

中国护肤品市场营销现状深度分析与未来发展趋势预测报告

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《中国护肤品市场营销现状深度分析与未来发展趋势预测报告》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/225245225245.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

第一部分 护肤品行业发展分析

第一章 护肤品行业发展概述

第一节 护肤品的定义及分类

一、定义

二、分类

第二节 护肤品的使用类型及成分分析

一、使用类型

二、成分分析

三、发展历史

第三节 护肤品原料发展与趋势

一、护肤品原料的分类

二、2013年护肤品原料市场发展分析

三、护肤品原料研发新突破

四、护肤品原料开发的新动向

五、未来护肤品原料聚合物展望

第二章 全球护肤品市场发展分析

第一节 国际护肤品市场发展概况

一、国际护肤品市场概述

二、全球茶护肤品市场分析

三、全球天然护肤品需求量分析

第二节 部分国家和地区护肤品市场概况

一、拉美护肤品市场概况

二、欧洲护肤品市场概况

三、韩国护肤品市场概况

四、法国护肤品市场概况

五、俄罗斯护肤品市场现状分析

六、2013年泰国护肤品销售情况

七、2013年泰国男性化妆品市场增长

第三节 国际护肤品市场发展趋势

一、2014护肤品需求预测

二、2014年全球抗衰老护肤品发展趋势

三、2014年医学处方护肤品市场增长情况

四、2014年全球化妆品市场发展趋势

五、2014年全球天然化妆品市场销售额预测

第三章 我国护肤品市场发展分析

第一节 护肤品市场消费格局

- 一、顶端品牌消费格局
- 二、高端品牌消费格局
- 三、中端品牌消费格局
- 四、中低端品牌消费格局
- 五、低端品牌消费格局

第二节 中国护肤品市场的发展态势

- 一、护肤品品牌市场发展态势
- 二、护肤品市场细分情况
- 三、专业护肤品企业发展态势
- 四、高档护肤品发展情况
- 五、我国护肤品各级市场格局

第三节 2013年护肤品市场热点分析

- 一、2013年男性护肤品市场分析
- 二、2013年功能性护肤品市场分析
- 三、2013年奢华保养品市场分析
- 四、2013年护肤品热点话题总结
- 五、2013年护肤趋势流行分析

第二部分 护肤品相关及主要产品市场分析

第四章 护肤品包装市场发展分析

第一节 护肤品包装市场现状分析

- 一、现代护肤品包装的要求
- 二、国内护肤品市场包装主流分析
- 三、密闭包装在护肤品市场的情况
- 四、未来护肤品包装的新趋势
- 五、未来护肤品包装市场的发展趋势

第二节 美容化妆品包装的未来趋势

- 一、多层塑料复合技术
- 二、真空包装
- 三、胶囊包装
- 四、绿色包装趋势
- 五、塑料瓶依旧占有重要地位

第五章 化妆品市场发展分析

第一节 2013年中国化妆品销售市场分析

- 一、2013年转型下的中国化妆品产业
- 二、2013年化妆品各种渠道的生态描述
- 三、2013年化妆品行业渠道现象分析
- 四、我国化妆品行业的可持续发展
- 五、中国化妆品专卖店发展分析

第二节 2013年化妆品进出口分析

- 一、2013年化妆品出口数据分析
- 三、2013年化妆品进口数据分析
- 三、2013年中国化妆品降税情况
- 四、2013年东盟国家化妆品降税情况

第三节 2015-2020年化妆品的发展趋势

- 一、2014年化妆品市场前景预测
- 二、2014年化妆品及容器需求预测
- 三、2014年化妆品渠道定位趋势
- 四、2015-2020年中国化妆品市场增长预测
- 五、未来20年化妆品发展趋势预测
- 六、我国化妆品工业的发展趋势

第六章 主要护肤品产品市场发展分析

第一节 面膜市场分析

- 一、面膜发展历史
- 二、面膜发展概况
- 三、面膜市场的现状分析
- 四、面膜市场产品概念和包装分析
- 五、面膜市场发展前景分析
- 六、2013年日本古拉美雅环保饰面膜强势进入中国

第二节 美白护肤市场分析

- 一、美白护肤市场发展概况
- 二、2013年美白护肤新趋势
- 三、2013年美白护肤市场状况
- 四、2013年夏季美白潮流分析
- 五、2013年护肤美白发展趋势
- 六、2013年美白护肤四大原则

