

2016-2022年中国美白护肤 市场现状分析及投资前景研究报告

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

《2016-2022年中国美白护肤市场现状分析及投资前景研究报告》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/rihua1510/6138274M3A.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】2015-10-28

【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《2016-2022年中国美白护肤市场现状分析及投资前景研究报告》共十二章。报告介绍了美白护肤行业相关概述、中国美白护肤产业运行环境、分析了中国美白护肤行业的现状、中国美白护肤行业竞争格局、对中国美白护肤行业做了重点企业经营状况分析及中国美白护肤产业发展前景与投资预测。您若想对美白护肤产业有个系统的了解或者想投资美白护肤行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

美白护肤品是根据体内黑色素形成的机制，影响因素等添加各种不同美白功效成分如维生素及其衍生物、曲酸、熊果苷及其衍生物、中草药及其提取物、果酸等。是在O/W型乳膏基质中加入表面看起来具有显著美白作用的原料成份，比如钛白粉、氧化锌等。

美白护肤品是在O/W型乳膏基质中加入表面看起来具有显著美白作用的原料成分，比如：氧化锌、钛白粉等，膏体的特点是甘油多、粉料多，使用后可以遮盖皮肤表面瑕疵，在原有肤色表面上暂时增白而收到立竿见影的效果，比如目前市场上直接称为增白的遮盖型产品。

报告目录：

第一章 2013-2015年中国化妆品市场发展形势分析

第一节2013-2015年中国化妆品市场总体概况

- 一、中国化妆品行业发展特征
- 二、国内化妆品市场结构分析
- 三、中国化妆品市场影响因素分析

第二节2013-2015年中国化妆品包装产业分析

- 一、化妆品包装的特性
- 二、国内美容化妆品包装分析
- 三、化妆品包装需标注所有成分
- 四、中草药成为化妆品包装禁用语惹争端
- 五、美容化妆品包装的发展走向

第三节2013-2015年中国化妆品市场存在的问题分析

- 一、中国化妆品市场面临的难题
- 二、国内美容化妆品市场的薄弱方面
- 三、中国化妆品市场产品质量堪忧
- 四、国内化妆品市场亟待整合

第四节2013-2015年中国化妆品市场发展的对策分析

- 一、化妆品企业发展要集体补标识规范课
- 二、化妆品行业地位提升的对策探讨

第二章2013-2015年中国美白护肤产品产业运行环境分析

第一节2013-2015年中国美白护肤产品产业政策分析

- 一、《化妆品生产企业卫生规范》
- 二、《化妆品卫生监督条例》
- 三、《化妆品卫生监督条例实施细则》
- 四、《进出口化妆品监督检验管理办法》

第二节2013-2015年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第三节2013-2015年中国美白护肤产品产业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析

第三章2013-2015年中国美白产品市场运行状况分析

第一节2013-2015年中国美白产品产业发展综述

- 一、美白用品市场的特点
- 二、国内市场的主要美白产品介绍
- 三、美白产品最新研究进展分析

第二节2013-2015年中国美白产品市场运行分析

- 一、美白护肤品市场品牌分析
- 二、纯天然草本植物精华美白产品市场分析

第三节2013-2015年中国祛斑美白产品市场发展分析

- 一、祛斑护肤品主要特点
- 二、祛斑护肤品消费者购买因素
- 三、“祛斑王”效果突出受产后妇女青睐
- 四、中医美白祛斑产品市场反响良好
- 五、祛斑化妆品质量存在很大漏洞

第四章2013-2015年中国美白护肤产品消费者行为及心理调查

第一节美白护肤产品市场调查对象情况分析

- 一、调查对象性别构成
- 二、年龄结构调查
- 三、消费者肌肤类型情况
- 四、消费者主要肌肤问题调查结果
- 五、消费者对自身肌肤状况满意度分析

第二节美白护肤产品消费者消费习惯调查

- 一、化美白护肤产品消费者购买频次调查
- 二、消费者对美白护肤产品价格认同情况调查
- 三、消费者购买渠道情况调查
- 四、美白护肤产品专卖店对消费者的吸引程度调查
- 五、消费者对美白护肤产品功效情况调查
- 六、消费者对美白护肤产品香型香气期望情况调查

第三节美白护肤产品消费者品牌状况调查

- 一、消费者品牌忠诚度调查
- 二、消费者对各国美白护肤产品品牌偏好调查
- 三、2013-2015年夏季消费者护美白护肤产品品牌构成
- 四、中国最受欢迎的美白护肤产品品牌分析

