

2020-2026年中国男士护肤品行业前景展望与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国男士护肤品行业前景展望与市场需求预测报告》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.cction.com/report/202007/177609.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

随着“日韩风”和“小鲜肉”等概念逐渐引领时尚，男士护肤美妆需求增长迅速。从整体趋势来看，男士护理类和香水类产品以明显优势占据天猫美妆男性消费偏好前两位，品类偏好指数达到287和176。男性群体对自身护理的要求更加细化，衍生出对面部形象以及整体气质的进阶需求，从而促进了男士化妆品市场的销量。天猫美妆男性消费偏好情况

中企顾问网发布的《2020-2026年中国男士护肤品行业前景展望与市场需求预测报告》共八章。首先介绍了中国男士护肤品行业市场发展环境、男士护肤品整体运行态势等，接着分析了中国男士护肤品行业市场运行的现状，然后介绍了男士护肤品市场竞争格局。随后，报告对男士护肤品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国男士护肤品行业发展趋势与投资预测。您若想对男士护肤品产业有个系统的了解或者想投资中国男士护肤品行业，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 男士护肤品相关概述

1.1 化妆品的定义

1.1.1 化妆品的分类

1.1.2 化妆品的主要作用

1.1.3 化妆品的发展历程

1.2 护肤品的基本概述

1.2.1 护肤品的定义及特性

1.2.2 护肤品的分类

1.2.3 护肤品的成分及作用

1.2.4 护肤品的发展历程

1.3 男士护肤品相关概述

1.3.1 男士护肤品的需求基础

1.3.2 男士护肤品的消费基础

1.3.3 男士护肤品的类别

第二章 2014-2018年中国护肤所属行业发展环境分析

2.1 2014-2018年中国宏观经济环境分析

2.1.1 2014-2018年中国GDP分析

2.1.2 2014-2018年中国CPI指数

2.1.3 2018年中国居民消费与恩格尔系数分析

2.1.4 2018年中国城镇居民人均可支配收入分析

2.1.5 2018年中国社会消费品零售总额分析

2.1.6 2018年中国宏观经济运行分析

2.2 中国化妆品行业政策环境分析

2.2.1 中国化妆品监管机构及职责

2.2.2 中国化妆品被监管对象及特点

2.2.3 中国化妆品监管领域的新问题

2.2.4 中国化妆品监管的最新进展

2.2.5 中国化妆品行业新政策解读

2.3 中国化妆品行业技术环境分析

2.3.1 中国化妆品行业技术发展现状

2.3.2 中国化妆品行业的新技术

2.3.3 中国化妆品行业的新原料

2.3.4 中国化妆品技术开发研究方向

2.4 中国男士护肤品行业社会环境分析

2.4.1 2018年中国人口及分布总体情况

2.4.2 2018年中国男性人口及年龄分布

2.5 2014-2018年中国化妆品所属行业发展分析

中国现代护肤品行业发展始于20世纪70年代，大致经过了小作坊起步、工业化生产、海外品牌收购、国产品牌涌现等阶段。目前行业已进入新的发展阶段，一方面，男士护肤品市场逐渐形成；另一方面，面膜成为护肤品大类中关注度最高的子类。

护肤类化妆品市场中，高档市场基数相对较小，但利润较多。中档市场和大众高端市场占据了很大市场份额。中高端品牌越来越被关注，巴黎欧莱雅、相宜本草和雅诗兰黛成为最受网民关注的护肤类化妆品品牌。护肤类化妆品品牌关注度

2.5.1 2018年中国化妆品所属行业市场规模

2.5.2 2016年中国化妆品所属行业发展概况

2.5.3 2018年中国化妆品行业发展概况

2.5.4 2018年中国化妆品行业发展概况

2.6 中国护肤品行业发展分析

2.6.1 2014-2018年中国护肤品所属行业发展概况

2.6.2 2016年护肤品市场规模及特点

2.6.3 2018年护肤品市场规模及特点

2.6.4 2018年中国护肤品市场竞争分析

第三章 2014-2018年中国化妆品、美容品及护肤品所属行业进出口分析(3304)

