

中国男士化妆品行业市场调查与发展商机研究报告 (2014-2019)

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《中国男士化妆品行业市场调查与发展商机研究报告（2014-2019）》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/192698192698.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

男士化妆品市场正成为企业无法忽略的市场。我国处于生理成熟阶段，具备消费观念和消费能力的男性已经超过一亿，因此，男性化妆品市场的潜力十分巨大，我国男士化妆品行业正迅速地整体成长起来。

中国报告网行业分析师指出：男士化妆品市场正呈现出进入企业多，竞争白热化，资金投入高，市场更新快的特点。国际大品牌纷纷推出自己的男士护肤用品来抢占市场，如欧莱雅集团、妮维娅公司、迪奥公司、法国的nickel，国内的高皙、高夫等。

使用简单、易保存也是男士护肤品的趋势之一。由于男士自身内分泌系统较为旺盛，长时间地运动和不良的生活习惯都会导致肌肤油脂大量增加，因此，男士化妆品大多是以清洁、滋润和保护为主。许多知名品牌都具有系列化的针对男性皮肤特质和生活习惯的护肤品。富含维生素、营养素、水杨酸，可以对皮肤起清洁、保护和滋润作用，并在一定程度上改善肤质的产品将大受欢迎。男士护肤品牌还是在一片混战中，每个品牌的产品线都拉得很长，市场没有龙头品牌，外资品牌的优势十分明显。

与女性消费者不同，男性在化妆品消费上，最看重的因素为产品品质，其次为产品功能和价格，最不注重的因素是优惠促销。并且，许多男性消费者对化妆品的知识非常精通，甚至不亚于女性。虽然我国男性化妆品市场逐步打开，但是基本上还是以中低端为主。对于高端市场，商务人士和白领阶层是消费的主力军，因此，需要有针对性的推广相关中高端产品。

中国报告网发布的《中国男士化妆品行业市场调查与发展商机研究报告(2014-2019)》显示：我国男性化妆品市场虽然起步较晚，但是发展迅速。男性消费群体对化妆品的接受程度普遍提升，同时，中高端市场正处于培育阶段。对于企业而言，应当分析男性消费群体的心理特征和消费习惯，以便在生产和宣传方面有所针对。

报告目录

第一章 中国男士化妆品行业发展环境分析

第一节 国内男士化妆品经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2014年中国男士化妆品经济发展预测分析

第二节 中国男士化妆品行业政策环境分析

第二章 中国化妆品市场运行形势分析

第一节 2013-2014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、2013-2014年化妆品网购市场

第二节 2013-2014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 2013-2014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争端
- 五、美容化妆品包装的发展走向

第四节 2013-2014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 2013-2014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 中国男士化妆品市场运营态势分析

第一节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年中国男士化妆品行业发展对策与建议分析

第四章 中国男性护肤品市场发展格局分析

第一节 2013-2014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 2013-2014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 2014-2019年中国男性护肤品发展潜力分析

第五章 中国男士香水市场运行局势分析

第一节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014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 中国男士化妆品市场营销策略分析

第一节 2013-2014年中国男士化妆品行业主要市场渠道分析

- 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 2013-2014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 2013-2014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

第七章 中国男士化妆品行业竞争格局分析

第一节 2013-2014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 2013-2014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 2013-2014年中国男士化妆品市场竞争策略研究

第八章 主要外资男士化妆品企业在华投资运状况分析

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

第九章 中国男士化妆品重点企业分析

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

第十章 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 2013-2014年中国男士整形市场发展格局分析

一、市场增长情况

二、整形人群

三、整形项目

四、整形心理

第三节 2013-2014年中国男士美容市场存在的问题与对策分析

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

第十一章 2014-2019年中国男士化妆品的发展预测分析

第一节 2014-2019年中国化妆品行业的发展前景

一、2014-2019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 2014-2019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 2014-2019年中国化妆品行业市场盈利分析

第十二章 2014-2019年中国男士化妆品投资前景分析

第一节 2014-2019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 2014-2019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•••••

特别说明：报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/192698192698.html>