第五章2011-2015年中国化妆品制造行业主要数据监测分析

第一节2011-2015年9月中国化妆品制造行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

第二节2015年9月中国化妆品制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2011-2015年9月中国化妆品制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2011-2015年9月中国化妆品制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2011-2015年9月中国化妆品制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章2011-2015年中国美容品或化妆品及护肤品（3304）进出口数据监测分析

第一节2011-2015年中国美容品或化妆品及护肤品进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节2011-2015年中国美容品或化妆品及护肤品出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节2011-2015年中国美容品或化妆品及护肤品进出口平均单价分析

第四节2011-2015年中国美容品或化妆品及护肤品进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第七章2013-2015年中国美白护肤产品市场营销策略分析

第一节2013-2015年中国美白护肤产品主要市场渠道分析

一、批发市场

二、零售终端市场

三、专业市场

第二节2013-2015年中国美白护肤产品直复营销与网络营销分析

一、直复营销的概念

二、美白护肤产品网络营销的特征和优势

三、网络营销理论

四、美白护肤产品网络营销的现状

第三节2013-2015年中国美白护肤产品直销分析

一、美白护肤产品直销的概述

二、中国美白护肤产品直销发展存在的瓶颈

第四节2013-2015年中国美白护肤产品专卖店经营分析

一、美容化妆品业连锁特许经营的简析

二、美白护肤产品专卖店经营面临的挑战及经营策略

三、美白护肤产品行业连锁经营的发展趋势

第八章2013-2015年中国美白护肤产品市场竞争格局分析

第一节2013-2015年中国美白护肤产品竞争现状分析

一、美白护肤产品品牌竞争分析

二、美白护肤产品价格竞争分析

三、美白护肤产品渠道竞争分析

第二节2013-2015年中国美白护肤品行业集中度分析

一、产品生产企业分布分析

二、美白护肤品市场集中度分析

第三节2013-2015年中国美白护肤产品提升竞争力策略分析

第九章2013-2015年中国主要外资美白护肤产品企业在华运行分析

第一节法国欧莱雅（LOREAL）

一、集团简介

二、欧莱雅发展中国市场的营销策略综述

三、欧莱雅发展超市渠道四品牌首先进入

第二节美国宝洁公司（PROCTER&GAMBLE）

一、公司简介

二、美国宝洁舍小利而得大益的发展策略

三、宝洁公司在中国的乡村化策略

第三节美国安利公司（AMWAY）

一、公司简介

二、安利在中国的市场营销策略概述

三、安利公司的制胜之道

第四节美国雅芳（AVON）

一、公司简介

二、雅芳将中国市场作为独立的业务区

三、雅芳营销转型后的发展概况

第五节日本资生堂（SHISEIDO）

一、公司简介

二、资生堂发展中国男士化妆品市场

三、资生堂全面抢占中国市场

第六节英国联合利华（UNILEVER）

一、公司简介

二、联合利华用中国品牌攻占中国市场

第十章 2013-2015年中国化妆品企业竞争财务数据分析

第一节上海家化联合股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节索芙特股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节玫琳凯(中国)化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节雅芳（中国）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节天津郁美净集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节妮维雅(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节四川可采实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节江苏东洋之花化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 博思数据关于中国美白护肤产品运行趋势预测分析

第一节2016-2022年中国美白护肤产品发展趋势分析

一、花朵美容护肤品有望成为新宠

二、医药处方护肤品前景光明

三、美白护肤化妆品开发和研发动向

第二节2016-2022年中国美白护肤产品市场的发展潜力分析

一、中国美白护肤产品市场需求分析

二、中国美白护肤产品供给形势预测

三、中国美白护肤产品竞争格局预测分析

第三节2016-2022年中国美白护肤产品市场盈利预测分析

第十二章2016-2022年中国美白护肤产品产业投资机会与风险分析

第一节2016-2022年中国美白护肤产品产业投资环境分析

第二节2016-2022年中国美白护肤产品产业投资机会分析

一、中国美白护肤产品产业吸引力分析

二、中国美白护肤产品产业区域投资潜力分析

第三节2016-2022年中国美白护肤产品产业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

第四节2016-2022年中国美白护肤产品产业投资建议分析

图表目录：（部分）

图表：2005-2015年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2015年前二季度中国三产业增加值结构图