3.1 2014-2018年中国化妆品、美容品及护肤品进出口总体情况

3.1.1 2014-2018年中国化妆品美容品及护肤品进口情况

3.1.2 2014-2018年中国化妆品美容品及护肤品出口情况

3.2 2014-2018年中国主要省市化妆品、美容品及护肤品进出口情况

3.2.1 2014-2018年中国主要省市化妆品美容品及护肤品进口状况

3.2.2 2014-2018年中国主要省市化妆品美容品及护肤品出口状况

3.3 2014-2018年中国化妆品、美容品及护肤品进出口流向情况

3.3.1 2014-2018年中国化妆品、美容品及护肤品进口流向

3.3.2 2014-2018年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向

3.4 2014-2018年中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价分析

第四章 2014-2018年中国男士护肤品所属行业市场发展分析

4.1 世界男士护肤品市场发展分析

4.1.1 世界男士护肤品市场发展概况

4.1.2 西欧男士护肤品市场发展概况

4.1.3 德国男士护肤品市场发展概况

4.1.4 法国男士护肤品行业发展现状

4.2 2014-2018年中国男士护肤品市场发展状况

4.2.1 中国男性护肤品市场发展概况

4.2.2 2018年中国男士化妆品市场规模及结构

4.2.3 2018年中国男士护肤品市场规模

4.2.4 中国男士护肤品市场特点分析

4.3 中国男性护肤品市场需求分析

4.3.1 男士护肤品的基本需求分析

4.3.2 不同学历男性对护肤品的需求

4.3.3 不同收入男性对护肤品的需求

4.3.4 中国男士护肤品的购买人群

4.3.5 中国男士护肤品的品类需求

4.4 2018年中国男士护肤品市场竞争分析

4.4.1 2018年中国男士护肤品市场竞争格局

4.4.2 2018年中国男士护肤品品牌竞争状况

4.5 2018年中国男士护肤品关注度分析

4.5.1 2018年中国男士护肤品等级关注度

4.5.2 2018年中国男士护肤品品牌关注度

4.5.3 2018年中国男士护肤品产品关注度

4.5.4 2018年中国男士护肤品区域关注度

4.6 2018年中国男士护肤品市场营销策略分析

4.6.1 宣传策略

4.6.2 定位策略

4.6.3 渠道策略

4.6.4 品品牌策略

4.7 中国男士护肤品行业存在的问题及对策

4.7.1 中国男士护肤品市场存在的问题

4.7.2 中国男士护肤产品的品牌成功之道

第五章世界男士护肤品重点品牌及企业介绍

5.1 欧莱雅男士

5.1.1 欧莱雅男士品牌相关

5.1.2 欧莱雅集团简介

5.1.3 欧莱雅在中国的发展

5.1.4 企业经营状况

5.1.5 企业经营状况

5.1.5 欧莱雅男士护肤品品牌市场份额

5.2 碧欧泉男士

5.2.1 品牌简介

5.2.2 品牌历史

5.2.3 品牌主要产品简介

5.2.4碧欧泉男士护肤品品牌市场份额

5.3 妮维雅男士(Nivea

5.3.1 品牌简介

5.3.2 德国妮维雅公司简介

5.3.3妮维雅男士护肤品品牌市场份额

5.3.4 妮维雅深掘男士护肤市场

5.4 欧珀莱俊士(JS)

5.4.1 品牌简介

5.4.2 资生堂集团简介

5.4.3 企业经营状况

5.4.4 资生堂品牌线路

5.4.5欧珀莱俊士男士护肤品品牌市场份额

5.5 吾诺(Unno)

5.5.1 品牌简介

5.5.2 产品介绍

5.5.3吾诺男士护肤品品牌市场份额

5.6 曼秀雷登男士(Mentholatum

5.6.1 品牌简介

5.6.2曼秀雷登男士护肤品品牌市场份额

5.7 碧柔男士(Bior´

5.7.1 品牌简介

5.7.2 花王集团简介

5.7.3 公司经营情况

5.7.4碧柔男士护肤品品牌市场份额

5.8 轻扬男士(Clear

5.8.1 品牌简介

5.8.2 企业经营状况

5.8.4轻扬男士护肤品品牌市场份额

第六章中国男士化妆品重点企业分析

6.1 上海家化联合股份有限公司

6.1.1 企业基本情况及品牌

6.1.2 企业经营情况

6.1.3 企业运营指标状况

6.1.4 高夫男士护肤品品牌占有率

6.1.5 企业未来发展策略

6.2 索芙特股份有限公司

6.2.1 企业基本情况

6.2.2 企业经营情况

6.2.3 企业运营指标状况

6.2.4 企业未来发展策略

6.3 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

6.3.1 企业基本情况

6.3.2 企业经营状况

6.3.3 隆力奇集团摘得直销牌

6.3.4 隆力奇获得“全国顾客满意十大品牌”

6.4 妮维雅(上海)有限公司

6.4.1 企业基本情况

6.4.2 企业经营状况

6.5 霸王国际集团

6.5.1 企业基本情况

6.5.2 霸王洗发水主要产品

6.5.3 公司经营状况分析

6.5.4 霸王领跑中草药洗发水市场

6.6 联合利华(中国)有限公司

6.6.1 企业基本情况

6.6.2 企业经营状况

6.6.3 联合利华中国版图内迁

6.7 玫琳凯(中国)化妆品有限公司

6.7.1 企业基本情况

6.7.2 企业经营状况

6.8 雅芳(中国)制造有限公司

6.8.1 企业基本情况

6.8.2 企业经营状况

6.9 资生堂丽源化妆品有限公司

6.9.1 企业基本情况

6.9.2 企业经营状况

第七章 2020-2026年中国男士护肤品的发展预测分析

7.1 中国男士护肤品行业发展趋势分析

7.1.1 产品品类

7.1.2 营销手段

7.1.3 品牌定位

7.1.4 终端管理

7.1.5 消费趋势

7.2 2020-2026年中国男士护肤品市场前景预测

7.2.1 2020-2026年中国男士化妆品行业市场规模

7.2.2 2020-2026年中国男士护肤品市场规模预测

第八章 2020-2026年中国男士护肤品投资分析

8.1 中国男士护肤品投资机会分析

8.2 中国男士护肤品行业投资风险分析

8.2.1 男士护肤品消费意识风险

8.2.2 男士护肤品品牌风险

8.2.3 男士护肤品市场竞争风险

8.2.4 男士护肤品经营风险

8.3 男士护肤品投资建议

图表目录：

图表2018年中国男士化妆品市场规模及构成

图表2018年中国男士化妆品市场规模构成（单位：亿元）

图表2018年男性肌肤问题关注度排行

图表男性不使用化妆品的原因分析

图表不同学历男性使用化妆品的状况

图表 不同收入男性使用化妆品的状况

图表2018年中国男士护肤品市场企业市场占有率

图表2018年市场份额排名前十位的男士护肤品企业份额

图表2018年市场份额排名前十位的男士护肤品企业市场份额

图表 2018年中国男士护肤品市场份额排名前十位的品牌

图表2018年中国男士护肤品产品等级关注度

图表2018年中国男士护肤品品牌关注度排行

图表2018年中国男士护肤品产品关注度

图表2018年中国男士护肤品区域关注度

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/177609.html>