

2014-2020年中国男士护肤品市场前景研究与投资潜力研究报告

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

《2014-2020年中国男士护肤品市场前景研究与投资潜力研究报告》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/riyongpin/X05043GC55.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

第一章 男士护肤品相关概述 13

1.1 化妆品的定义 13

1.1.1 化妆品的分类 14

1.1.2 化妆品的主要作用 16

1.1.3 化妆品的发展历程 17

1.2 护肤品的基本概述 22

1.2.1 护肤品的定义及特性 22

1.2.2 护肤品的分类 23

1.2.3 护肤品的成分及作用 26

1.2.4 护肤品的发展历程 30

1.3 男士护肤品相关概述 31

1.3.1 男士护肤品的需求基础 31

1.3.2 男士护肤品的消费基础 31

1.3.3 男士护肤品的类别 33

第二章 2013-2014年中国护肤行业发展环境分析 34

2.1 2013年国内宏观经济环境分析（按月度更新） 34

2.1.1 国民经济增长 35

2.1.2 中国居民消费价格指数 36

2.1.3 工业生产运行情况 37

2.1.4 中国房地产业情况 37

2.1.5 中国制造业采购经理指数 38

2.2 中国化妆品行业政策环境分析 39

2.2.1 中国化妆品监管机构及职责 39

2.2.2 中国化妆品被监管对象及特点 41

2.2.3 中国化妆品监管领域的新问题 42

2.2.4 中国化妆品监管的最新进展 43

2.2.5 中国化妆品行业新政策解读 45

2.3 中国化妆品行业技术环境分析 47

2.3.1 中国化妆品行业技术发展现状 47

- 2.3.2 中国化妆品行业的新技术 47
- 2.3.3 中国化妆品行业的新原料 49
- 2.3.4 中国化妆品技术开发研究方向 51
- 2.4 中国男士护肤品行业社会环境分析 52
 - 2.4.1 2012年中国人口及分布总体情况 52
 - 2.4.2 2012年中国男性人口及年龄分布 53
- 2.5 2013-2014年中国化妆品行业发展分析 54
 - 2.5.1 2011中国化妆品市场规模 54
 - 2.5.2 2011年中国化妆品行业发展概况 57
 - 2.5.3 2012年中国化妆品行业发展概况 60
 - 2.5.4 2012年中国化妆品行业发展概况 62
- 2.6 中国护肤品行业发展分析 65
 - 2.6.1 2008-2012年中国护肤品行业发展概况 65
 - 2.6.2 2011年护肤品市场规模及特点 70
 - 2.6.3 2012年护肤品市场规模及特点 73
 - 2.6.4 2012年中国护肤品市场竞争分析 75

第三章 2013-2014年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析(3304) 80

- 3.1 2013-2014年中国化妆品、美容品及护肤品进出口总体情况 80
 - 3.1.1 2013-2014年中国化妆品美容品及护肤品进口情况 80
 - 3.1.2 2013-2014年中国化妆品美容品及护肤品出口情况 81
- 3.2 2013-2014年中国主要省市化妆品、美容品及护肤品进出口情况 83
 - 3.2.1 2013-2014年中国主要省市化妆品美容品及护肤品进口状况 83
 - 3.2.2 2013-2014年中国主要省市化妆品美容品及护肤品出口状况 84
- 3.3 2013-2014年中国化妆品、美容品及护肤品进出口流向情况 86
 - 3.3.1 2013-2014年中国化妆品、美容品及护肤品进口流向 86
 - 3.3.2 2013-2014年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向 87
- 3.4 2013-2014年中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价分析 90

