

2016-2022年中国护肤品行业全景调研及市场需求预测报告

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市场需求预测报告》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/D04382ZRBV.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

前言

护，保护也；肤，皮肤也；品，产品也。护肤品，具有保护皮肤功效的护肤产品。随着社会经济的不断进步和物质生活的极大丰富，护肤品已经走进了平常百姓家，不再是过去只有富人才拥有的东西。它对人们的精神、形象的提升起到了极大的作用。

护肤品种类繁多，特点各异。在使用时一定要根据自己的实际情况进行选用，不可随波逐流，人云亦云。因为人的皮肤各有不同，有油性皮肤、干性皮肤、中性皮肤、混合型皮肤和过敏性皮肤之分。所以每一种护肤品的制造成分，根据不同皮肤的性质也就不一样。特别是在怀孕期间体内会发生很大的生理变化，会造成孕产期的一些肌肤问题。

本护肤品行业研究报告共十八章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。护肤品行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了护肤品行业市场潜在需求与市场机会，报告对护肤品行业做了重点企业经营状况分析，并分析了护肤品行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 护肤品相关概述 25

第一节 化妆品的相关概述 25

一、化妆品的定义 25

二、化妆品的分类 26

三、化妆品的主要作用 28

四、化妆品的发展历程 29

第二节 护肤品的基本概述30

一、护肤品的定义及特性30

二、护肤品的分类31

三、护肤品的成分及作用34

四、护肤品的发展历程37

第二章 世界护肤品市场分析40

第一节 世界护肤品市场概况40

一、世界护肤品市场现状40

二、世界护肤品市场品牌分析40

三、世界有机护肤品市场现状50

四、世界护肤品市场驱动因素51

五、世界护肤品市场新潮流53

第二节 世界主要国家和地区护肤品市场分析54

一、美国护肤品市场54

二、日本护肤品市场55

三、法国护肤品市场57

四、德国护肤品市场58

第三章 2013-2015年中国护肤行业发展环境分析60

第一节 2013-2015年中国宏观经济环境分析60

一、中国GDP增长情况分析60

二、工业经济发展形势分析61

三、社会固定资产投资分析62

四、全社会消费品零售总额63

五、城乡居民收入增长分析65

六、居民消费价格变化分析66

七、对外贸易发展形势分析67

第二节 中国化妆品行业政策环境分析68

一、中国化妆品监管机构分析68

二、中国化妆品被监管对象及特点70

三、中国化妆品监管领域的新问题71

四、中国化妆品监管的最新进展72

五、中国化妆品行业新政策解读73

第三节 中国化妆品行业技术环境分析75

一、中国化妆品行业技术发展现状75

二、中国化妆品行业的新技术75

三、中国化妆品行业的新原料77

四、中国化妆品技术开发研究方向79

第四节 中国护肤品行业社会环境分析80

一、中国人口及分布总体情况80

二、中国女性人口特征分析82

三、女性化妆品消费观念变革83

四、男性化妆品消费观念建立86

第五节 2013-2015年中国化妆品行业发展分析88

一、中国化妆品市场规模分析88

二、2012年中国化妆品行业发展概况89

三、2013年中国化妆品行业发展概况91

四、2014年中国化妆品行业发展概况93

第四章 2007-2014年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析(3304)95

第一节 2007-2014年化妆品、美容品及护肤品进口情况分析95

一、化妆品、美容品及护肤品进口数量情况95

二、化妆品、美容品及护肤品进口金额情况95

三、化妆品、美容品及护肤品进口来源分析96

四、化妆品、美容品及护肤品进口均价分析97

第二节 2007-2014年化妆品、美容品及护肤品出口分析98

一、化妆品、美容品及护肤品出口数量情况98

