

# 2010-2014年中国男士化妆品市场运行态势及发展潜力预测分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2010-2014年中国男士化妆品市场运行态势及发展潜力预测分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/8294582945.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### 摘要

为求潇洒出众，如今的男士也开始成为化妆品的消费者。男士在进行面部皮肤保健时，可根据自身皮肤情况选择适当的化妆品，一般选用护肤类化妆品和营养化妆品，以保护和营养皮肤，剂型以霜剂为佳，油性皮肤夏季适用无油清爽型水剂化妆品，以免造成毛囊皮脂腺的阻塞，产生毛囊皮脂腺疾病。但男用化妆品毕竟不同于女用化妆品。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国男士化妆品行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区男士化妆品市场的发展状况、男士化妆品消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国男士化妆品市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对男士化妆品未来发展趋势进行了研判，是男士化妆品生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前男士化妆品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

### 目录

#### 第一章 2009-2010年中国男士化妆品行业发展环境分析

##### 第一节 2009-2010年中国经济环境发展分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 三、城镇人员从业状况
- 四、存贷款利率变化
- 五、财政收支状况

##### 第二节 2009-2010年中国男士化妆品行业发展政策环境分析

- 一、化妆品生产企业卫生规范
- 二、进出口化妆品监督检验管理办法
- 三、EEC化妆品规程
- 四、化妆品卫生监督条例
- 五、化妆品卫生监督条例实施细则
- 六、《化妆品卫生监督条例实施细则》调整条款

##### 第三节 2009-2010年中国男士化妆品行业发展社会环境分析

#### 第二章 2009-2010年中国化妆品市场运行形势分析

##### 第一节 2009-2010年中国化妆品市场总体概况

- 一、中国化妆品市场发展回顾
- 二、化妆品市场发展的总体概述
- 三、国内化妆品市场结构分析

#### 四、2009-2010年化妆品网购市场

##### 第二节 2009-2010年中国化妆品市场消费分析

- 一、化妆品市场消费者的构成
- 二、化妆品市场消费的特点
- 三、美容化妆品市场的消费状况调查
- 四、女性购买化妆品的心理因素研究

##### 第三节 2009-2010年中国化妆品包装行业运行情况分析

- 一、化妆品包装的特性
- 二、国内美容化妆品包装分析
- 三、化妆品包装需标注所有成分
- 四、中草药成为化妆品包装禁用语惹争端
- 五、美容化妆品包装的发展走向

##### 第四节 2009-2010年中国化妆品市场存在的问题分析

- 一、中国化妆品市场面临的难题
- 二、国内美容化妆品市场的薄弱方面
- 三、中国化妆品市场产品质量堪忧
- 四、国内化妆品市场亟待整合

##### 第五节 2009-2010年中国化妆品市场发展的对策分析

- 一、中国化妆品市场发展的建议
- 二、国内化妆品市场的发展对策
- 三、化妆品企业发展要集体补标识规范课
- 四、化妆品行业地位提升的对策探讨

#### 第三章 2009-2010年中国男士化妆品市场运营态势分析

##### 第一节 2009-2010年男士化妆品的市场概况

- 一、男士化妆品是美容行业里有待挖掘的金矿
- 二、男士化妆品接近主流市场
- 三、男性化妆品市场是逐步成长的新领地
- 四、男士化妆品市场的发展逐步渐形成规模

