

2015-2020年中国护肤品市场运营分析与投资前景 研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国护肤品市场运营分析与投资前景研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201505/316752.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

随着科学技术的发展，以及消费者需求的提升，化妆品的功能已不再单一产品结构富于变化，功效也面向多元化发展。就护肤品而言，其最根本的滋润功能已经远远不能满足消费者的要求。而附加功能如“美白、防晒、抗衰老”等很受消费者欢迎，拥有良好的开发市场。

从护肤品消费市场看，使用护肤品已不仅仅是女性的专利，护肤品正在为许多的男性所接受，男用护肤品市场得到了快速发展，在一些大型高档商场，已出现了男用护肤品专柜，产品以欧美品牌为主，男用护肤品市场有着广阔的发展前景。另外儿童护肤品市场以及老年人市场也存在着不小的需求，因此这一市场同样不可忽视。

2009-2014年中国其他美容品或化妆品及护肤品（33049900）进出口数据统计表

年份		出口（千克、千美元）		进口（千克、千美元）		数量		金额	
年份	年份	数量	金额	数量	金额	数量	金额	数量	金额
2009年	2009年	58508074	421,336	14647732	2010年	2010年	70760265	556,316	19875304
2011年	2011年	78988523	681,241	25406451	2012年	2012年	83402167	667,709	28641459
2013年	2013年	79972035	647,794	32692598	2014年	** ** *	** ** *	** ** *	** ** *

数据来源：中国海关

智研咨询发布的《2015-2020年中国护肤品市场运营分析与投资前景研究报告》。内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章 护肤品相关概述 25

第一节 化妆品的相关概述 25

一、化妆品的定义 25

二、化妆品的分类 26

三、化妆品的主要作用 28

四、化妆品的发展历程 29

第二节 护肤品的基本概述30

一、护肤品的定义及特性30

二、护肤品的分类31

- 三、护肤品的成分及作用34
- 四、护肤品的发展历程37
- 第二章 世界护肤品市场分析40
 - 第一节 世界护肤品市场概况40
 - 一、世界护肤品市场现状40
 - 二、世界护肤品市场品牌分析40
 - 三、世界有机护肤品市场现状50
 - 四、世界护肤品市场驱动因素51
 - 五、世界护肤品市场新潮流53
 - 第二节 世界主要国家和地区护肤品市场分析54
 - 一、美国护肤品市场54
 - 二、日本护肤品市场55
 - 三、法国护肤品市场57
 - 四、德国护肤品市场58
- 第三章 2014-2015年中国护肤行业发展环境分析60
 - 第一节 2014-2015年中国宏观经济环境分析60
 - 一、中国GDP增长情况分析60
 - 二、工业经济发展形势分析61
 - 三、社会固定资产投资分析62
 - 四、全社会消费品零售总额63
 - 五、城乡居民收入增长分析65
 - 六、居民消费价格变化分析66
 - 七、对外贸易发展形势分析67
 - 第二节 中国化妆品行业政策环境分析68
 - 一、中国化妆品监管机构分析68
 - 二、中国化妆品被监管对象及特点70
 - 三、中国化妆品监管领域的新问题71
 - 四、中国化妆品监管的最新进展72
 - 五、中国化妆品行业新政策解读73
 - 第三节 中国化妆品行业技术环境分析75
 - 一、中国化妆品行业技术发展现状75
 - 二、中国化妆品行业的新技术75
 - 三、中国化妆品行业的新原料77
 - 四、中国化妆品技术开发研究方向79
 - 第四节 中国护肤品行业社会环境分析80

一、中国人口及分布总体情况80

二、中国女性人口特征分析82

三、女性化妆品消费观念变革83

四、男性化妆品消费观念建立86

第五节 2012-2014年中国化妆品行业发展分析88

一、中国化妆品市场规模分析88

二、2012年中国化妆品行业发展概况89

三、2013年中国化妆品行业发展概况91

四、2014年中国化妆品行业发展概况93

第四章 2011-2014年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析(3304)95

第一节 2011-2014年化妆品、美容品及护肤品进口情况分析95

一、化妆品、美容品及护肤品进口数量情况95

二、化妆品、美容品及护肤品进口金额情况95

三、化妆品、美容品及护肤品进口来源分析96

四、化妆品、美容品及护肤品进口均价分析97

2009-2014年中国其他美容品或化妆品及护肤品（33049900）进口平均单价分析 年份

进口平均价格（美元/吨） 2009年 2009年 2010年 2010年 2011年 2011年 2012年 2012年
2013年 2013年 2014年 **

