



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国护肤品市场需 求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国护肤品市场需求及投资前景分析报告》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/275906.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

随着科学技术的发展，以及消费者需求的提升，化妆品的功能已不再单一产品结构富于变化，功效也面向多元化发展。就护肤品而言，其最根本的滋润功能已经远远不能满足消费者的要求。而附加功能如"美白、防晒、抗衰老"等很受消费者欢迎，拥有良好的开发市场。

从护肤品消费市场看，使用护肤品已不仅仅是女性的专利，护肤品正在为许多的男性所接受，男用护肤品市场得到了快速发展，在一些大型高档商场，已出现了男用护肤品专柜，产品以欧美品牌为主，男用护肤品市场有着广阔的发展前景。另外儿童护肤品市场以及老年人市场也存在着不小的需求，因此这一市场同样不可忽视。 2009-2014年中国其他美容品或化妆品及护肤品（33049900）进出口数据统计表

年份	出口（千克、千美元）	进口（千克、千美元）
2009年	58508074 421,336	14647732
2010年	70760265 556,316	19875304
2011年	78988523 681,241	25406451
2012年	83402167 667,709	28641459
2013年	79972035 647,794	32692598
2014年	** **	** **

** ** ** ** 数据来源：中国海关

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 护肤品相关概述	25
第一节 化妆品的相关概述	25
一、化妆品的定义	25
二、化妆品的分类	26
三、化妆品的主要作用	28
四、化妆品的发展历程	29
第二节 护肤品的基本概述	30
一、护肤品的定义及特性	30
二、护肤品的分类	31
三、护肤品的成分及作用	34

四、护肤品的发展历程37

第二章 世界护肤品市场分析40

第一节 世界护肤品市场概况40

一、世界护肤品市场现状40

二、世界护肤品市场品牌分析40

三、世界有机护肤品市场现状50

四、世界护肤品市场驱动因素51

五、世界护肤品市场新潮流53

第二节 世界主要国家和地区护肤品市场分析54

一、美国护肤品市场54

二、日本护肤品市场55

三、法国护肤品市场57

四、德国护肤品市场58

第三章 2014-2015年中国护肤行业发展环境分析60

第一节 2014-2015年中国宏观经济环境分析60

一、中国GDP增长情况分析60

二、工业经济发展形势分析61

三、社会固定资产投资分析62

四、全社会消费品零售总额63

五、城乡居民收入增长分析65

六、居民消费价格变化分析66

七、对外贸易发展形势分析67

第二节 中国化妆品行业政策环境分析68

一、中国化妆品监管机构分析68

二、中国化妆品被监管对象及特点70

三、中国化妆品监管领域的新问题71

四、中国化妆品监管的最新进展72

五、中国化妆品行业新政策解读73

第三节 中国化妆品行业技术环境分析75

一、中国化妆品行业技术发展现状75

二、中国化妆品行业的新技术75

三、中国化妆品行业的新原料77

四、中国化妆品技术开发研究方向79

第四节 中国护肤品行业社会环境分析80

一、中国人口及分布总体情况80

二、中国女性人口特征分析82

三、女性化妆品消费观念变革83

四、男性化妆品消费观念建立86

第五节 2012-2015年中国化妆品行业发展分析88

一、中国化妆品市场规模分析88

二、2015年中国化妆品行业发展概况89

三、2013年中国化妆品行业发展概况91

四、2014年中国化妆品行业发展概况93

第四章 2011-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析(3304)95

第一节 2011-2015年化妆品、美容品及护肤品进口情况分析95

一、化妆品、美容品及护肤品进口数量情况95

二、化妆品、美容品及护肤品进口金额情况95

三、化妆品、美容品及护肤品进口来源分析96

四、化妆品、美容品及护肤品进口均价分析97 2009-2014年中国其他美容品或化妆品及护肤品
(33049900)进口平均单价分析 年份 进口平均价格(美元/吨) 2009年 2009年 2010
年 2010年 2011年 2011年 2012年 2012年 2013年 2013年 2014年 **

第二节 2011-2015年化妆品、美容品及护肤品出口分析98

一、化妆品、美容品及护肤品出口数量情况98

二、化妆品、美容品及护肤品出口金额情况98

三、化妆品、美容品及护肤品出口流向分析99

四、化妆品、美容品及护肤品出口均价分析100 2009-2014年中国其他美容品或化妆品及护肤
品(33049900)出口平均单价分析 年份 出口平均价格(美元/吨) 2009年 34373.79
2010年 34656.12 2011年 37031.34 2012年 34949.23 2013年 34361.75 2014年 **

第五章 2014-2015年中国护肤品行业发展分析101

第一节 中国护肤品行业发展概况101

一、中国护肤品行业简析101

二、中国护肤品品牌发展历程	101
三、中国护肤品行业产品概况	102
第二节 中国护肤品市场现状分析	105
一、2015年中国护肤品市场规模	105
二、2015年护肤品市场结构特点	106
三、2015年高档护肤品市场分析	107
四、2015年护肤品市场热点分析	108
五、中国护肤品市场总体特征分析	110
第三节 中国护肤品市场竞争分析	112
一、中国护肤品市场竞争格局	112
二、中国护肤品品牌竞争状况分析	114
第四节 中国护肤品市场主要消费人群分析	116
一、女性护肤品	116
二、男士护肤品	118
三、老年护肤品	118
四、儿童用护肤品	119
五、婴幼儿护肤品	122
第五节 中国护肤品行业存在的问题与对策分析	124
一、中国护肤品市场存在的问题	124
二、中国护肤品企业竞争力提升对策	126
第六章 中国护肤品市场结构分析	129
第一节 2015年中国面部护肤品市场发展分析	129
一、中国面部护肤品市场规模	129
二、中国面部护肤品市场结构	129
第二节 2015年中国身体护肤品市场发展分析	130
一、中国身体护肤品市场规模	130
二、中国身体护肤品市场结构	131
第三节 2015年中国手部护肤品市场发展分析	132
一、中国手部护肤品市场规模	132
二、护手霜的推广和营销策略	132