图表：2013-2015年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1990-2014中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1990-2014中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2011-2014年中国工业增加值增长趋势图

图表：2013-2015年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2015年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2015年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2015年我国财政收入支出走势图

图表：2013年1月-2015年9月人民币兑美元汇率中间价

图表：2015年9月人民币汇率中间价对照表

图表：2013-2015年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2013-2015年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2006-2014年中国外汇储备走势图

图表：2011-2014年中国外汇储备及增速变化图

图表：2015年9月20日中国人民银行利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2015年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2011-2014年中国就业人数走势图

图表：2011-2014年中国城镇就业人数走势图

图表：1990-2014年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1990-2014年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：2011-2014年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2006-2014年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1990-2014年中国城镇化率走势图

图表：2011-2014年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2011-2015年9月中国化妆品制造行业企业数量及增长率分析单位：个

图表：2011-2015年9月中国化妆品制造行业亏损企业数量及增长率分析单位：个

图表：2011-2015年9月中国化妆品制造行业从业人数及同比增长分析单位：个

图表：2011-2015年9月中国化妆品制造企业总资产分析单位：亿元

图表：2015年中国化妆品制造行业不同类型企业数量单位：个

图表：2015年中国化妆品制造行业不同所有制企业数量单位：个

图表：2015年中国化妆品制造行业不同类型销售收入单位：千元

图表：2015年中国化妆品制造行业不同所有制销售收入单位：千元

图表：2011-2015年9月中国化妆品制造产成品及增长分析单位：亿元

图表：2011-2015年9月中国化妆品制造工业销售产值分析单位：亿元

图表：2011-2015年9月中国化妆品制造出口交货值分析单位：亿元

图表：2011-2015年9月中国化妆品制造行业销售成本分析单位：亿元

图表：2011-2015年9月中国化妆品制造行业费用分析单位：亿元

图表：2011-2015年9月中国化妆品制造行业主要盈利指标分析单位：亿元

图表：2011-2015年9月中国化妆品制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2011-2015年中国美容品或化妆品及护肤品进口数量分析

图表：2011-2015年中国美容品或化妆品及护肤品进口金额分析

图表：2011-2015年中国美容品或化妆品及护肤品出口数量分析

图表：2011-2015年中国美容品或化妆品及护肤品出口金额分析

图表：2011-2015年中国美容品或化妆品及护肤品进出口平均单价分析

图表：2011-2015年中国美容品或化妆品及护肤品进口国家及地区分析

图表：2011-2015年中国美容品或化妆品及护肤品出口国家及地区分析

图表：上海家化联合股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司经营收入走势图

图表：上海家化联合股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司负债情况图

图表：上海家化联合股份有限公司负债指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司成长能力指标走势图

图表：索芙特股份有限公司主要经济指标走势图

图表：索芙特股份有限公司经营收入走势图

图表：索芙特股份有限公司盈利指标走势图

图表：索芙特股份有限公司负债情况图

图表：索芙特股份有限公司负债指标走势图

图表：索芙特股份有限公司运营能力指标走势图

图表：索芙特股份有限公司成长能力指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司主要经济指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司经营收入走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司盈利指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司负债情况图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司负债指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司运营能力指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司成长能力指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司主要经济指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司经营收入走势图

图表：雅芳（中国）有限公司盈利指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司负债情况图

图表：雅芳（中国）有限公司负债指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司运营能力指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司成长能力指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司主要经济指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司经营收入走势图

图表：天津郁美净集团有限公司盈利指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司负债情况图

图表：天津郁美净集团有限公司负债指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司运营能力指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司成长能力指标走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司主要经济指标走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司经营收入走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司盈利指标走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司负债情况图

图表：妮维雅(上海)有限公司负债指标走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司运营能力指标走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司成长能力指标走势图

图表：四川可采实业有限公司主要经济指标走势图

图表：四川可采实业有限公司经营收入走势图

图表：四川可采实业有限公司盈利指标走势图

图表：四川可采实业有限公司负债情况图

图表：四川可采实业有限公司负债指标走势图

图表：四川可采实业有限公司运营能力指标走势图

图表：四川可采实业有限公司成长能力指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司主要经济指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司经营收入走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司盈利指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司负债情况图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司负债指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司运营能力指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司成长能力指标走势图

图表：略…………

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/rihua1510/6138274M3A.html>