第二节 2011-2014年化妆品、美容品及护肤品出口分析98

一、化妆品、美容品及护肤品出口数量情况98

二、化妆品、美容品及护肤品出口金额情况98

三、化妆品、美容品及护肤品出口流向分析99

四、化妆品、美容品及护肤品出口均价分析100

2009-2014年中国其他美容品或化妆品及护肤品（33049900）出口平均单价分析 年份

出口平均价格（美元/吨） 2009年 34373.79 2010年 34656.12 2011年 37031.34 2012年
34949.23 2013年 34361.75 2014年 **

第五章 2014-2015年中国护肤品行业发展分析101

第一节 中国护肤品行业发展概况101

一、中国护肤品行业简析101

二、中国护肤品品牌发展历程101

三、中国护肤品行业产品概况102

第二节 中国护肤品市场现状分析105

一、2014年中国护肤品市场规模105

二、2014年护肤品市场结构特点106

三、2014年高档护肤品市场分析107

- 四、2014年护肤品市场热点分析108
- 五、中国护肤品市场总体特征分析110
- 第三节 中国护肤品市场竞争分析112
 - 一、中国护肤品市场竞争格局112
 - 二、中国护肤品品牌竞争状况分析114
- 第四节 中国护肤品市场主要消费人群分析116
 - 一、女性护肤品116
 - 二、男士护肤品118
 - 三、老年护肤品118
 - 四、儿童用护肤品119
 - 五、婴幼儿护肤品122
- 第五节 中国护肤品行业存在的问题与对策分析124
 - 一、中国护肤品市场存在的问题124
 - 二、中国护肤品企业竞争力提升对策126
- 第六章 中国护肤品市场结构分析129
 - 第一节 2014年中国面部护肤品市场发展分析129
 - 一、中国面部护肤品市场规模129
 - 二、中国面部护肤品市场结构129
 - 第二节 2014年中国身体护肤品市场发展分析 130
 - 一、中国身体护肤品市场规模 130
 - 二、中国身体护肤品市场结构 131
 - 第三节 2014年中国手部护肤品市场发展分析 132
 - 一、中国手部护肤品市场规模 132
 - 二、护手霜的推广和营销策略 132
- 第七章 2014-2015年中国洁肤品市场分析 136
 - 第一节 洁肤品相关概述 136
 - 一、洁肤品定义 136
 - 二、面部洁肤品的分类 136
 - 三、面部洁肤品的作用和使用方法 137
 - 第二节 2014年中国洁肤品消费调研分析 139
 - 一、洁肤品市场消费者调查总体情况 139
 - 二、洁肤品消费市场品牌渗透率情况 139
 - 三、洁肤品消费市场经常使用品牌情况 140
 - 第三节 中国洗面奶市场分析 141
 - 一、洗面奶的相关概述 141

- 二、2014年中国洗面奶市场规模 142
- 三、中国洗面奶零售渠道分析 143
- 第四节 2014年中国主要城市洁护肤品消费者调研 143
 - 一、华北地区 143
 - 二、东北地区 149
 - 三、华东地区 156
 - 四、中南地区 175
 - 五、西南地区 189
 - 六、西北地区 194
- 第八章 2014-2015年中国保湿护肤品市场分析 197
 - 第一节 保湿护肤品的相关概述 197
 - 一、保湿护肤品的主要保湿成分 197
 - 二、保湿护肤品的分类 198
 - 第二节 2014年中国保湿护肤品主要消费者调研分析 200
 - 一、保湿护肤品市场调查的总体情况 200
 - 二、保湿护肤品市场品牌渗透率情况 201
 - 三、保湿护肤品市场经常使用品牌情况 202
 - 第三节 2014年中国保湿护肤品市场发展状况 202
 - 一、中国保湿护肤品市场规模 202
 - 二、中国保湿护肤品市场特点 203
 - 三、中国保湿护肤品品牌竞争分析 205
 - 第四节 2014年中国主要城市保湿护肤品消费者调研 206
 - 一、华北地区 206
 - 二、东北地区 211
 - 三、华东地区 218
 - 四、中南地区 238
 - 五、西南地区 251
- 第九章 2014-2015年中国祛痘护肤品市场分析 257
 - 第一节 祛痘护肤品相关概述 257
 - 一、致痘成份及原因 257
 - 二、祛痘护肤品成份及功效 257
 - 第二节 2014年中国祛痘护肤品主要消费者调研 258
 - 一、祛痘护肤品市场调查总体情况 258
 - 二、祛痘护肤品市场品牌渗透率情况 259
 - 三、祛痘护肤品市场经常使用品牌情况 260

