

2015-2022年中国男性护肤品市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国男性护肤品市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/rihua1508/Y675040UW0.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-08-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国男性护肤品市场分析与投资前景研究报告》共八章。报告介绍了男性护肤品行业相关概述、中国男性护肤品产业运行环境、分析了中国男性护肤品行业的现状、中国男性护肤品行业竞争格局、对中国男性护肤品行业做了重点企业经营状况分析及中国男性护肤品产业发展前景与投资预测。您若想对男性护肤品产业有个系统的了解或者想投资男性护肤品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

屈原在《离骚》中描述自己身披香草鲜花，气宇不凡，两晋时期才子潘安“姿色姣好，神情亦佳”均是历史上有名的美男子。文人雅士注重“才华”内在美的同时，都较为注重自己的仪表修饰和外在气质。随著社会科技的发展，针对男性肤质特点而研制的护理产品，可以有效洁净肌肤，还给肌肤滋润补给与清爽舒适的感触，让男性更有面子。目前中国男士使用的忆初芳护理产品的需求，按照强度大小分别是“提升外在形象、彰显个人品味、增加自信、满足爱人的期望”。在如今发展融邻的时代背景下，男性护肤品逐渐从时尚消费变成刚性需求。

男性的皮脂分泌比女性多出一倍，因此在鼻头、额头（所谓T字部）会长出黑头，甚至满脸暗。而长期累积在毛细孔内的油垢，会使你的脸色看起来暗沉、污浊。很多男士会问使用女性护肤品可以吗？其实男士的油脂分泌较女性旺盛，因此多数标明专为男士而设的产品都适合油性肌肤，香味也比较男性化。

第一章 全球男性护肤品行业发展概述

第一节 全球男士护肤品行业发展概况

- 一、全球男士护肤品行业发展现状
- 二、主要国家和地区发展状况
 - 1、欧洲男士护肤品市场发展现状
 - 2、北美男士护肤品市场发展现状
 - 3、日本男士护肤品行业发展现状
 - 4、航过男士护肤品行业发展现状

第二节 中国男士护肤品行业发展概况

- 一、中国男士护肤品行业发展历程与现状
- 二、中国男士护肤品行业发展中存在的问题

第二章 中国男性护肤品行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境

第二节 产业政策环境

- 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

第三节 行业技术环境

- 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 中国男士护肤品行业社会环境分析

- 一、2015年中国人口及分布总体情况
- 二、2015年中国男性人口及年龄分布

第三章 2014-2015年中国男士护肤品市场发展分析

第一节 2014-2015年中国男士护肤品市场发展状况

- 一、中国男性护肤品市场发展概况
- 二、2014-2015年中国男士化妆品市场规模及结构
- 三、2014-2015年中国男士护肤品市场规模
- 四、中国男士护肤品市场特点分析

第二节 中国男性护肤品市场需求分析

- 一、男士护肤品的基本需求分析
- 二、不同学历男性对护肤品的需求
- 三、不同收入男性对护肤品的需求
- 四、中国男士护肤品的购买人群
- 五、中国男士护肤品的品类需求

第三节 2014-2015年中国男士护肤品市场竞争分析

- 一、2014-2015年中国男士护肤品市场竞争格局
- 二、2014-2015年中国男士护肤品品牌竞争状况

三、2014-2015年中国男士护肤品关注度分析

四、2014-2015年中国男士护肤品等级关注度

五、2014-2015年中国男士护肤品品牌关注度

六、2014-2015年中国男士护肤品产品关注度

第四节 2014-2015年中国男士护肤品市场营销策略分析

一、宣传策略

二、定位策略

三、渠道策略

四、品牌策略

第五节 中国男士护肤品行业存在的问题及对策

一、中国男士护肤品市场存在的问题

二、中国男士护肤产品的品牌成功之道

第四章 2014-2015年中国男性护肤品行业总体数据分析

第一节 2014-2015年中国男性护肤品行业盈利能力指标分析及预测

一、2014-2015年男士护肤品行业销售毛利率

二、2014-2015年男士护肤品行业销售利润率

三、2014-2015年男士护肤品行业总资产利润率

四、2014-2015年男士护肤品行业净资产利润率

五、2014-2015年男士护肤品行业产值利税率

六、2015-2022年男士护肤品行业盈利能力指标预测

第二节 2014-2015年中国男性护肤品行业成长性指标分析及预测

一、2014-2015年男士护肤品行业销售收入增长率

二、2014-2015年男士护肤品行业总资产增长率

三、2014-2015年男士护肤品行业固定资产增长率

四、2014-2015年男士护肤品行业净资产增长率

五、2014-2015年男士护肤品行业利润增长率

六、2015-2022年男士护肤品行业增长指标预测

第三节 2014-2015年中国男性护肤品行业偿债能力指标分析及预测

一、2014-2015年男士护肤品行业资产负债率

二、2014-2015年男士护肤品行业速动比率

三、2014-2015年男士护肤品行业流动比率

四、2015-2022年男士护肤品行业偿债能力指标预测

第四节 2014-2015年中国男性护肤品行业营运能力指标分析及预测

一、2014-2015年男士护肤品行业总资产周转率

二、2014-2015年男士护肤品行业净资产周转率

三、2014-2015年男士护肤品行业应收账款周转率

四、2015-2022年男士护肤品行业营运能力指标预测

第五章 2014-2015年世界男士护肤品重点品牌及企业介绍

第一节 欧莱雅男士(L'Oreal For Men)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第二节 碧欧泉男士(Biotherm Homm)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第三节 妮维雅男士(Nivea For Men)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第四节 欧珀莱俊士(JS)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第五节 吾诺(Unno)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第六节 曼秀雷登男士(Mentholatum for men)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第七节 碧柔男士(Biore For Men)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第八节 轻扬男士(Clear for men)