第七章 2014-2015年中国洁护肤品市场分析 136

第一节 洁护肤品相关概述 136

一、洁护肤品定义 136

二、面部洁护肤品的分类 136

三、面部洁护肤品的作用和使用方法 137

第二节 2015年中国洁护肤品消费调研分析 139

一、洁护肤品市场消费者调查总体情况 139

二、洁护肤品消费市场品牌渗透率情况 139

三、洁护肤品消费市场经常使用品牌情况 140

第三节 中国洗面奶市场分析 141

一、洗面奶的相关概述 141

二、2015年中国洗面奶市场规模 142

三、中国洗面奶零售渠道分析 143

第四节 2015年中国主要城市洁护肤品消费者调研 143

一、华北地区 143

二、东北地区 149

三、华东地区 156

四、中南地区 175

五、西南地区 189

六、西北地区 194

第八章 2014-2015年中国保湿护肤品市场分析 197

第一节 保湿护肤品的相关概述 197

一、保湿护肤品的主要保湿成分 197

二、保湿护肤品的分类 198

第二节 2015年中国保湿护肤品主要消费者调研分析 200

一、保湿护肤品市场调查的总体情况 200

二、保湿护肤品市场品牌渗透率情况 201

三、保湿护肤品市场经常使用品牌情况 202

第三节 2015年中国保湿护肤品市场发展状况 202

一、中国保湿护肤品市场规模 202

二、中国保湿护肤品市场特点 203

三、中国保湿护肤品品牌竞争分析	205
第四节 2015年中国主要城市保湿护肤品消费者调研	206
一、华北地区	206
二、东北地区	211
三、华东地区	218
四、中南地区	238
五、西南地区	251

第九章 2014-2015年中国祛痘护肤品市场分析 257

第一节 祛痘护肤品相关概述 257

- 一、致痘成份及原因 257
- 二、祛痘护肤品成份及功效 257

第二节 2015年中国祛痘护肤品主要消费者调研 258

- 一、祛痘护肤品市场调查总体情况 258
- 二、祛痘护肤品市场品牌渗透率情况 259
- 三、祛痘护肤品市场经常使用品牌情况 260

第三节 2015年中国祛痘护肤品市场分析 261

- 一、中国祛痘护肤品市场规模 261
- 二、中国祛痘护肤品市场需求分析 261

第四节 2015年中国主要城市祛痘护肤品消费者调研 262

- 一、华北地区 262
- 二、东北地区 266
- 三、华东地区 271
- 四、中南地区 288
- 五、西南地区 299
- 六、西北地区 302

第十章 2014-2015年中国面膜市场分析 304

第一节 面膜相关概述 304

- 一、面膜的定义、原理及作用 304
- 二、面膜的分类 305
- 三、面膜的使用 308

第二节 中国面膜市场分析309

一、2015年中国面膜市场规模309

二、2015年面膜市场发展情况309

三、2015年面膜市场发展态势310

四、中国面膜市场发展特点311

五、面膜市场品牌格局分析313

第三节 中国面膜消费市场调查314

一、面膜消费行为调查314

二、面膜产品价格结构317

三、男性面膜市场需求318

四、女性面膜市场需求319

第十一章 2014-2015年中国美白护肤品市场分析321

第一节 美白护肤品概述321

一、美白护肤品成分简介321

二、美白护肤品作用及原理323

第二节 2015年中国美白护肤品主要消费市场分析324

一、美白护肤品市场调查总体情况324

二、美白护肤品市场品牌渗透率情况324

三、美白护肤品市场经常使用品牌情况325

第三节 2015年中国美白护肤品的市场发展状况326

一、中国美白护肤品总体市场发展状况326

二、中国美白面膜市场发展状况327

三、中国美白洗面奶市场发展状况327

四、中国美白保湿护肤品市场发展状况328

五、中国身体美白护肤品市场发展状况328

第四节 2015年中国主要城市美白护肤品消费者调研329

一、华北地区329

二、东北地区334

三、华东地区341

四、中南地区361

五、西南地区375

六、西北地区380

第十二章 2014-2015年中国润唇膏市场分析383

第一节 润唇膏相关概述383

一、唇部问题及防护重点383

二、唇部护理步骤384

三、润唇膏的选择385

第二节 中国润唇膏市场消费者调查386

第三节 中国润唇膏市场分析387

一、2015年中国润唇膏市场规模387

二、中国润唇膏市场需求分析387

三、国内主要润唇膏产品分析388

第十三章 2014-2015年中国其他类型护肤品市场分析392

第一节 中国抗衰老护肤品市场发展分析392

一、抗衰老护肤品相关概述392

二、2015年中国抗衰老护肤品市场规模393

三、2015年中国抗衰老护肤品市场竞争状况393

第二节 2014-2015年中国抗脂护肤品市场发展分析395

一、抗脂护肤品市场概况395

二、2015年中国抗脂护肤品市场规模396

三、2015年中国抗脂护肤品市场竞争状况396

第三节 中国爽肤水市场发展分析397

一、爽肤水的相关概述397

二、2015年中国爽肤水市场规模398

第十四章 2014-2015年中国男士护肤品市场分析399

第一节 男士护肤品相关概述399

一、男士护肤品的需求基础399

二、男士护肤品的消费基础399

三、男士护肤品的分类400

第二节 中国男士护肤品市场状况分析401

- 一、中国男士护肤品市场概况401
- 二、中国男士护肤品走热的原因分析402
- 三、中国男士护肤品市场特点分析402
- 四、中国男士护肤品产品分析403
- 第三节 中国男士护肤品市场竞争与营销分析405
 - 一、中国男士护肤品市场竞争概况405
 - 二、2015年中国男士护肤品关注度分析406
 - 三、中国男士护肤品营销分析407