第三节 2014年中国祛痘护肤品市场分析 261

- 一、中国祛痘护肤品市场规模 261
- 二、中国祛痘护肤品市场需求分析 261

第四节 2014年中国主要城市祛痘护肤品消费者调研 262

- 一、华北地区 262
- 二、东北地区 266
- 三、华东地区 271
- 四、中南地区 288
- 五、西南地区 299
- 六、西北地区 302

第十章 2014-2015年中国面膜市场分析304

第一节 面膜相关概述304

- 一、面膜的定义、原理及作用304
- 二、面膜的分类305
- 三、面膜的使用308

第二节 中国面膜市场分析309

- 一、2014年中国面膜市场规模309
- 二、2014年面膜市场发展情况309
- 三、2014年面膜市场发展态势310
- 四、中国面膜市场发展特点311
- 五、面膜市场品牌格局分析313

第三节 中国面膜消费市场调查314

- 一、面膜消费行为调查314
- 二、面膜产品价格结构317
- 三、男性面膜市场需求318
- 四、女性面膜市场需求319

第十一章 2014-2015年中国美白护肤品市场分析321

第一节 美白护肤品概述321

- 一、美白护肤品成分简介321
- 二、美白护肤品作用及原理323

第二节 2015年中国美白护肤品主要消费市场分析324

- 一、美白护肤品市场调查总体情况324
- 二、美白护肤品市场品牌渗透率情况324
- 三、美白护肤品市场经常使用品牌情况325

第三节 2015年中国美白护肤品的市场发展状况326

- 一、中国美白护肤品总体市场发展状况326
- 二、中国美白面膜市场发展状况327
- 三、中国美白洗面奶市场发展状况327
- 四、中国美白保湿护肤品市场发展状况328
- 五、中国身体美白护肤品市场发展状况328
- 第四节 2014年中国主要城市美白护肤品消费者调研329
 - 一、华北地区329
 - 二、东北地区334
 - 三、华东地区341
 - 四、中南地区361
 - 五、西南地区375
 - 六、西北地区380
- 第十二章 2014-2015年中国润唇膏市场分析383
 - 第一节 润唇膏相关概述383
 - 一、唇部问题及防护重点383
 - 二、唇部护理步骤384
 - 三、润唇膏的选择385
 - 第二节 中国润唇膏市场消费者调查386
 - 第三节 中国润唇膏市场分析387
 - 一、2014年中国润唇膏市场规模387
 - 二、中国润唇膏市场需求分析387
 - 三、国内主要润唇膏产品分析388
- 第十三章 2014-2015年中国其他类型护肤品市场分析392
 - 第一节 中国抗衰老护肤品市场发展分析392
 - 一、抗衰老护肤品相关概述392
 - 二、2014年中国抗衰老护肤品市场规模393
 - 三、2014年中国抗衰老护肤品市场竞争状况393
 - 第二节 2014-2015年中国抗脂护肤品市场发展分析395
 - 一、抗脂护肤品市场概况395
 - 二、2014年中国抗脂护肤品市场规模396
 - 三、2014年中国抗脂护肤品市场竞争状况396
 - 第三节 中国爽肤水市场发展分析397
 - 一、爽肤水的相关概述397
 - 二、2014年中国爽肤水市场规模398
- 第十四章 2014-2015年中国男士护肤品市场分析399

