



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国护肤品产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国护肤品产业发展现状及市场监测报告》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/279993.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

中国的化妆品市场是全世界最大的新兴市场，在短短的20多年里，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了一个初具规模、极富生机活力的产业大军。随着国内居民消费水平的升级，化妆品行业发展也已经进入新的里程。其中，护肤产品更是整个化妆品行业中发展最快的一个细分市场。近几年来，中国护肤品行业以年均15%以上的速度递增，全行业正处在消费结构逐渐升级、消费层次多元化的阶段，护肤品生产和销售方面也已形成相对完善的法律法规。

持续快速发展的市场必不可少带来了激烈的市场竞争。近年来，中国护肤品行业迅速成长为一个竞争性的行业。经过快速发展阶段和激烈的市场竞争的锤炼，基本格局初步形成。目前，中国护肤品的高端市场，几乎已经全被欧美和日本企业占据，以兰蔻、雅诗兰黛、香奈儿、迪奥、伊丽莎白雅顿，加上欧莱雅系列、宝洁系列、资生堂、佳丽宝系列等等国际一线品牌占据了国内专柜市场绝大部分销售额。

2014年，我国化妆品销售额为1825亿元人民币，其中，护肤品约占到化妆品市场总量的68.36%，销售额约为1247亿元人民币。2011-2014年中国护肤品行业市场规模从494.82亿元增长到634.35亿元，年增长率在8%之间，增长稳定，增速有所放缓，预计2015年将增长到684.05亿元，同比增长7.83%。 2010-2014年中国护肤品市场规模分析

近几年来，我国护肤品行业以年均15%以上的速度递增，全行业正处在消费结构逐渐升级、消费层次多元化的阶段，护肤品生产和销售方面也已形成相对完善的法律法规。目前中国人均护肤品消费水平仅为28元/年。而在经济发达的国家，人均护肤品年消费是36-70美元，折合人民币300元左右。中国的人均护肤品消费水平与发达国家比还有很大的差距，表明我国护肤品销售有很大的潜在市场，今后数年内依然会保持着快速发展的趋势。按目前我国的护肤品消费需求的发展趋势，未来的5年内护肤品的市场年销售将突破1000亿元的水平。

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。

报告目录：

第一部分产业环境透视

第一章护肤品行业发展综述	1
第一节 护肤品行业定义及分类	1
一、行业定义	1
二、行业主要产品分类	1
三、行业特性	5
第二节 护肤品行业统计标准	6
一、统计部门和统计口径	6
二、行业主要统计方法介绍	6
三、行业涵盖数据种类介绍	7
第三节 最近3-5年中国护肤品行业经济指标分析	7
一、赢利性	7
二、成长速度	7
三、附加值的提升空间	8
四、进入壁垒 / 退出机制	8
五、风险性	9
六、行业周期	9
七、竞争激烈程度指标	10
八、行业及其主要子行业成熟度分析	10
第四节 护肤品行业产业链分析	11
一、产业链结构分析	11
二、主要环节的增值空间	12
三、与上下游行业之间的关联性	13
四、行业产业链上游相关行业分析	13
五、行业下游产业链相关行业分析	14
六、上下游行业影响及风险提示	14
第二章护肤品行业市场环境及影响分析（PEST）	15
第一节 护肤品行业政治法律环境（P）	15
一、行业主要政策法规	15
二、政策环境对行业的影响	15
第二节 行业经济环境分析（E）	17
一、宏观经济形势分析	17

