



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国护肤品产业市 场分析及战略咨询报告

一、调研说明

《2013-2017年中国护肤品产业市场分析及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/222030.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

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。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017 年中国护肤品产业市场分析及战略咨询报告》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。

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

- 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

通过《2013-2017年中国护肤品产业市场分析及战略咨询报告》，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、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/222030.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。