

2014-2020年中国护肤品行业监测与发展战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国护肤品行业监测与发展战略研究报告》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.cction.com/report/201404/103253.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

持续快速发展的市场必不可少带来了激烈的市场竞争。近年来，中国护肤品行业迅速成长为一个竞争性的行业。经过快速发展阶段和激烈的市场竞争的锤炼，基本格局初步形成。目前，中国护肤品的高端市场，几乎已经全被欧美和日本企业占据，以兰蔻、雅诗兰黛、香奈儿、迪奥、伊丽莎白雅顿，加上欧莱雅系列、宝洁系列、资生堂、佳丽宝系列等等国际一线品牌占据了国内专柜市场绝大部分销售额。

随着护肤品行业竞争的不断加剧，大型护肤品企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的护肤品生产企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对产业发展环境和产品购买者的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的护肤品品牌迅速崛起，逐渐成为护肤品行业中的翘楚！

本报告利用长期对护肤品行业市场跟踪搜集的一手市场数据，采用国际先进的科学分析模型，全面而准确的为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了中国护肤品行业的产业链；护肤品行业当前的市场环境与企业竞争力；护肤品行业的市场需求特征；护肤品行业的进出口市场；护肤品行业的竞争格局、竞争趋势；护肤品主要细分产品市场发展状况；护肤品市场的领先企业经营状况；护肤品行业的发展趋势与前景预测；让您全面、准确地把握整个行业的市场走向和发展趋势。

【 目录 】

第1章：中国护肤品行业发展综述

1.1 护肤品行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.1.3 行业在国民经济中的地位

1.2 护肤品行业统计标准

- 1.2.1 护肤品行业统计部门和统计口径
- 1.2.2 护肤品行业统计方法
- 1.2.3 护肤品行业数据种类
- 1.3 护肤品行业供应链分析
 - 1.3.1 护肤品行业上下游产业供应链简介
 - 1.3.2 护肤品行业主要下游产业链分析
 - (1) 美容业
 - (2) 消费人群
 - 1.3.3 护肤品行业上游产业供应链分析
 - (1) 包装行业
 - (2) 香精香料

第2章：护肤品行业发展状况分析

- 2.1 中国护肤品行业发展状况分析
 - 2.1.1 中国护肤品行业发展总体概况
 - 2.1.2 中国护肤品行业发展主要特点
 - (1) 药妆渠道加快发展
 - (2) 集团企业竞争优势将进一步提高
 - (3) 男性化妆品市场未来将进入细分时代
 - 2.1.3 护肤品行业经营情况分析
 - (1) 护肤品行业经营效益分析
 - (2) 护肤品行业盈利能力分析
 - (3) 护肤品行业运营能力分析
 - (4) 护肤品行业偿债能力分析
 - (5) 护肤品行业发展能力分析
- 2.2 护肤品行业经济指标分析
 - 2.2.1 护肤品行业主要经济效益影响因素
 - (1) 市场需求
 - (2) 科技含量
 - (3) 企业资本规模
 - (4) 企业品牌知名度
 - 2.2.2 护肤品行业经济指标分析

- 2.2.3 不同规模企业经济指标分析
- 2.2.4 不同性质企业经济指标分析
- 2.2.5 不同地区企业经济指标分析
- 2.3 护肤品行业供需平衡分析
 - 2.3.1 全国护肤品行业供给情况分析
 - (1) 全国护肤品行业总产值分析
 - (2) 全国护肤品行业产成品分析
 - 2.3.2 各地区护肤品行业供给情况分析
 - (1) 总产值排名前10个地区分析
 - (2) 产成品排名前10个地区分析
 - 2.3.3 全国护肤品行业需求情况分析
 - (1) 全国护肤品行业销售产值分析
 - (2) 全国护肤品行业销售收入分析
 - 2.3.4 各地区护肤品行业需求情况分析
 - (1) 销售产值排名前10个地区分析
 - (2) 销售收入排名前10个地区分析
 - 2.3.5 全国护肤品行业产销率分析
- 2.4 护肤品行业进出口市场分析
 - 2.4.1 护肤品行业出口情况
 - (1) 行业出口总体情况
 - (2) 行业出口产品结构
 - 2.4.2 护肤品行业进口情况分析
 - (1) 行业进口总体情况
 - (2) 行业进口产品结构
- 2.5 2012年护肤品行业经营情况分析
 - 2.5.1 2012年护肤品行业主要经济指标
 - 2.5.2 2012年护肤品行业盈利能力分析
 - 2.5.3 2012年护肤品行业运营能力分析
 - 2.5.4 2012年护肤品行业偿债能力分析
 - 2.5.5 2012年护肤品行业发展能力分析

