

2018-2023年中国护肤品行业市场前瞻与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

- 第1章：中国护肤品行业发展综述**
 - 1.1 护肤品行业概念界定**
 - 1.1.1 护肤品行业定义
 - 1.1.2 护肤品行业产品类别
 - 1.1.3 行业在国民经济中的地位
 - 1.2 护肤品行业统计标准**
 - 1.2.1 护肤品行业统计部门和统计口径
 - 1.2.2 护肤品行业统计方法
 - 1.2.3 护肤品行业数据种类
 - 1.3 护肤品行业产业链分析**
 - 1.3.1 护肤品行业产业链结构分析
 - 1.3.2 护肤品行业主要下游产业市场发展状况
 - (1) 美容业市场发展状况分析
 - (2) 护肤品消费人群特点分析
 - 1.3.3 护肤品行业上游产业市场发展状况
 - (1) 护肤品包装行业市场发展状况分析
 - (2) 护肤品原材料市场发展状况分析
- 第2章：护肤品行业市场环境分析**
 - 2.1 行业政策环境分析**
 - 2.1.1 行业相关政策动向
 - (1) 我国化妆品相关政策动向
 - (2) 国家引导防晒类护肤品消费
 - 2.1.2 行业发展规划分析
 - 2.1.3 护肤品的行业标准
 - 2.1.4 政策环境对行业的影响总结
 - 2.2 行业经济环境分析**
 - 2.2.1 国际宏观经济环境分析
 - (1) 国际经济环境现状分析
 - (2) 国际宏观经济预测
 - 2.2.2 国内宏观经济发展分析
 - (1) 我国GDP增长
 - (2) 城镇固定资产投资
 - (3) 工业增加值增长
 - (4) 居民人均收入变化
 - 2.2.3 行业宏观经济环境分析
 - (1) 行业与GDP的关联性分析
 - (2) 行业与居民收入的关联性分析
 - 2.2.4 经济环境对行业的影响总结
 - 2.3 行业消费需求环境分析**
 - 2.3.1 行业需求特征分析
 - 2.3.2 行业需求趋势分析
 - (1) 消费观念变化分析
 - (2) 护肤品的发展方向
 - (3) 男士护肤品需求特点
 - 2.3.3 行业市场消费行为分析
 - (1) 非理性消费
 - (2) 不言悔消费
 - (3) 不同性别居民的护肤品购买分析
 - (4) 不同收入居民的护肤品购买分析
 - 2.4 行业贸易环境分析**
 - 2.4.1 行业贸易环境发展现状

2.4.2 行业贸易环境发展趋势

第3章：2013-2018年护肤品行业发展状况分析

3.1 中国护肤品行业发展状况分析

- 3.1.1 中国护肤品行业发展总体概况
- 3.1.2 中国护肤品行业发展主要特点
- 3.1.3 2013-2018年护肤品行业经营情况分析
 - (1) 2013-2018年护肤品行业经营效益分析
 - (2) 2013-2018年护肤品行业盈利能力分析
 - (3) 2013-2018年护肤品行业运营能力分析
 - (4) 2013-2018年护肤品行业偿债能力分析
 - (5) 2013-2018年护肤品行业发展能力分析

3.2 2013-2018年护肤品行业经济指标分析

- 3.2.1 护肤品行业主要经济效益影响因素
- 3.2.2 2013-2018年护肤品行业经济指标分析
- 3.2.3 2013-2018年不同地区企业经济指标分析
 - (1) 不同地区销售收入情况分析
 - (2) 不同地区资产总额情况分析
 - (3) 不同地区负债情况分析
 - (4) 不同地区销售利润情况分析
 - (5) 不同地区利润总额情况分析
 - (6) 不同地区产成品情况分析

