

2015-2022年中国祛痘护肤品 市场分析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

报告报价

《2015-2022年中国祛痘护肤品市场分析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/rihua1509/K24775ZZ2Q.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-10

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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《2015-2022年中国祛痘护肤品市场分析与投资前景研究报告》共十八章。报告介绍了祛痘护肤品行业相关概述、中国祛痘护肤品产业运行环境、分析了中国祛痘护肤品行业的现状、中国祛痘护肤品行业竞争格局、对中国祛痘护肤品行业做了重点企业经营状况分析及中国祛痘护肤品产业发展前景与投资预测。您若想对祛痘护肤品产业有个系统的了解或者想投资祛痘护肤品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

痤疮，俗称青春痘，又称暗疮或粉刺，是一种发生在毛囊皮脂腺及其周围组织的炎症病变，在各类人群尤其是年轻人中发生较为普遍。据调查显示，14~19岁的患者占总发病人数的23.1%，20~24岁占45.0%，25~29岁占15.6%，30~39岁占13.4%，40~45岁占2.9%，显然20~24岁是痤疮的高发年龄。近年来中国人的祛痘意识正在升温。祛痘化妆品的消费额逐年上升，许多化妆品企业推出了种类繁多的祛痘产品，仅食品药品监督管理局网站上公布的进口去痘类化妆品就达到1500多种。目前祛痘市场之巨大超过任何一个发展中国家，主要是中国是一个人口大国。仅20~24岁的年龄段人口数量就超过2亿人，按每个人每年平均消费100元，这部分潜在市场规模可达200亿元。而在2014年我国祛痘护肤品行业市场规模超过280亿元。

据统计发达国家化妆品人均消费水平35~70美元；中国经济发达的北京、上海、广州三地化妆品的人均消费才大10~12美元，可以看出在长时间内中国化妆品行业具有广阔的空间。而目前中国人的祛痘意识正在升温，基于中国13亿人口的庞大基数，祛痘护肤品行业还将大幅度的发展。目前我国推进精细化工产业，这将有利于整个日化行业的技术水平的提高，同时这也将惠及于祛痘护肤行业。另外，植物祛痘把安全、天然放在第一位，已在全球成为主流趋势。各大护肤品牌也争相推出不同的植物祛痘理念：汉方、草本、植物、高科技等，特别是越加精湛的高萃取技术，结合植物精油与草药的安全高效理疗性，在激烈竞争的祛痘市场中绽放异彩，成为各大护肤研发中心及消费者的新宠儿。

目前行业竞争不规范，由于行业门槛相对较低，我国祛痘护肤品产品中存在产品档次和质量较低伪劣产品，为了维持生存和发展，部分小企业抄袭、模仿名牌企业 and 市场流行的产品外观设计，并采取低价竞争的方式，这些不规范行为在加剧行业竞争的同时，影响了行业整体发展水平的提高。

报告目录：

第一章 中国祛痘护肤品行业发展综述 1

第一节 祛痘护肤品行业发展情况 1

| | |
|---------------------------|---|
| 一、祛痘护肤品行业发展周期 | 1 |
| 二、祛痘护肤品行业产业链分析 | 2 |
| 三、祛痘护肤品行业发展SWOT分析 | 2 |
| 第二节 近年中国祛痘护肤品行业运行状况 | 3 |
| 一、2013-2015年中国祛痘护肤品产值分析 | 3 |
| 二、2013-2015年中国祛痘护肤品需求量分析 | 4 |
| 三、2013-2015年中国祛痘护肤品进出口分析 | 6 |
| 四、2013-2015年中国祛痘护肤品整体供需分析 | 6 |

第二章 2012-2015年中国祛痘护肤品产业环境分析 7

第一节 2014年中国祛痘护肤品行业经济环境分析 7

| | |
|------------------------|----|
| 一、2014年中国国民经济分析 | 7 |
| 二、2014年中国固定资产投资情况分析 | 8 |
| 三、2014年中国恩格尔系数分析 | 9 |
| 四、2015-2022年中国宏观经济发展预测 | 10 |

第二节 中国祛痘护肤品行业社会环境分析 11

| | |
|------------|----|
| 一、居民消费水平分析 | 11 |
| 二、城镇人员从业状况 | 12 |

第三节 中国祛痘护肤品行业政策法规分析 13

| | |
|----------|----|
| 一、产业振兴规划 | 13 |
| 二、产业发展规划 | 14 |
| 三、行业标准政策 | 16 |
| 四、市场应用政策 | 19 |
| 五、财政税收政策 | 19 |