第3章：护肤品行业市场环境分析

3.1 行业政策环境分析

3.1.1 行业相关政策动向

3.1.2 护肤品行业发展规划

3.2 行业经济环境分析

3.2.1 国际宏观经济环境分析

(1) 国际经济环境现状分析

(2) 国际宏观经济预测

3.2.2 国内宏观经济发展分析

3.2.3 行业宏观经济环境分析

3.3 行业消费需求环境分析

3.3.1 行业需求特征分析

3.3.2 行业需求趋势分析

(1) 植物护肤将成护肤品发展新方向

(2) 男士护肤品需求剧增

(3) 功能性护肤品概念加强

(4) 可食护肤品逐步升温

3.3.3 行业市场消费行为分析

(1) 非理性消费

(2) 不言悔消费

3.4 行业贸易环境分析

3.4.1 行业贸易环境发展现状

3.4.2 行业贸易环境发展趋势

第4章：护肤品行业市场竞争状况分析

4.1 行业总体市场竞争状况分析

4.2 行业国际市场竞争状况分析

4.2.1 国际护肤品市场发展状况

4.2.2 国际护肤品市场竞争状况分析

(1) 美国市场

(2) 英国市场

(3) 韩国市场

(4) 巴西市场

- 4.2.3 国际护肤品市场发展趋势分析
- 4.2.4 跨国公司在中国市场的投资布局
 - (1) 欧莱雅在华市场投资布局分析
 - (2) 宝洁在华市场投资布局分析
 - (3) 资生堂在华市场投资布局分析
 - (4) 雅芳在华市场投资布局分析
 - (5) 联合利华在华市场投资布局分析
- 4.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析
 - (1) 欧莱雅在中国的竞争策略
 - (2) 宝洁在中国的竞争策略
 - (3) 联合利华在中国的竞争策略
- 4.3 行业国内市场竞争状况分析
 - 4.3.1 国内护肤品行业竞争格局分析
 - 4.3.2 国内护肤品行业品牌关注度分析
 - (1) 2011年行业品牌关注度分析
 - (2) 2012年行业品牌关注度分析
 - 4.3.3 国内护肤品行业市场规模分析
 - 4.3.4 国内护肤品行业潜在威胁分析
- 4.4 行业投资兼并与重组整合分析
 - 4.4.1 护肤品行业投资兼并与重组整合概况
 - 4.4.2 国际护肤品企业投资兼并与重组整合
 - 4.4.3 国内护肤品企业投资兼并与重组整合
 - 4.4.4 护肤品行业投资兼并与重组整合特征判断
- 4.5 行业不同经济类型企业特征分析
 - 4.5.1 不同经济类型企业特征情况
 - 4.5.2 行业经济类型集中度分析

