

中国护肤品产业全景调研及盈利空间评估报告（2013-2017）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国护肤品产业全景调研及盈利空间评估报告（2013-2017）》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/149916149916.html>

报告价格：电子版: 7000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

统计资料显示：2011 年全球化妆品市场规模达 1530 亿欧元。护肤品作为化妆品行业的重要组成部分，2011年全球护肤品行业市场规模达到475亿欧元，市场规模占比达到31%。

2011年我国化妆品销售额超过1,000 亿元，约占全球化妆品市场的6.8%，仅次于美国、日本和巴西，位居第四。过去十年间，我国化妆品市场增长迅速。2001-2011年我国化妆品市场规模复合年均增长率高达15.8%，成为全球增长最快的市场之一。护肤产品是我国化妆品市场的主要构成部分，2011年度，居民消费的护肤类产品占到化妆品市场总量的68.1%，市场规模超过730亿元，随着中国经济的发展，居民消费实力的增强，预计我国护肤品行业市场规模仍将保持上升趋势。

中国报告网发布的《中国护肤品产业全景调研及盈利空间评估报告（2013-2017）》共十五章。首先介绍了中国护肤品行业的概念，接着分析了中国护肤品行业发展环境，然后对中国护肤品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国护肤品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国护肤品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录

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、护肤品定义

二、护肤品分类

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、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、全球天然护肤品的现状

第二节 部分国家和地区护肤品市场概况

八、印度护肤品市场概况

第三节 国际护肤品市场发展趋势

第三章 中国化妆品市场发展分析

第一节 2012年中国化妆品行业发展分析

- 一、2012年转型下的中国化妆品产业
- 二、2012年化妆品各种渠道的生态描述
- 三、2012年化妆品专营业态的生存状态
- 四、2012年化妆品行业渠道现象分析
- 五、中国化妆品行业的可持续发展

第二节 中国化妆品市场总体概况

- 一、中国化妆品市场规模分析
- 二、中国化妆品市场特点分析
- 三、中国化妆品市场结构分析
- 四、化妆品区域市场结构分析

第三节 2012年化妆品进出口分析

- 一、2012年化妆品出口数据分析
- 二、2012年化妆品进口数据分析
- 三、2012年化妆品降税利好被冲抵
- 四、欧盟将实行新的化妆品法规

第四章 中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分析
- 二、护肤品市场细分产品情况

三、专业护肤品企业发展态势

四、高档护肤品发展情况

第五章 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、面膜市场发展态势

四、面膜市场竞争将日趋激烈

五、面膜市场产品概念和包装分析

六、面膜市场发展前景分析

第二节 美白护肤市场分析

一、美白护肤市场发展概况

二、美白护肤品市场份额分析

三、2012年夏季美白潮流分析

四、美白护肤品的技术发展趋势

五、2012年护肤美白发展趋势

六、2012年美白护肤四大原则

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

第二节 男性护肤品市场

- 一、男士护肤品市场发展现状
- 二、中国男士护肤品牌关注度
- 三、中国男士护肤品竞争情况
- 第三节 中老年人护肤品市场
 - 一、老人护肤品市场概况
 - 二、老年化妆品市场前景
- 第四节 儿童及婴幼儿用护肤品市场
 - 一、儿童类护肤用品简介
 - 二、儿童护肤品市场需求分析
- 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、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、护肤品市场品牌竞争分析
 - 五、护肤品细分市场竞争状况
 - 六、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、中国高校化妆品市场特征
 - 二、高校学生对护肤品牌态度分析
 - 三、高校学生洁肤品与护肤品调查报告
 - 四、高校学生化妆品市场潜力分析
- 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
 - 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
 - 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
- 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、屈臣氏全面升级护肤产品

三、资生堂高端护肤品牌在华上市

四、欧美护肤品在华首次降价

第三节 国内护肤品生产企业提高竞争力的途径

第十一章 全球护肤品重点企业分析

第一节 美国玫琳凯化妆品有限公司

一、企业简介

二、玫琳凯发展历程

三、玫琳凯营销模式

四、玫琳凯中国新投资

五、玫琳凯苏州数据中心

第二节 欧莱雅 (L'Oreal)

一、企业简介

二、欧莱雅在中国的最新发展

三、欧莱雅公司经营情况分析

四、欧莱雅在中国的经营策略分析

五、欧莱雅建亚洲最大彩妆生产基地

第三节 资生堂 (Shiseido)

一、企业简介

二、资生堂历史

三、资生堂公司经营状况

四、日本资生堂品牌线路探讨

五、资生堂彩妆业务经营特色

六、资生堂在华未来发展战略

第四节 雅芳 (Avon)

一、企业简介

二、雅芳的产品简介

三、雅芳公司经营状况

四、雅芳营销模式转型分析

五、雅芳在上海建最大海外研发中心

第五节 宝洁 (P&G , Procter & Gamble)

- 一、公司简介
- 二、宝洁公司经营情况分析
- 三、宝洁在中国迅速发展的成功经验
- 四、宝洁公司多品牌策略的分析
- 五、宝洁品牌广告的四大绝招
- 六、宝洁公司“4C”营销策略分析

第六节 雅诗兰黛 (Est é e Lauder)

- 一、企业及品牌简介
- 二、雅诗兰黛发展简史
- 三、雅诗兰黛的产品与服务
- 四、雅诗兰黛在华发展情况
- 五、雅诗兰黛经营情况
- 六、雅诗兰黛市场前景发展

第七节 安利 (Amway)

- 一、企业简介
- 二、安利经营情况
- 三、安利中国的现状分析
- 四、安利 (中国) 品牌战略

第八节 联合利华 (Unilever)

- 一、公司简介
- 二、联合利华在中国的发展情况
- 三、联合利华公司经营情况分析
- 四、联合利华在华发展策略分析
- 五、联合利华多品牌营销战略优势分析
- 六、联合利华品牌战略提升竞争力
- 七、联合利华圈地加大产品投入

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、竞争优势分析
- 三、2011-2012年经营状况分析
- 四、公司发展战略分析

第二节 上海家化联合股份有限公司

- 一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第三节 自然美生物科技股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第四节 珠海姗拉娜化妆品有限公司

一、企业基本情况

二、企业发展历程

三、姗拉娜营销策略

第五节 上海郑明明化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第六节 北京大宝化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第七节 天津郁美净集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第八节 广州市采诗化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第十三章 护肤品行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

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、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 护肤品产业政策环境分析

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

特别说明：中国报告网发行报告书中的数据和内容会随时间变化补充更新，报告出版年份对报告质量不会造成任何影响。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/149916149916.html>