第十五章 中国护肤品市场营销分析409

第一节 中国护肤品市场营销概况409

- 一、中国护肤品市场营销方法409
- 二、护肤品直销方法分析411
- 三、护肤品企业营销概况412

第二节 护肤品企业战略营销模式413

- 一、研发领先413
- 二、功效领先414
- 三、成本领先414
- 四、渠道领先415
- 五、传播领先416
- 六、服务领先416

第十六章 2014-2015年世界护肤品企业及品牌分析418

第一节 法国欧莱雅(L'Oreal)418

- 一、企业简介418
- 二、欧莱雅在中国的发展418
- 三、欧莱雅公司经营情况420
- 四、欧莱雅收购美即面膜421

第二节 美国宝洁(P&G, Procter & Gamble)422

- 一、企业简介422
- 二、2015年企业经营状况423
- 三、宝洁公司在中国的营销策略分析424

- 四、宝洁公司多品牌战略426
- 五、宝洁公司的广告策略431
- 第三节 英国联合利华(Unilever)432
 - 一、企业简介432
 - 二、2015年企业经营状况434
 - 三、联合利华多品牌营销战略分析435
 - 四、联合利华将完善中国区整体布局436
- 第四节 美国雅芳(Avon)437
 - 一、企业简介437
 - 二、2015年企业经营状况437
 - 三、雅芳的产品简介438
 - 四、雅芳营销模式转型439
- 第五节 日本资生堂(Shiseido)440
 - 一、企业简介440
 - 二、资生堂历史441
 - 三、2015年企业经营状况442
 - 四、资生堂品牌线路443
- 第六节 美国安利(Amway)444
 - 一、企业简介444
 - 二、2015年安利经营状况444
 - 三、安利中国的现状分析445
 - 四、安利(中国)品牌战略446
- 第七节 美国雅诗兰黛(Estée Lauder)447
 - 一、企业及品牌简介447
 - 二、雅诗兰黛发展简史448
 - 三、雅诗兰黛的产品与服务450
 - 四、雅诗兰黛公司经营情况451
 - 五、雅诗兰黛在华发展情况452
- 第八节 美国如新(Nu Skin)452
 - 一、企业简介452
 - 二、如新业务部门介绍453
 - 三、如新公司经营状况454

四、如新在中国的发展状况456

五、如新公司经营策略分析456

第九节 花王株式会社458

一、企业简介458

二、花王中国旗下品牌介绍458

三、花王公司经营情况分析460

四、花王在中国发展战略分析461

第十节 爱茉莉 (Amore) 462

一、企业简介462

二、爱茉莉品牌介绍462

三、爱茉莉直销模式463

第十七章 中国化妆品企业及品牌分析464

第一节 上海家化联合股份有限公司464

一、企业基本情况464

二、企业主要产品分析464

三、企业经营情况分析465

四、企业销售网络分布466

五、企业发展战略分析466

第二节 索芙特股份有限公司467

一、企业基本情况467

二、企业主要产品分析468

三、企业经营情况分析468

四、企业竞争优势分析469

五、企业发展战略及展望470

第三节 广州市浪奇实业股份有限公司470

一、企业基本情况470

二、企业主要产品分析472

三、企业经营情况分析473

四、企业销售网络分布474

五、企业竞争优势分析474

第四节 霸王国际集团474

- 一、企业基本情况474
- 二、企业主要产品分析475
- 三、企业竞争优势分析476
- 四、企业销售网络分布476
- 第五节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司477

- 一、企业基本情况477
- 二、企业主要产品分析478
- 三、企业经营情况分析478
- 四、企业竞争优势分析479
- 五、企业销售网络分布479

第六节 江苏少女之春有限公司479

- 一、企业基本情况479
- 二、企业主要产品分析480
- 三、企业经营情况分析481
- 四、企业销售网络分布481

第七节 沈阳新生活实业有限公司481

- 一、企业基本情况481
- 二、企业主要产品分析482
- 三、企业竞争优势分析483
- 四、企业销售网络分布484

第八节 联合利华(中国)有限公司484

- 一、企业基本情况484
- 二、企业主要产品分析485
- 三、企业经营情况分析486
- 四、企业竞争优势分析486
- 五、企业发展战略分析486

第九节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司487

- 一、企业基本情况487
- 二、企业主要产品分析487
- 三、企业经营情况分析488
- 四、企业发展历程分析488

第十节 雅芳(中国)制造有限公司489

- 一、企业基本情况489
- 二、企业主要产品分析490
- 三、企业经营情况分析491
- 四、企业发展历程分析491
- 第十一节 资生堂丽源化妆品有限公司493
 - 一、企业基本情况493
 - 二、企业主要产品分析493
 - 三、企业经营情况分析494
 - 四、企业发展战略分析494
- 第十二节 妮维雅(上海)有限公司496
 - 一、企业基本情况496
 - 二、企业主要产品分析497
 - 三、企业经营情况分析497
 - 四、企业竞争优势分析498
- 第十三节 仙妮蕾德(中国)有限公司498
 - 一、企业基本情况498
 - 二、企业主要产品分析498
 - 三、企业经营情况分析499
 - 四、企业竞争优势分析499
- 第十四节 天津郁美净集团有限公司500
 - 一、企业基本情况500
 - 二、企业主要产品分析501
 - 三、企业经营情况分析501
 - 四、企业竞争优势分析502
- 第十五节 苏州尚美国际化妆品有限公司502
 - 一、企业基本情况502
 - 二、企业主要产品分析503
 - 三、企业经营情况分析504
 - 四、企业竞争优势分析504
 - 五、企业销售网络分布505
- 第十六节 松泽化妆品(深圳)有限公司505
 - 一、企业基本情况505

二、企业主要产品分析506

三、企业经营情况分析506

四、企业竞争优势分析507

第十七节 北京大宝化妆品有限公司507

一、企业基本情况507

二、企业主要产品分析508

三、企业经营情况分析508

四、企业发展战略分析509

五、企业销售网络分布509

第十八节 上海卓多姿中信化妆品有限公司509

一、企业基本情况509

二、企业主要产品分析510

三、企业经营情况分析510

四、企业竞争优势分析511

第十九节 广东名臣有限公司511

一、企业基本情况511

二、企业主要产品分析512

三、企业经营情况分析512

四、企业竞争优势分析513

五、企业发展战略分析513

第二十节 广州市好迪化妆品有限公司513

一、企业基本情况513

二、企业主要产品分析514

三、企业经营情况分析514

四、企业竞争优势分析515

五、企业销售网络分布515

第二十一节 江苏东洋之花化妆品股份有限公司515

一、企业基本情况515

二、企业主要产品分析516

三、企业经营情况分析517

四、企业竞争优势分析517

第二十二节 中山市嘉丹婷日用品有限公司518

- 一、企业基本情况518
- 二、企业主要产品分析518
- 三、企业经营情况分析518
- 四、企业竞争优势分析519
- 第二十三节 上海相宜本草化妆品制造有限公司520

- 一、企业基本情况520
- 二、企业主要产品分析520
- 三、企业经营情况分析522
- 四、企业竞争优势分析522

第二十四节 广东雅倩化妆品有限公司523

- 一、企业基本情况介绍523
- 二、企业主要产品分析523
- 三、企业经营情况分析524
- 四、企业竞争优势分析525

第二十五节 上海自然美富丽化妆品有限公司525

- 一、企业基本情况525
- 二、企业主要产品分析526
- 三、企业经营情况分析527
- 四、企业竞争优势分析527
- 五、企业销售网络分布529

第十八章 2016-2022年中国护肤品行业前景预测530

第一节 2016-2022年中国护肤品行业总体发展前景530

- 一、中国护肤品市场发展趋势分析530
- 二、2016-2022年护肤品总体市场规模预测531

第二节 2016-2022年中国护肤品各细分产品市场规模预测532

- 一、2016-2022年中国面部护肤品市场前景预测532
- 二、2016-2022年中国身体护肤品市场前景预测532
- 三、2016-2022年中国手部护肤品市场前景预测533

