

2016-2022年中国护肤品行业全景调研及投资可行性报告

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年中国护肤品行业全景调研及投资可行性报告》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/D04382Z3AV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

中国的化妆品市场是全世界最大的新兴市场，在短短的20多年里，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了一个初具规模、极富生机活力的产业大军。随着国内居民消费水平的升级，化妆品行业发展也已经进入新的里程。其中，护肤产品更是整个化妆品行业中发展最快的一个细分市场。近几年来，中国护肤品行业以年均15%以上的速度递增，全行业正处在消费结构逐渐升级、消费层次多元化的阶段，护肤品生产和销售方面也已形成相对完善的法律法规。

2015年，国家统计局数字显示化妆品零售额总额为2049亿，这是官方发布的数据中，中国化妆品年度零售总额首次突破2000亿。对比2014年，我国化妆品销售额为1825亿元人民币。护肤品是化妆品的其中一个品类，其占化妆品类市场的比例约48%。2014年，中国护肤品零售额约881.5亿元，2015年增长12.74%，达到993.8亿元，增速轻微上升。护肤品行业规模不断扩大。进入二十一世纪以来，中国护肤品行业一直保持高速发展的态势，行业规模扩容的速度不但超过国际平均水平，而且远远高于中国GDP的增长率。据统计，护肤品市场规模在中国经济高速发展的在2001-2011年间的年均复合增长率在15.8%以上，即使在受到金融危机冲击的2009年，也均保持了10%以上的增长；从2011年开始，我国国民经济增速有所回落，但护肤品行业在这种不利的大背景下逆势上扬，限额以上企业和全国重点大型零售企业的护肤品销售额增速均加快。

预测，到2016年中国护肤品市场的总体规模有望超过1000亿元。护肤品的消费群不断壮大。长期以来，中国护肤品的消费对象以城市中的年轻人和中年人为主，特别是20~40岁女性群体需求最为强烈。但从最近5年的发展趋势来看，这一格局正在被打破：从区域的城乡特点上来看，消费群体正从城市走向乡镇；从年龄来看，向低龄和高龄群体延伸，年龄跨度不断拉大；从消费群体的性别来看，男性市场和儿童市场正在启动，年轻女性将不再是护肤品消费的唯一主导群体。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国护肤品行业全景调研及投资可行性报告》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：

第一部分 护肤品产业环境透视

第一章 护肤品行业发展综述

第一节 护肤品行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性

第二节 护肤品行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 最近3-5年中国护肤品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 护肤品行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 护肤品行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 护肤品行业政治法律环境（P）

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、护肤品产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、护肤品技术分析