第四节 中国祛痘护肤品行业国际贸易环境 20

| | |
|---------------|----|
| 1、主要经济体运行情况 | 20 |
| 2、世界经济发展与政策展望 | 33 |

第五节 当前经济形势对行业发展环境的影响 35

第六节 中国祛痘护肤品行业技术环境分析 35

| | |
|--------------------|----|
| 一、中国祛痘护肤品技术发展概况 | 35 |
| 二、中国祛痘护肤品产品工艺特点或流程 | 36 |
| 三、中国祛痘护肤品行业技术发展趋势 | 37 |

第三章 2013-2015年中国祛痘护肤品行业数据监测分析 39

第一节 2013-2015年中国祛痘护肤品行业规模分析 39

一、企业数量增长分析 39

二、从业人数增长分析 39

三、资产规模增长分析 39

第二节 2015年中国祛痘护肤品行业结构分析 40

一、企业数量结构分析 40

二、销售收入结构分析 40

第三节 2010-2013年中国祛痘护肤品行业产值分析 40

一、产成品增长分析 40

二、工业销售产值分析 41

三、出口交货值分析 41

第四节 2013-2015年中国祛痘护肤品行业成本费用分析 42

一、销售成本统计 42

二、费用统计 43

第五节 2013-2015年中国祛痘护肤品行业盈利能力分析 43

一、主要盈利指标分析 43

二、主要盈利能力指标分析 44

第四章 2015年中国祛痘护肤品行业区域市场分析 45

第一节 2015年华北地区祛痘护肤品行业分析 45

一、2015年行业发展现状分析 45

1、北京市护肤品市场分析 45

2、天津市护肤品市场分析 50

3、河北省护肤品市场分析 53

二、2015年市场规模情况分析 54

三、2015-2022年市场需求情况分析 54

四、2015-2022年行业发展前景预测 54

第二节 2015年东北地区祛痘护肤品行业分析 54

一、2015年行业发展现状分析 54

1、黑龙江省护肤品市场分析 55

| | |
|------------------------|----|
| 2、吉林省护肤品市场分析 | 58 |
| 3、辽宁省护肤品市场分析 | 60 |
| 二、2015年市场规模情况分析 | 61 |
| 三、2015-2022年市场需求情况分析 | 61 |
| 四、2015-2022年行业发展前景预测 | 62 |
| 第三节 2015年华东地区祛痘护肤品行业分析 | 62 |
| 一、2015年行业发展现状分析 | 62 |
| 1、山东省护肤品市场分析 | 62 |
| 2、上海市护肤品市场分析 | 62 |
| 3、江苏省护肤品市场分析 | 64 |
| 4、浙江省护肤品市场分析 | 65 |
| 5、福建省护肤品市场分析 | 66 |
| 6、安徽省护肤品市场分析 | 67 |
| 二、2015年市场规模情况分析 | 67 |
| 三、2015-2022年市场需求情况分析 | 68 |
| 四、2015-2022年行业发展前景预测 | 68 |
| 第四节 2015年华南地区祛痘护肤品行业分析 | 68 |
| 一、2015年行业发展现状分析 | 68 |
| 1、广东省护肤品市场分析 | 68 |
| 2、广西护肤品市场分析 | 70 |
| 3、海南省护肤品市场分析 | 70 |
| 二、2015年市场规模情况分析 | 71 |
| 三、2015-2022年市场需求情况分析 | 71 |
| 四、2015-2022年行业发展前景预测 | 72 |
| 第五节 2015年华中地区祛痘护肤品行业分析 | 72 |
| 一、2015年行业发展现状分析 | 72 |
| 1、湖北省护肤品市场分析 | 72 |
| 2、湖南省护肤品市场分析 | 73 |
| 3、河南省护肤品市场分析 | 74 |
| 二、2015年市场规模情况分析 | 74 |
| 三、2015-2022年市场需求情况分析 | 75 |
| 四、2015-2022年行业发展前景预测 | 75 |