第三节 2016-2022年中国护肤品具体细分产品市场规模预测534

- 一、2016-2022年中国洗面奶市场前景预测534
- 二、2016-2022年中国祛痘护肤品市场前景预测534

- 三、2016-2022年中国面膜市场前景预测535
- 四、2016-2022年中国润唇膏市场前景预测536
- 五、2016-2022年中国抗衰老护肤品市场前景预测536
- 六、2016-2022年中国抗脂护肤品市场前景预测537
- 七、2016-2022年中国爽肤水市场前景预测537

图表目录：

- 图表 1 化妆品分类(按使用目的分) 26
- 图表 2 化妆品分类(按使用部位分) 27
- 图表3 化妆品按照剂型分类 27
- 图表4 化妆品按生产过程和产品特点分类 28
- 图表5 护肤品按照使用部位和具体功效细分33
- 图表6 护肤品所含成分及作用对照表34
- 图表7 2011-2015年全球护肤品市场规模增长趋势图40
- 图表8 2009-2015年全球主要护肤品品牌市场占有率49
- 图表9 2012-2015年国内生产总值构成及增长速度统计60
- 图表10 2011-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图61
- 图表11 2015年规模以上工业增加值及增长速度趋势图62
- 图表12 2011-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图63
- 图表 13 2011-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图64
- 图表 14 2011-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图65
- 图表 15 2011-2015年农村居民人均纯收入及增长趋势图66
- 图表 16 2015年中国居民消费价格月度变化趋势图67
- 图表 17 2011-2015年中国进出口总额增长趋势图67
- 图表 18 2011-2015年中国人口数量及增长率变化趋势图80
- 图表 19 2015年中国人口数量及其构成情况统计81
- 图表 20 2015年末中国各年龄段人口比重81
- 图表 21 2011-2015年中国女性人口数量及比重82
- 图表 22 不同学历男性使用化妆品的状况87
- 图表 23 不同收入男性使用化妆品的状况87
- 图表 24 男性不使用化妆品的原因分析88
- 图表 25 2011-2015年中国化妆品市场规模增长趋势图89