第四章 2013-2014年中国男士护肤品市场发展分析 92

- 4.1 全球男士护肤品市场发展分析 92
 - 4.1.1 全球男士护肤品市场发展概况 92

4.1.2	西欧男士护肤品市场发展概况	93
4.1.3	德国男士护肤品市场发展概况	93
4.1.4	法国男士护肤品行业发展现状	94
4.2	2008-2012年中国男士护肤品市场发展状况	95
4.2.1	中国男性护肤品市场发展概况	95
4.2.2	2012年中国男士化妆品市场规模及结构	96
4.2.3	2012年中国男士护肤品市场规模	97
4.2.4	中国男士护肤品市场特点分析	97
4.3	中国男性护肤品市场需求分析	98
4.3.1	男士护肤品的基本需求分析	98
4.3.2	不同学历男性对护肤品的需求	99
4.3.3	不同收入男性对护肤品的需求	100
4.3.4	中国男士护肤品的购买人群	101
4.3.5	中国男士护肤品的品类需求	102
4.4	2012年中国男士护肤品市场竞争分析	103
4.4.1	2012年中国男士护肤品市场竞争格局	103
4.4.2	2012年中国男士护肤品品牌竞争状况	105
4.5	2012年中国男士护肤品关注度分析	107
4.5.1	2012年中国男士护肤品等级关注度	107
4.5.2	2012年中国男士护肤品品牌关注度	107
4.5.3	2012年中国男士护肤品产品关注度	108
4.5.4	2012年中国男士护肤品区域关注度	108
4.6	2012年中国男士护肤品市场营销策略分析	109
4.6.1	宣传策略	109
4.6.2	定位策略	110
4.6.3	渠道策略	111
4.6.4	品品牌策略	112
4.7	中国男士护肤品行业存在的问题及对策	112
4.7.1	中国男士护肤品市场存在的问题	112
4.7.2	中国男士护肤产品的品牌成功之道	113

第五章	2013-2014年全球男士护肤品重点品牌及企业介绍	114
-----	----------------------------	-----

- 5.1 欧莱雅男士(L'Oreal For Men) 114
 - 5.1.1 欧莱雅男士品牌相关 114
 - 5.1.2 欧莱雅集团简介 116
 - 5.1.3 欧莱雅在中国的发展 117
 - 5.1.4 2012年企业经营状况 119
 - 5.1.5 2012年欧莱雅男士护肤品品牌市场份额 121
- 5.2 碧欧泉男士(Biotherm Homm) 122
 - 5.2.1 品牌简介 122
 - 5.2.2 品牌历史 123
 - 5.2.3 品牌主要产品简介 124
 - 5.2.4 2012年碧欧泉男士护肤品品牌市场份额 128
- 5.3 妮维雅男士(Nivea For Men) 128
 - 5.3.1 品牌简介 128
 - 5.3.2 德国妮维雅公司简介 129
 - 5.3.3 2012年妮维雅男士护肤品品牌市场份额 131
 - 5.3.4 妮维雅深掘男士护肤市场 131
- 5.4 欧珀莱俊士(JS) 132
 - 5.4.1 品牌简介 132
 - 5.4.2 资生堂集团简介 132
 - 5.4.3 2009财年企业经营状况 133
 - 5.4.4 资生堂品牌线路 135
 - 5.4.5 2008-2012年欧珀莱俊士男士护肤品品牌市场份额 136
- 5.5 吾诺(Unno) 137
 - 5.5.1 品牌简介 137
 - 5.5.2 产品介绍 137
 - 5.5.3 2012年吾诺男士护肤品品牌市场份额 138
- 5.6 曼秀雷登男士(Mentholatum for men) 139
 - 5.6.1 品牌简介 139
 - 5.6.2 2012年曼秀雷登男士护肤品品牌市场份额 140
- 5.7 碧柔男士(Bioré; For Men) 141
 - 5.7.1 品牌简介 141
 - 5.7.2 花王集团简介 142

- 5.7.3 2011财年公司经营情况 143
- 5.7.4 2012年碧柔男士护肤品品牌市场份额 144
- 5.8 轻扬男士(Clear for men) 144
 - 5.8.1 品牌简介 144
 - 5.8.2 2012年企业经营状况 148
 - 5.8.4 2012年轻扬男士护肤品品牌市场份额 149

第六章 2013-2014年中国男士化妆品重点企业分析 150

- 6.1 上海家化联合股份有限公司 150
 - 6.1.1 企业基本情况及品牌 150
 - 6.1.2 2012年企业经营情况 151
 - 6.1.3 2012年企业运营指标状况 153
 - 6.1.4 2012年高夫男士护肤品品牌占有率 155
 - 6.1.5 企业未来发展策略 155
- 6.2 索芙特股份有限公司 156
 - 6.2.1 企业基本情况 156
 - 6.2.2 2012年企业经营情况 158
 - 6.2.3 2012年企业运营指标状况 159
 - 6.2.4 企业未来发展策略 161
- 6.3 江苏隆力奇生物科技股份有限公司 163
 - 6.3.1 企业基本情况 163
 - 6.3.2 2012年企业经营状况 164
 - 6.3.3 隆力奇集团摘得直销牌 166
 - 6.3.4 隆力奇获得“全国顾客满意十大品牌”; 166
- 6.4 妮维雅(上海)有限公司 167
 - 6.4.1 企业基本情况 167
 - 6.4.2 2012年企业经营状况 168
- 6.5 霸王国际集团 169
 - 6.5.1 企业基本情况 169
 - 6.5.2 霸王洗发水主要产品 170
 - 6.5.3 2012年公司经营状况分析 171
 - 6.5.4 霸王领跑中草药洗发水市场 172

