

2016-2022年中国男性护肤品市场深度调查与投资战略研究报告

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年中国男性护肤品市场深度调查与投资战略研究报告》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/T61651NEJ3.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

前言

随着消费者物质生活的不断提高，中国化妆品市场消费者的消费水平也有大幅度的提升，为了满足消费者的需求，中高档美容化妆品加盟店产品成为消费的主流。爱美之心每个人都有，所以化妆品行业发展永远都是长盛不衰的。

近年来，随着女性护保养市场的竞争的白热化，越来越多的国内外品牌开始不断的出击扩展新的市场，以前被日化企业忽视的男性护肤品市场的潜在巨大市场开始显现出强劲的发展势态，并不断的被各大品牌重磅突出。

中国已成为全球最大化妆品市场之一，2014年化妆品年销售额达2000多亿元，约占全球化妆品市场的8.8%，仅次于美国。由于我国男性消费者也是一个庞大群体，随着越来越多的男性对自身外表要求的提高，男士护肤品的市场前景十分光明，潜力也很巨大。

随着人们对绿色健康的不断追求，天然提取物为原材料的护肤品在市场上越来越受欢迎。而那些功能性的护肤品及护肤品的换季概念将会得到进一步的强化。未来化妆品行业发展趋势，美白、祛斑、抗衰老、保湿、防晒、补水这些概念将会越来越受到消费者的认同，而季节性护肤品销售也会表现的十分强劲。护肤品市场大致格局将是男性护肤品、药妆护肤品及天然护肤品三足鼎立的局面。

本男性护肤品行业研究报告是智研数据研究中心公司的研究成果，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。智研数据研究中心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。本中国男性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。

本研究数据报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，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、智研数据研究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。

报告揭示了中国男性护肤品行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国男性护肤品行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国男性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：

