

2020-2026年中国男士护肤品行业发展态势与投资策略研究报告

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

《2020-2026年中国男士护肤品行业发展态势与投资策略研究报告》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/201911/145334.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

报告目录：

第一章 男士护肤品相关概述

1.1 化妆品的定义

1.1.1 化妆品的分类

1.1.2 化妆品的主要作用

1.1.3 化妆品的发展历程

1.2 护肤品的基本概述

1.2.1 护肤品的定义及特性

1.2.2 护肤品的分类

1.2.3 护肤品的成分及作用

1.2.4 护肤品的发展历程

1.3 男士护肤品相关概述

1.3.1 男士护肤品的需求基础

1.3.2 男士护肤品的消费基础

1.3.3 男士护肤品的类别

第二章 2014-2017年中国护肤行业发展环境分析

2.1 2014-2017年中国宏观经济环境分析

2.1.1 2014-2017年中国GDP分析

2.1.2 2014-2017年中国CPI指数

2.1.3 2017年中国居民消费与恩格尔系数分析

2.1.4 2017年中国城镇居民人均可支配收入分析

2.1.5 2017年中国社会消费品零售总额分析

2.1.6 2017年中国宏观经济运行分析

2.2 中国化妆品行业政策环境分析

2.2.1 中国化妆品监管机构及职责

2.2.2 中国化妆品被监管对象及特点

2.2.3 中国化妆品监管领域的新问题

2.2.4 中国化妆品监管的最新进展

2.2.5 中国化妆品行业新政策解读

- 2.3 中国化妆品行业技术环境分析
 - 2.3.1 中国化妆品行业技术发展现状
 - 2.3.2 中国化妆品行业的新技术
 - 2.3.3 中国化妆品行业的新原料
 - 2.3.4 中国化妆品技术开发研究方向
- 2.4 中国男士护肤品行业社会环境分析
 - 2.4.1 2017年中国人口及分布总体情况
 - 2.4.2 2017年中国男性人口及年龄分布
- 2.5 2014-2017年中国化妆品行业发展分析
 - 2.5.1 2017年中国化妆品市场规模
 - 2.5.2 2014年中国化妆品行业发展概况
 - 2.5.3 2015年中国化妆品行业发展概况
 - 2.5.4 2017年中国化妆品行业发展概况
- 2.6 中国护肤品行业发展分析
 - 2.6.1 2014-2017年中国护肤品行业发展概况
 - 2.6.2 2014年护肤品市场规模及特点
 - 2.6.3 2015年护肤品市场规模及特点
 - 2.6.4 2017年中国护肤品市场竞争分析

第三章 2014-2017年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析(3304)

- 3.1 2014-2017年中国化妆品、美容品及护肤品进出口总体情况
 - 3.1.1 2014-2017年中国化妆品美容品及护肤品进口情况
 - 3.1.2 2014-2017年中国化妆品美容品及护肤品出口情况
- 3.2 2014-2017年中国主要省市化妆品、美容品及护肤品进出口情况
 - 3.2.1 2014-2017年中国主要省市化妆品美容品及护肤品进口状况
 - 3.2.2 2014-2017年中国主要省市化妆品美容品及护肤品出口状况
- 3.3 2014-2017年中国化妆品、美容品及护肤品进出口流向情况
 - 3.3.1 2014-2017年中国化妆品、美容品及护肤品进口流向
 - 3.3.2 2014-2017年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向
- 3.4 2014-2017年中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价分析

第四章 2014-2017年中国男士护肤品市场发展分析

- 4.1 世界男士护肤品市场发展分析
 - 4.1.1 世界男士护肤品市场发展概况
 - 4.1.2 西欧男士护肤品市场发展概况
 - 4.1.3 德国男士护肤品市场发展概况
 - 4.1.4 法国男士护肤品行业发展现状
- 4.2 2014-2017年中国男士护肤品市场发展状况
 - 4.2.1 中国男性护肤品市场发展概况
 - 4.2.2 2017年中国男士化妆品市场规模及结构
 - 4.2.3 2017年中国男士护肤品市场规模
 - 4.2.4 中国男士护肤品市场特点分析
- 4.3 中国男性护肤品市场需求分析
 - 4.3.1 男士护肤品的基本需求分析
 - 4.3.2 不同学历男性对护肤品的需求
 - 4.3.3 不同收入男性对护肤品的需求
 - 4.3.4 中国男士护肤品的购买人群
 - 4.3.5 中国男士护肤品的品类需求
- 4.4 2017年中国男士护肤品市场竞争分析
 - 4.4.1 2017年中国男士护肤品市场竞争格局
 - 4.4.2 2017年中国男士护肤品品牌竞争状况
- 4.5 2017年中国男士护肤品关注度分析
 - 4.5.1 2017年中国男士护肤品等级关注度
 - 4.5.2 2017年中国男士护肤品品牌关注度
 - 4.5.3 2017年中国男士护肤品产品关注度
 - 4.5.4 2017年中国男士护肤品区域关注度
- 4.6 2017年中国男士护肤品市场营销策略分析
 - 4.6.1 宣传策略
 - 4.6.2 定位策略
 - 4.6.3 渠道策略
 - 4.6.4 品品牌策略
- 4.7 中国男士护肤品行业存在的问题及对策
 - 4.7.1 中国男士护肤品市场存在的问题
 - 4.7.2 中国男士护肤产品的品牌成功之道

