

中国护肤品行业研究及盈利空间研究报告(2014-2018)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国护肤品行业研究及盈利空间研究报告(2014-2018)》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/178923178923.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

2001年以来，我国每年的化妆品消费额稳定增长，复合增长率高达15.6%，而化妆品的细分产品又以护肤品为主，其占比为68.1%，未来中国护肤品仍然是化妆品公司的必争之地。近几年，护肤品市场的集中度有所下降，排名前三的欧莱雅、欧珀莱、玉兰油的市场份额都在下降，说明这些国外化妆品公司并不是无懈可击，国内化妆品公司有很大的机会去抢夺市场。

《中国护肤品行业研究及盈利空间研究报告(2014-2018)》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于护肤品产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为护肤品产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。报告在全面系统分析护肤品产品市场的基础上，按照专业的投资评估方法，站在第三方角度客观公正地对护肤品产品的投资进行评价。为企业的投资决策提供了重要的依据。

本报告详述了护肤品产品的行业概况、市场发展现状及护肤品产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究护肤品市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对护肤品行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对护肤品产品投资的建议。

本报告以定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息，采用统计图表等多种形式将研究结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度保证了报告内容的系统性和完整性，为企业的发展和对护肤品的投资提供了决策依据。

报告目录：

第一章 护肤品行业基本情况

1.1 护肤品的类型及作用

1.2 护肤品的历史沿革

1.3 美白护肤品简介

1.4 控油护肤品的成分

1.5 各种护肤品的理化指标

第二章 2013年全球护肤品行业发展现状分析

2.1 全球护肤品市场综合分析

2.1.1 总体发展状况

2.1.2 市场综述

2.1.3 有机护肤品市场迅速增长

2.1.4 茶护肤品市场兴起

2.1.5 驱动市场发展的因素

2.2 欧洲

2.2.1 欧洲面部护肤品市场发展概况

2.2.2 西欧男士护肤品市场发展状况

2.2.3 德国男士美容护肤品需求迅速增长

2.2.4 奥地利美容护肤产品受市场青睐

2.3 美国

2.3.1 美国护肤品的特征

2.3.2 美国面部护肤品市场情况分析

2.3.3 日系护肤品在美市场发展状况

2.4 日本

2.4.1 日本护肤品市场发展现状

2.4.2 日本中老年护肤品消费群体发展动向

2.4.3 日本男性护肤品市场前景预测

第三章2013年中国护肤品行业发展环境分析

3.1 经济环境及其影响

3.1.1 国际经济形势

3.1.2 国内经济环境

3.2 产业政策对行业的影响

3.2.1 行业相关政策汇总

3.2.2 行业重点政策和重大事件分析

3.2.3 政策未来发展趋势

3.3 行业社会环境分析

第四章2013年中国护肤品行业产业链分析

4.1 产业链介绍

4.1.1 护肤品行业产业链简介

4.1.2 护肤品行业产业链特征分析

4.2 上游行业运行及对行业的影响

4.2.1 包装行业

4.2.1.1 现代护肤品包装业分析

4.2.1.2 护肤品包装玻璃材质仍占主流

4.2.1.3 儿童护肤品包装的卡通热潮分析

4.2.1.4 护肤品包装未来发展趋势

4.2.2 香精香料行业

4.2.3 上游行业对护肤品行业的影响

4.3 下游美容行业分析及其对护肤品行业的影响

第五章2013年中国护肤品行业发展现状分析

5.1 中国护肤品行业发展综述

5.1.1 行业发展概况

5.1.2 品牌发展阶段

5.1.3 市场发展状况

5.1.4 2011-2013年中国护肤品市场运行分析

5.1.5 高档市场发展迅猛

5.1.6 足部护理产品成市场消费亮点