第一章全球男性护肤品行业发展概述

第一节全球男士护肤品行业发展概况

一、全球男士护肤品行业发展现状

二、主要国家和地区发展状况

1、欧洲男士护肤品市场发展现状

2、北美男士护肤品市场发展现状

3、日本男士护肤品行业发展现状

4、航过男士护肤品行业发展现状

第二节中国男士护肤品行业发展概况

一、中国男士护肤品行业发展历程与现状

二、中国男士护肤品行业发展中存在的问题

第二章中国男性护肤品行业发展环境分析

第一节宏观经济环境

第二节产业政策环境

一、中国化妆品监管机构及职责

二、中国化妆品被监管对象及特点

三、中国化妆品监管领域的新问题

四、中国化妆品监管的最新进展

五、中国化妆品行业新政策解读

第三节行业技术环境

一、中国化妆品行业技术发展现状

二、中国化妆品行业的新技术

三、中国化妆品行业的新原料

四、中国化妆品技术开发研究方向

第四节中国男士护肤品行业社会环境分析

一、2015年中国人口及分布总体情况

二、2015年中国男性人口及年龄分布

第三章2014-2015年中国男士护肤品市场发展分析

第一节2014-2015年中国男士护肤品市场发展状况

一、中国男性护肤品市场发展概况

二、2014-2015年中国男士化妆品市场规模及结构

三、2014-2015年中国男士护肤品市场规模

四、中国男士护肤品市场特点分析

第二节中国男性护肤品市场需求分析

一、男士护肤品的基本需求分析

二、不同学历男性对护肤品的需求

三、不同收入男性对护肤品的需求

四、中国男士护肤品的购买人群

五、中国男士护肤品的品类需求

第三节2014-2015年中国男士护肤品市场竞争分析

一、2014-2015年中国男士护肤品市场竞争格局

二、2014-2015年中国男士护肤品品牌竞争状况

三、2014-2015年中国男士护肤品关注度分析

四、2014-2015年中国男士护肤品等级关注度

五、2014-2015年中国男士护肤品品牌关注度

六、2014-2015年中国男士护肤品产品关注度

第四节2014-2015年中国男士护肤品市场营销策略分析

一、宣传策略

二、定位策略

三、渠道策略

四、品牌策略

第五节中国男士护肤品行业存在的问题及对策

一、中国男士护肤品市场存在的问题

二、中国男士护肤产品的品牌成功之道

第四章2014-2015年中国男性护肤品行业总体数据分析

第一节2014-2015年中国男性护肤品行业盈利能力指标分析及预测

一、2014-2015年男士护肤品行业销售毛利率

二、2014-2015年男士护肤品行业销售利润率

三、2014-2015年男士护肤品行业总资产利润率

四、2014-2015年男士护肤品行业净资产利润率

五、2014-2015年男士护肤品行业产值利税率

六、2016-2022年男士护肤品行业盈利能力指标预测

第二节2014-2015年中国男性护肤品行业成长性指标分析及预测

一、2014-2015年男士护肤品行业销售收入增长率

二、2014-2015年男士护肤品行业总资产增长率

三、2014-2015年男士护肤品行业固定资产增长率

四、2014-2015年男士护肤品行业净资产增长率

五、2014-2015年男士护肤品行业利润增长率

六、2016-2022年男士护肤品行业增长指标预测

第三节2014-2015年中国男性护肤品行业偿债能力指标分析及预测

一、2014-2015年男士护肤品行业资产负债率

二、2014-2015年男士护肤品行业速动比率

三、2014-2015年男士护肤品行业流动比率

四、2016-2022年男士护肤品行业偿债能力指标预测

第四节2014-2015年中国男性护肤品行业营运能力指标分析及预测

一、2014-2015年男士护肤品行业总资产周转率

二、2014-2015年男士护肤品行业净资产周转率

三、2014-2015年男士护肤品行业应收账款周转率

四、2016-2022年男士护肤品行业营运能力指标预测

第五章2014-2015年世界男士护肤品重点品牌及企业介绍

第一节欧莱雅男士(L'OrealForMen)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第二节碧欧泉男士(BiothermHomm)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第三节妮维雅男士(NiveaForMen)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第四节欧珀莱俊士(JS)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第五节吾诺(Uno)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第六节曼秀雷登男士(Mentholatumformen)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第七节碧柔男士(BioreForMen)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第八节轻扬男士(Clearformen)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第六章2014-2015年中国男士护肤品重点企业分析

第一节上海家化联合股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、品牌占有率

四、企业竞争优势分析

五、企业未来发展策略

第二节索芙特股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、品牌占有率

四、企业竞争优势分析

五、企业未来发展策略

第三节江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、品牌占有率

四、企业竞争优势分析

五、企业未来发展策略

第四节妮维雅(上海)有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、品牌占有率

四、企业竞争优势分析

五、企业未来发展策略

第五节联合利华(中国)有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、品牌占有率

四、企业竞争优势分析

五、企业未来发展策略

第六节玫琳凯(中国)化妆品有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、品牌占有率

四、企业竞争优劣势分析

五、企业未来发展策略

第七节雅芳(中国)制造有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、品牌占有率

四、企业竞争优劣势分析

五、企业未来发展策略

第八节资生堂丽源化妆品有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、品牌占有率

四、企业竞争优劣势分析

五、企业未来发展策略

第七章2016-2022年中国男士护肤品的发展预测分析

第一节中国男士护肤品行业发展趋势分析

一、产品品类

二、营销手段

三、品牌定位

四、终端管理

五、消费趋势

第二节2016-2022年中国男士护肤品市场前景预测

一、2016-2022年中国男士化妆品行业市场规模预测

二、2016-2022年中国男士护肤品市场规模预测

第八章2016-2022年中国男士护肤品投资分析

第一节中国男士护肤品投资机会分析

第二节中国男士护肤品行业投资风险分析

一、男士护肤品消费意识风险

二、男士护肤品品牌风险

三、男士护肤品市场竞争风险

四、男士护肤品经营风险

第三节男士护肤品投资建议(ZYPXS)

图表目录：

图表：欧洲男士护肤品市场发展现状

图表：北美男士护肤品市场发展现状

图表：日本男士护肤品行业发展现状

图表：航过男士护肤品行业发展现状

图表：2014-2015年中国GDP增长率

图表：2015年中国人口及分布总体情况

图表：2015年中国男性人口分布

图表：2015年中国男性年龄分布

图表：2014-2015年中国男士化妆品市场规模分析

图表：2014-2015年中国男士化妆品市场结构分析

图表：不同学历男性对护肤品的需求

图表：不同收入男性对护肤品的需求

图表：中国男士护肤品的购买人群

图表：中国男士护肤品的品类需求

图表：2014-2015年中国男士护肤品市场竞争格局

图表：2014-2015年中国男士护肤品品牌竞争状况

图表：2014-2015年中国男士护肤品关注度分析

图表：2014-2015年中国男士护肤品等级关注度

图表：2014-2015年中国男士护肤品品牌关注度

图表：2014-2015年中国男士护肤品产品关注度

图表：2014-2015年中国男士护肤品区域关注度

图表：2014-2015年男士护肤品行业销售毛利率

图表：2014-2015年男士护肤品行业销售利润率

图表：2014-2015年男士护肤品行业总资产利润率

图表：2014-2015年男士护肤品行业净资产利润率

图表：2014-2015年男士护肤品行业产值利税率

图表：2016-2022年男士护肤品行业盈利能力指标预测

图表：2014-2015年男士护肤品行业销售收入增长率

图表：2014-2015年男士护肤品行业总资产增长率
图表：2014-2015年男士护肤品行业固定资产增长率
图表：2014-2015年男士护肤品行业净资产增长率
图表：2014-2015年男士护肤品行业利润增长率
图表：2016-2022年男士护肤品行业增长指标预测
图表：2014-2015年男士护肤品行业资产负债率
图表：2014-2015年男士护肤品行业速动比率
图表：2014-2015年男士护肤品行业流动比率
图表：2014-2015年男士护肤品行业利息保障倍数
图表：2016-2022年男士护肤品行业偿债能力指标预测
图表：2014-2015年男士护肤品行业总资产周转率
图表：2014-2015年男士护肤品行业净资产周转率
图表：2014-2015年男士护肤品行业应收账款周转率
图表：2014-2015年男士护肤品行业存货周转率
图表：2016-2022年男士护肤品行业营运能力指标预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/T61651NEJ3.html>