3.3 2013-2018年护肤品行业供需平衡分析

- 3.3.1 2013-2018年全国护肤品行业供给情况分析
 - (1) 2013-2018年全国护肤品行业总产值分析
 - (2) 2013-2018年全国护肤品行业产成品分析
- 3.3.2 2013-2018年各地区护肤品行业供给情况分析
 - (1) 2013-2018年总产值排名前10个地区分析
 - (2) 2013-2018年产成品排名前10个地区分析
- 3.3.3 2009-2018年全国护肤品行业需求情况分析
 - (1) 2009-2018年全国护肤品行业销售产值分析
 - (2) 2009-2018年全国护肤品行业销售收入分析
- 3.3.4 2013-2018年各地区护肤品行业需求情况分析
 - (1) 2013-2018年销售产值排名前10个地区分析
 - (2) 2013-2018年销售收入排名前10个地区分析
- 3.3.5 2009-2018年全国护肤品行业产销率分析

3.4 2013-2018年护肤品行业进出口市场分析

- 3.4.1 护肤品行业进出口综述
- 3.4.2 护肤品行业出口分析
 - (1) 总体出口情况
 - (2) 出口产品结构
- 3.4.3 护肤品行业进口分析
 - (1) 总体进口情况
 - (2) 进口产品结构

第4章：护肤品行业市场竞争状况分析

4.1 行业总体市场竞争状况分析

4.2 行业国际市场竞争状况分析

- 4.2.1 国际护肤品市场发展状况
- 4.2.2 国际护肤品市场竞争状况分析
 - (1) 美国市场
 - (2) 英国市场
 - (3) 韩国市场
 - (4) 巴西市场
- 4.2.3 国际护肤品市场发展趋势分析
- 4.2.4 跨国公司在中国市场的投资布局
 - (1) 欧莱雅在华市场投资布局分析
 - (2) 宝洁在华市场投资布局分析
 - (3) 资生堂在华市场投资布局分析
 - (4) 雅芳在华市场投资布局分析
 - (5) 联合利华在华市场投资布局分析

- 4.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析
 - (1) 欧莱雅在中国的竞争策略
 - (2) 宝洁在中国的竞争策略
 - (3) 联合利华在中国的竞争策略
 - 4.3 行业国内市场竞争状况分析
 - 4.3.1 国内护肤品行业竞争格局分析
 - 4.3.2 国内护肤品行业品牌关注度分析
 - 4.3.3 国内护肤品行业市场规模分析
 - 4.3.4 国内护肤品行业潜在威胁分析
 - 4.4 行业投资兼并与重组整合分析
 - 4.4.1 护肤品行业投资兼并与重组整合概况
 - 4.4.2 国际护肤品企业投资兼并与重组整合
 - (1) 投资兼并重组现状
 - (2) 投资兼并重组案例
 - 4.4.3 国内护肤品企业投资兼并与重组整合
 - (1) 投资兼并重组现状
 - (2) 投资兼并重组案例
 - 4.4.4 护肤品行业投资兼并与重组整合特征判断
 - 4.5 行业不同经济类型企业特征分析
 - 4.5.1 不同经济类型企业特征情况
 - 4.5.2 行业经济类型集中度分析
- 第5章：护肤品行业主要产品市场发展现状及前景**
- 5.1 洁肤品市场发展现状及前景预测
 - 5.1.1 洁肤品行业市场发展概述
 - 5.1.2 洁肤品市场发展规模分析
 - (1) 洗面奶
 - (2) 卸妆类洁肤品
 - (3) 精油皂
 - 5.1.3 洁肤品品牌竞争格局分析
 - 5.1.4 洁肤品市场发展趋势及前景
 - 5.2 润肤/护肤品市场发展现状及前景预测
 - 5.2.1 润肤/护肤品市场发展概述
 - 5.2.2 润肤/护肤品市场发展规模分析
 - (1) 滋润保湿类护肤品
 - (2) 美白类护肤品
 - (3) 防晒类护肤品
 - (4) 祛痘类护肤品
 - (5) 祛斑类护肤品
 - (6) 抗皱、抗衰老类护肤品
 - 5.2.3 润肤/护肤品品牌竞争格局分析
 - (1) 护肤类化妆品品牌关注度
 - (2) 护肤品牌竞争分析
 - 5.2.4 润肤/护肤品市场发展趋势及前景
 - 5.3 男士护肤品市场发展现状及前景预测
 - 5.3.1 男士护肤品行业市场发展概述
 - 5.3.2 男士护肤品市场规模分析
 - 5.3.3 男士护肤品市场关注度分析
 - 5.3.4 男士护肤品品牌竞争格局
 - 5.3.5 男士护肤品行业市场发展趋势及前景
 - 5.4 其它护肤品市场发展现状及前景预测
 - 5.4.1 护手护肤品市场发展现状及前景预测
 - (1) 护手护肤品市场发展现状分析
 - (2) 护手护肤品市场发展趋势及前景
 - 5.4.2 护身护肤品市场发展现状及前景预测
 - (1) 护身护肤品市场发展现状分析
 - (2) 护身护肤品市场发展趋势及前景
 - 5.4.3 润唇膏市场发展现状及前景预测
 - (1) 润唇膏市场发展现状分析
 - (2) 润唇膏市场发展趋势及前景