第六节 2015年西南地区祛痘护肤品行业分析 75

一、2015年行业发展现状分析 75

1、四川省护肤品市场分析 75

2、云南省护肤品市场分析 76

3、贵州省护肤品市场分析 77

二、2014年市场规模情况分析 78

三、2015-2022年市场需求情况分析 78

四、2015-2022年行业发展前景预测 78

第七节 2015年西北地区祛痘护肤品行业分析 78

一、2015年行业发展现状分析 78

1、甘肃省护肤品市场分析 78

2、新疆自治区护肤品市场分析 79

3、陕西省护肤品市场分析 80

二、2015年市场规模情况分析 81

三、2015-2022年市场需求情况分析 81

四、2015-2022年行业发展前景预测 81

第五章 中国祛痘护肤品制造行业成本费用分析 82

第一节 2012-2015年祛痘护肤品制造行业产品销售成本分析 82

一、2012-2015年行业销售成本总额分析 82

二、不同规模企业销售成本比较分析 82

三、不同所有制企业销售成本比较分析 83

第二节 2012-2015年祛痘护肤品制造行业销售费用分析 83

一、2012-2015年行业销售费用总额分析 83

二、不同规模企业销售费用比较分析 84

三、不同所有制企业销售费用比较分析 84

第六章 中国祛痘护肤品产业市场营销策略竞争分析 85

第一节 企业市场营销策略竞争分析 85

一、企业市场产品策略 85

二、企业市场渠道策略 85

三、企业市场价格策略 86

四、企业广告媒体策略 87

五、企业客户服务策略 90

第二节 祛痘护肤品营销环境与评价 92

第三节 销售渠道存在的主要问题 93

第四节 营销渠道发展趋势与策略 94

第七章 2015年祛痘护肤品行业营销策略和营销渠道研究 99

第一节 祛痘护肤品行业目前主要营销渠道分析 99

第二节 祛痘护肤品行业重点企业营销策略 101

第三节 祛痘护肤品行业产品营销策略建议 101

一、祛痘护肤品行业产品功效优先策略 101

二、祛痘护肤品行业产品品牌提升策略 101

三、祛痘护肤品行业产品价格杠杆策略 102

四、祛痘护肤品行业产品媒体组合策略 102

五、祛痘护肤品行业产品个性推介策略 102

六、祛痘护肤品行业产品层次营销策略 103

第四节 祛痘护肤品行业营销渠道变革研究 103

一、祛痘护肤品行业营销渠道新理念 103

二、祛痘护肤品行业渠道管理新发展 103

三、当前中国中小企业的外部营销环境 104

四、中小企业营销渠道存在的问题和不足 105

第五节 祛痘护肤品行业营销渠道发展趋势 107

一、祛痘护肤品行业营销渠道结构扁平化 107

二、祛痘护肤品行业营销渠道终端个性化 109

三、祛痘护肤品行业营销渠道关系互动化 109

四、祛痘护肤品行业营销渠道商品多样化 109

第八章 2015年祛痘护肤品行业需求用户分析 110

第一节 2015年祛痘护肤品行业用户认知程度分析 110

一、不同收入用户认知程度分析 110

二、不同年龄用户认知程度分析 110

三、不同地区用户认知程度分析 110

四、不同学历用户认知程度分析 110

第二节 2015年祛痘护肤品行业用户需求特点分析 110

一、不同收入用户需求特点分析 110

二、不同年龄用户需求特点分析 111

三、不同地区用户需求特点分析 111

四、不同学历用户学历分布结构 111

第三节 2015年祛痘护肤品行业用户关注因素分析 111

一、功能多样性 111

二、质量可靠性 112

三、价格合理性 112

四、外型美观性 112

五、服务便捷性 112

第九章 2015年中国祛痘护肤品行业整体竞争格局分析 113

第一节 2015年中国祛痘护肤品行业集中度分析 113

一、行业集中度分析 113

二、不同所有制企业市场份额分析 113

三、不同规模企业市场份额分析 114

第二节 2015年中国区域竞争格局分析 114