第一节 男士护肤品相关概述399

- 一、男士护肤品的需求基础399
- 二、男士护肤品的消费基础399
- 三、男士护肤品的分类400

第二节 中国男士护肤品市场状况分析401

- 一、中国男士护肤品市场概况401
- 二、中国男士护肤品走热的原因分析402
- 三、中国男士护肤品市场特点分析402
- 四、中国男士护肤品产品分析403

第三节 中国男士护肤品市场竞争与营销分析405

- 一、中国男士护肤品市场竞争概况405
- 二、2014年中国男士护肤品关注度分析406
- 三、中国男士护肤品营销分析407

第十五章 中国护肤品市场营销分析409

第一节 中国护肤品市场营销概况409

- 一、中国护肤品市场营销方法409
- 二、护肤品直销方法分析411
- 三、护肤品企业营销概况412

第二节 护肤品企业战略营销模式413

- 一、研发领先413
- 二、功效领先414
- 三、成本领先414
- 四、渠道领先415
- 五、传播领先416
- 六、服务领先416

第十六章 2014-2015年世界护肤品企业及品牌分析418

第一节 法国欧莱雅(L'Oreal)418

- 一、企业简介418
- 二、欧莱雅在中国的发展418
- 三、欧莱雅公司经营情况420
- 四、欧莱雅收购美即面膜421

第二节 美国宝洁(P&G , Procter & Gamble)422

- 一、企业简介422
- 二、2014年企业经营状况423
- 三、宝洁公司在中国的营销策略分析424

- 四、宝洁公司多品牌战略426
- 五、宝洁公司的广告策略431
- 第三节 英国联合利华(Unilever)432
 - 一、企业简介432
 - 二、2014年企业经营状况434
 - 三、联合利华多品牌营销战略分析435
 - 四、联合利华将完善中国区整体布局436
- 第四节 美国雅芳(Avon)437
 - 一、企业简介437
 - 二、2014年企业经营状况437
 - 三、雅芳的产品简介438
 - 四、雅芳营销模式转型439
- 第五节 日本资生堂(Shiseido)440
 - 一、企业简介440
 - 二、资生堂历史441
 - 三、2014年企业经营状况442
 - 四、资生堂品牌线路443
- 第六节 美国安利(Amway)444
 - 一、企业简介444
 - 二、2014年安利经营状况444
 - 三、安利中国的现状分析445
 - 四、安利(中国)品牌战略446
- 第七节 美国雅诗兰黛(Est é e Lauder)447
 - 一、企业及品牌简介447
 - 二、雅诗兰黛发展简史448
 - 三、雅诗兰黛的产品与服务450
 - 四、雅诗兰黛公司经营情况451
 - 五、雅诗兰黛在华发展情况452
- 第八节 美国如新(Nu Skin)452
 - 一、企业简介452
 - 二、如新业务部门介绍453
 - 三、如新公司经营状况454
 - 四、如新在中国的发展状况456
 - 五、如新公司经营策略分析456
- 第九节 花王株式会社458

- 一、企业简介458
- 二、花王中国旗下品牌介绍458
- 三、花王公司经营情况分析460
- 四、花王在中国发展战略分析461
- 第十节 爱茉莉 (Amore) 462
 - 一、企业简介462
 - 二、爱茉莉品牌介绍462
 - 三、爱茉莉直销模式463
- 第十七章 中国化妆品企业及品牌分析464
 - 第一节 上海家化联合股份有限公司464
 - 一、企业基本情况464
 - 二、企业主要产品分析464
 - 三、企业经营情况分析465
 - 四、企业销售网络分布466
 - 五、企业发展战略分析466
 - 第二节 索芙特股份有限公司467
 - 一、企业基本情况467
 - 二、企业主要产品分析468
 - 三、企业经营情况分析468
 - 四、企业竞争优势分析469
 - 五、企业发展战略及展望470
 - 第三节 广州市浪奇实业股份有限公司470
 - 一、企业基本情况470
 - 二、企业主要产品分析472
 - 三、企业经营情况分析473
 - 四、企业销售网络分布474
 - 五、企业竞争优势分析474
 - 第四节 霸王国际集团474
 - 一、企业基本情况474
 - 二、企业主要产品分析475
 - 三、企业竞争优势分析476
 - 四、企业销售网络分布476
 - 第五节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司477
 - 一、企业基本情况477
 - 二、企业主要产品分析478

- 三、企业经营情况分析478
- 四、企业竞争优势分析479
- 五、企业销售网络分布479
- 第六节 江苏少女之春有限公司479
 - 一、企业基本情况479
 - 二、企业主要产品分析480
 - 三、企业经营情况分析481
 - 四、企业销售网络分布481
- 第七节 沈阳新生活实业有限公司481
 - 一、企业基本情况481
 - 二、企业主要产品分析482
 - 三、企业竞争优势分析483
 - 四、企业销售网络分布484
- 第八节 联合利华(中国)有限公司484
 - 一、企业基本情况484
 - 二、企业主要产品分析485
 - 三、企业经营情况分析486
 - 四、企业竞争优势分析486
 - 五、企业发展战略分析486
- 第九节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司487
 - 一、企业基本情况487
 - 二、企业主要产品分析487
 - 三、企业经营情况分析488
 - 四、企业发展历程分析488
- 第十节 雅芳(中国)制造有限公司489
 - 一、企业基本情况489
 - 二、企业主要产品分析490
 - 三、企业经营情况分析491
 - 四、企业发展历程分析491
- 第十一节 资生堂丽源化妆品有限公司493
 - 一、企业基本情况493
 - 二、企业主要产品分析493
 - 三、企业经营情况分析494
 - 四、企业发展战略分析494
- 第十二节 妮维雅(上海)有限公司496

