

中国男士化妆品产业市场规模现状分析及十三五 行业运营前景评估报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国男士化妆品产业市场规模现状分析及十三五行业运营前景评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/231051231051.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

为求潇洒出众，如今的男士也开始成为化妆品的消费者。男士在进行面部皮肤保健时，可根据自身皮肤情况选择适当的化妆品，一般选用护肤类化妆品和营养化妆品，以保护和营养皮肤，剂型以霜剂为佳，油性皮肤夏季适用无油清爽型水剂化妆品，以免造成毛囊皮脂腺的阻塞，产生毛囊皮脂腺疾病。但男用化妆品毕竟不同于女用化妆品。

2013年限额以上企业化妆品零售金额1625亿元，同比增长13.3%。我们判断随随着中国经济的快速发展，人均可支配收入的提升，化妆品行业也将保持较快增长，预计未来三年限额以上企业化妆品将保持13%以上的复合增速。

在宝洁收购吉列，碧柔，欧莱雅，玉兰油等纷纷推出男士系列化妆品后，男士化妆品领域的市场竞争逐步加剧，但是反过来各大品牌的激烈激烈竞争实际推动了该领域的发展，对于男士化妆品消费者而言也得到了前所未有的教育和接触，导致整个市场逐步成型。近几年男士化妆品行业一直保持15-20%的快速速发展，所有男士化妆品品牌都在享受行业快速扩张带来的快乐。

中国报告网发布的《中国男士化妆品产业市场规模现状分析及十三五行业运营前景评估报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

报告大纲：

第一章2014-2015年中国男士化妆品行业发展环境分析

第一节2014-2015年中国经济环境发展分析

- 一、国民经济运行情况gdp(季度更新)
- 二、消费价格指数cpi、ppi（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

第二节2014-2015年中国男士化妆品行业发展政策环境分析

- 一、化妆品生产企业卫生规范

二、进出口化妆品监督检验管理办法

三、eec化妆品规程

四、化妆品卫生监督条例

五、化妆品卫生监督条例实施细则

六、《化妆品卫生监督条例实施细则》调整条款

第三节2014-2015年中国男士化妆品行业发展社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第二章2014-2015年中国化妆品市场运行形势分析