一、主要生产区域 114

二、主要消费区域 115

三、主要产销区市场对接分析 115

第三节 2015年中国祛痘护肤品行业与替代品行业市场占有率分析 115

第四节 2015-2022年祛痘护肤品行业市场竞争趋势分析 116

第十章 2015年中国祛痘护肤品标杆企业竞争力指标分析（企业可自选） 117

第一节 上海相宜本草化妆品股份有限公司 117

一、企业概况 117

二、企业经营情况 119

三、企业竞争优势 122

第二节 广州市采诗化妆品有限公司 123

一、企业概况 123

二、企业产品优势分析 124

三、企业加盟优势分析 124

第三节 广州娇兰化妆品有限公司 125

一、企业概况 125

二、企业产品优势分析 125

第四节 曼秀雷敦（中国）药业有限公司 126

一、企业概况 126

二、企业优势分析 126

三、企业产品优势分析 127

第五节 上海家化联合股份有限公司 127

一、企业概况 127

二、企业主要经济指标分析 128

三、企业盈利能力分析 133

四、企业偿债能力分析 134

五、企业运营能力分析 135

六、企业成长能力分析 135

七、企业品牌及消费群分析 135

八、企业竞争优势分析 136

九、企业发展战略 136

第十一章 2015-2022年中国祛痘护肤品行业市场投资机会与前景分析 137

第一节 2015-2022年中国祛痘护肤品行业重点企业投资行为分析 137

第二节 2015-2022年中国祛痘护肤品行业市场规模预测 137

第三节 2015-2022年中国祛痘护肤品行业盈利水平分析 138

第四节 2015-2022年中国祛痘护肤品投资机会分析 138

一、细分市场机会 138

二、新进入者投资机会 138

三、产业链投资机会 138

第五节 2015-2022年中国祛痘护肤品总体机会评价 139

第十二章 2015-2022年中国祛痘护肤品行业前景分析及对策 140

第一节 2015-2022年中国祛痘护肤品行业发展前景分析 140

- 一、祛痘护肤品行业市场发展前景分析 140
- 二、祛痘护肤品行业市场蕴藏的商机分析 140
- 三、祛痘护肤品行业“十二五”规划解读 141

第二节 2015-2022年中国行业发展对策 142

- 一、把握国家投资的契机 142
- 二、竞争性战略联盟的实施 142
- 三、市场的重点客户战略实施 143

第十三章 2015-2022年中国祛痘护肤品产业未来发展预测及投资风险分析 148

第一节 当前行业存在的问题 148

第二节 祛痘护肤品行业发展预测与投资前景分析 148

第三节 祛痘护肤品产业投资风险 148

- 一、政策风险 148
- 二、技术风险 149
- 三、市场风险 149
- 四、财务风险 151
- 五、经营管理风险 152

第十四章 2015-2022年祛痘护肤品行业投资风险策略分析 159

第一节 产品定位与定价 159

第二节 成本控制建议 164

第三节 技术创新 168

第四节 投资策略 168

第五节 如何应对当前经济形势 170

第十五章 项目投资注意事项 172

第一节 行业投资环境考察 172

- 一、经济因素 172
- 二、政策因素 172
- 三、人口因素 172
- 四、社会发展因素 173

第二节 投资风险控制策略 174

- 一、充分认识行业投资风险，积极主动应对投资风险 174
- 二、建立完善的质量管理体系，提高产品市场竞争力 175
- 三、建立企业财务风险机制，防范财务风险 175

第三节 技术应用注意事项 177

第四节 项目投资注意事项 181

- 一、注意选择好项目实施团队 181
- 二、注意对项目的前期分析 181
- 三、注意与企业现有产业相衔接 182
- 四、注意与所在地区产业相连接 182
- 五、注意与现有营销体系相连接 182
- 六、注意对项目投资总额的控制 183

