
图表：2015年人民币汇率中间价对照表
图表：2011-2015年中国货币供应量统计表　单位：亿元
图表：2011-2015年中国货币供应量月度增速走势图
图表：2011-2015年中国外汇储备走势图
图表：2011-2015年中国外汇储备及增速变化图
图表：2015年中国人民币利率调整表
图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表
图表：2011-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图
图表：2011-2015年我国货物进出口总额走势图
图表：2011-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图
图表：2011-2015年中国就业人数走势图
图表：2011-2015年中国城镇就业人数走势图
图表：2011-2015年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图
图表：2011-2015年我国总人口数量增长趋势图
图表：2015年人口数量及其构成
图表：2011-2015年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图
图表：2011-2015年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图
图表：2011-2015年中国城镇化率走势图
图表：2011-2015年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图
图表：中国消费者对眼霜认知情况调研
图表：消费者购买眼霜渠道分布
图表：消费者对眼霜品牌忠诚度分析
图表：消费者对眼霜价格敏感度分析
图表：中国重点城市前五大品牌构成
图表：影响消费者选购护眼霜考虑因素分析

图表：兰亭销售收入情况
图表：兰亭盈利指标情况
图表：兰亭盈利能力情况
图表：兰亭资产运行指标状况
图表：兰亭资产负债能力指标分析
图表：兰亭成本费用构成情况
图表：大宝销售收入情况
图表：大宝盈利指标情况
图表：大宝盈利能力情况
图表：大宝资产运行指标状况
图表：大宝资产负债能力指标分析
图表：大宝成本费用构成情况
图表：家化销售收入情况
图表：家化盈利指标情况
图表：家化盈利能力情况
图表：家化资产运行指标状况
图表：家化资产负债能力指标分析
图表：家化成本费用构成情况
图表：可采销售收入情况
图表：可采盈利指标情况
图表：可采盈利能力情况
图表：可采资产运行指标状况
图表：可采资产负债能力指标分析
图表：可采成本费用构成情况
图表：北海黑珍珠海洋生物科技有限公司主要经济指标走势图
图表：北海黑珍珠海洋生物科技有限公司经营收入走势图
图表：北海黑珍珠海洋生物科技有限公司盈利指标走势图
图表：北海黑珍珠海洋生物科技有限公司负债情况图
图表：北海黑珍珠海洋生物科技有限公司负债指标走势图
图表：北海黑珍珠海洋生物科技有限公司运营能力指标走势图
图表：北海黑珍珠海洋生物科技有限公司成长能力指标走势图
图表：2016-2022年中国眼霜市场容量预测分析

图表：2016-2022年中国眼霜品牌消费前景预测分析

图表：略……

详细请访问：http://www.abaogao.com/b/hzhp/55916579WW.html