5.1.7 企业产品定位分析

5.2 护肤品市场竞争分析

5.2.1 中国护肤品市场竞争现状

5.2.2 我国护肤品市场的渠道竞争分析

5.2.3 男士高端护肤品市场竞争加剧

5.2.4 护肤品市场竞争的突破点

第六章2013年中国护肤品细分市场发展分析——按类型划分

6.1 洗面奶

6.1.1 洗面奶基本概述

6.1.2 我国洗面奶的零售渠道

6.1.3 男士洗面奶渐受市场青睐

6.2 洗手液

6.2.1 中国洗手液市场发展概述

6.2.2 中国洗手液市场格局分析

6.2.3 洗手液的价格及市场定位

6.2.4 开发洗手液市场的策略

6.3 香皂

6.3.1 中国香皂产品的分类

6.3.2 我国香皂市场的典型特点分析

6.3.3 “非皂性”香皂发展态势良好

6.3.4 香皂市场迎来特色化经营时代

6.4 沐浴露

6.4.1 中国沐浴露市场发展概况

6.4.2 沐浴露市场竞争分析

6.4.3 中国沐浴露市场需求增长迅速

6.4.4 中国沐浴露市场发展前景预测

6.5 面膜

6.5.1 面膜产品形态概述

6.5.2 面膜消费者形态分析

6.5.3 中国面膜市场的竞争态势

6.5.4 面膜市场的竞争策略

第七章2013年中国护肤品细分市场分析——按消费群体划分

7.1 男性护肤品

7.1.1 男性护肤品消费的发展回顾

7.1.2 中国男性护肤品市场现状分析

7.1.3 我国男士化妆品市场发展趋热

7.1.4 我国男士护肤品市场格局分析

7.1.5 男性护肤品市场的消费需求

7.1.6 男性护肤品的产品特性及品牌定位

7.2 儿童护肤品

7.2.1 儿童护肤品市场发展状况

7.2.2 儿童护肤品市场的消费特征

7.2.3 儿童护肤品市场竞争状况分析

7.2.4 外资儿童护肤品牌积极进军中国市场

7.2.5 竞争态势下国产儿童护肤品牌的崛起

7.2.6 我国儿童护肤品专门标准缺失

7.2.7 儿童护肤品未来发展方向

7.3 中老年人护肤品

7.3.1 抗衰老化妆品受中老年女性消费群体青睐

7.3.2 中国中老年护肤品市场有待发展

7.3.3 中国自有品牌老年护肤品上市

7.3.4 我国老年人专用护肤品需求潜力分析

7.4 其他人群护肤品

7.4.1 国内五大城市女性防晒消费状况

7.4.2 女大学生护肤品消费特点

7.4.3 高校学生护肤品的消费形态

第八章 护肤品细分市场发展分析——按功能划分

8.1 美白护肤品市场

8.1.1 美白护肤品的成分

8.1.2 美白护肤品市场的发展特征

8.1.3 美白护肤品市场品牌格局分析

8.1.4 国内美白护肤产品的消费需求分析

8.1.5 美白护肤产品的研究状况

8.2 祛斑护肤品市场

8.2.1 祛斑护肤品的主要特点

8.2.2 影响祛斑护肤品消费者购买的因素

8.2.3 中医美白祛斑产品市场发展态势分析

8.2.4 祛斑护肤品市场面临的困境

8.3 防晒护肤品市场

8.3.1 中国防晒护肤品的历史沿革

8.3.2 我国防晒护肤产品全线升级

8.3.3 我国引导防晒类护肤品消费

8.3.4 防晒护肤品零售终端市场的特点

8.3.5 防晒护肤品未来发展趋势

第九章 护肤品行业重点企业分析

9.1 美国雅芳

9.1.1 公司简介

9.1.2 2012-2013年公司经营状况

9.2 美国宝洁

9.2.1 公司简介

9.2.2 2012-2013年公司经营状况

9.3 美国安利

9.3.1 公司简介

9.3.2 2012-2013年公司经营状况

9.4 美国雅诗兰黛

9.4.1 公司简介

9.4.2 2012-2013年公司经营状况

9.5 美国玫琳凯

9.5.1 公司简介

9.5.2 2012-2013年公司经营状况

9.6 法国欧莱雅

9.6.1 公司简介

9.6.2 2012-2013年公司经营状况

9.7 英国联合利华

9.7.1 公司简介

9.7.2 2012-2013年公司经营状况

9.8 日本资生堂

9.8.1 公司简介

9.8.2 2012-2013年公司经营状况

9.9 美国强生

9.9.1 公司简介

9.9.2 2012-2013年公司经营状况

9.10 索芙特股份有限公司

9.10.1 公司简介

9.10.2 2012-2013年公司经营状况

9.10.2.1 财务指标分析

9.10.2.2 偿债能力分析

9.10.2.3 盈利能力分析

9.10.2.4 营运能力分析

9.10.2.5 成长能力分析

9.10.3 公司发展战略规划

9.11 上海家化联合股份有限公司

9.11.1 公司简介

9.11.2 2012-2013年公司经营状况

9.11.2.1 财务指标分析

9.11.2.2 偿债能力分析