##### 第二节 2009-2010年男士化妆品开发形势分析

- 一、开发男士化妆品对企业的意义
- 二、男士化妆品开发的可能性
- 三、男士化妆品品种开发设想
- 四、品牌开发

##### 第三节 2009-2010年中国男士化妆品行业发展对策与建议分析

#### 第四章 2009-2010年中国男性护肤品市场发展格局分析

## 第一节 2009-2010年中国男性护肤品市场走势分析

- 一、我国男性护肤品消费的演变历程
- 二、男性护肤品市场描述
- 三、男性护肤品消费需求分析

## 第二节 2009-2010年中国男士护肤品市场最新动态分析

- 一、男性护肤品产品特性和品牌定位解析
- 二、2009年国内男士化妆品市场升温
- 三、2009年男士护肤品市场产品关注度浅析

## 第三节 2010-2014年中国男性护肤品发展潜力分析

## 第五章 2009-2010年中国男士香水市场运行局势透析

### 第一节 2009-2010年世界男士香水市场发展概述

- 一、男用香水味道按基调分类
- 二、世界主要男士香水品牌及其内涵
- 三、国际品牌纷争男士香水市场

### 第二节 2009-2010年中国男士香水市场营运现状分析

- 一、找准定位精心打造男士香水品牌
- 二、品牌成为男士选用香水主要因素
- 三、观念障碍制约男士香水的发展

### 第三节 2009-2010年中国男士香水市场消费形势分析

- 一、中国男用香水市场主要消费群体分析
- 二、男性香水产品需求的发展动态
- 三、中国主要城市男士香水市场消费状况

## 第六章 2005-2010年中国化妆品制造行业规模以上企业经济运行数据监测

### 第一节 2005-2010年（按季度更新）中国化妆品制造行业数据监测回顾

- 一、竞争企业数量
- 二、亏损面情况
- 三、市场销售额增长
- 四、利润总额增长
- 五、投资资产增长性
- 六、行业从业人数调查分析

### 第二节 2005-2010年（按季度更新）中国化妆品制造行业投资价值测算

- 一、销售利润率
- 二、销售毛利率
- 三、资产利润率
- 四、未来5年化妆品制造盈利能力预测

### 第三节 2005-2010年（按季度更新）中国化妆品制造行业产销率调查

#### 一、工业总产值

#### 二、工业销售产值

#### 三、产销率调查

#### 四、未来5年化妆品制造产品产销衔接预测

### 第四节 2005-2010年（按季度更新）化妆品制造出口交货值数据

#### 一、出口交货值增长

#### 二、出口交货值占工业产值的比重

## 第七章 2009-2010年中国男士化妆品市场营销策略透析

### 第一节 2009-2010年中国男士化妆品行业主要市场渠道

#### 一、批发市场

#### 二、零售终端市场

#### 三、专业市场

#### 四、黑市对化妆品销售市场的影响

### 第二节 2009-2010年中国男士化妆品直复营销与网络营销分析

#### 一、直复营销的概念

#### 二、化妆品网络营销的特征和优势

#### 三、网络营销理论

#### 四、化妆品网络营销的现状

### 第三节 2009-2010年中国男士化妆品梯度营销渠道策略分析

#### 一、化妆品实行梯度营销的必要性

#### 二、渠道梯度

#### 三、目标消费者梯度

## 第八章 2009-2010年中国男士化妆品行业竞争格局分析

### 第一节 2009-2010年中国化妆品产业竞争现状分析

#### 一、化妆品巨大市场的抢夺

#### 二、中国内地化妆品市场的渠道之争升级

#### 三、国产化妆品市场的竞争分析

### 第二节 2009-2010年中国男士化妆品企业品牌战略分析

#### 一、品牌在市场营销中的功能

#### 二、品牌化经营是化妆品企业生存根本之道

#### 三、中国男士化妆品企业的品牌战略

#### 四、定位是创造品牌的关键

### 第三节 2009-2010年中国男士化妆品市场竞争策略研究

## 第九章 2009-2010年主要外资男士化妆品企业在华投资运状况分析

## 第一节 法国欧莱雅 (Loreal)

- 一、集团基本概况
- 二、欧莱雅发展中国市场的营销策略综述
- 三、欧莱雅发展超市渠道四品牌首先进入

## 第二节 美国宝洁公司 (Procter&Gamble)

- 一、公司基本概况
- 二、美国宝洁舍小利而得大益的发展策略
- 三、宝洁公司在中国的乡村化策略

## 第三节 美国安利公司 (Amway)

- 一、公司基本概况
- 二、安利在中国的市场营销策略概述
- 三、安利公司的制胜之道

## 第四节 美国雅芳 (AVON)

- 一、公司基本概况
- 二、雅芳将中国市场作为独立的业务区
- 三、雅芳营销转型后的发展概况

## 第五节 日本资生堂 (Shiseido)

- 一、公司基本概况
- 二、资生堂发展中国男士化妆品市场
- 三、资生堂全面抢占中国市场

## 第六节 英国联合利华 (Unilever)

- 一、公司基本简介
- 二、联合利华用中国品牌攻占中国市场

## 第十章 2009-2010年中国男士化妆品优势企业竞争力与关键性数据分析

### 第一节 上海家化联合股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、2008-2009年公司成长性分析
- 三、2008-2009年公司财务能力分析
- 四、2008-2009年公司偿债能力分析
- 五、2008-2009年公司现金流量分析表
- 六、2008-2009年公司经营能力分析
- 七、2008-2009年公司盈利能力分析

### 第二节 索芙特股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、2008-2009年公司成长性分析

三、2008-2009年公司财务能力分析

四、2008-2009年公司偿债能力分析

五、2008-2009年公司现金流量分析表

六、2008-2009年公司经营能力分析

七、2008-2009年公司盈利能力分析

第三节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第四节 雅芳(中国)有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第五节 资生堂丽源化妆品有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第六节 妮维雅(上海)有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第七节 霸王(广州)有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十一章 2009-2010年中国男士美容市场运行走势分析