二、行业主要技术发展趋势

三、技术环境对行业的影响

第三章 国际护肤品行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球护肤品市场总体情况分析

一、全球护肤品行业发展概况

二、全球护肤品市场产品结构

三、全球护肤品行业发展特征

四、全球护肤品行业竞争格局

五、全球护肤品市场区域分布

六、国际重点护肤品企业运营分析

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、欧洲

1、欧洲护肤品行业发展概况

2、欧洲护肤品市场结构及产销情况

3、2016-2022年欧洲护肤品行业发展前景预测

二、北美

1、北美护肤品行业发展概况

2、北美护肤品市场结构及产销情况

3、2016-2022年北美护肤品行业发展前景预测

三、日本

1、日本护肤品行业发展概况

2、日本护肤品市场结构及产销情况

3、2016-2022年日本护肤品行业发展前景预测

四、韩国

1、韩国护肤品行业发展概况

2、2016-2022年韩国护肤品行业发展前景预测

五、其他国家地区

第二部分 护肤品行业深度分析

第四章 我国护肤品行业运行现状分析

第一节 我国护肤品行业发展状况分析

一、我国护肤品行业发展阶段

二、我国护肤品行业发展总体概况

三、我国护肤品行业发展特点分析

四、我国护肤品行业商业模式分析

第二节 护肤品行业发展现状

一、我国护肤品行业市场规模

二、我国护肤品行业发展分析

三、我国护肤品行业发展的的问题

第三节 护肤品市场情况分析

一、中国护肤品市场总体概况

二、中国护肤品产品市场发展分析

三、中国护肤品产品市场需求分析

四、中国护肤品产品市场进出口分析

第四节 我国护肤品市场价格走势分析

一、护肤品市场定价机制组成

二、护肤品市场价格影响因素

三、护肤品产品价格走势分析

四、2016-2022年护肤品产品价格走势预测

第五章 我国护肤品行业整体运行指标分析

第一节 中国护肤品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 中国护肤品行业产销情况分析

一、我国护肤品行业工业总产值

二、我国护肤品行业工业销售产值

三、我国护肤品行业产销率

第三节 中国护肤品行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

1、我国护肤品行业销售利润率

2、我国护肤品行业成本费用利润率

3、我国护肤品行业亏损面

二、行业偿债能力分析

1、我国护肤品行业资产负债比率

2、我国护肤品行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

1、我国护肤品行业应收帐款周转率

2、我国护肤品行业总资产周转率

3、我国护肤品行业流动资产周转率

四、行业发展能力分析

1、我国护肤品行业总资产增长率

2、我国护肤品行业利润总额增长率

3、我国护肤品行业主营业务收入增长率

第三部分 护肤品市场全景调研

第六章 我国护肤品细分市场分析及预测

第一节 洁肤品市场分析

一、洁肤品行业市场需求分析

二、洁肤品行业主要产品市场分析

1、洗面奶

2、卸妆类洁肤品

3、精油皂

三、洁肤品行业主要品牌竞争及发展前景分析

1、洁肤品行业品牌竞争分析

2、洁肤品行业发展前景分析

第二节 润肤/护肤品市场分析

一、润肤/护肤品行业市场需求分析

二、润肤/护肤品行业主要产品市场分析

1、滋润保湿类护肤品

2、美白类护肤品

3、防晒类护肤品

4、祛痘类护肤品

5、祛斑类护肤品

6、抗皱、抗衰老类护肤品

三、润肤/护肤品行业市场发展前景分析

1、护肤类化妆品品牌关注度

2、护肤品牌竞争分析

3、护肤品发展趋势

第三节 男士护肤品市场分析

一、男士护肤品行业市场需求分析

二、男士护肤品行业主要产品分析

三、男士护肤品行业品牌竞争格局

四、男士护肤品行业市场发展前景分析

第四节 其它护肤品市场分析

一、护手润护肤品

二、润唇膏

三、眼部护理护肤品

第七章 我国护肤品行业营销趋势及策略分析

第一节 护肤品行业销售渠道分析

一、主要营销渠道分析

1、渠道构成

2、销售贡献比率

3、覆盖率

4、销售渠道效果

5、价值流程结构

6、渠道建设方向

二、护肤品营销环境分析与评价

三、销售渠道存在的主要问题

四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 护肤品行业营销策略分析

一、中国护肤品营销概况

二、护肤品营销策略探讨

1、中国护肤品产品营销策略浅析

2、护肤品新产品的市场推广策略

第三节 护肤品营销的发展趋势

一、未来护肤品市场营销的出路

二、中国护肤品营销的趋势预测

第八章 护肤品行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

第二节 护肤品区域市场分析

一、东北地区护肤品市场分析

1、黑龙江省护肤品市场分析

2、吉林省护肤品市场分析

3、辽宁省护肤品市场分析

二、华北地区护肤品市场分析

1、北京市护肤品市场分析

2、天津市护肤品市场分析

3、河北省护肤品市场分析

三、华东地区护肤品市场分析

1、山东省护肤品市场分析

2、上海市护肤品市场分析

3、江苏省护肤品市场分析

4、浙江省护肤品市场分析

5、福建省护肤品市场分析

6、安徽省护肤品市场分析

四、华南地区护肤品市场分析

1、广东省护肤品市场分析

2、广西护肤品市场分析

3、海南省护肤品市场分析

五、华中地区护肤品市场分析

1、湖北省护肤品市场分析

2、湖南省护肤品市场分析

3、河南省护肤品市场分析

六、西南地区护肤品市场分析

1、四川省护肤品市场分析

2、云南省护肤品市场分析

3、贵州省护肤品市场分析

七、西北地区护肤品市场分析

1、甘肃省护肤品市场分析

2、新疆自治区护肤品市场分析

3、陕西省护肤品市场分析

第四部分 护肤品行业竞争格局分析

第九章 2016-2022年护肤品行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、护肤品行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、护肤品行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