二、化妆品、美容品及护肤品出口金额情况98

三、化妆品、美容品及护肤品出口流向分析99

四、化妆品、美容品及护肤品出口均价分析100

第五章 2013-2015年中国护肤品行业发展分析101

第一节 中国护肤品行业发展概况101

- 一、中国护肤品行业简析101
- 二、中国护肤品品牌发展历程101
- 三、中国护肤品行业产品概况102
- 第二节 中国护肤品市场现状分析105
 - 一、2013年中国护肤品市场规模105
 - 二、2013年护肤品市场结构特点106
 - 三、2013年高档护肤品市场分析107
 - 四、2014年护肤品市场热点分析108
 - 五、中国护肤品市场总体特征分析110
- 第三节 中国护肤品市场竞争分析112
 - 一、中国护肤品市场竞争格局112
 - 二、中国护肤品品牌竞争状况分析114
- 第四节 中国护肤品市场主要消费人群分析116
 - 一、女性护肤品116
 - 二、男士护肤品118
 - 三、老年护肤品118
 - 四、儿童用护肤品119
 - 五、婴幼儿护肤品122
- 第五节 中国护肤品行业存在的问题与对策分析124
 - 一、中国护肤品市场存在的问题124
 - 二、中国护肤品企业竞争力提升对策126

- 第六章 中国护肤品市场结构分析129
 - 第一节 2013年中国面部护肤品市场发展分析129
 - 一、中国面部护肤品市场规模129
 - 二、中国面部护肤品市场结构129
 - 第二节 2013年中国身体护肤品市场发展分析 130
 - 一、中国身体护肤品市场规模 130
 - 二、中国身体护肤品市场结构 131
 - 第三节 2013年中国手部护肤品市场发展分析 132
 - 一、中国手部护肤品市场规模 132
 - 二、护手霜的推广和营销策略 132

第七章 2013-2015年中国洁护肤品市场分析 136

第一节 洁护肤品相关概述 136

一、洁护肤品定义 136

二、面部洁护肤品的分类 136

三、面部洁护肤品的作用和使用方法 137

第二节 2013年中国洁护肤品消费调研分析 139

一、洁护肤品市场消费者调查总体情况 139

二、洁护肤品消费市场品牌渗透率情况 139

三、洁护肤品消费市场经常使用品牌情况 140

第三节 中国洗面奶市场分析 141

一、洗面奶的相关概述 141

二、2013年中国洗面奶市场规模 142

三、中国洗面奶零售渠道分析 143

第四节 2013年中国主要城市洁护肤品消费者调研 143

一、华北地区 143

二、东北地区 149

三、华东地区 156

四、中南地区 175

五、西南地区 189

六、西北地区 194

第八章 2013-2015年中国保湿护肤品市场分析 197

第一节 保湿护肤品的相关概述 197

一、保湿护肤品的主要保湿成分 197

二、保湿护肤品的分类 198

第二节 2013年中国保湿护肤品主要消费者调研分析 200

一、保湿护肤品市场调查的总体情况 200

二、保湿护肤品市场品牌渗透率情况 201

三、保湿护肤品市场经常使用品牌情况 202

第三节 2013年中国保湿护肤品市场发展状况 202

一、中国保湿护肤品市场规模 202

- 二、中国保湿护肤品市场特点 203
- 三、中国保湿护肤品品牌竞争分析 205
- 第四节 2013年中国主要城市保湿护肤品消费者调研 206
 - 一、华北地区 206
 - 二、东北地区 211
 - 三、华东地区 218
 - 四、中南地区 238
 - 五、西南地区 251

第九章 2013-2015年中国祛痘护肤品市场分析 257

- 第一节 祛痘护肤品相关概述 257
 - 一、致痘成份及原因 257
 - 二、祛痘护肤品成份及功效 257
- 第二节 2013年中国祛痘护肤品主要消费者调研 258
 - 一、祛痘护肤品市场调查总体情况 258
 - 二、祛痘护肤品市场品牌渗透率情况 259
 - 三、祛痘护肤品市场经常使用品牌情况 260
- 第三节 2013年中国祛痘护肤品市场分析 261
 - 一、中国祛痘护肤品市场规模 261
 - 二、中国祛痘护肤品市场需求分析 261
- 第四节 2013年中国主要城市祛痘护肤品消费者调研 262
 - 一、华北地区 262
 - 二、东北地区 266
 - 三、华东地区 271
 - 四、中南地区 288
 - 五、西南地区 299
 - 六、西北地区 302