图表 26 2012年中国化妆品制造行业经济指标统计90

图表 27 2015年中国化妆品制造行业经济指标统计91

图表 28 2015年化妆品制造行业前五省区企业数量排名92

图表 29 2015年化妆品制造行业前五省区资产总计排名92

图表30 2015年化妆品制造行业前五省区销售收入排名93

图表31 2015年化妆品制造行业前五省区利润总额排名93

图表32 2015年中国化妆品制造行业经济指标统计94

图表33 2011-2015年化妆品、美容品及护肤品进口数量统计95

图表34 2011-2015年化妆品、美容品及护肤品进口金额统计95

图表35 2015年中国化妆品、美容品及护肤品进口来源地情况96

图表36 2015年化妆品、美容品及护肤品进口来源地情况96

图表37 2015年化妆品、美容品及护肤品进口来源地结构分布图97

图表38 2011-2015年化妆品、美容品及护肤品进口均价情况97

图表39 2011-2015年化妆品、美容品及护肤品出口数量统计98

图表40 2011-2015年化妆品、美容品及护肤品出口金额统计98

图表41 2015年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向情况99

图表42 2015年化妆品、美容品及护肤品出口流向情况99

图表43 2015年化妆品、美容品及护肤品出口流向结构分布图100

图表44 2011-2015年化妆品、美容品及护肤品出口均价情况100

图表45 2011-2015年中国护肤品市场规模增长趋势图105

图表46 2015年中国化妆品市场结构图106

图表47 2011-2015年中国护肤品细分市场规模统计106

图表48 2015年中国护肤品细分市场结构图107

图表49 2011-2015年中国高档护肤品零售额增长趋势图107

图表50 2011-2015年中国不同等级护肤品市场比例结构107

图表51 2015年高档护肤品和大众护肤品市场份额图108

图表52 2011-2015年中国护肤品企业市场占有率统计113

图表53 2012年中国护肤品市场份额排名前十位的企业114

图表54 2015年中国护肤品市场份额排名前十位的企业114

图表55 2009-2015年中国护肤品品牌占有率115

图表56 2012年中国护肤品市场份额排名前十位的品牌116

图表57 2015年中国护肤品市场份额排名前十位的品牌116

图表58 2001-2015年中国0-14岁人口数量及占比情况120

图表59 2011-2015年中国婴儿护肤品零售额变化趋势图123

图表60 2006-2014年中国婴幼儿人数统计124

图表61 2011-2015年中国面部护肤品市场规模增长趋势图129

图表62 2015年中国面部护肤品细分产品市场规模统计 130

图表63 2015年中国面部护肤品市场结构图 130

图表64 2011-2015年中国身体护肤品市场规模增长趋势图 131

图表65 2015年中国护肤品细分市场统计 131

图表66 2015年中国身体护肤品市场结构图 131

图表67 2011-2015年中国手部护肤品市场规模增长趋势图 132

图表68 护手霜推广的战略目标 133

图表69 新护手霜上市推广的流程 134

图表70 新护手霜上市的核心内容 135

图表71 新护手霜上市推广方案 135

图表72 中国35大城市洁肤品市场需求总体状况 139

图表73 中国35大城市洁肤品品牌渗透率总体情况 139

图表74 中国35大城市消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 140

图表75 2011-2015年中国洗面奶市场规模增长趋势图 143

图表76 北京洁肤品市场需求总体状况 144

图表77 北京洁肤品品牌渗透率总体情况 144

图表78 北京消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 145

图表79 天津洁肤品市场需求总体状况 145

图表80 天津洁肤品品牌渗透率总体情况 146

图表81 天津消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 146

图表82 太原洁肤品市场需求总体状况 147

图表83 太原洁肤品品牌渗透率总体情况 147

图表84 太原消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 148

图表85 哈尔滨洁肤品市场需求总体状况 149

图表86 哈尔滨洁肤品品牌渗透率总体情况 149

图表87 哈尔滨消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 150

图表88 长春洁肤品市场需求总体状况 151

图表89 长春洁肤品品牌渗透率总体情况 151

图表90 长春消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 152

图表91 沈阳洁肤品市场需求总体状况 152

图表92 沈阳洁肤品品牌渗透率总体情况 153

图表93 沈阳消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 153

图表94 大连洁肤品市场需求总体状况 154

图表95 大连洁肤品品牌渗透率总体情况 154

图表96 大连消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 155

图表97 济南洁肤品市场需求总体状况 156

图表98 济南洁肤品品牌渗透率总体情况 156

图表99 济南消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 157

图表100 青岛洁肤品市场需求总体状况 158

图表101 青岛洁肤品品牌渗透率总体情况 158

图表102 青岛消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 159

图表103 南京洁肤品市场需求总体状况 159

图表104 南京洁肤品品牌渗透率总体情况 160

图表105 南京消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 160

图表106 苏州洁肤品市场需求总体状况 161

图表107 苏州洁肤品品牌渗透率总体情况 161

图表108 苏州消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 162

图表109 上海洁肤品市场需求总体状况 163

图表110 上海洁肤品品牌渗透率总体情况 163

图表111 上海消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 164

图表112 杭州洁肤品市场需求总体状况 165

图表113 杭州洁肤品品牌渗透率总体情况 165

图表114 杭州消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 166

图表115 宁波洁肤品市场需求总体状况 166

图表116 宁波洁肤品品牌渗透率总体情况 167

图表117 宁波消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 167

图表118 福州洁肤品市场需求总体状况 168

图表119 福州洁肤品品牌渗透率总体情况 168

图表120 福州消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 169

图表121 厦门洁肤品市场需求总体状况 170

图表122 厦门洁护肤品品牌渗透率总体情况 170

图表123 厦门消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 171

图表124 合肥洁护肤品市场需求总体状况 172

图表125 合肥洁护肤品品牌渗透率总体情况 172

图表126 合肥消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 173

图表127 南昌洁护肤品市场需求总体状况 173

图表128 南昌洁护肤品品牌渗透率总体情况 174

图表129 南昌消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 174

图表 130 郑州洁护肤品市场需求总体状况 175

图表 131 郑州洁护肤品品牌渗透率总体情况 175

图表 132 郑州消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 176

图表 133 长沙洁护肤品市场需求总体状况 177

图表 134 长沙洁护肤品品牌渗透率总体情况 177

图表 135 长沙消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 178

图表 136 武汉洁护肤品市场需求总体状况 179

图表 137 武汉洁护肤品品牌渗透率总体情况 179

图表 138 武汉消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 180

图表 139 广州洁护肤品市场需求总体状况 180

图表 140 广州洁护肤品品牌渗透率总体情况 181

图表 141 广州消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 181

图表 142 深圳洁护肤品市场需求总体状况 182

图表 143 深圳洁护肤品品牌渗透率总体情况 182

图表 144 深圳消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 183

图表 145 佛山洁护肤品市场需求总体状况 184

图表 146 佛山洁护肤品品牌渗透率总体情况 184

图表 147 佛山消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 185

图表 148 南宁洁护肤品市场需求总体状况 186

图表 149 南宁洁护肤品品牌渗透率总体情况 186

图表 150 南宁消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 187

图表 151 海口洁护肤品市场需求总体状况 187

图表 152 海口洁护肤品品牌渗透率总体情况 188

图表 153 海口消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 188

图表 154 成都洁护肤品市场需求总体状况 189

图表 155 成都洁护肤品品牌渗透率总体情况 189

图表 156 成都消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 190

图表 157 重庆洁护肤品市场需求总体状况 191

图表 158 重庆洁护肤品品牌渗透率总体情况 191

图表 159 重庆消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 192

图表 160 昆明洁护肤品市场需求总体状况 193

图表 161 昆明洁护肤品品牌渗透率总体情况 193

图表 162 昆明消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 194

图表 163 西安洁护肤品市场需求总体状况 194

图表 164 西安洁护肤品品牌渗透率总体情况 195

图表 165 西安消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 195

图表 166 中国35大城市保湿护肤品市场需求总体状况 200

图表 167 中国35大城市保湿护肤品品牌渗透率总体情况 201

图表 168 中国35大城市消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 202

