



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国男士化妆品市场全景调研与发展战略分析报告

一、调研说明

《2013-2017年中国男士化妆品市场全景调研与发展战略分析报告》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/226587.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

随着化妆品行业的不断发展，很多国内外知名的化妆品品牌开始发展男士护肤品。目前，欧美男士护肤品占据了将近30%的市场份额，而且还在不断增长，在这种局势下，国内的男士护肤品市场存在着广阔的发展空间。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年中国男士化妆品市场全景调研与发展战略分析报告》共十三章。首先介绍了中国男士化妆品行业发展环境、中国化妆品市场运行形势等，接着分析了中国男士化妆品市场运营的现状，然后介绍了中国男士化妆品行业竞争格局。随后，报告对中国男士化妆品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国男士化妆品发展前景与投资预测。您若想对男士化妆品产业有个系统的了解或者想投资男士化妆品行业，本报告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家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。

第一章 2012-2013年中国男士化妆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 2012-2013年中国男士化妆品行业发展政策环境分析

- 一、化妆品生产企业卫生规范
- 二、进出口化妆品检验检疫管理办法
- 三、EEC化妆品规程
- 四、化妆品卫生监督条例
- 五、化妆品卫生监督条例实施细则
- 六、《化妆品卫生监督条例实施细则》调整条款

第三节 2012-2013年中国男士化妆品行业发展社会环境分析

第二章 2012-2013年中国化妆品市场运行形势分析

第一节 2012-2013年中国化妆品市场总体概况

- 一、中国化妆品市场发展回顾
- 二、化妆品市场发展的总体概述
- 三、国内化妆品市场结构分析
- 四、2012-2013年化妆品网购市场

第二节 2012-2013年中国化妆品市场消费分析

- 一、化妆品市场消费者的构成
- 二、化妆品市场消费的特点
- 三、美容化妆品市场的消费状况调查
- 四、女性购买化妆品的心理因素研究

第三节 2012-2013年中国化妆品包装行业运行情况分析

- 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

第四节 2012-2013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

第五节 2012-2013年中国化妆品市场发展的对策分析

- 一、中国化妆品市场发展的建议
- 二、国内化妆品市场的发展对策
- 三、化妆品企业发展要集体补标识规范课
- 四、化妆品行业地位提升的对策探讨

第三章 2012-2013年中国男士化妆品市场运营态势分析

第一节 2012-2013年男士化妆品的市场概况

- 一、男士化妆品是美容行业里有待挖掘的金矿
- 二、男士化妆品接近主流市场
- 三、男性化妆品市场是逐步成长的新领地
- 四、男士化妆品市场的发展逐步渐形成规模

第二节 2012-2013年男士化妆品开发形势分析

一、开发男士化妆品对企业的意义

二、男士化妆品开发的可能性

三、男士化妆品品种开发设想

四、品牌开发

第三节 2012-2013年中国男士化妆品行业发展对策与建议分析

第四章 2012-2013年中国男性护肤品市场发展格局分析

第一节 2012-2013年中国男性护肤品市场走势分析

一、我国男性护肤品消费的演变历程

二、男性护肤品市场描述

三、男性护肤品消费需求分析

第二节 2012-2013年中国男士护肤品市场最新动态分析

一、男性护肤品产品特性和品牌定位解析

二、国内男士化妆品市场价格分析

三、男士护肤品市场产品关注度浅析

第三节 2013-2017年中国男性护肤品发展潜力分析

第五章 2012-2013年中国男士香水市场运行局势透析

第一节 2012-2013年世界男士香水市场发展概述

一、男用香水味道按基调分类

二、世界主要男士香水品牌及其内涵

三、国际品牌纷争男士香水市场

第二节 2012-2013年中国男士香水市场营运现状分析

一、找准定位精心打造男士香水品牌

二、品牌成为男士选用香水主要因素

三、观念障碍制约男士香水的发展

第三节 2012-2013年中国男士香水市场消费形势分析

一、中国男用香水市场主要消费群体分析

二、男性香水产品需求的发展动态

三、中国主要城市男士香水市场消费状况

第六章 2010-2012年中国化妆品制造行业数据监测分析

第一节 2010-2012年中国化妆品制造行业总体数据分析

一、2010年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

二、2011年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

三、2012年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

第七章 2012-2013年中国男士化妆品市场营销策略透析

第一节 2012-2013年中国男士化妆品行业主要市场渠道

一、批发市场

二、零售终端市场

三、专业市场

四、黑市对化妆品销售市场的影响

第二节 2012-2013年中国男士化妆品直复营销与网络营销分析

一、直复营销的概念

二、化妆品网络营销的特征和优势

三、网络营销理论

四、化妆品网络营销的现状

第三节 2012-2013年中国男士化妆品梯度营销渠道策略分析

一、化妆品实行梯度营销的必要性

二、渠道梯度

三、目标消费者梯度

第八章 2012-2013年中国男士化妆品行业竞争格局分析

第一节 2012-2013年中国化妆品产业竞争现状分析

一、化妆品巨大市场的抢夺

二、中国内地化妆品市场的渠道之争升级

三、国产化妆品市场的竞争分析

第二节 2012-2013年中国男士化妆品企业品牌战略分析

一、品牌在市场营销中的功能

二、品牌化经营是化妆品企业生存根本之道

三、中国男士化妆品企业的品牌战略

四、定位是创造品牌的关键

第三节 2012-2013年中国男士化妆品市场竞争策略研究

第九章 2012-2013年主要外资男士化妆品企业在华投资运状况分析

第一节 法国欧莱雅（Loreal）

一、集团基本概况

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、公司基本概况

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、公司基本概况

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、公司基本概况

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、公司基本概况

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、公司基本简介

二、联合利华用中国品牌攻占中国市场

第十章 2012-2013年中国男士化妆品优势企业竞争力分析

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 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

第十一章 2012-2013年中国男士美容市场运行走势分析

第一节 男士美容市场方兴未艾

- 一、男性美容的基本项目
- 二、男士美容市场概况
- 三、男性美容兴起带动美容产业发展
- 四、男士美容市场消费特点

第二节 2012-2013年中国男士整形市场发展格局分析

- 一、市场增长情况
- 二、整形人群
- 三、整形项目
- 四、整形心理

第三节 2012-2013年中国男士美容市场存在的问题与对策

- 一、男士专业美容市场的软肋
- 二、男士美容市场存在的风险因素
- 三、男士美容经营策略探析
- 四、未来男士专业美容院的出路

第十二章 2013-2017年中国男士化妆品发展前景预测分析

第一节 2013-2017年中国化妆品行业的发展前景

- 一、2013-2017年美容化妆品行业趋势预测
- 二、美容化妆品行业的发展方向
- 四、专业化分工是化妆品行业的发展趋势

第二节 2013-2017年中国男士化妆品的发展前景

- 一、男用化妆品市场发展存在着无限商机

二、男性美容化妆品市场发展前景广阔

三、男性化妆品的发展趋势

第三节 2013-2017年中国化妆品行业市场盈利分析

第十三章 2013-2017年中国男士化妆品投资前景预测分析

第一节 2013-2017年中国男士化妆品行业投资机会分析

一、国内洗涤化妆品市场增长情况

二、化妆品市场投资存在的商机

三、本土化妆品具有的八大机会透析

第二节 2013-2017年中国男士化妆品行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、原材料压力风险分析

三、技术风险分析

四、政策和体制风险

五、外资进入现状及对未来市场的威胁

图表目录：

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年中国男士化妆品 市场全景调研与发展战略分析报告》，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。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/226587.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。