二、宏观经济环境对行业的影响分析	20
第三节 行业社会环境分析（S）	21
一、护肤品产业社会环境	21
二、社会环境对行业的影响	22
第四节 行业技术环境分析（T）	24
一、护肤品技术分析	24
二、行业主要技术发展趋势	25
三、技术环境对行业的影响	26
第三章国际护肤品行业发展分析及经验借鉴	27
第一节 全球护肤品市场总体情况分析	27
一、全球护肤品行业发展概况	27
二、全球护肤品市场产品结构	28
三、全球护肤品行业发展特征	29
四、全球护肤品行业竞争格局	29
五、全球护肤品市场区域分布	30
六、国际重点护肤品企业运营分析	30
第二节 全球主要国家（地区）市场分析	34
一、欧洲	34
1、欧洲护肤品行业发展概况	34
2、欧洲护肤品市场结构及产销情况	34
3、2016-2022年欧洲护肤品行业发展前景预测	35
二、北美	35
1、北美护肤品行业发展概况	35
2、北美护肤品市场结构及产销情况	37
3、2016-2022年北美护肤品行业发展前景预测	38
三、日本	38
1、日本护肤品行业发展概况	38
2、日本护肤品市场结构及产销情况	40
3、2016-2022年日本护肤品行业发展前景预测	42
四、韩国	43
1、韩国护肤品行业发展概况	43

2、2016-2022年韩国护肤品行业发展前景预测	44
五、其他国家地区	45

第二部分行业深度分析

第四章我国护肤品行业运行现状分析 46

第一节 我国护肤品行业发展状况分析 46

- 一、我国护肤品行业发展阶段 46
- 二、我国护肤品行业发展总体概况 47
- 三、我国护肤品行业发展特点分析 48
- 四、我国护肤品行业商业模式分析 49

第二节 护肤品行业发展现状 49

- 一、我国护肤品行业市场规模 49
- 二、我国护肤品行业发展分析 49
- 三、我国护肤品行业发展的问题 50

第三节 护肤品市场情况分析 51

- 一、中国护肤品市场总体概况 51
- 二、中国护肤品产品市场发展分析 53
- 三、中国护肤品产品市场需求分析 54
- 四、中国护肤品产品市场进出口分析 57

第四节 我国护肤品市场价格走势分析 58

- 一、护肤品市场定价机制组成 58
- 二、护肤品市场价格影响因素 59
- 三、护肤品产品价格走势分析 59
- 四、2016-2022年护肤品产品价格走势预测 60

第五章我国护肤品行业整体运行指标分析 61

第一节 中国护肤品行业总体规模分析 61

- 一、企业数量结构分析 61
- 二、人员规模状况分析 61
- 三、行业资产规模分析 61
- 四、行业市场规模分析 62

第二节 中国护肤品行业产销情况分析 63

一、我国护肤品行业工业总产值	63
二、我国护肤品行业工业销售产值	64
三、我国护肤品行业产销率	65
第三节 中国护肤品行业财务指标总体分析	66
一、行业盈利能力分析	66
1、我国护肤品行业销售利润率	66
2、我国护肤品行业成本费用利润率	66
3、我国护肤品行业亏损面	67
二、行业偿债能力分析	67
1、我国护肤品行业资产负债比率	67
2、我国护肤品行业利息保障倍数	67
三、行业营运能力分析	68
1、我国护肤品行业应收帐款周转率	68
2、我国护肤品行业总资产周转率	68
3、我国护肤品行业流动资产周转率	68
四、行业发展能力分析	69
1、我国护肤品行业总资产增长率	69
2、我国护肤品行业利润总额增长率	69
3、我国护肤品行业主营业务收入增长率	69

第三部分市场全景调研

第六章我国护肤品细分市场分析 & 预测 70

第一节 洁肤品市场分析 70

一、洁肤品行业市场需求分析	70
二、洁肤品行业主要产品市场分析	70
1、洗面奶	70
2、卸妆类洁肤品	70
3、精油皂	72
三、洁肤品行业主要品牌竞争及发展前景分析	73
1、洁肤品行业品牌竞争分析	73
2、洁肤品行业发展前景分析	74
第二节 润肤/护肤品市场分析	75