第一节 男士美容市场方兴未艾

一、男性美容的基本项目

二、男士美容市场概况

三、男性美容兴起带动美容产业发展

#### 四、男士美容市场消费特点

##### 第二节 2009-2010年中国男士整形市场发展格局分析

###### 一、市场增长情况

###### 二、整形人群

###### 三、整形项目

###### 四、整形心理

##### 第三节 2009-2010年中国男士美容市场存在的问题与对策

###### 一、男士专业美容市场的软肋

###### 二、男士美容市场存在的风险因素

###### 三、男士美容经营策略探析

###### 四、未来男士专业美容院的出路

#### 第十二章 2010-2014年中国男士化妆品的发展预测分析

##### 第一节 2010-2014年中国化妆品行业的发展前景

###### 一、2010-2014年美容化妆品行业趋势预测

###### 二、美容化妆品行业的发展方向

###### 四、专业化分工是化妆品行业的发展趋势

##### 第二节 2010-2014年中国男士化妆品的发展前景

###### 一、男用化妆品市场发展存在着无限商机

###### 二、男性美容化妆品市场发展前景广阔

###### 三、男性化妆品的发展趋势

##### 第三节 2010-2014年中国化妆品行业市场盈利分析

#### 第十三章 2010-2014年中国男士化妆品投资前景分析

##### 第一节 2010-2014年中国男士化妆品行业投资机会分析

###### 一、国内洗涤化妆品市场增长情况

###### 二、化妆品市场投资存在的商机

###### 三、本土化妆品具有的八大机会透析

##### 第二节 2010-2014年中国男士化妆品行业投资风险分析

###### 一、市场竞争风险

###### 二、原材料压力风险分析

###### 三、技术风险分析

###### 四、政策和体制风险

###### 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

##### 第三节 专家建议

图表名称：部分

图表 不同学历男性适用化妆品情况

图表 不同收入男性适用化妆品情况

图表 男性不适用化妆品原因

图表 2006-2009年中国化妆品制造行业企业数量增长趋势图

图表 2006-2009年中国化妆品制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表 2006-2009年中国化妆品制造行业总体销售额增长趋势图

图表 2006-2009年中国化妆品制造行业总体利润总额增长

图表 2006-2009年中国化妆品制造行业总体从业人数分析

图表 2006-2009年中国化妆品制造行业投资资产增长性分析

图表 2010年5月中国各省市化妆品制造行业企业数量统计表

图表 2010年5月中国各省市化妆品制造行业企业数量分布图

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业销售收入统计表

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业销售收入分布图

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业利润总额统计表

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业利润总额分布图

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业利润总额增长最快的省市对比图

图表 2010年5月底中国各省市化妆品制造行业资产统计表

图表 2010年5月底中国各省市化妆品制造行业资产分布图

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业资产增长速度对比图

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业工业总产值

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业工业销售产值

图表 2010年化妆品制造行业产销率（数据均可更新至最新月份）

图表 2008-2009年上海家化联合股份有限公司成长性分析

图表 2008-2009年上海家化联合股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2009年上海家化联合股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2009年上海家化联合股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2009年上海家化联合股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2009年上海家化联合股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2009年上海家化联合股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2009年索芙特股份有限公司成长性分析

图表 2008-2009年索芙特股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2009年索芙特股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2009年索芙特股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2009年索芙特股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2009年索芙特股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2009年索芙特股份有限公司盈利能力分析

- 图表 玫琳凯(中国)化妆品有限公司盈利指标情况
- 图表 玫琳凯(中国)化妆品有限公司资产运行指标状况
- 图表 玫琳凯(中国)化妆品有限公司资产负债能力指标分析
- 图表 玫琳凯(中国)化妆品有限公司盈利能力情况
- 图表 玫琳凯(中国)化妆品有限公司销售收入情况
- 图表 玫琳凯(中国)化妆品有限公司成本费用构成情况
- 图表 雅芳(中国)有限公司盈利指标情况
- 图表 雅芳(中国)有限公司资产运行指标状况
- 图表 雅芳(中国)有限公司资产负债能力指标分析
- 图表 雅芳(中国)有限公司盈利能力情况
- 图表 雅芳(中国)有限公司销售收入情况
- 图表 雅芳(中国)有限公司成本费用构成情况
- 图表 资生堂丽源化妆品有限公司盈利指标情况
- 图表 资生堂丽源化妆品有限公司资产运行指标状况
- 图表 资生堂丽源化妆品有限公司资产负债能力指标分析
- 图表 资生堂丽源化妆品有限公司盈利能力情况
- 图表 资生堂丽源化妆品有限公司销售收入情况
- 图表 资生堂丽源化妆品有限公司成本费用构成情况
- 图表 妮维雅(上海)有限公司盈利指标情况
- 图表 妮维雅(上海)有限公司资产运行指标状况
- 图表 妮维雅(上海)有限公司资产负债能力指标分析
- 图表 妮维雅(上海)有限公司盈利能力情况
- 图表 妮维雅(上海)有限公司销售收入情况
- 图表 妮维雅(上海)有限公司成本费用构成情况
- 图表 霸王(广州)有限公司盈利指标情况
- 图表 霸王(广州)有限公司资产运行指标状况
- 图表 霸王(广州)有限公司资产负债能力指标分析
- 图表 霸王(广州)有限公司盈利能力情况
- 图表 霸王(广州)有限公司销售收入情况
- 图表 霸王(广州)有限公司成本费用构成情况
- 图表 略.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/8294582945.html>