5.4.4 眼部护理护肤品市场发展现状及前景预测

- (1) 眼部护理护肤品市场发展现状分析
- (2) 眼部护理护肤品市场发展趋势及前景

5.5 护肤品行业主要产品市场关注情况分析

- 5.5.1 护肤品行业产品类别关注度分析
 - (1) 2013年行业产品类别关注度分析
 - (2) 2014年行业产品类别关注度分析
- 5.5.2 护肤品行业产品关注度分析
 - (1) 2013年行业产品关注度分析
 - (2) 2014年行业产品关注度分析

第6章：中国护肤品行业重点区域市场发展现状及前景

6.1 行业总体区域结构特征分析

- 6.1.1 行业区域结构总体特征
- 6.1.2 行业区域集中度分析
- 6.1.3 行业区域分布特点分析
- 6.1.4 行业规模指标区域分布分析
- 6.1.5 行业效益指标区域分布分析

6.2 广东省护肤品行业发展分析及预测

- 6.2.1 广东省护肤品行业发展规划及配套设施
- 6.2.2 广东省护肤品行业在行业中的地位变化
- 6.2.3 广东省护肤品行业经济运行状况分析
- 6.2.4 广东省护肤品市场发展趋势及前景预测

6.3 浙江省护肤品行业发展分析及预测

- 6.3.1 浙江省护肤品行业发展规划及配套设施
- 6.3.2 浙江省护肤品行业在行业中的地位变化
- 6.3.3 浙江省护肤品行业经济运行状况分析
- 6.3.4 浙江省护肤品市场发展趋势及前景预测

6.4 上海市护肤品行业发展分析及预测

- 6.4.1 上海市护肤品行业发展规划及配套设施
- 6.4.2 上海市护肤品行业在行业中的地位变化
- 6.4.3 上海市护肤品行业经济运行状况分析
- 6.4.4 上海市护肤品市场发展趋势及前景预测

6.5 江苏省护肤品行业发展分析及预测

- 6.5.1 江苏省护肤品行业发展规划及配套设施
- 6.5.2 江苏省护肤品行业在行业中的地位变化
- 6.5.3 江苏省护肤品行业经济运行状况分析
- 6.5.4 江苏省护肤品市场发展趋势及前景预测

6.6 福建省护肤品行业发展分析及预测

- 6.6.1 福建省护肤品行业发展规划及配套设施
- 6.6.2 福建省护肤品行业在行业中的地位变化
- 6.6.3 福建省护肤品行业经济运行状况分析
- 6.6.4 福建省护肤品市场发展趋势及前景预测

6.7 北京市护肤品行业发展分析及预测

- 6.7.1 北京市护肤品行业发展规划及配套设施
- 6.7.2 北京市护肤品行业在行业中的地位变化
- 6.7.3 北京市护肤品行业经济运行状况分析
- 6.7.4 北京市护肤品市场发展趋势及前景预测

6.8 辽宁省护肤品行业发展分析及预测

- 6.8.1 辽宁省护肤品行业发展规划及配套设施
- 6.8.2 辽宁省护肤品行业在行业中的地位变化
- 6.8.3 辽宁省护肤品行业经济运行状况分析
- 6.8.4 辽宁省护肤品市场发展趋势及前景预测