一、润肤/护肤品行业市场需求分析	75
二、润肤/护肤品行业主要产品市场分析	75
1、滋润保湿类护肤品	75
2、美白类护肤品	76
3、防晒类护肤品	78
4、祛痘类护肤品	79
5、祛斑类护肤品	80
6、抗皱、抗衰老类护肤品	81
三、润肤/护肤品行业市场前景分析	81
1、护肤类化妆品品牌关注度	81
2、护肤品牌竞争分析	85
3、护肤品发展趋势	86
第三节 男士护肤品市场分析	86
一、男士护肤品行业市场需求分析	86
二、男士护肤品行业主要产品分析	87
三、男士护肤品行业品牌竞争格局	87
四、男士护肤品行业市场前景分析	87
第四节 其它护肤品市场分析	88
一、护手润护肤品	88
二、润唇膏	89
三、眼部护理护肤品	89
第七章我国护肤品行业营销趋势及策略分析	91
第一节 护肤品行业销售渠道分析	91
一、主要营销渠道分析	91
1、渠道构成	91
2、销售贡献比率	91
3、覆盖率	91
4、销售渠道效果	92
5、价值流程结构	93
6、渠道建设方向	93
二、护肤品营销环境分析与评价	94

三、销售渠道存在的主要问题	95
四、营销渠道发展趋势与策略	96
第二节 护肤品行业营销策略分析	101
一、中国护肤品营销概况	101
二、护肤品营销策略探讨	103
1、中国护肤品产品营销策略浅析	103
2、护肤品新产品的市场推广策略	107
第三节 护肤品营销的发展趋势	108
一、未来护肤品市场营销的出路	108
二、中国护肤品营销的趋势预测	109

第八章 护肤品行业区域市场分析 112

第一节 行业总体区域结构特征及变化 112

一、行业区域结构总体特征	112
二、行业区域集中度分析	113
三、行业区域分布特点分析	113

第二节 护肤品区域市场分析 115

一、东北地区护肤品市场分析 115

1、黑龙江省护肤品市场分析	115
2、吉林省护肤品市场分析	119
3、辽宁省护肤品市场分析	121

二、华北地区护肤品市场分析 122

1、北京市护肤品市场分析	122
2、天津市护肤品市场分析	128
3、河北省护肤品市场分析	130

三、华东地区护肤品市场分析 132

1、山东省护肤品市场分析	132
2、上海市护肤品市场分析	132
3、江苏省护肤品市场分析	133
4、浙江省护肤品市场分析	134
5、福建省护肤品市场分析	135
6、安徽省护肤品市场分析	136

