



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国美白护肤市场 运行态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国美白护肤市场运行态势及投资策略报告》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/247282.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

第一章 2015-2020年中国化妆品市场发展形势分析

第一节2015-2020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2015-2020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2015-2020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2015-2020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 2015-2020年中国美白护肤产品产业运行环境分析

第一节2015-2020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2015-2020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2015-2020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2015-2020年中国美白产品市场运行状况分析

第一节 2015-2020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2015-2020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2015-2020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2015-2020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、2015-2020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 2007-2014年中国化妆品制造行业主要数据监测分析

第一节 2007-2014年3季度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 2014年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 2007-2014年3季度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 2007-2014年3季度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 2007-2014年3季度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 2009-2014年3季度中国美容品或化妆品及护肤品进出口数据监测分析

第一节 2009-2014年3季度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 2009-2014年3季度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 2009-2014年3季度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 2009-2014年3季度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 2015-2020年中国美白护肤产品市场营销策略分析

第一节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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2015-2020年中国美白护肤产品市场竞争格局分析

第一节2015-2020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2015-2020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2015-2020年中国美白护肤产品提升竞争力策略分析

第九章 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 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 2015-2020年中国美白护肤产品运行趋势预测分析

第一节 2015-2020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2015-2020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2015-2020年中国美白护肤产品市场盈利预测分析

第十二章2015-2020年中国美白护肤产品产业投资机会与风险分析

第一节2015-2020年中国美白护肤产品产业投资环境分析

第二节2015-2020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2015-2020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2015-2020年中国美白护肤产品产业投资建议分析

图表目录：

图表：2006-2014年3季度中国GDP总量及增长趋势图

图表：2014年中国三产业增加值结构图

图表：2015-2020年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2006-2014年3季度我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2006-2014年3季度我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2013中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2013中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2006-2014年中国工业增加值增长趋势图

图表：2015-2020年我国工业增加值分季度增速

图表：2006-2014年3季度我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2006-2014年3季度我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2006-2014年3季度我国财政收入支出走势图

图表：2012年1月-2014年3季度7月人民币兑美元汇率中间价

图表：2014年10月人民币汇率中间价对照表

图表：2004-2014年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2004-2014年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2014年中国外汇储备走势图

图表：2006-2014年中国外汇储备及增速变化图

图表：2014年10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：2006-2014年3季度中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2006-2014年3季度我国货物进出口总额走势图

图表：2006-2014年3季度中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2006-2014年中国就业人数走势图

图表：2006-2014年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2014年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2014年我国总人口数量增长趋势图

图表：2012年人口数量及其构成

图表：2006-2014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：2001-2014年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2014年中国城镇化率走势图

图表：2006-2014年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2007-2014年3季度中国化妆品制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2007-2014年3季度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：2007-2014年3季度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：2007-2014年3季度中国化妆品制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2014年中国化妆品制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2014年中国化妆品制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2014年中国化妆品制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2014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：2007-2014年3季度中国化妆品制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2007-2014年3季度中国化妆品制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2007-2014年3季度中国化妆品制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2007-2014年3季度中国化妆品制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2007-2014年3季度中国化妆品制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2007-2014年3季度中国化妆品制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2007-2014年3季度中国化妆品制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2009-2014年3季度中国美容品或化妆品及护肤品进口数量分析

图表：2009-2014年3季度中国美容品或化妆品及护肤品进口金额分析

图表：2009-2014年3季度中国美容品或化妆品及护肤品出口数量分析

图表：2009-2014年3季度中国美容品或化妆品及护肤品出口金额分析

图表：2009-2014年3季度中国美容品或化妆品及护肤品进出口平均单价分析

图表：2009-2014年3季度中国美容品或化妆品及护肤品进口国家及地区分析

图表：2009-2014年3季度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………

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/247282.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。