一、企业基本情况496

二、企业主要产品分析497

三、企业经营情况分析497

四、企业竞争优势分析498

第十三节 仙妮蕾德(中国)有限公司498

一、企业基本情况498

二、企业主要产品分析498

三、企业经营情况分析499

四、企业竞争优势分析499

第十四节 天津郁美净集团有限公司500

一、企业基本情况500

二、企业主要产品分析501

三、企业经营情况分析501

四、企业竞争优势分析502

第十五节 苏州尚美国际化妆品有限公司502

一、企业基本情况502

二、企业主要产品分析503

三、企业经营情况分析504

四、企业竞争优势分析504

五、企业销售网络分布505

第十六节 松泽化妆品(深圳)有限公司505

一、企业基本情况505

二、企业主要产品分析506

三、企业经营情况分析506

四、企业竞争优势分析507

第十七节 北京大宝化妆品有限公司507

一、企业基本情况507

二、企业主要产品分析508

三、企业经营情况分析508

四、企业发展战略分析509

五、企业销售网络分布509

第十八节 上海卓多姿中信化妆品有限公司509

一、企业基本情况509

二、企业主要产品分析510

三、企业经营情况分析510

四、企业竞争优势分析511

第十九节 广东名臣有限公司511

一、企业基本情况511

二、企业主要产品分析512

三、企业经营情况分析512

四、企业竞争优势分析513

五、企业发展战略分析513

第二十节 广州市好迪化妆品有限公司513

一、企业基本情况513

二、企业主要产品分析514

三、企业经营情况分析514

四、企业竞争优势分析515

五、企业销售网络分布515

第二十一节 江苏东洋之花化妆品股份有限公司515

一、企业基本情况515

二、企业主要产品分析516

三、企业经营情况分析517

四、企业竞争优势分析517

第二十二节 中山市嘉丹婷日用品有限公司518

一、企业基本情况518

二、企业主要产品分析518

三、企业经营情况分析518

四、企业竞争优势分析519

第二十三节 上海相宜本草化妆品制造有限公司520

一、企业基本情况520

二、企业主要产品分析520

三、企业经营情况分析522

四、企业竞争优势分析522

第二十四节 广东雅倩化妆品有限公司523

一、企业基本情况介绍523

二、企业主要产品分析523

三、企业经营情况分析524

四、企业竞争优势分析525

第二十五节 上海自然美富丽化妆品有限公司525

一、企业基本情况525

- 二、企业主要产品分析526
- 三、企业经营情况分析527
- 四、企业竞争优势分析527
- 五、企业销售网络分布529
- 第十八章 2015-2020年中国护肤品行业前景预测530
 - 第一节 2015-2020年中国护肤品行业总体发展前景530
 - 一、中国护肤品市场发展趋势分析530
 - 二、2015-2020年护肤品总体市场规模预测531
 - 第二节 2015-2020年中国护肤品各细分产品市场规模预测532
 - 一、2015-2020年中国面部护肤品市场前景预测532
 - 二、2015-2020年中国身体护肤品市场前景预测532
 - 三、2015-2020年中国手部护肤品市场前景预测533
 - 第三节 2015-2020年中国护肤品具体细分产品市场规模预测534
 - 一、2015-2020年中国洗面奶市场前景预测534
 - 二、2015-2020年中国祛痘护肤品市场前景预测534
 - 三、2015-2020年中国面膜市场前景预测535
 - 四、2015-2020年中国润唇膏市场前景预测536
 - 五、2015-2020年中国抗衰老护肤品市场前景预测536
 - 六、2015-2020年中国抗脂护肤品市场前景预测537
 - 七、2015-2020年中国爽肤水市场前景预测537
- 图表目录：
 - 图表 1 化妆品分类(按使用目的分) 26
 - 图表 2 化妆品分类(按使用部位分) 27
 - 图表3 化妆品按照剂型分类 27
 - 图表4 化妆品按生产过程和产品特点分类 28
 - 图表5 护肤品按照使用部位和具体功效细分33
 - 图表6 护肤品所含成分及作用对照表34
 - 图表7 2011-2014年全球护肤品市场规模增长趋势图40
 - 图表8 2009-2014年全球主要护肤品品牌市场占有率49
 - 图表9 2012-2014年国内生产总值构成及增长速度统计60
 - 图表10 2011-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图61
 - 图表11 2014年规模以上工业增加值及增长速度趋势图62
 - 图表12 2011-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图63
 - 图表 13 2011-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图64
 - 图表 14 2011-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图65