图表 169 2011-2015年中国保湿护肤品市场规模增长趋势图 203

图表 170 2009-2015年中国保湿类护肤品品牌市场占有率 205

图表 171 2015年保湿护肤品市场份额排名前十位的品牌 206

图表 172 北京保湿护肤品市场需求总体状况 206

图表 173 北京保湿护肤品品牌渗透率总体情况 207

图表 174 北京消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 207

图表 175 天津保湿护肤品市场需求总体状况 208

图表 176 天津保湿护肤品品牌渗透率总体情况 208

图表 177 天津消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 209

图表 178 太原保湿护肤品市场需求总体状况 210

图表 179 太原保湿护肤品品牌渗透率总体情况 210

图表 180 太原消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 211

图表 181 哈尔滨保湿护肤品市场需求总体状况 212

图表 182 哈尔滨保湿护肤品品牌渗透率总体情况 212

图表 183 哈尔滨消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 213

图表 184 长春保湿护肤品市场需求总体状况 213

图表 185 长春保湿护肤品品牌渗透率总体情况 214

图表 186 长春消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 214

图表 187 沈阳保湿护肤品市场需求总体状况 215

图表 188 沈阳保湿护肤品品牌渗透率总体情况 215

图表 189 沈阳消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 216

图表 190 大连保湿护肤品市场需求总体状况 217

图表 191 大连保湿护肤品品牌渗透率总体情况 217

图表 192 大连消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 218

图表 193 济南保湿护肤品市场需求总体状况 219

图表 194 济南保湿护肤品品牌渗透率总体情况 219

图表 195 济南消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 220

图表 196 青岛保湿护肤品市场需求总体状况 220

图表 197 青岛保湿护肤品品牌渗透率总体情况 221

图表 198 青岛消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 221

图表 199 南京保湿护肤品市场需求总体状况 222

图表 200 南京保湿护肤品品牌渗透率总体情况 222

图表 201 南京消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 223

图表 202 苏州保湿护肤品市场需求总体状况 224

图表 203 苏州保湿护肤品品牌渗透率总体情况 224

图表 204 苏州消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 225

图表 205 上海保湿护肤品市场需求总体状况 226

图表 206 上海保湿护肤品品牌渗透率总体情况 226

图表 207 上海消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 227

图表 208 杭州保湿护肤品市场需求总体状况 227

图表 209 杭州保湿护肤品品牌渗透率总体情况 228

图表 210 杭州消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 228

图表 211 宁波保湿护肤品市场需求总体状况 229

图表 212 宁波保湿护肤品品牌渗透率总体情况 229

图表 213 宁波消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 230

图表 214 福州保湿护肤品市场需求总体状况 231

图表 215 福州保湿护肤品品牌渗透率总体情况 231

图表 216 福州消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 232

图表 217 厦门保湿护肤品市场需求总体状况 233

图表 218 厦门保湿护肤品品牌渗透率总体情况 233

图表 219 厦门消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 234

图表 220 合肥保湿护肤品市场需求总体状况 234

图表 221 合肥保湿护肤品品牌渗透率总体情况 235

图表 222 合肥消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 235

图表 223 南昌保湿护肤品市场需求总体状况 236

图表 224 南昌保湿护肤品品牌渗透率总体情况 236

图表 225 南昌消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 237

图表 226 郑州保湿护肤品市场需求总体状况 238

图表 227 郑州保湿护肤品品牌渗透率总体情况 238

图表 228 郑州消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 239

图表 229 长沙保湿护肤品市场需求总体状况 240

图表 230 长沙保湿护肤品品牌渗透率总体情况 240

图表 231 长沙消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 241

图表 232 武汉保湿护肤品市场需求总体状况 241

图表 233 武汉保湿护肤品品牌渗透率总体情况 242

图表 234 武汉消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 242

图表 235 广州保湿护肤品市场需求总体状况 243

图表 236 广州保湿护肤品品牌渗透率总体情况 243

图表 237 广州消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 244

图表 238 深圳保湿护肤品市场需求总体状况 245

图表 239 深圳保湿护肤品品牌渗透率总体情况 245

图表 240 深圳消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 246

图表 241 佛山保湿护肤品市场需求总体状况 247

图表 242 佛山保湿护肤品品牌渗透率总体情况 247

图表 243 佛山消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 248

图表 244 南宁保湿护肤品市场需求总体状况 248

图表 245 南宁保湿护肤品品牌渗透率总体情况 249

图表 246 南宁消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 249

图表 247 海口消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 250

图表 248 成都保湿护肤品市场需求总体状况 251

图表 249 成都保湿护肤品品牌渗透率总体情况 251

图表 250 成都消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 252

图表 251 重庆保湿护肤品市场需求总体状况 253

图表 252 重庆保湿护肤品品牌渗透率总体情况 253

图表 253 重庆消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 254

图表 254 昆明保湿护肤品市场需求总体状况 254

图表 255 昆明保湿护肤品品牌渗透率总体情况 255

图表 256 昆明消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 255

图表 257 中国35大城市祛痘护肤品市场需求总体状况 259

图表 258 中国35大城市祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 259

图表 259 中国35大城市消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 260

图表 260 2011-2015年中国祛痘护肤品市场规模增长趋势图 261

图表 261 北京祛痘护肤品市场需求总体状况 262

图表 262 北京祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 262

图表 263 北京消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 263

图表 264 天津祛痘护肤品市场需求总体状况 263

图表 265 天津祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 264

图表 266 天津消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 264

图表 267 太原祛痘护肤品市场需求总体状况 265

图表 268 太原祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 265

图表 269 太原消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 266

图表 270 哈尔滨祛痘护肤品市场需求总体状况 266

图表 271 哈尔滨祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 266

图表 272 哈尔滨消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 267

图表 273 长春祛痘护肤品市场需求总体状况 268

图表 274 长春祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 268

图表 275 长春消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 269

图表 276 沈阳祛痘护肤品市场需求总体状况 269

图表 277 沈阳祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 270

图表 278 沈阳消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 270

图表 279 大连祛痘护肤品市场需求总体状况 270

图表 280 大连祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 271

图表 281 大连消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 271

图表 282 济南祛痘护肤品市场需求总体状况 271

图表 283 济南祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 271

图表 284 济南消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 272

图表 285 青岛祛痘护肤品市场需求总体状况 273

图表 286 青岛祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 273