三、护肤品行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、子行业集中度
- 4、集中度变化趋势

四、护肤品行业SWOT分析

- 1、护肤品行业优势分析
- 2、护肤品行业劣势分析
- 3、护肤品行业机会分析
- 4、护肤品行业威胁分析

第二节 中国护肤品行业竞争格局综述

一、护肤品行业竞争概况

- 1、中国护肤品行业品牌竞争格局
- 2、护肤品业未来竞争格局和特点
- 3、护肤品市场进入及竞争对手分析

二、中国护肤品行业竞争力分析

- 1、我国护肤品行业竞争力剖析
- 2、我国护肤品企业市场竞争的优势
- 3、民企与外企比较分析
- 4、国内护肤品企业竞争能力提升途径

三、中国护肤品产品竞争力优势分析

- 1、整体产品竞争力评价
- 2、产品竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

四、护肤品行业主要企业竞争力分析

第三节 护肤品行业竞争格局分析

- 一、国内外护肤品竞争分析
- 二、我国护肤品市场竞争分析
- 三、我国护肤品市场集中度分析
- 四、国内主要护肤品企业动向

五、国内护肤品企业拟在建项目分析

第四节 护肤品行业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 三、本土企业投资兼并与重组分析
- 四、企业升级途径及并购重组风险分析
- 五、行业投资兼并与重组趋势分析

第十章 2016-2022年护肤品行业领先企业经营形势分析

第一节 中国护肤品企业总体发展状况分析

- 一、护肤品企业主要类型
- 二、护肤品企业资本运作分析
- 三、护肤品企业创新及品牌建设
- 四、护肤品企业国际竞争力分析

第二节 中国领先护肤品企业经营形势分析

一、广州宝洁有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业运营能力分析
- 3、企业竞争优势分析

二、江苏隆力奇集团有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业运营能力分析
- 3、企业竞争优势分析

三、联合利华（中国）有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业运营能力分析
- 3、企业竞争优势分析

四、玫琳凯（中国）化妆品有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业运营能力分析
- 3、企业竞争优势分析

五、强生（中国）有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业运营能力分析
- 3、企业竞争优劣势分析

六、雅芳（中国）有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业运营能力分析
- 3、企业竞争优劣势分析

七、上海家化联合股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业运营能力分析
- 3、企业竞争优劣势分析

八、资生堂丽源化妆品有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业运营能力分析
- 3、企业竞争优劣势分析

九、湖北丝宝股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业运营能力分析
- 3、企业竞争优劣势分析

第五部分 护肤品行业发展前景展望

第十一章 2016-2022年护肤品行业前景及投资价值

第一节 护肤品行业五年规划现状及未来预测

- 一、“十二五”期间护肤品行业运行情况
- 二、“十二五”期间护肤品行业发展成果
- 三、护肤品行业“十三五”发展方向预测

第二节 2016-2022年护肤品市场发展前景

- 一、2016-2022年护肤品市场发展潜力
- 二、2016-2022年护肤品市场发展前景展望
- 三、2016-2022年护肤品细分行业发展前景分析

第三节 2016-2022年护肤品市场发展趋势预测

- 一、2016-2022年护肤品行业发展趋势

二、2016-2022年护肤品市场规模预测

三、2016-2022年护肤品行业应用趋势预测

四、2016-2022年细分市场发展趋势预测

第四节 2016-2022年中国护肤品行业供需预测

一、2016-2022年中国护肤品行业产值预测

二、2016-2022年中国护肤品行业供给预测

三、2016-2022年中国护肤品市场销量预测

四、2016-2022年中国护肤品行业需求预测

五、2016-2022年中国护肤品行业供需平衡预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 护肤品行业投资特性分析

一、护肤品行业进入壁垒分析

二、护肤品行业盈利因素分析

三、护肤品行业盈利模式分析

第七节 2016-2022年护肤品行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第八节 2016-2022年护肤品行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第十二章 2016-2022年护肤品行业投资机会与风险防范