第十章 2013-2015年中国面膜市场分析 304

- 第一节 面膜相关概述 304
 - 一、面膜的定义、原理及作用 304
 - 二、面膜的分类 305

三、面膜的使用308

第二节 中国面膜市场分析309

一、2013年中国面膜市场规模309

二、2013年面膜市场发展情况309

三、2014年面膜市场发展态势310

四、中国面膜市场发展特点311

五、面膜市场品牌格局分析313

第三节 中国面膜消费市场调查314

一、面膜消费行为调查314

二、面膜产品价格结构317

三、男性面膜市场需求318

四、女性面膜市场需求319

第十一章 2013-2015年中国美白护肤品市场分析321

第一节 美白护肤品概述321

一、美白护肤品成分简介321

二、美白护肤品作用及原理323

第二节 2014年中国美白护肤品主要消费市场分析324

一、美白护肤品市场调查总体情况324

二、美白护肤品市场品牌渗透率情况324

三、美白护肤品市场经常使用品牌情况325

第三节 2014年中国美白护肤品的市场发展状况326

一、中国美白护肤品总体市场发展状况326

二、中国美白面膜市场发展状况327

三、中国美白洗面奶市场发展状况327

四、中国美白保湿护肤品市场发展状况328

五、中国身体美白护肤品市场发展状况328

第四节 2014年中国主要城市美白护肤品消费者调研329

一、华北地区329

二、东北地区334

三、华东地区341

四、中南地区361

五、西南地区375

六、西北地区380

第十二章 2013-2015年中国润唇膏市场分析383

第一节 润唇膏相关概述383

一、唇部问题及防护重点383

二、唇部护理步骤384

三、润唇膏的选择385

第二节 中国润唇膏市场消费者调查386

第三节 中国润唇膏市场分析387

一、2014年中国润唇膏市场规模387

二、中国润唇膏市场需求分析387

三、国内主要润唇膏产品分析388

第十三章 2013-2015年中国其他类型护肤品市场分析392

第一节 中国抗衰老护肤品市场发展分析392

一、抗衰老护肤品相关概述392

二、2013年中国抗衰老护肤品市场规模393

三、2013年中国抗衰老护肤品市场竞争状况393

第二节 2013-2015年中国抗脂护肤品市场发展分析395

一、抗脂护肤品市场概况395

二、2013年中国抗脂护肤品市场规模396

三、2013年中国抗脂护肤品市场竞争状况396

第三节 中国爽肤水市场发展分析397

一、爽肤水的相关概述397

二、2013年中国爽肤水市场规模398

第十四章 2013-2015年中国男士护肤品市场分析399

第一节 男士护肤品相关概述399

一、男士护肤品的需求基础399

二、男士护肤品的消费基础399

三、男士护肤品的分类400

第二节 中国男士护肤品市场状况分析401

- 一、中国男士护肤品市场概况401
- 二、中国男士护肤品走热的原因分析402
- 三、中国男士护肤品市场特点分析402
- 四、中国男士护肤品产品分析403

第三节 中国男士护肤品市场竞争与营销分析405

- 一、中国男士护肤品市场竞争概况405
- 二、2014年中国男士护肤品关注度分析406
- 三、中国男士护肤品营销分析407

第十五章 中国护肤品市场营销分析409

第一节 中国护肤品市场营销概况409

- 一、中国护肤品市场营销方法409
- 二、护肤品直销方法分析411
- 三、护肤品企业营销概况412

第二节 护肤品企业战略营销模式413

- 一、研发领先413
- 二、功效领先414
- 三、成本领先414
- 四、渠道领先415
- 五、传播领先416
- 六、服务领先416

第十六章 2013-2015年世界护肤品企业及品牌分析418

第一节 法国欧莱雅(L'Oreal)418

- 一、企业简介418
- 二、欧莱雅在中国的发展418
- 三、欧莱雅公司经营情况420
- 四、欧莱雅收购美即面膜421

第二节 美国宝洁(P&G, Procter & Gamble)422

- 一、企业简介422
- 二、2014年企业经营状况423

- 三、宝洁公司在中国的营销策略分析424
- 四、宝洁公司多品牌战略426
- 五、宝洁公司的广告策略431
- 第三节 英国联合利华(Unilever)432
 - 一、企业简介432
 - 二、2014年企业经营状况434
 - 三、联合利华多品牌营销战略分析435
 - 四、联合利华将完善中国区整体布局436
- 第四节 美国雅芳(Avon)437
 - 一、企业简介437
 - 二、2014年企业经营状况437
 - 三、雅芳的产品简介438
 - 四、雅芳营销模式转型439
- 第五节 日本资生堂(Shiseido)440
 - 一、企业简介440
 - 二、资生堂历史441
 - 三、2014年企业经营状况442
 - 四、资生堂品牌线路443
- 第六节 美国安利(Amway)444
 - 一、企业简介444
 - 二、2014年安利经营状况444
 - 三、安利中国的现状分析445
 - 四、安利(中国)品牌战略446
- 第七节 美国雅诗兰黛(Estée Lauder)447
 - 一、企业及品牌简介447
 - 二、雅诗兰黛发展简史448
 - 三、雅诗兰黛的产品与服务450
 - 四、雅诗兰黛公司经营情况451
 - 五、雅诗兰黛在华发展情况452
- 第八节 美国如新(Nu Skin)452
 - 一、企业简介452
 - 二、如新业务部门介绍453