一、企业简介

二、企业在中国的发展

三、企业经营状况

四、企业优劣势分析

第六章 2014-2015年中国男士护肤品重点企业分析

第一节 上海家化联合股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、品牌占有率

四、企业竞争优势分析

五、企业未来发展策略

第二节 索芙特股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况

三、品牌占有率

四、企业竞争优势分析

五、企业未来发展策略

第三节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、企业基本情况

- 二、企业经营情况
- 三、品牌占有率
- 四、企业竞争优势劣势分析
- 五、企业未来发展策略

第四节 妮维雅(上海)有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况
- 三、品牌占有率
- 四、企业竞争优势劣势分析
- 五、企业未来发展策略

第五节 联合利华(中国)有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况
- 三、品牌占有率
- 四、企业竞争优势劣势分析
- 五、企业未来发展策略

第六节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况
- 三、品牌占有率
- 四、企业竞争优势劣势分析
- 五、企业未来发展策略

第七节 雅芳(中国)制造有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况
- 三、品牌占有率
- 四、企业竞争优势劣势分析
- 五、企业未来发展策略

第八节 资生堂丽源化妆品有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况
- 三、品牌占有率

四、企业竞争优势劣势分析

五、企业未来发展策略

第七章 博思数据关于中国男士护肤品的发展预测分析

第一节 中国男士护肤品行业发展趋势分析

一、产品品类

二、营销手段

三、品牌定位

四、终端管理

五、消费趋势

第二节 2015-2022年中国男士护肤品市场前景预测

一、2015-2022年中国男士化妆品行业市场规模预测

二、2015-2022年中国男士护肤品市场规模预测

第八章 2015-2022年中国男士护肤品投资分析

第一节 中国男士护肤品投资机会分析

第二节 中国男士护肤品行业投资风险分析

一、男士护肤品消费意识风险

二、男士护肤品品牌风险

三、男士护肤品市场竞争风险

四、男士护肤品经营风险

第三节 关于男士护肤品投资建议

图表目录：

图表：欧洲男士护肤品市场发展现状

图表：北美男士护肤品市场发展现状

图表：日本男士护肤品行业发展现状

图表：航过男士护肤品行业发展现状

图表：2014-2015年中国GDP增长率

图表：2015年中国人口及分布总体情况

图表：2015年中国男性人口分布

图表：2015年中国男性年龄分布

图表：2014-2015年中国男士化妆品市场规模分析

图表：2014-2015年中国男士化妆品市场结构分析

图表：不同学历男性对护肤品的需求

图表：不同收入男性对护肤品的需求

图表：中国男士护肤品的购买人群

图表：中国男士护肤品的品类需求

图表：2014-2015年中国男士护肤品市场竞争格局

图表：2014-2015年中国男士护肤品品牌竞争状况

图表：2014-2015年中国男士护肤品关注度分析

图表：2014-2015年中国男士护肤品等级关注度

图表：2014-2015年中国男士护肤品品牌关注度

图表：2014-2015年中国男士护肤品产品关注度

图表：2014-2015年中国男士护肤品区域关注度

图表：2014-2015年男士护肤品行业销售毛利率

图表：2014-2015年男士护肤品行业销售利润率

图表：2014-2015年男士护肤品行业总资产利润率

图表：2014-2015年男士护肤品行业净资产利润率

图表：2014-2015年男士护肤品行业产值利税率

图表：2015-2022年男士护肤品行业盈利能力指标预测

图表：2014-2015年男士护肤品行业销售收入增长率

图表：2014-2015年男士护肤品行业总资产增长率

图表：2014-2015年男士护肤品行业固定资产增长率

图表：2014-2015年男士护肤品行业净资产增长率

图表：2014-2015年男士护肤品行业利润增长率

图表：2015-2022年男士护肤品行业增长指标预测

图表：2014-2015年男士护肤品行业资产负债率

图表：2014-2015年男士护肤品行业速动比率

图表：2014-2015年男士护肤品行业流动比率

图表：2014-2015年男士护肤品行业利息保障倍数

图表：2015-2022年男士护肤品行业偿债能力指标预测

图表：2014-2015年男士护肤品行业总资产周转率

图表：2014-2015年男士护肤品行业净资产周转率

图表：2014-2015年男士护肤品行业应收账款周转率

图表：2014-2015年男士护肤品行业存货周转率

图表：2015-2022年男士护肤品行业营运能力指标预测

略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1508/Y675040UW0.html>