第五章 2014-2017年世界男士护肤品重点品牌及企业介绍

5.1 欧莱雅男士(L

5.1.1 欧莱雅男士品牌相关

5.1.2 欧莱雅集团简介

5.1.3 欧莱雅在中国的发展

5.1.4 2014-2015年企业经营状况

5.1.5 2017年企业经营状况

5.1.5 2017年欧莱雅男士护肤品品牌市场份额

5.2 碧欧泉男士(Biotherm

5.2.1 品牌简介

5.2.2 品牌历史

5.2.3 品牌主要产品简介

5.2.4 2017年碧欧泉男士护肤品品牌市场份额

5.3 妮维雅男士(Nivea

5.3.1 品牌简介

5.3.2 德国妮维雅公司简介

5.3.3 2017年妮维雅男士护肤品品牌市场份额

5.3.4 妮维雅深掘男士护肤市场

5.4 欧珀莱俊士(JS)

5.4.1 品牌简介

5.4.2 资生堂集团简介

5.4.3 2014-2017年企业经营状况

5.4.4 资生堂品牌线路

5.4.5 2017年欧珀莱俊士男士护肤品品牌市场份额

5.5 吾诺(Unno)

5.5.1 品牌简介

5.5.2 产品介绍

5.5.3 2017年吾诺男士护肤品品牌市场份额

5.6 曼秀雷登男士(Mentholatum

5.6.1 品牌简介

5.6.2 2017年曼秀雷登男士护肤品品牌市场份额

5.7 碧柔男士(Bioré);

5.7.1 品牌简介

5.7.2 花王集团简介

5.7.3 2014-2017年公司经营情况

5.7.4 2017年碧柔男士护肤品品牌市场份额

5.8 轻扬男士(Clear

5.8.1 品牌简介

5.8.2 2014-2017年企业经营状况

5.8.4 2017年轻扬男士护肤品品牌市场份额

第六章 2014-2017年中国男士化妆品重点企业分析

6.1 上海家化联合股份有限公司

6.1.1 企业基本情况及品牌

6.1.2 2014-2017年企业经营情况

6.1.3 2014-2017年企业运营指标状况

6.1.4 2014-2017年高夫男士护肤品品牌占有率

6.1.5 企业未来发展策略

6.2 索芙特股份有限公司

6.2.1 企业基本情况

6.2.2 2014-2017年企业经营情况

6.2.3 2014-2017年企业运营指标状况

6.2.4 企业未来发展策略

6.3 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

6.3.1 企业基本情况

6.3.2 2014-2017年企业经营状况

6.3.3 隆力奇集团摘得直销牌

6.3.4 隆力奇获得“全国顾客满意十大品牌”;

6.4 妮维雅(上海)有限公司

6.4.1 企业基本情况

6.4.2 2014-2017年企业经营状况

6.5 霸王国际集团

6.5.1 企业基本情况

- 6.5.2 霸王洗发水主要产品
- 6.5.3 2014-2017年公司经营状况分析
- 6.5.4 霸王领跑中草药洗发水市场
- 6.6 联合利华(中国)有限公司
 - 6.6.1 企业基本情况
 - 6.6.2 2014-2017年企业经营状况
 - 6.6.3 联合利华中国版图内迁
- 6.7 玫琳凯(中国)化妆品有限公司
 - 6.7.1 企业基本情况
 - 6.7.2 2014-2017年企业经营状况
- 6.8 雅芳(中国)制造有限公司
 - 6.8.1 企业基本情况
 - 6.8.2 2014-2017年企业经营状况
- 6.9 资生堂丽源化妆品有限公司
 - 6.9.1 企业基本情况
 - 6.9.2 2014-2017年企业经营状况

第七章 2020-2026年中国男士护肤品的发展预测分析

- 7.1 中国男士护肤品行业发展趋势分析
 - 7.1.1 产品品类
 - 7.1.2 营销手段
 - 7.1.3 品牌定位
 - 7.1.4 终端管理
 - 7.1.5 消费趋势
- 7.2 2020-2026年中国男士护肤品市场前景预测
 - 7.2.1 2020-2026年中国男士化妆品行业市场规模
 - 7.2.2 2020-2026年中国男士护肤品市场规模预测

第八章 2020-2026年中国男士护肤品投资分析()

- 8.1 中国男士护肤品投资机会分析
- 8.2 中国男士护肤品行业投资风险分析
 - 8.2.1 男士护肤品消费意识风险

- 8.2.2 男士护肤品品牌风险
- 8.2.3 男士护肤品市场竞争风险
- 8.2.4 男士护肤品经营风险
- 8.3 男士护肤品投资建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201911/145334.html>