第五节 生产开发注意事项 183

- 一、产品开发与品牌路线相吻合，战线统一 183
- 二、开发新产品要差异化，拥有个性 184
- 三、注重生产现场管理，精益化生产 184

第六节 销售注意事项 187

第十六章 全球祛痘护肤品市场分析 188

第一节 全球护肤品市场总体情况分析 188

第二节 祛痘护肤品产能分析及预测 195

- 一、2013-2015年全球祛痘护肤品产能分析 195
- 二、2015-2022年全球祛痘护肤品产能预测 195

第三节 祛痘护肤品产品产量分析及预测 196

- 一、2013-2015年全球祛痘护肤品产值分析 196
- 二、2015-2022年全球祛痘护肤品产值预测 197

第四节 祛痘护肤品市场需求分析及预测 198

- 一、2013-2015年全球祛痘护肤品市场需求分析 198
- 二、2015-2022年全球祛痘护肤品市场需求预测 198

第十七章 中国祛痘护肤品市场分析 199

第一节 祛痘护肤品市场现状分析及预测 199

- 一、2013-2015年中国祛痘护肤品市场规模分析 199

二、2015-2022年中国祛痘护肤品市场规模预测 199

第二节 祛痘护肤品产品产值分析及预测 200

一、2013-2015年中国祛痘护肤品产值分析 200

二、2015-2022年中国祛痘护肤品产值预测 200

第三节 祛痘护肤品市场需求分析及预测 201

一、2013-2015年中国祛痘护肤品市场需求分析 201

二、2015-2022年中国祛痘护肤品市场需求预测 201

第四节 祛痘护肤品进出口数据分析 202

一、2014-2015年中国祛痘护肤品进出口数据分析 202

二、2015-2022年国内祛痘护肤品产品未来进出口情况预测 202

第十八章 祛痘护肤品产业渠道分析 203

第一节 2015年国内祛痘护肤品产品的需求地域分布结构 203

第二节 2013-2015年中国祛痘护肤品产品重点区域市场消费情况分析 204

一、华东 204

二、中南 204

三、华北 204

四、西部 205

第三节 2014年国内祛痘护肤品产品的经销模式 205

第四节 渠道格局 206

第五节 渠道形式 206

第六节 祛痘护肤品行业国际化营销模式分析 206

第七节 2015年国内祛痘护肤品产品生产及销售投资运作模式分析 207

一、国内生产企业投资运作模式 207

二、国内营销企业投资运作模式 208

三、外销与内销优势分析 209

图表目录：

图表：2013-2015年我国祛痘护肤品行业产值分析 4

图表：痤疮患者年龄分布分析 5

图表：2013-2015年我国祛痘护肤品市场规模分析 5

图表：2014-2015年我国祛痘护肤品出口分析 6

图表：2014-2015年我国祛痘护肤品进口分析 6

图表：2013-2015年国内生产总值及其增长速度 7

图表：2013-2015年全社会固定资产投资 9

图表：2002-2013年中国居民恩格尔系数 10

图表：2012-2015年中国城乡居民人均收入 11

图表：2014年居民消费者价格指数变动 12

图表：2013-2015年城镇新增就业人数 13

图表：实际GDP环比折年率（经季节性调整，单位：%） 21

图表：美国个人消费、私人投资、政府消费与投资、进出口环比折年率（经季节性调整，单位：%） 22

图表：美国工业生产环比季调折年率及产能利用率变化（单位：%） 23

图表：美国CPI和PPI环比变化趋势（经季节性调整，单位：%） 24

图表：美国失业率情况（经季节性调整，单位：%） 25

图表：欧元区GDP季调折年率（单位：%） 26

图表：欧元区（18国）、德国、法国、意大利工业产值月环比变化（经季节性调整，单位：%） 27

图表：欧元区HICP、Industrialproducerprices未经季调折年率（单位：%） 28

图表：欧元区18国失业率（经季节性调整，单位：%） 29

图表：日本GDP环比变化情况（经季节性调整，单位：%） 30

图表：2009年-2014年日本CPI变化（单位：%） 31

图表：日本失业率变化（经季节性调整，单位：%） 32

图表：祛痘护肤产品的一般生产工艺流程图示意如下： 37

图表：2013-2015年中国护肤品行业资产规模 39

图表：我国祛痘护肤品行业企业数量结构分析 40

图表：2013-2015年我国祛痘护肤品行业销售情况分析 41

图表：2014-2015年我国祛痘护肤品出口交货值分析 41

图表：2013-2015年我国祛痘护肤品行业销售成本分析 42

图表：2013-2015年我国祛痘护肤品行业费用分析 43

图表：2013-2015年我国祛痘护肤品行业销售毛利率 43

图表：2013-2015年我国祛痘护肤品行业销售净利润率 44

图表：2013-2015年我国祛痘护肤品行业净利润增长率 44

图表：2014年末北京市常住人口及构成 48

