

2022-2028年中国男士护肤品市场深度分析与市场年度调研报告

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

《2022-2028年中国男士护肤品市场深度分析与市场年度调研报告》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/202201/265390.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

目前中国男士使用护理产品的需求，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。

到2023年，全球男士化妆品市场将达到786亿美元，约合人民币5400亿元。当前，中国男性化妆品消费观念转变，男性化妆品成新掘金市场。全球男士化妆品市场规模情况 中企顾问网发布的《2022-2028年中国男士护肤品市场深度分析与市场年度调研报告》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 2015-2019年中国护肤所属行业发展环境分析2.1 2015-2019年中国宏观经济环境分析2.1.1 2015-2019年中国GDP分析2.1.2 2015-2019年中国CPI指数2.1.3 2019年中国居民消费与恩格尔系数分析2.1.4 2019年中国城镇居民人均可支配收入分析2.1.5 2019年中国社会消费品零售总额分析2.1.6 2019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 2019年中国人口及分布总体情况2.4.2 2019年中国男性人口及年龄分布2.5 2015-2019年中国化妆品所属行业发展分析2.5.1 2019年中国化妆品所属行业规模2.5.2 2017年中国化妆品所属行业发展概况2.5.3 2018年中国化妆品所属行业发展概况2.5.4 2019年中国化妆品所属行业发展概况2.6 中国护肤品所属行业发展分析

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”。在如今发展融邨的时代背景下，男性护肤品逐渐从时尚消费变成刚性需求。各类护肤品关注度

2.6.1 2015-2019年中国护肤品所属行业发展概况2.6.2 2018年护肤品市场规模及特点2.6.3 2019年护肤品市场规模及特点2.6.4 2019年中国护肤品市场竞争分析 第三章 2015-2019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 2015-2019年中国化妆品、美容品及护肤品所属行业进出口总体情况3.1.1 2015-2019年中国化妆品美容品及护肤品进口情况3.1.2 2015-2019年中国化妆品美容品及护肤品出口情况3.2 2015-2019年中国主要省市化妆品、美容品及护肤品所属行业进出口情况3.2.1 2015-2019年中国主要省市化妆品美容品及护肤品进口状况3.2.2 2015-2019年中国主要省市化妆品美容品及护肤品出口状况3.3 2015-2019年中国化妆品、美容品及护肤品所属行业进出口流向情况3.3.1 2015-2019年中国化妆品、美容品及护肤品进口流向3.3.2 2015-2019年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向3.4 2015-2019年中国化妆品、美容品及护肤品所属行业进出口均价分析 第四章 2015-2019年中国男士护肤品所属行业发展分析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 2015-2019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 2019年中国男士化妆品市场规模及结构4.2.3 2019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 2019年中国男士护肤品市场竞争分析4.4.1 2019年中国男士护肤品市场竞争格局4.4.2 2019年中国男士护肤品品牌竞争状况4.5 2019年中国男士护肤品关注度分析4.5.1 2019年中国男士护肤品等级关注度4.5.2 2019年中国男士护肤品品牌关注度4.5.3 2019年中国男士护肤品产品关注度4.5.4 2019年中国男士护肤品区域关注度4.6 2019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(Nivea5.3.1 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 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 第七章 2022-2028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 2022-2028年中国男士护肤品市场前景预测7.2.1 2022-2028年中国男士化妆品行业市场规模7.2.2 2022-2028年中国男士护肤品市场规模预测 第八章 2022-2028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2019年中国男士化妆品市场规模及构成图表2019年中国男士化妆品市场规模构成(单位:亿元) 图表2019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2019年中国男士护肤品市场企业市场占有率图表2019年市场份额排名前十位的男士护肤品企业份额图表2019年市场份额排名前十位的男士护肤品企业市场份额图表 2019年中国男士护肤品市场份额排名前十位的品牌图表2019年中国男士护肤品产品等级关注度图表2019年中国男士护肤品品牌关注度排行图表2019年中国男士护肤品产品关注度图表2019年中国男士护肤品区域关注度更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/265390.html>