- 6.6 联合利华(中国)有限公司 173
 - 6.6.1 企业基本情况 173
 - 6.6.2 2012年企业经营状况 174
 - 6.6.3 联合利华中国版图内迁 175
- 6.7 玫琳凯(中国)化妆品有限公司 177
 - 6.7.1 企业基本情况 177
 - 6.7.2 2012年企业经营状况 178
- 6.8 雅芳(中国)制造有限公司 179
 - 6.8.1 企业基本情况 179
 - 6.8.2 2012年企业经营状况 180
- 6.9 资生堂丽源化妆品有限公司 181
 - 6.9.1 企业基本情况 181
 - 6.9.2 2012年企业经营状况 184

第七章 2014-2020年中国男士护肤品的发展预测分析 185

- 7.1 中国男士护肤品行业发展趋势分析 185
 - 7.1.1 产品品类 185
 - 7.1.2 营销手段 186
 - 7.1.3 品牌定位 187
 - 7.1.4 终端管理 187
 - 7.1.5 消费趋势 188
- 7.2 2014-2020年中国男士护肤品市场前景预测 189
 - 7.2.1 2014-2020年中国男士化妆品行业市场规模 189
 - 7.2.2 2014-2020年中国男士护肤品市场规模预测 190

第八章 2014-2020年中国男士护肤品投资分析 191

- 8.1 中国男士护肤品投资机会分析 191
- 8.2 中国男士护肤品行业投资风险分析 192
 - 8.2.1 男士护肤品消费意识风险 192
 - 8.2.2 男士护肤品品牌风险 192
 - 8.2.3 男士护肤品市场竞争风险 193
 - 8.2.4 男士护肤品经营风险 193

8.3 男士护肤品投资建议 193

图表目录：（部分）

图表：2002 - 2012 全球化妆品市场年增速（%）

图表：2012年全球化妆品市场占比

图表：2012年全球化妆品细分产品占比

图表：化妆品分类(按使用目的分)

图表：化妆品分类(按使用部位分)

图表：化妆品按照剂型分类

图表：化妆品按生产过程和产品特点分类

图表：护肤品按照使用部位和具体功效细分

图表：护肤品所含成分及作用对照表

图表：男性与女性皮肤的生理特点比较

图表：男性与女性的消费心理比较

图表：男性与女性的生活习惯比较

图表：男士护肤品产品类别

图表：男士护肤品产品线

图表：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表：2013-2014年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2013-2014年固定资产投资到位资金同比增速

图表：2013年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2012年12月-2013年12月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2012年12月-2013年12月鲜菜与鲜果价格变动情况

图表：2013年12月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2013年12月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2013年12月居民消费价格主要数据

图表：2012年12月-2013年12月规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2013年12月份规模以上工业生产主要数据

图表：2012年12月-2013年12月发电量日均产量及同比增速

图表：2012年12月-2013年12月钢材日均产量及同比增速

图表：2012年12月-2013年12月水泥日均产量及同比增速

图表：2012年12月-2013年12月原油加工量日均产量及同比增速

图表：2012年12月-2013年12月十种有色金属日均产量及同比增速

图表：2012年12月-2013年12月乙烯日均产量及同比增速

图表：2012年12月-2013年12月汽车日均产量及同比增速

图表：2012年12月-2013年12月轿车日均产量及同比增速

图表：2013-2014年全国房地产投资开发增速

图表：2013-2014年全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2013-2014年全国商品房销售面积及销售额统计

图表：2013-2014年全国房地产开发企业本年到位资金增速

图表：2013年1-12月份全国房地产开发和销售情况

图表：2013年1-12月份东中西部地区房地产开发投资情况

图表：2013年1-12月份东中西部地区房地产销售情况

图表：中国制造业PMI指数走势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/X05043GC55.html>