四、华南地区护肤品市场分析 137

1、广东省护肤品市场分析 137

2、广西护肤品市场分析 139

3、海南省护肤品市场分析 139

五、华中地区护肤品市场分析 140

1、湖北省护肤品市场分析 140

2、湖南省护肤品市场分析 141

3、河南省护肤品市场分析 142

六、西南地区护肤品市场分析 143

1、四川省护肤品市场分析 143

2、云南省护肤品市场分析 144

3、贵州省护肤品市场分析 144

七、西北地区护肤品市场分析 145

1、甘肃省护肤品市场分析 145

2、新疆自治区护肤品市场分析 146

3、陕西省护肤品市场分析 147

第四部分竞争格局分析

第九章 2016-2022年护肤品行业竞争形势 148

第一节 行业总体市场竞争状况分析 148

一、护肤品行业竞争结构分析 148

1、现有企业间竞争 148

2、潜在进入者分析 148

3、替代品威胁分析 149

4、供应商议价能力 149

5、客户议价能力 149

6、竞争结构特点总结 150

二、护肤品行业企业间竞争格局分析 150

1、不同地域企业竞争格局 150

2、不同规模企业竞争格局 152

3、不同所有制企业竞争格局 153

三、护肤品行业集中度分析 153

1、市场集中度分析	153
2、企业集中度分析	153
3、子行业集中度	153
4、集中度变化趋势	153
四、护肤品行业SWOT分析	153
1、护肤品行业优势分析	153
2、护肤品行业劣势分析	154
3、护肤品行业机会分析	154
4、护肤品行业威胁分析	155
第二节 中国护肤品行业竞争格局综述	155
一、护肤品行业竞争概况	155
1、中国护肤品行业品牌竞争格局	155
2、护肤品业未来竞争格局和特点	157
3、护肤品市场进入及竞争对手分析	159
二、中国护肤品行业竞争力分析	161
1、我国护肤品行业竞争力剖析	161
2、我国护肤品企业市场竞争的优势	163
3、民企与外企比较分析	166
4、国内护肤品企业竞争能力提升途径	166
三、中国护肤品产品竞争力优势分析	167
1、整体产品竞争力评价	167
2、产品竞争力评价结果分析	168
3、竞争优势评价及构建建议	169
四、护肤品行业主要企业竞争力分析	170
1、重点企业资产总计对比分析	170
2、重点企业营业收入对比分析	170
3、重点企业利润总额对比分析	170
4、重点企业综合竞争力对比分析	170
第三节 护肤品行业竞争格局分析	171
一、国内外护肤品竞争分析	171
二、我国护肤品市场竞争分析	171
三、我国护肤品市场集中度分析	174

四、国内主要护肤品企业动向	174
五、国内护肤品企业拟在建项目分析	175
第四节 护肤品行业并购重组分析	176
一、行业并购重组现状及其重要影响	176
二、跨国公司在华投资兼并与重组分析	176
三、本土企业投资兼并与重组分析	177
四、企业升级途径及并购重组风险分析	179
五、行业投资兼并与重组趋势分析	181
第十章 2016-2022年护肤品行业领先企业经营形势分析	182
第一节 中国护肤品企业总体发展状况分析	182
一、护肤品企业主要类型	182
二、护肤品企业资本运作分析	182
三、护肤品企业创新及品牌建设	183
四、护肤品企业国际竞争力分析	184
第二节 中国领先护肤品企业经营形势分析	186
一、广州宝洁有限公司	186
1、企业发展概况分析	186
2、企业产品结构分析	186
3、企业品牌及消费群分析	186
4、企业运营能力分析	187
5、企业销售渠道与网络	188
6、企业竞争优势劣势分析	189
7、企业最新发展动向	190
二、江苏隆力奇集团有限公司	190
1、企业发展概况分析	190
2、企业产品结构分析	191
3、企业品牌及消费群分析	191
4、企业运营能力分析	191
5、企业销售渠道与网络	192
6、企业竞争优势劣势分析	192
7、企业最新发展动向	192

三、联合利华（中国）有限公司 193

- 1、企业发展概况分析 193
- 2、企业产品结构分析 193
- 3、企业品牌及消费群分析 193
- 4、企业运营能力分析 194
- 5、企业销售渠道与网络 194
- 6、企业竞争优势劣势分析 194
- 7、企业最新发展动向 195

四、玫琳凯（中国）化妆品有限公司 195

- 1、企业发展概况分析 195
- 2、企业产品结构分析 196
- 3、企业品牌及消费群分析 196
- 4、企业运营能力分析 196
- 5、企业销售渠道与网络 196
- 6、企业竞争优势劣势分析 196
- 7、企业最新发展动向 197

五、强生（中国）有限公司 197

- 1、企业发展概况分析 197
- 2、企业产品结构分析 198
- 3、企业品牌及消费群分析 198
- 4、企业运营能力分析 198
- 5、企业销售渠道与网络 199
- 6、企业竞争优势劣势分析 199
- 7、企业最新发展动向 200

六、雅芳（中国）有限公司 200

- 1、企业发展概况分析 200
- 2、企业产品结构分析 202
- 3、企业品牌及消费群分析 202
- 4、企业运营能力分析 202
- 5、企业销售渠道与网络 202
- 6、企业竞争优势劣势分析 202
- 7、企业最新发展动向 203