第一节2014-2015年中国化妆品市场总体概况

一、中国化妆品市场发展回顾

二、化妆品市场发展的总体概述

三、国内化妆品市场结构分析

四、2014-2015年化妆品网购市场

第二节2014-2015年中国化妆品市场消费分析

一、化妆品市场消费者的构成

二、化妆品市场消费的特点

三、美容化妆品市场的消费状况调查

四、女性购买化妆品的心理因素研究

第三节2014-2015年中国化妆品包装行业运行情况分析

一、化妆品包装的特性

二、国内美容化妆品包装分析

三、化妆品包装需标注所有成分

四、中草药成为化妆品包装禁用语惹

五、美容化妆品包装的发展走向

第四节2014-2015年中国化妆品市场存在的问题分析

一、中国化妆品市场面临的难题

二、国内美容化妆品市场的薄弱方面

三、中国化妆品市场产品质量堪忧

四、国内化妆品市场亟待整合

第五节2014-2015年中国化妆品市场发展的对策分析

一、中国化妆品市场发展的建议

二、国内化妆品市场的发展对策

三、化妆品企业发展要集体补标识规范课

四、化妆品行业地位提升的对策探讨

第三章2014-2015年中国男士化妆品市场运营态势分析

第一节2014-2015年男士化妆品的市场概况

一、男士化妆品是美容行业里有待挖掘的金矿

二、男士化妆品接近主流市场

三、男性化妆品市场是逐步成长的新领地

四、男士化妆品市场的发展逐步渐形成规模

第二节2014-2015年男士化妆品开发形势分析

一、开发男士化妆品对企业的意义

二、男士化妆品开发的可能性

三、男士化妆品品种开发设想

四、品牌开发

第三节2014-2015年中国男士化妆品行业发展对策与建议分析

第四章2014-2015年中国男性护肤品市场发展格局分析

第一节2014-2015年中国男性护肤品市场走势分析

一、我国男性护肤品消费的演变历程

二、男性护肤品市场描述

三、男性护肤品消费需求分析

第二节2014-2015年中国男士护肤品市场最新动态分析

一、男性护肤品产品特性和品牌定位解析

二、国内男士化妆品市场价格分析

三、男士护肤品市场产品关注度浅析

第三节2016-2020年中国男性护肤品发展潜力分析

第五章2014-2015年中国男士香水市场运行局势透析

第一节2014-2015年世界男士香水市场发展概述

一、男用香水味道按基调分类

二、世界主要男士香水品牌及其内涵

三、国际品牌纷争男士香水市场

第二节2014-2015年中国男士香水市场营运现状分析

一、找准定位精心打造男士香水品牌

二、品牌成为男士选用香水主要因素

三、观念障碍制约男士香水的发展

第三节2014-2015年中国男士香水市场消费形势分析

- 一、中国男用香水市场主要消费群体分析
- 二、男性香水产品需求的发展动态
- 三、中国主要城市男士香水市场消费状况

第六章中国化妆品制造所属行业数据监测

第一节中国行业规模分析

- 一、企业数量分析
- 二、资产规模分析
- 三、销售规模分析
- 四、利润规模分析

第二节中国行业产值分析

第三节中国行业成本费用分析

第四节中国行业运营效益分析

第七章2014-2015年中国男士化妆品市场营销策略透析

第一节2014-2015年中国男士化妆品行业主要市场渠道

- 一、批发市场
- 二、零售终端市场
- 三、专业市场
- 四、黑市对化妆品销售市场的影响

第二节2014-2015年中国男士化妆品直复营销与网络营销分析

- 一、直复营销的概念
- 二、化妆品网络营销的特征和优势
- 三、网络营销理论
- 四、化妆品网络营销的现状

第三节2014-2015年中国男士化妆品梯度营销渠道策略分析

- 一、化妆品实行梯度营销的必要性
- 二、渠道梯度
- 三、目标消费者梯度

第八章2014-2015年中国男士化妆品行业竞争格局分析

第一节2014-2015年中国化妆品产业竞争现状分析

- 一、化妆品巨大市场的抢夺
- 二、中国内地化妆品市场的渠道之争升级
- 三、国产化妆品市场的竞争分析

第二节2014-2015年中国男士化妆品企业品牌战略分析

- 一、品牌在市场营销中的功能

二、品牌化经营是化妆品企业生存根本之道

三、中国男士化妆品企业的品牌战略

四、定位是创造品牌的关键

第三节2014-2015年中国男士化妆品市场竞争策略研究

第九章主要外资男士化妆品企业在华投资状况分析

第一节法国欧莱雅 (loreal)

一、集团基本概况

二、欧莱雅发展中国市场的营销策略综述

三、欧莱雅发展超市渠道四品牌首先进入

第二节美国宝洁公司 (procter&gamble)

一、公司基本概况

二、美国宝洁舍小利而得大益的发展策略

三、宝洁公司在中国的乡村化策略

第三节美国安利公司 (amway)

一、公司基本概况

二、安利在中国的市场营销策略概述

三、安利公司的制胜之道

第四节美国雅芳 (avon)

一、公司基本概况

二、雅芳将中国市场作为独立的业务区

三、雅芳营销转型后的发展概况

第五节日本资生堂 (shiseido)

一、公司基本概况

二、资生堂发展中国男士化妆品市场

三、资生堂全面抢占中国市场

第六节英国联合利华 (unilever)

一、公司基本简介

二、联合利华用中国品牌攻占中国市场

第十章中国男士化妆品优势企业竞争力与关键性数据分析

第一节上海家化联合股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节索芙特股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节玫琳凯(中国)化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节雅芳(中国)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节妮维雅(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章2014-2015年中国男士美容市场运行走势分析

第一节男士美容市场方兴未艾

一、男性美容的基本项目

二、男士美容市场概况

三、男性美容兴起带动美容产业发展

四、男士美容市场消费特点

第二节2014-2015年中国男士市场发展格局分析

- 一、市场增长情况
- 二、人群
- 三、项目
- 四、心理

第三节2014-2015年中国男士美容市场存在的问题与对策

- 一、男士专业美容市场的软肋
- 二、男士美容市场存在的风险因素
- 三、男士美容经营策略探析
- 四、未来男士专业美容院的出路

第十二章2016-2020年中国男士化妆品的发展预测分析

第一节2016-2020年中国化妆品行业的发展前景

- 一、2016-2020年美容化妆品行业趋势预测
- 二、美容化妆品行业的发展方向
- 四、专业化分工是化妆品行业的发展趋势

第二节2016-2020年中国男士化妆品的发展前景

- 一、男用化妆品市场发展存在着无限商机
- 二、男性美容化妆品市场发展前景广阔
- 三、男性化妆品的发展趋势

第三节2016-2020年中国化妆品行业市场盈利分析

第十三章2016-2020年中国男士化妆品投.资前景分析

第一节2016-2020年中国男士化妆品行业投.资机会分析

- 一、国内洗涤化妆品市场增长情况
- 二、化妆品市场投.资存在的商机
- 三、本土化妆品具有的八大机会透析

第二节2016-2020年中国男士化妆品行业投.资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/231051231051.html>