6.9 天津市护肤品行业发展分析及预测

- 6.9.1 天津市护肤品行业发展规划及配套设施
- 6.9.2 天津市护肤品行业在行业中的地位变化
- 6.9.3 天津市护肤品行业经济运行状况分析
- 6.9.4 天津市护肤品市场发展趋势及前景预测

6.10 四川省护肤品行业发展分析及预测

- 6.10.1 四川省护肤品行业发展规划及配套设施

- 6.10.2 四川省护肤品行业在行业中的地位变化
- 6.10.3 四川省护肤品行业经济运行状况分析
- 6.10.4 四川省护肤品行业发展趋势及前景预测

第7章：护肤品行业主要企业生产经营分析

7.1 护肤品企业发展总体状况分析

- 7.1.1 护肤品行业企业规模
- 7.1.2 护肤品资产总值状况
- 7.1.3 护肤品行业销售收入和利润

7.2 护肤品行业重点企业个案分析

- 7.2.1 广州宝洁有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 7.2.2 江苏隆力奇集团有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业组织架构分析
 - (4) 企业产品结构及新产品动向
 - (5) 企业销售渠道与网络
 - (6) 企业经营状况优劣势分析
 - (7) 企业最新发展动向分析
- 7.2.3 联合利华（中国）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 7.2.4 玫琳凯（中国）化妆品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 7.2.5 强生（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 7.2.6 雅芳（中国）有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 7.2.7 上海家化联合股份有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向
- 7.2.8 资生堂丽源化妆品有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.9 湖北丝宝股份有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.10 妮维雅（上海）有限公司经营情况分析
- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析

- 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.11 苏州尚美国际化妆品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.12 仙妮蕾德(中国)有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.13 北京大宝化妆品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.14 拉芳家化股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.15 上海花王有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析

- 7.2.16 浙江欧诗漫集团有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 7.2.17 美科化妆品（上海）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.18 上海卓多姿中信化妆品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.19 新生活集团（中国）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.20 索芙特股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构分析
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向
- 7.2.21 广州市好迪化妆品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.22 江苏东洋之花生物科技股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.23 安利(中国)日用品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 7.2.24 曼秀雷敦(中国)药业有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 7.2.25 名臣健康用品股份有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
 - (6) 企业最新发展动向分析
- 7.2.26 广东雅倩化妆品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向

- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.27 厦门顶康生物科技有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.28 贝依生化（苏州工业园区）有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络建设
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.29 高丝化妆品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营状况分析
 - 1) 企业产销能力分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (3) 企业产品结构及新产品动向
 - (4) 企业销售渠道与网络
 - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 7.2.30 广州市采诗化妆品有限公司经营情况分析
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业产品结构及新产品动向
 - (3) 企业销售渠道与网络
 - (4) 企业经营状况优劣势分析

第8章：护肤品行业发展趋势分析与前景预测

8.1 中国护肤品市场发展趋势

- 8.1.1 中国护肤品市场发展趋势分析
- 8.1.2 中国护肤品市场发展前景预测

8.2 护肤品行业投资特性分析

- 8.2.1 护肤品行业进入壁垒分析
- 8.2.2 护肤品行业盈利模式分析
- 8.2.3 护肤品行业盈利因素分析

8.3 中国护肤品行业投资建议

- 8.3.1 护肤品行业投资风险分析
- 8.3.2 前瞻护肤品行业投资建议

第9章：护肤品行业的营销策略及渠道分析

9.1 护肤品行业的营销策略分析

- 9.1.1 护肤品行业战略营销模式概述
- 9.1.2 护肤品行业企业战略营销模式分析
 - (1) 成本领先的战略营销模式
 - (2) 研发领先的战略营销模式
 - (3) 功效领先的战略营销模式
 - (4) 渠道领先的战略营销模式