七、上海家化联合股份有限公司 203

- 1、企业发展概况分析 203
- 2、企业产品结构分析 204
- 3、企业品牌及消费群分析 204
- 4、企业运营能力分析 204
- 5、企业销售渠道与网络 208
- 6、企业竞争优势劣势分析 208
- 7、企业最新发展动向 209

八、资生堂丽源化妆品有限公司 209

- 1、企业发展概况分析 209
- 2、企业竞争优势劣势分析 210

九、湖北丝宝股份有限公司 212

- 1、企业发展概况分析 212
- 2、企业竞争优势劣势分析 213

十、妮维雅（上海）有限公司 213

- 1、企业发展概况分析 213
- 2、企业竞争优势劣势分析 214

第五部分发展前景展望

第十一章 2016-2022年护肤品行业前景及投资价值 215

第一节 护肤品行业五年规划现状及未来预测 215

- 一、“十二五”期间护肤品行业运行情况 215
- 二、“十二五”期间护肤品行业发展成果 216
- 三、护肤品行业“十三五”发展方向预测 216

第二节 2016-2022年护肤品市场发展前景 216

- 一、2016-2022年护肤品市场发展潜力 216
- 二、2016-2022年护肤品市场发展前景展望 217
- 三、2016-2022年护肤品细分行业发展前景分析 218

第三节 2016-2022年护肤品市场发展趋势预测 219

一、2016-2022年护肤品行业发展趋势

消费者对于平等沟通的要求、售后服务的要求急剧提高。在消费者最关注平等沟通与售后服务的时机，谁能把沟通与服务做成王牌，谁就能快速提升消费者的信任，在新一轮的竞争

中占据有利位置，而不至于让机会白白溜走。用系统规范的沟通体系与售后服务迅速赢得消费者。

二、2016-2022年护肤品市场规模预测 2016-2022年中国护肤品行业市场规模预测

数据来源：凯德经济研究中心整理

预计2016-2022年中国护肤品行业市场规模将从684.8亿元增长到1008.65亿元，年增长率在8%左右。

三、2016-2022年护肤品行业应用趋势预测

从三大趋势看来，如今消费者和商家一致选择了自然、天然、有机的方向，净化着护肤品市场环境。产品质量的进化成为赢取消费者的王牌，安全，天然，势将成为行业标准。预计在未来五年市场终端销售额将以8%的速度增长。挑选高安全性的植物保养品，就是时下最热的保养方式，而能将"绿色"贯彻到底的，就是"有机护肤"。

四、2016-2022年细分市场发展趋势预测

消费者对护肤品的安全性空前重视，增大对环保与健康的要求。调整诉求方向，聚焦"安全环保",让警惕的消费者找到方向。

消费者对国际大品牌尤其是日本品牌护肤品的盲目崇拜减弱。塑造具有亲和力的本土品牌形象，差异化情感诉求同步直达。

A、以生物制剂、生物活性提取物、天然植物添加剂为代表的护肤品新原料，已成为护肤品开发的主流。

B、抗老化的护肤品有了新的发展速度，并且持续走俏。抗污染护肤（抗污染作用的护肤产品能遮挡紫外线辐射，抵挡其它物理因素对皮肤的损害和化学因素对皮肤的腐蚀，自然成为研究美容护肤科学家的视点）、天然活性护肤品（氨基酸、维生素、天然保湿因子、微量元素和其它生物活性物质而受到国际权威护肤品专家的好评和消费者的青睐）、美白祛斑护肤、保湿滋润肌肤、以内养外（调节体内各系统及系统之间的平衡是未来护肤品治本的重要手段）将成为护肤品行业的新热点。