三、如新公司经营状况454

四、如新在中国的发展状况456

五、如新公司经营策略分析456

第九节 花王株式会社458

一、企业简介458

二、花王中国旗下品牌介绍458

三、花王公司经营情况分析460

四、花王在中国发展战略分析461

第十节 爱茉莉 (Amore) 462

一、企业简介462

二、爱茉莉品牌介绍462

三、爱茉莉直销模式463

第十七章 中国化妆品企业及品牌分析464

第一节 上海家化联合股份有限公司464

一、企业基本情况464

二、企业主要产品分析464

三、企业经营情况分析465

四、企业销售网络分布466

五、企业发展战略分析466

第二节 索芙特股份有限公司467

一、企业基本情况467

二、企业主要产品分析468

三、企业经营情况分析468

四、企业竞争优势分析469

五、企业发展战略及展望470

第三节 广州市浪奇实业股份有限公司470

一、企业基本情况470

二、企业主要产品分析472

三、企业经营情况分析473

四、企业销售网络分布474

五、企业竞争优势分析474

第四节 霸王国际集团474

- 一、企业基本情况474
- 二、企业主要产品分析475
- 三、企业竞争优势分析476
- 四、企业销售网络分布476

第五节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司477

- 一、企业基本情况477
- 二、企业主要产品分析478
- 三、企业经营情况分析478
- 四、企业竞争优势分析479
- 五、企业销售网络分布479

第六节 江苏少女之春有限公司479

- 一、企业基本情况479
- 二、企业主要产品分析480
- 三、企业经营情况分析481
- 四、企业销售网络分布481

第七节 沈阳新生活实业有限公司481

- 一、企业基本情况481
- 二、企业主要产品分析482
- 三、企业竞争优势分析483
- 四、企业销售网络分布484

第八节 联合利华(中国)有限公司484

- 一、企业基本情况484
- 二、企业主要产品分析485
- 三、企业经营情况分析486
- 四、企业竞争优势分析486
- 五、企业发展战略分析486

第九节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司487

- 一、企业基本情况487
- 二、企业主要产品分析487
- 三、企业经营情况分析488
- 四、企业发展历程分析488

第十节 雅芳(中国)制造有限公司489

- 一、企业基本情况489
- 二、企业主要产品分析490
- 三、企业经营情况分析491
- 四、企业发展历程分析491

第十一节 资生堂丽源化妆品有限公司493

- 一、企业基本情况493
- 二、企业主要产品分析493
- 三、企业经营情况分析494
- 四、企业发展战略分析494

第十二节 妮维雅(上海)有限公司496

- 一、企业基本情况496
- 二、企业主要产品分析497
- 三、企业经营情况分析497
- 四、企业竞争优势分析498

第十三节 仙妮蕾德(中国)有限公司498

- 一、企业基本情况498
- 二、企业主要产品分析498
- 三、企业经营情况分析499
- 四、企业竞争优势分析499

第十四节 天津郁美净集团有限公司500

- 一、企业基本情况500
- 二、企业主要产品分析501
- 三、企业经营情况分析501
- 四、企业竞争优势分析502

第十五节 苏州尚美国际化妆品有限公司502