- (5) 传播领先的战略营销模式
- (6) 服务领先的战略营销模式

9.2 护肤品行业的营销渠道分析

9.2.1 护肤品行业营销渠道发展模式概述

9.2.2 护肤品行业主要营销渠道发展分析

- (1) 百货商场专柜
 - 1) 渠道概况
 - 2) 品牌分析
 - 3) 进入壁垒
 - 4) 成本构成
 - 5) 收益分析
- (2) 护肤品专营店
 - 1) 渠道概况
 - 2) 运营策略
 - 3) 进入壁垒
 - 4) 成本构成
 - 5) 收益分析
 - 1、化妆品专营店利润下降因素分析
 - 2、化妆品专营店现有盈利分析
 - 3、化妆品专营店的核心盈利点
- (3) 加盟专卖店
 - 1) 渠道概况
 - 2) 品牌分析
 - 3) 运营策略
 - 4) 成本构成
 - 5) 收益分析
- (4) 便利店
- (5) 超市、大卖场
 - 1) 渠道概况
 - 2) 品牌分析
 - 3) 进入壁垒
 - 4) 成本构成
 - 5) 收益分析
- (6) 直销
 - 1) 人员直销
 - 2) 店铺直销
- (7) 电视购物
 - 1) 渠道概况
 - 2) 品牌分析
 - 3) 进入壁垒
 - 4) 成本构成
 - 5) 收益分析
- (8) 网络购物
 - 1) 渠道销售规模
 - 2) 渠道特性分析
 - 3) 渠道优劣势分析
 - 4) 与传统渠道关联
 - 5) 渠道经营策略
- (9) 药店
 - 1) 渠道概况
 - 2) 品牌分析
 - 3) 进入壁垒
 - 4) 成本构成
 - 5) 收益分析
- (10) 美容院
 - 1) 渠道概况
 - 2) 品牌分析
 - 3) 进入壁垒
 - 4) 成本构成

- 5) 收益分析
- 9.2.3 护肤品行业分销通路分析
- 9.2.4 护肤品行业销售渠道建设方向及应对措施
 - (1) 变渠道多元为主次分清
 - (2) 变区域经营为渠道类别经营
 - (3) 实行品牌引导下的渠道专业化
- 9.3 护肤品行业重点企业营销案例分析**
 - 9.3.1 欧莱雅男士护肤品营销策略分析
 - (1) 欧莱雅的广告策略
 - (2) 品牌名称的性别性
 - (3) 代言人的选择
 - (4) 诉求点分析
 - 9.3.2 佰草集营销策略分析——坚持的胜利
 - (1) 坚持国际化
 - (2) 坚持稳健的渠道拓展
 - (3) 开拓市场的另类营销策略

图表目录

- 图表1: 护肤品行业产品分类表
- 图表2: 2003-2018年护肤品行业工业总产值及占GDP比重 (单位: 亿元, %)
- 图表3: 我国统计上大中小微型企业划分标准 (工业类) (单位: 人, 万元)
- 图表4: 中国企业的市场主体分类
- 图表5: 中国不同所有制性质企业的划分
- 图表6: 护肤品行业所处产业链示意图
- 图表7: 美容院顾客服务项目选择倾向性调查统计 (单位: %)
- 图表8: 美容行业求职意向与企业需求岗位TOP10对比表
- 图表9: 女性消费者获得化妆品信息渠道统计 (单位: %)
- 图表10: 女性消费者购买化妆品渠道统计 (单位: %)
- 图表11: 美容行业主要消费群体的职业分布 (单位: %)
- 图表12: 美容行业主要消费群体的年龄分布 (单位: %)
- 图表13: 中国护肤品主要消费群体特点分析 (元)
- 图表14: 护肤品包装特点
- 图表15: 护肤品包装趋势分析
- 图表16: 2009-2018年香精香料行业工业总产值及增长率走势 (单位: 亿元, %)
- 图表17: 2009-2018年香精香料行业销售收入及增长率变化趋势图 (单位: 亿元, %)
- 图表18: 护肤品细分原材料介绍
- 图表19: 近年来国内化妆品行业相关政策列表
- 图表20: 《轻工业调整和振兴规划》目标
- 图表21: 《化妆品行业“十三五”发展规划》提出存在的问题
- 图表22: 2013-2018年中国化妆品行业销售收入规划图 (单位: 亿元, %)
- 图表23: 化妆品行业规划品牌目标
- 图表24: 化妆品行业新产品份额规划
- 图表25: 1997-2018年护肤品行业的相关标准
- 图表26: 2013-2018年七国集团GDP增长率 (单位: %)
- 图表27: 2013-2018年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率 (单位: %)
- 图表28: 2013-2018年全球主要国家宏观经济增长率指标及预测 (单位: %)
- 图表29: 2006-2018年全国GDP总量及同比增长 (单位: 亿元, %)
- 图表30: 2007-2018年城镇固定资产投资总额和制造业投资情况 (单位: %)
- 图表31: 2002-2018年工业增加值同比增速 (单位: %)
- 图表32: 2006-2018年中国城乡居民收入水平 (单位: 元)
- 图表33: 2007-2018年中国GDP与护肤品行业产值对比图 (单位: 亿元, 万亿元)
- 图表34: 2006-2018年居民人均收入与护肤品行业销售收入对比图 (单位: 亿元, 万亿元)
- 图表35: 中国消费者的主要分类 (单位: %)
- 图表36: 护肤品的发展趋势
- 图表37: 男士护肤品的发展特点