第一节 护肤品行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、护肤品行业投资现状分析

第二节 2016-2022年护肤品行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、护肤品行业投资机遇

第三节 2016-2022年护肤品行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国护肤品行业投资建议

一、护肤品行业未来发展方向

二、护肤品行业主要投资建议

第六部分 护肤品行业发展战略研究

第十三章 护肤品行业发展战略研究

第一节 护肤品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国护肤品品牌的战略思考

一、护肤品品牌的重要性

二、护肤品实施品牌战略的意义

三、护肤品企业品牌的现状分析

四、我国护肤品企业的品牌战略

五、护肤品品牌战略管理的策略

第三节 护肤品经营策略分析

一、护肤品市场细分策略

二、护肤品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、护肤品新产品差异化战略

第四节 护肤品行业投资战略研究

一、2016-2022年护肤品行业投资战略

二、2016-2022年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及发展建议

第一节 护肤品行业研究结论及建议

第二节 护肤品关联行业研究结论及建议

第三节 护肤品行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2015年年末人口数及其构成

图表：护肤产品身体部位所占比例

图表：2015年全球各区域化妆品市场规模对比

图表：2010-2015年全球各区域化妆品市场规模变动趋势

图表：2015年全球各品类化妆品市场规模对比

图表：2010-2015年全球化妆品各细分产品市场份额变动趋势

图表：2009-2015年全球护肤品市场规模

图表：2013-2015年中国护肤品行业资产规模

图表：2013-2015年中国化妆品类零售额

图表：2013-2015年中国护肤品零售额

图表：2013-2015年中国护肤品行业工业总产值

图表：2013-2015年中国护肤品行业工业销售产值

图表：2013-2015年中国护肤品行业产销率

图表：2013-2015年中国护肤品行业销售毛利率

图表：2013-2015年中国护肤品行业销售净利润率

图表：2013-2015年中国护肤品行业成本费用利润率

图表：2013-2015年中国护肤品行业亏损面

图表：2013-2015年中国护肤品行业资产负债率

图表：2013-2015年中国护肤品行业利息保障倍数

图表：2013-2015年中国护肤品行业应收帐款周转率

图表：2013-2015年中国护肤品行业总资产周转率

图表：2013-2015年中国护肤品行业流动资产周转率

图表：2013-2015年中国护肤品行业总资产增长率

图表：2013-2015年中国护肤品行业净利润增长率

图表：2013-2015年中国护肤品行业销售产值增长率

图表：眼部护理产品特点

图表：前店后院渠道模式

图表：弱势渠道模式

图表：百货渠道化妆品品牌销售额TOP10

图表：2015年化妆品直销品牌排名

图表：黑龙江省人口数量

图表：黑龙江省人口数量

图表：吉林省人口数量

图表：2015年末北京市常住人口及构成

图表：2010-2015年北京市城镇居民人均可支配收入及实际增速

图表：2010-2015年北京市农村居民人均纯收入及实际增速

图表：天津市人口数量

图表：2010-2015年三次产业增加值比重

图表：2010-2015年上海市生产总值及其增长速度

图表：2015年浙江人民人均可支配收入、中位数及其增幅

图表：2008-2015年广东地区生产总值及其增长速度

图表：2015年广东分区域主要指标

图表：2009-2015年湖南地区生产总值及其增长速度

图表：2011-2015年贵州地区生产总值及其增长速度

图表：护肤品品牌分类

图表：2011-2015年护肤品CR30品牌排名与市占率

图表：2015年护肤品行业重点企业营业收入对比分析

图表：宝洁公司的分销渠道结构图

图表：2014年上海家化联合股份有限公司主营业务构成分析

图表：2015年上海家化联合股份有限公司主营业务构成分析

图表：2014-2015年上海家化联合股份有限公司资产负债表分析

图表：2014-2015年上海家化联合股份有限公司利润表分析

图表：2014-2015年上海家化联合股份有限公司现金流量表分析

图表：2016-2022年中国护肤品零售额预测

图表：2016-2022年中国护肤品行业工业产值预测

图表：2016-2022年中国护肤品行业工业销售产值预测

图表：2016-2022年中国护肤品行业产销率预测

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/D04382Z3AV.html>