C、功能是产品长盛不衰的主题。

D、洗发、护发类市场容量渐趋饱和，增长速度开始缓慢，市场销售依靠的几乎都是大型中外合资企业生产的名牌产品；

E、品种多，花色全、能适应不同消费层次需要，符合个性消费需求。

F、精致美观、高雅华贵的外形设计，讲究外观包装，个性鲜明。

第四节 2016-2022年中国护肤品行业供需预测 223

一、2016-2022年中国护肤品行业产值预测 223

二、2016-2022年中国护肤品行业供给预测 223

三、2016-2022年中国护肤品市场销量预测	224
四、2016-2022年中国护肤品行业需求预测	224
五、2016-2022年中国护肤品行业供需平衡预测	225
第五节 影响企业生产与经营的关键趋势	225
一、市场整合成长趋势	225
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测	226
三、企业区域市场拓展的趋势	226
四、科研开发趋势及替代技术进展	226
五、影响企业销售与服务方式的关键趋势	228
第六节 护肤品行业投资特性分析	228
一、护肤品行业进入壁垒分析	228
二、护肤品行业盈利因素分析	229
三、护肤品行业盈利模式分析	229
第七节 2016-2022年护肤品行业发展的影响因素	230
一、有利因素	230
二、不利因素	231
第八节 2016-2022年护肤品行业投资价值评估分析	231
一、行业投资效益分析	231
二、产业发展的空白点分析	232
三、投资回报率比较高的投资方向	232
四、新进入者应注意的障碍因素	233

第十二章 2016-2022年护肤品行业投资机会与风险防范 234

第一节 护肤品行业投融资情况 234

一、行业资金渠道分析	234
二、固定资产投资分析	234
三、兼并重组情况分析	234
四、护肤品行业投资现状分析	236

第二节 2016-2022年护肤品行业投资机会 237

一、产业链投资机会	237
二、细分市场投资机会	237
三、重点区域投资机会	237

四、护肤品行业投资机遇	237
第三节 2016-2022年护肤品行业投资风险及防范	238
一、政策风险及防范	238
二、技术风险及防范	238
三、供求风险及防范	240
四、宏观经济波动风险及防范	240
五、关联产业风险及防范	240
六、产品结构风险及防范	241
七、其他风险及防范	241
第四节 中国护肤品行业投资建议	241
一、护肤品行业未来发展方向	241
二、护肤品行业主要投资建议	242

第六部分发展战略研究

第十三章 护肤品行业发展战略研究 243

第一节 护肤品行业发展战略研究 243

一、战略综合规划	243
二、技术开发战略	243
三、业务组合战略	247
四、区域战略规划	249
五、产业战略规划	258
六、营销品牌战略	259
七、竞争战略规划	262

第二节 对我国护肤品品牌的战略思考 266

一、护肤品品牌的重要性	266
二、护肤品实施品牌战略的意义	268
三、护肤品企业品牌的现状分析	269
四、我国护肤品企业的品牌战略	269
五、护肤品品牌战略管理的策略	273

第三节 护肤品经营策略分析 275

一、护肤品市场细分策略	275
二、护肤品市场创新策略	277

三、品牌定位与品类规划	279
四、护肤品新产品差异化战略	280
第四节 护肤品行业投资战略研究	282
一、2016-2022年护肤品行业投资战略	282
二、2016-2022年细分行业投资战略	284

第十四章研究结论及发展建议	285
第一节 护肤品行业研究结论及建议	285
第二节 护肤品关联行业研究结论及建议	287
第三节 护肤品行业发展建议	288
一、行业发展策略建议	288
二、行业投资方向建议	289
三、行业投资方式建议	289

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：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2015年中国GDP增长预测
图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测
图表：护肤品行业产业链
图表：2011-2015年我国护肤品行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国护肤品行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国护肤品行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国护肤品行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国护肤品行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国护肤品行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国护肤品行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国护肤品行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国护肤品行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国护肤品行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年护肤品行业市场供给

图表：2011-2015年护肤品行业市场需求

图表：2011-2015年护肤品行业市场规模

图表：护肤品所属行业生命周期判断

图表：护肤品所属行业区域市场分布情况

图表：2016-2022年中国护肤品行业市场规模预测

图表：2016-2022年中国护肤品行业供给预测

图表：2016-2022年中国护肤品行业需求预测

图表：2016-2022年中国护肤品行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279993.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。