- 图表38: 不同心理的女性消费者行为研究
- 图表39: 男性消费者的购买动机形成分析
- 图表40: 中低收入消费者消费行为研究
- 图表41: 2018年我国美容化妆及护肤品进口主要市场情况
- 图表42: 2018年我国美容化妆及护肤品进口主要贸易方式情况
- 图表43: 2018年我国美容化妆及护肤品进口的经营主体情况
- 图表44: 2018年我国美容化妆及护肤品进口的地区分布情况
- 图表45: 中国护肤品行业发展总体概况
- 图表46: 2013-2018年护肤品行业经营效益分析 (单位: 家, 万元, %)
- 图表47: 2013-2018年中国护肤品行业盈利能力分析 (单位: %)
- 图表48: 2013-2018年中国护肤品行业运营能力分析 (单位: 次)
- 图表49: 2013-2018年中国护肤品行业偿债能力分析 (单位: %, 倍)
- 图表50: 2013-2018年中国护肤品行业发展能力分析 (单位: %)
- 图表51: 2013-2018年护肤品行业主要经济指标统计表 (单位: 万元, 家, %)
- 图表52: 2013-2018年居前的10个省市销售收入统计表 (单位: 万元, %)
- 图表53: 2013-2018年居前的10个省市销售收入比重图 (单位: %)
- 图表54: 2013-2018年居前的10个省市资产总额统计表 (单位: 万元, %)
- 图表55: 2013-2018年居前的10个省市资产总额比重图 (单位: %)
- 图表56: 2013-2018年居前的10个省市负债统计表 (单位: 万元, %)
- 图表57: 2013-2018年居前的10个省市负债比重图 (单位: %)
- 图表58: 2013-2018年居前的10个省市销售利润统计表 (单位: 万元, %)
- 图表59: 2013-2018年居前的10个省市销售利润比重图 (单位: %)
- 图表60: 2013-2018年居前的10个省市利润总额统计表 (单位: 万元, %)
- 图表61: 2013-2018年居前的10个省市利润总额比重图 (单位: %)
- 图表62: 2013-2018年居前的10个省市产成品统计表 (单位: 万元, %)
- 图表63: 2013-2018年居前的10个省市产成品比重图 (单位: %)
- 图表64: 2013-2018年居前的10个亏损省市亏损总额统计表 (单位: 万元, %)
- 图表65: 2013-2018年居前的10个亏损省市亏损总额比重图 (单位: %)
- 图表66: 2009-2018年护肤品行业工业总产值及增长率走势 (单位: 亿元, %)
- 图表67: 2009-2018年护肤品行业产成品及增长率走势图 (单位: 亿元, %)
- 图表68: 2013-2018年工业总产值居前的10个地区统计表 (单位: 万元, %)
- 图表69: 2013-2018年工业总产值居前的10个地区比重图 (单位: %)
- 图表70: 2013-2018年产成品居前的10个地区统计表 (单位: 万元, %)
- 图表71: 2013-2018年产成品居前的10个地区比重图 (单位: %)
- 图表72: 2009-2018年护肤品行业销售产值及增长率变化情况 (单位: 亿元, %)
- 图表73: 2009-2018年护肤品行业销售收入及增长率变化趋势图 (单位: 亿元, %)
- 图表74: 2013-2018年销售产值居前的10个地区统计表 (单位: 万元, %)
- 图表75: 2013-2018年销售产值居前的10个地区比重图 (单位: %)
- 图表76: 2013-2018年销售收入居前的10个地区统计表 (单位: 万元, %)
- 图表77: 2013-2018年销售收入居前的10个地区比重图 (单位: %)
- 图表78: 2009-2018年全国护肤品行业产销率变化趋势图 (单位: %)
- 图表79: 2013-2018年我国生物制药进出口总体情况 (单位: 万美元, %)
- 图表80: 2009-2018年中国护肤品行业出口额走势图 (单位: 亿美元, %)
- 图表81: 2009-2018年中国护肤品行业出口量走势图 (单位: 吨, %)
- 图表82: 2013-2018年护肤品行业主要出口产品结构表 (单位: 吨, 万美元)
- 图表83: 中国护肤品行业主要出口产品结构 (单位: %)
- 图表84: 2009-2018年中国护肤品行业进口额走势图 (单位: 亿美元, %)
- 图表85: 2009-2018年中国护肤品行业进口量走势图 (单位: 吨, %)
- 图表86: 2013-2018年护肤品行业月度主要进口产品结构表 (单位: 吨, 万美元)
- 图表87: 中国护肤品行业主要进口产品结构 (单位: %)
- 图表88: 美国护肤品品牌排名
- 图表89: 国际护肤品市场发展趋势
- 图表90: 欧莱雅在华发展历史
- 图表91: 资生堂在华发展历史
- 图表92: 雅芳在华发展历史
- 图表93: 联合利华在华发展历史
- 图表94: 联合利华在华主要业务
- 图表95: 欧莱雅独特的销售渠道
- 图表96: 欧莱雅中国市场包装定价策略