图表 287 青岛消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 274

图表 288 南京祛痘护肤品市场需求总体状况 274

图表 289 南京祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 275

图表 290 南京消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 275

图表 291 苏州祛痘护肤品市场需求总体状况 275

图表 292 苏州祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 275

图表 293 苏州消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 276

图表 294 上海祛痘护肤品市场需求总体状况 277

图表 295 上海祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 277

图表 296 上海消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 278

图表 297 杭州祛痘护肤品市场需求总体状况 278

图表 298 杭州祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 279

图表 299 杭州消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 279

图表300 宁波祛痘护肤品市场需求总体状况 280

图表301 宁波祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 280

图表302 宁波消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 281

图表303 福州祛痘护肤品市场需求总体状况 282

图表304 福州祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 282

图表305 福州消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 283

图表306 厦门祛痘护肤品市场需求总体状况 283

图表307 厦门祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 284

图表308 厦门消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 284

图表309 合肥祛痘护肤品市场需求总体状况 285

图表310 合肥祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 285

图表311 合肥消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 286

图表312 南昌祛痘护肤品市场需求总体状况 287

图表313 南昌祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 287

图表314 南昌消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 288

图表315 长沙祛痘护肤品市场需求总体状况 289

图表316 长沙祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 289

图表317 长沙消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 290

图表318 广州祛痘护肤品市场需求总体状况 290

图表319 广州祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 291

图表320 广州消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 291

图表321 深圳祛痘护肤品市场需求总体状况 292

图表322 深圳祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 292

图表323 深圳消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 293

图表324 佛山祛痘护肤品市场需求总体状况 294

图表325 佛山祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 294

图表326 佛山消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 295

图表327 南宁祛痘护肤品市场需求总体状况 296

图表328 南宁祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 296

图表329 南宁消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 297

图表330 海口祛痘护肤品市场需求总体状况 297

图表331 海口祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 298

图表332 海口消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 298

图表333 重庆祛痘护肤品市场需求总体状况 299

图表334 重庆祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 299

图表335 重庆消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况300

图表336 昆明祛痘护肤品市场需求总体状况300

图表337 昆明祛痘护肤品品牌渗透率总体情况300

图表338 昆明消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况301

图表339 西安祛痘护肤品市场需求总体状况302

图表340 西安祛痘护肤品品牌渗透率总体情况302

图表341 西安消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况303

图表342 2011-2015年中国面膜市场规模增长趋势图309

图表343 不同使用类型面膜市场占比情况310

图表344 2015年国内面膜销售前十位品牌市场占有率统计313

图表345 面膜市场消费者性别调查314

图表346 面膜市场消费者年龄调查315

图表347 面膜市场消费者职业调查315

图表348 面膜市场消费者使用原因调查316

图表349 2011-2015年面膜现代销售渠道占比变化趋势图316

图表350 面膜不同销售渠道占比情况317

图表351 面膜购买影响因素占比情况317

图表352 面膜不同价位产品占比情况318

图表353 中国35大城市美白护肤品市场需求总体状况324

图表354 中国35大城市美白护肤品品牌渗透率总体情况325

图表355 中国35大城市消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况326

图表356 2011-2015年中国美白护肤品总体市场规模增长趋势图327

图表357 2011-2015年美白面膜市场规模及增长率327

图表358 2011-2015年美白洗面奶市场规模增长趋势图328

图表359 2011-2015年美白保湿护肤品市场占比328

图表360 2011-2015年身体美白护肤品市场规模增长趋势图329

图表361 北京美白护肤品市场需求总体状况329

图表362 北京美白护肤品品牌渗透率总体情况329

图表363 北京消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况330

图表364 天津美白护肤品市场需求总体状况331

图表365 天津美白护肤品品牌渗透率总体情况331

图表366 天津消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况332

图表367 太原美白护肤品市场需求总体状况333

图表368 太原美白护肤品品牌渗透率总体情况333

图表369 太原消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况334

图表370 哈尔滨美白护肤品市场需求总体状况335

图表371 哈尔滨美白护肤品品牌渗透率总体情况335

图表372 哈尔滨消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况336

图表373 长春美白护肤品市场需求总体状况336

图表374 长春美白护肤品品牌渗透率总体情况337

图表375 长春消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况337

图表376 沈阳美白护肤品市场需求总体状况338

图表377 沈阳美白护肤品品牌渗透率总体情况338

图表378 沈阳消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况339

图表379 大连美白护肤品市场需求总体状况340

图表380 大连美白护肤品品牌渗透率总体情况340

图表381 大连消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况341

图表382 济南美白护肤品市场需求总体状况342

图表383 济南美白护肤品品牌渗透率总体情况342

图表384 济南消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况343

图表385 青岛美白护肤品市场需求总体状况343

图表386 青岛美白护肤品品牌渗透率总体情况344

图表387 青岛消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况344

图表388 南京美白护肤品市场需求总体状况345

图表389 南京美白护肤品品牌渗透率总体情况345

图表390 南京消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况346

图表391 苏州美白护肤品市场需求总体状况347

图表392 苏州美白护肤品品牌渗透率总体情况347

图表393 苏州消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况348

图表394 上海美白护肤品市场需求总体状况349

图表395 上海美白护肤品品牌渗透率总体情况349

图表396 上海消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况350

图表397 杭州美白护肤品市场需求总体状况350

图表398 杭州美白护肤品品牌渗透率总体情况351

图表399 杭州消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况351

图表400 宁波美白护肤品市场需求总体状况352

图表401 宁波美白护肤品品牌渗透率总体情况352

图表402 宁波消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况353

图表403 福州美白护肤品市场需求总体状况354

图表404 福州美白护肤品品牌渗透率总体情况354

图表405 福州消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况355

图表406 厦门美白护肤品市场需求总体状况356

图表407 厦门美白护肤品品牌渗透率总体情况356