- 图表 15 2011-2014年农村居民人均纯收入及增长趋势图66
- 图表 16 2014年中国居民消费价格月度变化趋势图67
- 图表 17 2011-2014年中国进出口总额增长趋势图67
- 图表 18 2011-2014年中国人口数量及增长率变化趋势图80
- 图表 19 2014年中国人口数量及其构成情况统计81
- 图表 20 2014年末中国各年龄段人口比重81
- 图表 21 2011-2014年中国女性人口数量及比重82
- 图表 22 不同学历男性使用化妆品的状况87
- 图表 23 不同收入男性使用化妆品的状况87
- 图表 24 男性不使用化妆品的原因分析88
- 图表 25 2011-2014年中国化妆品市场规模增长趋势图89
- 图表 26 2012年中国化妆品制造行业经济指标统计90
- 图表 27 2014年中国化妆品制造行业经济指标统计91
- 图表 28 2014年化妆品制造行业前五省区企业数量排名92
- 图表 29 2014年化妆品制造行业前五省区资产总计排名92
- 图表30 2014年化妆品制造行业前五省区销售收入排名93
- 图表31 2014年化妆品制造行业前五省区利润总额排名93
- 图表32 2014年中国化妆品制造行业经济指标统计94
- 图表33 2011-2014年化妆品、美容品及护肤品进口数量统计95
- 图表34 2011-2014年化妆品、美容品及护肤品进口金额统计95
- 图表35 2014年中国化妆品、美容品及护肤品进口来源地情况96
- 图表36 2014年化妆品、美容品及护肤品进口来源地情况96
- 图表37 2014年化妆品、美容品及护肤品进口来源地结构分布图97
- 图表38 2011-2014年化妆品、美容品及护肤品进口均价情况97
- 图表39 2011-2014年化妆品、美容品及护肤品出口数量统计98
- 图表40 2011-2014年化妆品、美容品及护肤品出口金额统计98
- 图表41 2014年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向情况99
- 图表42 2014年化妆品、美容品及护肤品出口流向情况99
- 图表43 2014年化妆品、美容品及护肤品出口流向结构分布图100
- 图表44 2011-2014年化妆品、美容品及护肤品出口均价情况100
- 图表45 2011-2014年中国护肤品市场规模增长趋势图105
- 图表46 2014年中国化妆品市场结构图106
- 图表47 2011-2014年中国护肤品细分市场规模统计106
- 图表48 2014年中国护肤品细分市场结构图107
- 图表49 2011-2014年中国高档护肤品零售额增长趋势图107

- 图表50 2011-2014年中国不同等级护肤品市场比例结构107
- 图表51 2014年高档护肤品和大众护肤品市场份额图108
- 图表52 2011-2014年中国护肤品企业市场占有率统计113
- 图表53 2012年中国护肤品市场份额排名前十位的企业114
- 图表54 2014年中国护肤品市场份额排名前十位的企业114
- 图表55 2009-2014年中国护肤品品牌占有率115
- 图表56 2012年中国护肤品市场份额排名前十位的品牌116
- 图表57 2014年中国护肤品市场份额排名前十位的品牌116
- 图表58 2001-2014年中国0-14岁人口数量及占比情况120
- 图表59 2011-2014年中国婴儿护肤品零售额变化趋势图123
- 图表60 2006-2014年中国婴幼儿人数统计124
- 图表61 2011-2014年中国面部护肤品市场规模增长趋势图129
- 图表62 2014年中国面部护肤品细分产品市场规模统计 130
- 图表63 2014年中国面部护肤品市场结构图 130
- 图表64 2011-2014年中国身体护肤品市场规模增长趋势图 131
- 图表65 2014年中国护肤品细分市场规模统计 131
- 图表66 2014年中国身体护肤品市场结构图 131
- 图表67 2011-2014年中国手部护肤品市场规模增长趋势图 132
- 图表68 护手霜推广的战略目标 133
- 图表69 新护手霜上市推广的流程 134
- 图表70 新护手霜上市的核心内容 135
- 图表71 新护手霜上市推广方案 135
- 图表72 中国35大城市洁肤品市场需求总体状况 139
- 图表73 中国35大城市洁肤品品牌渗透率总体情况 139
- 图表74 中国35大城市消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 140
- 图表75 2011-2014年中国洗面奶市场规模增长趋势图 143
- 图表76 北京洁肤品市场需求总体状况 144
- 图表77 北京洁肤品品牌渗透率总体情况 144
- 图表78 北京消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 145
- 图表79 天津洁肤品市场需求总体状况 145
- 图表80 天津洁肤品品牌渗透率总体情况 146
- 图表81 天津消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 146
- 图表82 太原洁肤品市场需求总体状况 147
- 图表83 太原洁肤品品牌渗透率总体情况 147
- 图表84 太原消费者最经常使用的洁肤品品牌总体情况 148