第5章：护肤品行业主要产品市场分析

5.1 洁肤品市场分析

5.1.1 洁肤品行业市场需求分析

5.1.2 洁肤品行业主要产品市场分析

(1) 洗面奶

(2) 卸妆类洁肤品

5.1.3 洁肤品行业主要品牌竞争及发展前景分析

5.2 润肤/护肤品市场分析

5.2.1 润肤/护肤品行业市场需求分析

5.2.2 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) 去痘类护肤品

(5) 祛斑类护肤品

(6) 抗皱类护肤品

5.2.3 润肤/护肤品行业市场发展前景分析

5.3 男士护肤品市场分析

5.3.1 男士护肤品行业市场需求分析

5.3.2 男士护肤品行业主要产品分析

5.3.3 男士护肤品行业品牌竞争格局

5.3.4 男士护肤品行业市场发展前景分析

5.4 其它护肤品市场分析

5.4.1 其它护肤品行业市场需求分析

5.4.2 其它护肤品行业主要产品市场分析

(1) 护手润护肤品

(2) 护身体护肤品

(3) 润唇膏

(4) 眼部护理护肤品

5.5 护肤品行业主要产品需求分析

5.5.1 护肤品行业产品类别关注度分析

(1) 2011年行业产品类别关注度分析

(2) 2012年行业产品类别关注度分析

5.5.2 护肤品行业产品关注度分析

(1) 2011年行业产品关注度分析

(2) 2012年行业产品关注度分析

第6章：中国护肤品行业重点区域市场分析

6.1 行业总体区域结构特征分析

6.1.1 行业区域结构总体特征

6.1.2 行业区域集中度分析

6.1.3 行业区域分布特点分析

6.1.4 行业规模指标区域分布分析

6.1.5 行业效益指标区域分布分析

6.1.6 行业企业数的区域分布分析

6.2 广东省护肤品行业发展分析及预测

6.2.1 广东省护肤品行业发展规划及配套设施

6.2.2 广东省护肤品行业在行业中的地位变化

6.2.3 广东省护肤品行业经济运行状况分析

6.2.4 广东省护肤品行业发展趋势预测

6.3 浙江省护肤品行业发展分析及预测

6.3.1 浙江省护肤品行业发展规划及配套设施

6.3.2 浙江省护肤品行业在行业中的地位变化

6.3.3 浙江省护肤品行业经济运行状况分析

6.3.4 浙江省护肤品行业发展趋势预测

6.4 上海市护肤品行业发展分析及预测

6.4.1 上海市护肤品行业发展规划及配套设施

6.4.2 上海市护肤品行业在行业中的地位变化

6.4.3 上海市护肤品行业经济运行状况分析

6.4.4 上海市护肤品行业发展趋势预测

6.5 江苏省护肤品行业发展分析及预测

6.5.1 江苏省护肤品行业发展规划及配套设施

6.5.2 江苏省护肤品行业在行业中的地位变化

6.5.3 江苏省护肤品行业经济运行状况分析

6.5.4 江苏省护肤品行业发展趋势预测

6.6 福建省护肤品行业发展分析及预测

6.6.1 福建省护肤品行业发展规划及配套设施

6.6.2 福建省护肤品行业在行业中的地位变化

6.6.3 福建省护肤品行业经济运行状况分析

- 6.6.4 福建省护肤品行业发展趋势预测
- 6.7 北京市护肤品行业发展分析及预测
 - 6.7.1 北京市护肤品行业发展规划及配套设施
 - 6.7.2 北京市护肤品行业在行业中的地位变化
 - 6.7.3 北京市护肤品行业经济运行状况分析
 - 6.7.4 北京市护肤品行业发展趋势预测
- 6.8 辽宁省护肤品行业发展分析及预测
 - 6.8.1 辽宁省护肤品行业发展规划及配套设施
 - 6.8.2 辽宁省护肤品行业在行业中的地位变化
 - 6.8.3 辽宁省护肤品行业经济运行状况分析
 - 6.8.4 辽宁省护肤品行业发展趋势预测
- 6.9 天津市护肤品行业发展分析及预测
 - 6.9.1 天津市护肤品行业发展规划及配套设施
 - 6.9.2 天津市护肤品行业在行业中的地位变化
 - 6.9.3 天津市护肤品行业经济运行状况分析
 - 6.9.4 天津市护肤品行业发展趋势预测
- 6.10 四川省护肤品行业发展分析及预测
 - 6.10.1 四川省护肤品行业发展规划及配套设施
 - 6.10.2 四川省护肤品行业在行业中的地位变化
 - 6.10.3 四川省护肤品行业经济运行状况分析
 - 6.10.4 四川省护肤品行业发展趋势预测

第7章：护肤品行业的营销策略及渠道分析

- 7.1 护肤品行业的营销策略分析
 - 7.1.1 护肤品行业战略营销模式概述
 - 7.1.2 护肤品行业企业战略营销模式分析
 - (1) 成本领先的战略营销模式
 - (2) 研发领先的战略营销模式
 - (3) 功效领先的战略营销模式
 - (4) 渠道领先的战略营销模式
 - (5) 传播领先的战略营销模式
 - (6) 服务领先的战略营销模式

7.2 护肤品行业的营销渠道分析

7.2.1 护肤品行业营销渠道发展模式概述

7.2.2 护肤品行业主要营销渠道发展分析

- (1) 百货商场专柜
- (2) 护肤品专营店
- (3) 专卖店
- (4) 便利店
- (5) 超市、大卖场
- (6) 直销
- (7) 电视购物
- (8) 网络购物
- (9) 药店
- (10) 美容院

7.2.3 护肤品行业分销通路分析

7.2.4 护肤品行业销售渠道建设方向及应对措施

- (1) 变渠道多元为主次分清
- (2) 变区域经营为渠道类别经营
- (3) 实行品牌引导下的渠道专业化

7.3 护肤品行业领先企业营销案例分析

7.3.1 欧莱雅男士护肤品营销策略分析

- (1) 欧莱雅的广告策略
- (2) 品牌名称的性别性
- (3) 代言人的选择
- (4) 诉求点分析

7.3.2 佰草集营销策略分析——坚持的胜利

- (1) 坚持国际化
- (2) 坚持稳健的渠道拓展
- (3) 开拓市场的另类营销策略

第8章：护肤品行业主要企业生产经营分析

8.1 护肤品企业发展总体状况分析

8.1.1 护肤品行业企业规模

8.1.2 护肤品行业工业产值状况

8.1.3 护肤品行业销售收入和利润

8.2 护肤品行业领先企业个案分析

8.2.1 广州宝洁有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

8.2.2 江苏隆力奇集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

8.2.3 联合利华（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析

- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

8.2.4 玫琳凯（中国）化妆品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

8.2.5 强生（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业最新发展动向分析

第9章：护肤品行业发展趋势分析与预测

9.1 中国护肤品市场发展趋势

9.1.1 中国护肤品市场发展趋势分析

9.1.2 中国护肤品市场发展前景预测

9.2 护肤品行业投资特性分析

9.2.1 护肤品行业进入壁垒分析

9.2.2 护肤品行业盈利模式分析

9.2.3 护肤品行业盈利因素分析

9.3 中国护肤品行业投资建议

9.3.1 护肤品行业投资风险分析

9.3.2 护肤品行业投资建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103253.html>