- 图表97: 中国护肤品行业市场竞争格局 (单位: %)
- 图表98: 护肤品行业品牌关注度排行 (单位: %)
- 图表99: 2009-2018年中国护肤品行业市场规模变化趋势图 (单位: 亿元, %)
- 图表100: 护肤品行业国产企业发展策略
- 图表101: 国际护肤品行业投资兼并重组分析表
- 图表102: 国内护肤品行业投资兼并重组分析表
- 图表103: 护肤品行业企业的所有制结构特征 (单位: %)
- 图表104: 护肤品行业不同经济类型企业的财务状况比较 (一) (单位: %, 倍, 次)
- 图表105: 护肤品行业不同经济类型企业的财务状况比较 (二) (单位: %)
- 图表106: 中国护肤品行业不同经济类型企业销售收入比较 (单位: 亿元)
- 图表107: 中国护肤品行业销售收入按经济类型百分比 (单位: %)
- 图表108: 2009-2018年行业经济类型占比 (按销售收入) (单位: %)
- 图表109: 2009-2018年行业经济类型集中度变化趋势图 (按销售收入) (单位: %)
- 图表110: 最新的纯天然洗面奶排行榜
- 图表111: 12款保湿洁面乳商超到达率 (单位: %)
- 图表112: 保湿洁面乳商具体分析
- 图表113: 中国卸妆液十大品牌企业排名
- 图表114: 2019-2024年我国精油皂行业市场需求量预测 (单位: 万吨)
- 图表115: 2019-2024年我国精油皂行业市场规模预测 (单位: 亿元)
- 图表116: 中国美白产品市场特点列表
- 图表117: 中国祛痘类护肤品十大品牌
- 图表118: 近年来中国抗衰老产品市场容量及增速 (单位: 亿元, %)
- 图表119: 近年来抗衰老产品市场前十名品牌市场份额 (单位: %)
- 图表120: 近年来抗衰老产品占面部护理产品比重 (单位: %)
- 略 完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!