- 图表85 哈尔滨洁护肤品市场需求总体状况 149
- 图表86 哈尔滨洁护肤品品牌渗透率总体情况 149
- 图表87 哈尔滨消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 150
- 图表88 长春洁护肤品市场需求总体状况 151
- 图表89 长春洁护肤品品牌渗透率总体情况 151
- 图表90 长春消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 152
- 图表91 沈阳洁护肤品市场需求总体状况 152
- 图表92 沈阳洁护肤品品牌渗透率总体情况 153
- 图表93 沈阳消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 153
- 图表94 大连洁护肤品市场需求总体状况 154
- 图表95 大连洁护肤品品牌渗透率总体情况 154
- 图表96 大连消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 155
- 图表97 济南洁护肤品市场需求总体状况 156
- 图表98 济南洁护肤品品牌渗透率总体情况 156
- 图表99 济南消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 157
- 图表100 青岛洁护肤品市场需求总体状况 158
- 图表101 青岛洁护肤品品牌渗透率总体情况 158
- 图表102 青岛消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 159
- 图表103 南京洁护肤品市场需求总体状况 159
- 图表104 南京洁护肤品品牌渗透率总体情况 160
- 图表105 南京消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 160
- 图表106 苏州洁护肤品市场需求总体状况 161
- 图表107 苏州洁护肤品品牌渗透率总体情况 161
- 图表108 苏州消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 162
- 图表109 上海洁护肤品市场需求总体状况 163
- 图表110 上海洁护肤品品牌渗透率总体情况 163
- 图表111 上海消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 164
- 图表112 杭州洁护肤品市场需求总体状况 165
- 图表113 杭州洁护肤品品牌渗透率总体情况 165
- 图表114 杭州消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 166
- 图表115 宁波洁护肤品市场需求总体状况 166
- 图表116 宁波洁护肤品品牌渗透率总体情况 167
- 图表117 宁波消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 167
- 图表118 福州洁护肤品市场需求总体状况 168
- 图表119 福州洁护肤品品牌渗透率总体情况 168

- 图表120 福州消费者最经常使用的护肤品品牌总体情况 169
- 图表121 厦门护肤品市场需求总体状况 170
- 图表122 厦门护肤品品牌渗透率总体情况 170
- 图表123 厦门消费者最经常使用的护肤品品牌总体情况 171
- 图表124 合肥护肤品市场需求总体状况 172
- 图表125 合肥护肤品品牌渗透率总体情况 172
- 图表126 合肥消费者最经常使用的护肤品品牌总体情况 173
- 图表127 南昌护肤品市场需求总体状况 173
- 图表128 南昌护肤品品牌渗透率总体情况 174
- 图表129 南昌消费者最经常使用的护肤品品牌总体情况 174
- 图表 130 郑州护肤品市场需求总体状况 175
- 图表 131 郑州护肤品品牌渗透率总体情况 175
- 图表 132 郑州消费者最经常使用的护肤品品牌总体情况 176
- 图表 133 长沙护肤品市场需求总体状况 177
- 图表 134 长沙护肤品品牌渗透率总体情况 177
- 图表 135 长沙消费者最经常使用的护肤品品牌总体情况 178
- 图表 136 武汉护肤品市场需求总体状况 179
- 图表 137 武汉护肤品品牌渗透率总体情况 179
- 图表 138 武汉消费者最经常使用的护肤品品牌总体情况 180
- 图表 139 广州护肤品市场需求总体状况 180
- 图表 140 广州护肤品品牌渗透率总体情况 181
- 图表 141 广州消费者最经常使用的护肤品品牌总体情况 181
- 图表 142 深圳护肤品市场需求总体状况 182
- 图表 143 深圳护肤品品牌渗透率总体情况 182
- 图表 144 深圳消费者最经常使用的护肤品品牌总体情况 183
- 图表 145 佛山护肤品市场需求总体状况 184
- 图表 146 佛山护肤品品牌渗透率总体情况 184
- 图表 147 佛山消费者最经常使用的护肤品品牌总体情况 185
- 图表 148 南宁护肤品市场需求总体状况 186
- 图表 149 南宁护肤品品牌渗透率总体情况 186
- 图表 150 南宁消费者最经常使用的护肤品品牌总体情况 187
- 图表 151 海口护肤品市场需求总体状况 187
- 图表 152 海口护肤品品牌渗透率总体情况 188
- 图表 153 海口消费者最经常使用的护肤品品牌总体情况 188
- 图表 154 成都护肤品市场需求总体状况 189