图表408 厦门消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况357

图表409 合肥美白护肤品市场需求总体状况357

图表410 合肥美白护肤品品牌渗透率总体情况358

图表411 合肥消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况358

图表412 南昌美白护肤品市场需求总体状况359

图表413 南昌美白护肤品品牌渗透率总体情况359

图表414 南昌消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况360

图表415 郑州美白护肤品市场需求总体状况361

图表416 郑州美白护肤品品牌渗透率总体情况361

图表417 郑州消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况362

图表418 长沙美白护肤品市场需求总体状况363

图表419 长沙美白护肤品品牌渗透率总体情况363

图表420 长沙消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况364

图表421 武汉美白护肤品市场需求总体状况364

图表422 武汉美白护肤品品牌渗透率总体情况365

图表423 武汉消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况365

图表424 广州美白护肤品市场需求总体状况366

图表425 广州美白护肤品品牌渗透率总体情况366

图表426 广州消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况367

图表427 深圳美白护肤品市场需求总体状况368

图表428 深圳美白护肤品品牌渗透率总体情况368

图表429 深圳消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况369

图表430 佛山美白护肤品市场需求总体状况370

图表431 佛山美白护肤品品牌渗透率总体情况370

图表432 佛山消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况371

图表433 南宁美白护肤品市场需求总体状况371

图表434 南宁美白护肤品品牌渗透率总体情况372

图表435 南宁消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况372

图表436 海口美白护肤品市场需求总体状况373

图表437 海口美白护肤品品牌渗透率总体情况373

图表438 海口消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况374

图表439 成都美白护肤品市场需求总体状况375

图表440 成都美白护肤品品牌渗透率总体情况375

图表441 成都消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况376

图表442 重庆美白护肤品市场需求总体状况377

图表443 重庆美白护肤品品牌渗透率总体情况377

图表444 重庆消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况378

图表445 昆明美白护肤品市场需求总体状况378

图表446 昆明美白护肤品品牌渗透率总体情况379

图表447 昆明消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况379

图表448 西安美白护肤品市场需求总体状况380

图表449 西安美白护肤品品牌渗透率总体情况380

图表450 西安消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况381

图表451 中国35大城市润唇膏市场需求总体状况386

图表452 中国35大城市润唇膏品牌渗透率总体情况386

图表453 中国35大城市消费者最经常使用的润唇膏品牌总体情况386

图表454 2011-2015年中国润唇膏市场规模增长趋势图387

图表455 中国主要润唇膏产品及生产企业388

图表456 2011-2015年中国抗衰老护肤品市场规模增长趋势图393

图表457 2009-2015年抗衰老护肤品品牌市场占有率394

图表458 2015年抗衰老护肤品市场份额排名前十位品牌比较395

图表459 2011-2015年中国抗脂护肤品市场规模增长趋势图396

图表460 2009-2015年中国抗脂紧致护肤品品牌市场占有率396

图表461 2015年抗脂紧致护肤品市场份额排名前十位的品牌比较397

图表462 2011-2015年中国爽肤水市场规模增长趋势图398

图表463 男性与女性皮肤的生理特点比较399

图表464 男性与女性的消费心理比较400

图表465 男性与女性的生活习惯比较400

图表466 男士护肤品产品类别401

图表467 男士护肤品产品线401

图表468 中国主要男士护肤产品及生产企业403

图表469 2015年中国男士护肤品品牌关注度排行407

图表470 2010-2015财年欧莱雅集团收入与利润统计表420

图表471 2010-2015年欧莱雅集团营业收入分部门情况表420

图表472 2015年欧莱雅集团收入结构图421

图表473 2010-2015财年美国宝洁公司经济情况统计表424

图表474 2015财年美国宝洁公司收入结构图424

图表475 2009-2015财年联合利华公司收入与利润统计表434

图表476 2010-2015年联合利华公司营业收入分部门情况表434

图表477 2015年联合利华公司收入结构图435

图表478 2010-2015年雅芳公司收入与利润统计表438

图表479 2015年雅芳公司收入结构图438

图表480 雅芳产品简介438

图表481 2011-2015财年日本资生堂公司营业收入变化趋势图442

图表482 2011-2015财年日本资生堂公司营业利润变化趋势图443

图表483 2011-2015年如新集团营业收入变化趋势图455

图表484 2011-2015年如新集团营业利润变化趋势图455

图表485 2011-2015年如新集团总资产变化趋势图455

图表486 2011-2015年如新集团营业收入分地区情况表455

图表487 花王衣物洗涤及家居清洁用品事业产品Attack/洁霸图459

图表488 工业用化学品产品系列图459

图表489 2011-2015财年日本花王集团营业收入变化趋势图460

图表490 2011-2015财年日本花王集团营业利润变化趋势图460

图表491 2011-2015财年日本花王集团总资产变化趋势图460

图表492 2015财年日本花王集团营业收入分部门情况表461

图表493 2011-2015财年日本花王集团营业收入分地区情况表461

图表494 上海家化联合股份有限公司护肤品产品465

图表495 2010-2015年上海家化联合股份有限公司收入及利润统计465

图表496 2015年上海家化联合股份有限公司分行业情况表466

图表497 2015年上海家化联合股份有限公司分地区情况表466

图表498 索芙特股份有限公司主要产品系列468

图表499 索芙特股份有限公司主要产品468

图表500 2010-2015年索芙特股份有限公司收入及利润统计469

图表501 2015年索芙特股份有限公司分产品情况表469

图表502 广州市浪奇实业股份有限公司主要产品系列472

图表503 广州市浪奇实业股份有限公司主要产品473

图表504 2010-2015年广州市浪奇实业股份有限公司收入及利润统计473

图表505 2015年广州市浪奇实业股份有限公司分产品情况表473

图表506 2015年广州市浪奇实业股份有限公司分地区情况表474

图表507 霸王国际(集团)控股有限公司主要产品系列475

图表508 霸王国际(集团)控股有限公司主要产品476

图表509 江苏隆力奇生物科技股份有限公司主要产品478

图表510 江苏隆力奇生物科技股份有限公司资产及收入统计479

图表511 江苏少女之春有限公司主要产品480

图表512 江苏少女之春有限公司资产及收入统计481

图表513 沈阳新生活实业有限公司主要产品系列482

图表514 沈阳新生活实业有限公司主要产品483

图表515 联合利华(中国)有限公司主要产品485

图表516 联合利华(中国)有限公司资产及收入统计486

图表517 玫琳凯(中国)化妆品有限公司主要产品系列487

图表518 玫琳凯(中国)化妆品有限公司主要产品488

图表519 玫琳凯(中国)化妆品有限公司资产及收入统计488

图表520 雅芳(中国)制造有限公司主要产品系列490

图表521 雅芳(中国)制造有限公司主要产品491

图表522 雅芳(中国)有限公司资产及收入统计491

图表523 资生堂丽源化妆品有限公司主要产品494

图表524 资生堂丽源化妆品有限公司资产及收入统计494

图表525 妮维雅(上海)有限公司主要产品497

图表526 妮维雅(上海)有限公司资产及收入统计497

图表527 仙妮蕾德(中国)有限公司主要产品499

图表528 仙妮蕾德(中国)有限公司资产及收入统计499

图表529 天津郁美净集团有限公司主要产品501

图表530 天津郁美净集团有限公司资产及收入统计502

图表531 苏州尚美国际化妆品有限公司主要产品504

图表532 苏州尚美国际化妆品有限公司资产及收入统计504

图表533 松泽化妆品(深圳)有限公司资产及收入统计506

图表534 北京大宝化妆品有限公司主要产品系列508

图表535 北京大宝化妆品有限公司主要产品508

图表536 北京大宝化妆品有限公司资产及收入统计509

图表537 上海卓多姿中信化妆品有限公司主要产品510

图表538 上海卓多姿中信化妆品有限公司资产及收入统计511
图表539 广东名臣有限公司主要产品512
图表540 广东名臣有限公司资产及收入统计512
图表541 广东名臣有限公司主要产品514
图表542 广州市好迪化妆品有限公司资产及收入统计514
图表543 广州市好迪化妆品有限公司营销网络分布515
图表544 江苏东洋之花化妆品股份有限公司主要产品517
图表545 江苏东洋之花化妆品有限公司资产及收入统计517
图表546 中山市嘉丹婷日用品有限公司资产及收入统计519
图表547 上海相宜本草化妆品股份有限公司主要产品系列521
图表548 上海相宜本草化妆品股份有限公司产品522
图表549 上海相宜本草化妆品股份有限公司资产及收入统计522
图表550 广东雅倩化妆品有限公司主要产品系列524
图表551 广东雅倩化妆品有限公司产品524
图表552 广东雅倩化妆品有限公司资产及收入统计525
图表553 上海自然美富丽化妆品有限公司产品527
图表554 上海自然美富丽化妆品有限公司资产及收入统计527
图表555 2016-2022年中国护肤品市场规模预测趋势图532
图表556 2016-2022年中国面部护肤品市场规模预测趋势图532
图表557 2016-2022年中国身体护肤品市场规模预测趋势图533
图表558 2016-2022年中国手部护肤品市场规模预测趋势图533
图表559 2016-2022年中国洗面奶市场规模预测趋势图534
图表560 2016-2022年中国祛痘护肤品市场规模预测趋势图535
图表561 2016-2022年中国润唇膏市场规模预测趋势图536
图表562 2016-2022年中国抗衰老护肤品市场规模预测趋势图536
图表563 2016-2022年中国抗脂护肤品市场规模预测趋势图537
图表564 2016-2022年中国爽肤水市场规模预测趋势图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/275906.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提供投资咨询报告、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。