

# 2013-2017年中国护肤品市场深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2013-2017年中国护肤品市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/rihua1302/383827G6DO.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-02-26

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国护肤品市场深度调研与投资前景研究报告》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。

通过《2013-2017年中国护肤品市场深度调研与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

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。

## 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

- 一、美国护肤品市场概况
- 二、拉美护肤品市场概况
- 三、欧洲护肤品市场概况
- 四、韩国护肤品市场概况
- 五、法国护肤品市场概况
- 六、俄罗斯护肤品市场现状
- 七、日本护肤品市场现状
- 八、印度护肤品市场概况

### 第三节 国际护肤品市场发展趋势

- 一、全球抗衰老护肤品发展趋势
- 二、医学处方护肤品发展趋势
- 三、全球化妆品市场发展趋势
- 四、全球天然化妆品市场趋势

## 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

## 第四节 化妆品市场存在的问题及对策

### 一、中国化妆品市场总体问题分析

### 二、中国化妆品市场的卫生问题

### 三、中国化妆品市场的薄弱环节

### 四、中国化妆品市场发展总体对策

### 五、中国化妆品行业地位提升的对策

### 六、中国化妆品市场的营销策略分析

## 第五节 2013-2017年化妆品的发展趋势

### 一、2012年化妆品市场发展趋势

### 二、未来化妆品及容器的需求预测

### 三、2012年化妆品渠道定位趋势

### 四、2013-2017年中国化妆品市场预测

### 五、未来化妆品市场发展趋势预测

### 六、中国化妆品工业的发展趋势

## 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

## 第三节 中国护肤品市场运行现状分析

- 一、护肤品市场规模分析
- 二、护肤品市场结构分析
- 三、高档化妆品市场份额上升
- 四、中国护肤品市场总体特征

## 第四节 2012年护肤品市场热点分析

- 一、2012年男性护肤品市场分析
- 二、2012年功能性护肤品市场分析
- 三、2012年奢华保养品市场分析
- 四、2012年护肤品最新排行榜

## 第五节 2012年护肤品企业积极调整战略部署

- 一、2012年中国护肤品市场发展形势
- 二、2012年中高端品牌企业调整情况
- 三、2012年三、四线品牌企业调整情况

## 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

### 第三节 防晒护肤品市场分析

#### 一、防晒护肤品市场发展概况

#### 二、中国防晒化妆品市场规模

#### 三、中国防晒化妆品市场结构

#### 四、中国防晒品市场消费特点

#### 五、中国防晒品市场竞争分析

#### 六、中国防晒产品市场发展趋势

#### 七、透视防晒市场未来发展趋势

### 第四节 其他护肤品市场情况

#### 一、膏霜类护肤品发展概况

#### 二、洁肤化妆品发展概况

#### 三、抗衰老产品市场容量分析

### 第五节 2013-2017年中国防晒品行业发展前景预测

#### 一、中国防晒品总体市场规模预测

#### 二、中国防晒品品细分产品市场规模预测

## 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、城市女性护肤品消费心理分析

### 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
- 四、男士护肤品市场呈专柜专区发展
- 五、男性护肤品消费特点分析
- 六、2013-2017年男士护肤品发展趋势
- 七、2013-2017年男士美容市场增长预测

### 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
- 三、老年人化妆品市场有待开拓
- 四、老年人化妆品市场的“市”与“货”
- 五、中老年女性对抗衰老化妆品的需求

### 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
- 三、婴幼儿护肤品选择的关键
- 四、婴幼儿护理用品种类及其发展
- 五、儿童护肤品的发展趋势

## 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
- 三、护肤品的市场营销渠道策略
- 五、护肤品企业的战略营销模型
- 六、护肤品企业战略营销模式分析

### 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

五、护肤品品牌兼并重组分析

六、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 ( Estée 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、2013-2017年公司发展战略分析

### 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、2013-2017年公司发展战略分析

### 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、2013-2017年公司发展战略分析

### 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、2013-2017年公司发展战略分析

## 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、2013-2017年公司发展战略分析

## 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、2013-2017年公司发展战略分析

## 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、2013-2017年公司发展战略分析

## 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

#### 一、中国化妆品监管机构及职责

#### 二、中国化妆品被监管对象及特点

#### 三、中国化妆品监管领域的新问题

#### 四、中国化妆品监管的最新进展

#### 五、中国化妆品行业新政策解读

#### 六、化妆品成分必须全部标识

#### 七、化妆品行业“十二五”规划

### 第三节 中国化妆品行业技术环境分析

#### 一、中国化妆品行业技术发展现状

#### 二、中国化妆品行业的新技术

三、中国化妆品行业的新原料

四、中国化妆品技术开发研究方向

第四节 中国化妆品行业社会环境分析

一、中国人口及城镇化

二、中国女性人口特征

三、女性化妆品消费观念变革

四、男性化妆品消费观念建立

第五节 2012年中国日化行业发展分析

一、中国日化行业现状概述

二、2011年中国日化行业发展概况

三、2012年中国日化行业发展概况

四、中国日化行业发展影响因素分析

五、中国日化行业未来发展前景分析

第十四章 2013-2017年护肤品行业发展趋势展望

第一节 2012年护肤趋势分析

一、天然有机成分的含量

二、美白功效产品发展趋势

三、药妆市场发展趋势

四、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前景

第三节 2012年护肤品市场热点分析

一、2012年最潮护肤品

二、2012年护肤品热点透视

三、2012年护肤品“智能化”体验

四、2012年护肤新突破

五、未来护肤品市场发展趋势

第四节 2013-2017年护肤品的流行趋势

- 一、中草药护肤
- 二、抗污染
- 三、无添加护肤
- 四、绿色化妆品
- 五、儿童护肤
- 六、美白淡斑
- 七、抗衰老
- 八、保湿
- 九、抗敏

#### 第五节 2013-2017年中国护肤品行业发展前景预测

- 一、护肤品总体市场规模预测
- 二、中国护肤品各细分产品市场规模预测

#### 第十五章 2013-2017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 中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、售前战略
- 二、售后战略

### 三、终端促销

#### 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：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（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

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。



详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1302/383827G6DO.html>