9.11.2.3 盈利能力分析

9.11.2.4 营运能力分析

9.11.2.5 成长能力分析

9.11.3公司发展战略规划

9.12 美即控股

9.12.1 公司简介

9.12.2 2012-2013年公司经营状况

9.12.2.1 财务指标分析

9.12.2.2 偿债能力分析

9.12.2.3 盈利能力分析

9.12.2.4 营运能力分析

9.12.2.5 成长能力分析

9.12.3公司发展战略规划

9.13 相宜本草

9.13.1 公司简介

9.13.2 发展状况

9.13.3 未来发展思路

第十章 2013年中国护肤品行业投资分析

10.1 护肤品行业投资价值分析

10.1.1 政策扶持力度

10.1.2 技术成熟度

10.1.3 社会综合成本

10.1.4 进入门槛

10.1.5 潜在市场空间

10.2 护肤品行业投融资分析

10.2.1 行业固定资产投资状况

10.2.2 行业外资进入状况

10.2.3 行业并购重组分析

10.3 护肤品行业投资机会分析

10.4 护肤品行业投资风险分析

10.4.1 经济环境风险

10.4.2 政策环境风险

10.4.3 市场环境风险

10.4.4 其他风险

第十一章 2014-2018年中国护肤品行业发展趋势及前景

11.1 2014-2018年中国护肤品行业预测分析

11.2 2014-2018年中国护肤品市场发展方向

11.3 2014-2018年中国护肤品细分市场潜力分析

11.4 花朵美容护肤品有望成为市场发展新热点

11.5 医药处方护肤品发展前景预测

图表目录：（部分）

图表：2001-2012年我国化妆品市场规模及增速

图表：我国市场化妆品按价位细分情况

图表：我国化妆品消费者细分情况

图表：我国护肤品市场集中度下降

图表：我国护肤品市场份额（%）情况

图表：近年来我国化妆品广告投放额增幅较大

图表：我国化妆品渠道销售占比变化

图表：我国化妆品各销售渠道情况比较

图表：我国美容沙龙（SPA）品牌分类

图表：2011年1-12月中国化妆品制造行业全部企业数据分析

图表：2012年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

图表：2013年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

图表：2011年1-12月中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

图表：2012年1-12月中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

图表：2013年1-12月中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

图表：2011年1-12月中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

图表：2012年1-12月中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

图表：2013年1-12月中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

图表：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表：2012-2013年10月固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2012-2013年10月固定资产投资到位资金同比增速

图表：2013年1-10月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2012年10月-2013年10月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2012年10月-2013年10月鲜菜与鲜果价格变动情况

图表：2013年10月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2013年10月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2013年10月居民消费价格主要数据

图表：2012年10月-2013年10月规模以上工业增加值同比增长速度

特别说明：中国报告网所发行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/178923178923.html>