- 一、企业基本情况502
- 二、企业主要产品分析503
- 三、企业经营情况分析504
- 四、企业竞争优势分析504
- 五、企业销售网络分布505

第十六节 松泽化妆品(深圳)有限公司505

一、企业基本情况505

二、企业主要产品分析506

三、企业经营情况分析506

四、企业竞争优势分析507

第十七节 北京大宝化妆品有限公司507

一、企业基本情况507

二、企业主要产品分析508

三、企业经营情况分析508

四、企业发展战略分析509

五、企业销售网络分布509

第十八节 上海卓多姿中信化妆品有限公司509

一、企业基本情况509

二、企业主要产品分析510

三、企业经营情况分析510

四、企业竞争优势分析511

第十九节 广东名臣有限公司511

一、企业基本情况511

二、企业主要产品分析512

三、企业经营情况分析512

四、企业竞争优势分析513

五、企业发展战略分析513

第二十节 广州市好迪化妆品有限公司513

一、企业基本情况513

二、企业主要产品分析514

三、企业经营情况分析514

四、企业竞争优势分析515

五、企业销售网络分布515

第二十一节 江苏东洋之花化妆品股份有限公司515

一、企业基本情况515

二、企业主要产品分析516

三、企业经营情况分析517

四、企业竞争优势分析517

第二十二节 中山市嘉丹婷日用品有限公司518

- 一、企业基本情况518
- 二、企业主要产品分析518
- 三、企业经营情况分析518
- 四、企业竞争优势分析519

第二十三节 上海相宜本草化妆品制造有限公司520

- 一、企业基本情况520
- 二、企业主要产品分析520
- 三、企业经营情况分析522
- 四、企业竞争优势分析522

第二十四节 广东雅倩化妆品有限公司523

- 一、企业基本情况介绍523
- 二、企业主要产品分析523
- 三、企业经营情况分析524
- 四、企业竞争优势分析525

第二十五节 上海自然美富丽化妆品有限公司525

- 一、企业基本情况525
- 二、企业主要产品分析526
- 三、企业经营情况分析527
- 四、企业竞争优势分析527
- 五、企业销售网络分布529

第十八章 2016-2022年中国护肤品行业前景预测530

第一节 2016-2022年中国护肤品行业总体发展前景530

- 一、中国护肤品市场发展趋势分析530
- 二、2016-2022年护肤品总体市场规模预测531

第二节 2016-2022年中国护肤品各细分产品市场规模预测532

- 一、2016-2022年中国面部护肤品市场前景预测532
- 二、2016-2022年中国身体护肤品市场前景预测532
- 三、2016-2022年中国手部护肤品市场前景预测533

第三节 2016-2022年中国护肤品具体细分产品市场规模预测534

- 一、2016-2022年中国洗面奶市场前景预测534

- 二、2016-2022年中国祛痘护肤品市场前景预测534
- 三、2016-2022年中国面膜市场前景预测535
- 四、2016-2022年中国润唇膏市场前景预测536
- 五、2016-2022年中国抗衰老护肤品市场前景预测536
- 六、2016-2022年中国抗脂护肤品市场前景预测537
- 七、2016-2022年中国爽肤水市场前景预测537

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/D04382ZRBV.html>