图表：2013-2015年北京市城镇居民人均可支配收入及实际增速 50

图表：2013-2015年北京市农村居民人均纯收入及实际增速 50

图表：天津市人口数量 52

图表：2013-2015年2010年和2014年三次产业增加值比重 53

图表：2014-2015年中国华北地区祛痘护肤品市场规模 54

图表：黑龙江省人口数量 56

图表：黑龙江省人口数量 58

图表：吉林省人口数量 60

图表：2014-2015年中国东北地区祛痘护肤品市场规模 61

图表：2013-2015年上海市生产总值及其增长速度 63

图表：2014年浙江人民人均可支配收入、中位数及其增幅 66

图表：2014-2015年中国华东地区祛痘护肤品市场规模 67

图表：2008-2014年地区生产总值及其增长速度 69

图表：2014年广东分区域主要指标 69

图表：2014-2015年中国华南地区祛痘护肤品市场规模 71

图表：2013-2015年湖南地区生产总值及其增长速度 73

图表：2014-2015年中国华中地区祛痘护肤品市场规模 75

图表：2012-2015年贵州地区生产总值及其增长速度 77

图表：2014-2015年中国西南地区祛痘护肤品市场规模 78

图表：2014-2015年中国西北地区祛痘护肤品市场规模 81

图表：2012-2015年我国祛痘护肤品行业销售成本总额分析 82

图表：2012-2015年我国祛痘护肤品行业不同规模企业销售成本分析 82

图表：2012-2015年我国祛痘护肤品行业不同所有制企业销售成本分析 83

图表：2012-2015年祛痘护肤品行业销售费用总额分析 83

图表：2011-2014我国祛痘护肤品行业不同规模企业销售费用分析 84

图表：2011-2014我国祛痘护肤品行业不同所有制企业销售费用分析 84

图表：不同学历用户需求分布结构 111

图表：我国祛痘护肤品行业不同规模企业市场份额分析 114

图表：我国祛痘护肤品市场需求地域分布结构分析 115

图表：2014年上海家化联合股份有限公司主营业务构成分析 129

图表：2013-2015年第一季度上海家化联合股份有限公司利润分析 133

图表：2013-2015年第一季度上海家化联合股份有限公司盈利能力分析 133

| | |
|--------------------------------------|-----|
| 图表：2013-2015年第一季度上海家化联合股份有限公司盈利质量分析 | 133 |
| 图表：2013-2015年第一季度上海家化联合股份有限公司资产负债表分析 | 134 |
| 图表：2013-2015年第一季度上海家化联合股份有限公司财务风险分析 | 134 |
| 图表：2013-2015年第一季度上海家化联合股份有限公司运营能力分析 | 135 |
| 图表：2013-2015年第一季度上海家化联合股份有限公司成长能力分析 | 135 |
| 图表：2015-2022年中国祛痘护肤品行业市场规模预测分析 | 137 |
| 图表：护肤产品身体部位所占比例 | 189 |
| 图表：2013-2015年全球化妆品市场增速情况 | 195 |
| 图表：2015-2022年全球化妆品市场增速情况 | 196 |
| 图表：2013-2015年全球祛痘护肤品产值分析 | 196 |
| 图表：2015-2022年全球祛痘护肤品产值预测 | 197 |
| 图表：2013-2015年全球祛痘护肤品市场销售情况分析 | 198 |
| 图表：2013-2015年我国祛痘护肤品市场规模分析 | 199 |
| 图表：2015-2022年我国祛痘护肤品市场规模预测分析 | 199 |
| 图表：2013-2015年我国祛痘护肤品产值分析 | 200 |
| 图表：2015-2022年我国祛痘护肤品产值预测分析 | 200 |
| 图表：2013-2015年我国祛痘护肤品市场需求分析 | 201 |
| 图表：2015-2022年我国祛痘护肤品市场需求预测分析 | 201 |
| 图表：2014-2015年我国祛痘护肤品出口分析 | 202 |
| 图表：2014-2015年我国祛痘护肤品进口分析 | 202 |
| 图表：2014-2015年中国华东地区祛痘护肤品市场规模 | 204 |
| 图表：2014-2015年中国华中地区祛痘护肤品市场规模 | 204 |
| 图表：2014-2015年中国华南地区祛痘护肤品市场规模 | 204 |
| 图表：2014-2015年中国华北地区祛痘护肤品市场规模 | 204 |
| 图表：2014-2015年中国西南地区祛痘护肤品市场规模 | 205 |
| 图表：2014-2015年中国西北地区祛痘护肤品市场规模 | 205 |

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/rihua1509/K24775ZZ2Q.html>