第三节 防晒护肤品市场分析

- 一、防晒护肤品发展概况

二、2013年防晒化妆品发展状况

三、2013年防晒一线市场发展状况

四、2013年防晒二三级市场发展状况

五、2015-2020年防晒产品市场发展趋势

第七章 重点消费人群护肤品市场分析

第一节 女性护肤品市场

一、城市女性使用护肤品调查情况

二、城市女性的防晒护肤调查分析

三、城市女性对护肤品的包装选择

四、城市女性选择化妆护肤品标准

五、城市女性使用护肤品种类分析

第二节 男性护肤品市场

一、男士护肤品市场发展状况及趋势

二、2013年男士护肤品市场现状分析

三、2013年我国男士护肤品竞争情况

四、男士护肤品市场呈专柜专区发展

五、男性专业护肤品的发展方向

六、2015-2020年男士护肤品发展趋势

七、2015-2020年男士美容市场增长预测

第三部分 护肤品市场营销策略分析

第八章 护肤品市场品牌及消费群体分析

第一节 中国护肤品市场品牌分析

一、2013年中国十大护肤品品牌

二、护肤化妆品品牌比较分析

三、护肤品市场品牌突围分析

四、2013年护肤品市场品牌竞争

五、2013年国际护肤品品牌青睐东北市场

第二节 护肤品消费群体分析

一、我国高校化妆品市场特征

二、高校学生对护肤品牌的态度分析

三、高校学生洁肤品与护肤品调查报告

四、美容化妆品市场消费状况调查

第九章 护肤品市场营销策略分析

第一节 中小型化妆品公司护肤品的对策分析

一、护肤品的产品定位及市场定位

二、护肤品的产品市场细分与定位

三、护肤品的市场促销战略分析

四、中小型化妆品公司护肤品的战略分析

第二节 护肤品营销形态分析

一、护肤化妆品新品营销模式

二、冬季护肤品营销形态分析

三、护肤品的促销要领分析

四、护肤品销售新模式探讨

第三节 护肤品营销策略分析

一、补水护肤品广告心理策略分析

二、护肤品广告市场分析

三、护肤品包装色彩营销

四、婴幼儿护肤品营销启示录

五、护肤品借力使力营销案例

第四部分 护肤品市场竞争格局分析

第十章 护肤品市场竞争格局

第一节 国内护肤品生产企业的SWOT分析

一、优势

二、劣势

三、机会

四、威胁

第二节 市场竞争格局分析

一、护肤品市场竞争格局

二、2013年屈臣氏全面升级护肤产品

三、2013年资生堂高端护肤品牌在华上市

四、护肤品与美容手术的比较分析

第三节 国内护肤品生产企业提高竞争力的途径

一、进行准确的市场定位

二、提高产品质量及加强品牌塑造

三、运用多种营销手段形成独到的营销策略

四、加强终端服务建设

五、开发男性护肤品市场

第十一章 全球主要护肤品企业分析

第一节 美国玫琳凯化妆品有限公司

一、公司概况

二、玫琳凯企业管理法则

三、公司经营情况

四、公司发展动态与规划

第二节 法国欧莱雅集团有限公司

一、公司概况

二、公司经营情况

三、公司应对金融危机的策略

四、公司成功经营的秘诀

第三节 日本资生堂有限公司

一、资生堂在中国

二、公司品牌情况

三、资生堂在中国渠道策略

四、公司发展动态

五、公司发展规划

第十二章 国内主要护肤品企业分析

第一节 索芙特股份有限公司

一、企业概况

二、公司经营情况分析

三、公司财务数据分析

四、公司最新发展动态及策略

第二节 上海家化联合股份有限公司

一、企业概况

二、公司经营情况分析

三、公司财务数据分析

四、公司最新发展动态及策略

第三节 台湾自然美

一、公司概况

二、自然美专业美容之路分析

三、公司发展动态

第四节 珠海姗拉娜化妆品有限公司

一、公司概况

二、姗拉娜管理策略

第五部分 护肤品行业发展趋势及战略

第十三章 护肤品行业发展环境分析

第一节 2014-2015年行业发展宏观经济环境

- 一、2013年国民经济发展情况
- 二、2013年我国工业行业发展状况分析
- 三、2013年我国农村和城镇居民纯收入情况
- 四、2013年我国全社会消费与投资状况分析
- 五、2014年中国经济增长分析预测

第二节 护肤品产业政策环境分析

- 一、2013年起施行《化妆品标识管理规定》
- 二、2013年化妆品成分必须全部标识
- 三、化妆品卫生标准“十一五”规划

第十四章 2015-2020年护肤品行业发展趋势展望

第一节 2013年护肤趋势分析

- 一、2013年天然有机成分的含量
- 二、2013年美白功效产品发展趋势
- 三、2014年药妆市场发展趋势
- 四、2014年抗衰老产品发展趋势

第二节 精油添加型护肤品发展预测

- 一、精油添加型护肤品在中国的发展
- 二、精油添加型护肤品的优势
- 三、精油添加型护肤品代表品牌
- 四、精油添加型护肤品发展趋势

第三节 2013年护肤品市场热点分析

- 一、2013年护肤品流行趋势
- 二、2013年护肤品“智能化”体验
- 三、2013年护肤新突破
- 四、未来护肤品市场发展趋势

第十五章 2015-2020年护肤品行业发展战略探讨

第一节 中小护肤品企业区域市场策略案例解析

- 一、集中资源重点投入
- 二、加强零售树立口碑
- 三、选择卖点集中宣传
- 四、增加沟通促销指引
- 五、导购与展示并重

第二节 化妆品市场专卖店销售增长模式分析

- 一、化妆品专卖店发展趋势
- 二、化妆品专卖店的优劣势分析

三、化妆品专卖店会员制管理分析

第三节 我国防晒护肤品的营销之路

一、防晒护肤品概念炒作

二、防晒护肤品产品线丰富

三、防晒护肤品渠道全覆盖

四、防晒化妆品营销走势

第四节 美容护肤品销售战略

一、售前战

二、售后战

三、护肤品牌终端销售

第五节 :护肤品牌市场策略案例解析

一、迪豆：以小搏大的品牌策略

二、屈臣氏：特色化营销策略

三、上海家化：民族品牌的振兴之路

四、毕加索：专业护肤品品牌传播策划案

五、童颜亮姿：美容护肤品的上市策略

六、欧莱雅：男性护肤品破传统观念

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/225245225245.html>