- 图表 155 成都洁护肤品品牌渗透率总体情况 189
- 图表 156 成都消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 190
- 图表 157 重庆洁护肤品市场需求总体状况 191
- 图表 158 重庆洁护肤品品牌渗透率总体情况 191
- 图表 159 重庆消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 192
- 图表 160 昆明洁护肤品市场需求总体状况 193
- 图表 161 昆明洁护肤品品牌渗透率总体情况 193
- 图表 162 昆明消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 194
- 图表 163 西安洁护肤品市场需求总体状况 194
- 图表 164 西安洁护肤品品牌渗透率总体情况 195
- 图表 165 西安消费者最经常使用的洁护肤品品牌总体情况 195
- 图表 166 中国35大城市保湿护肤品市场需求总体状况 200
- 图表 167 中国35大城市保湿护肤品品牌渗透率总体情况 201
- 图表 168 中国35大城市消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 202
- 图表 169 2011-2014年中国保湿护肤品市场规模增长趋势图 203
- 图表 170 2009-2014年中国保湿类护肤品品牌市场占有率 205
- 图表 171 2014年保湿护肤品市场份额排名前十位的品牌 206
- 图表 172 北京保湿护肤品市场需求总体状况 206
- 图表 173 北京保湿护肤品品牌渗透率总体情况 207
- 图表 174 北京消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 207
- 图表 175 天津保湿护肤品市场需求总体状况 208
- 图表 176 天津保湿护肤品品牌渗透率总体情况 208
- 图表 177 天津消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 209
- 图表 178 太原保湿护肤品市场需求总体状况 210
- 图表 179 太原保湿护肤品品牌渗透率总体情况 210
- 图表 180 太原消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 211
- 图表 181 哈尔滨保湿护肤品市场需求总体状况 212
- 图表 182 哈尔滨保湿护肤品品牌渗透率总体情况 212
- 图表 183 哈尔滨消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 213
- 图表 184 长春保湿护肤品市场需求总体状况 213
- 图表 185 长春保湿护肤品品牌渗透率总体情况 214
- 图表 186 长春消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 214
- 图表 187 沈阳保湿护肤品市场需求总体状况 215
- 图表 188 沈阳保湿护肤品品牌渗透率总体情况 215
- 图表 189 沈阳消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 216

- 图表 190 大连保湿护肤品市场需求总体状况 217
- 图表 191 大连保湿护肤品品牌渗透率总体情况 217
- 图表 192 大连消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 218
- 图表 193 济南保湿护肤品市场需求总体状况 219
- 图表 194 济南保湿护肤品品牌渗透率总体情况 219
- 图表 195 济南消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 220
- 图表 196 青岛保湿护肤品市场需求总体状况 220
- 图表 197 青岛保湿护肤品品牌渗透率总体情况 221
- 图表 198 青岛消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 221
- 图表 199 南京保湿护肤品市场需求总体状况 222
- 图表 200 南京保湿护肤品品牌渗透率总体情况 222
- 图表 201 南京消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 223
- 图表 202 苏州保湿护肤品市场需求总体状况 224
- 图表 203 苏州保湿护肤品品牌渗透率总体情况 224
- 图表 204 苏州消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 225
- 图表 205 上海保湿护肤品市场需求总体状况 226
- 图表 206 上海保湿护肤品品牌渗透率总体情况 226
- 图表 207 上海消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 227
- 图表 208 杭州保湿护肤品市场需求总体状况 227
- 图表 209 杭州保湿护肤品品牌渗透率总体情况 228
- 图表 210 杭州消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 228
- 图表 211 宁波保湿护肤品市场需求总体状况 229
- 图表 212 宁波保湿护肤品品牌渗透率总体情况 229
- 图表 213 宁波消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 230
- 图表 214 福州保湿护肤品市场需求总体状况 231
- 图表 215 福州保湿护肤品品牌渗透率总体情况 231
- 图表 216 福州消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 232
- 图表 217 厦门保湿护肤品市场需求总体状况 233
- 图表 218 厦门保湿护肤品品牌渗透率总体情况 233
- 图表 219 厦门消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 234
- 图表 220 合肥保湿护肤品市场需求总体状况 234
- 图表 221 合肥保湿护肤品品牌渗透率总体情况 235
- 图表 222 合肥消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 235
- 图表 223 南昌保湿护肤品市场需求总体状况 236
- 图表 224 南昌保湿护肤品品牌渗透率总体情况 236

- 图表 225 南昌消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 237
- 图表 226 郑州保湿护肤品市场需求总体状况 238
- 图表 227 郑州保湿护肤品品牌渗透率总体情况 238
- 图表 228 郑州消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 239
- 图表 229 长沙保湿护肤品市场需求总体状况 240
- 图表 230 长沙保湿护肤品品牌渗透率总体情况 240
- 图表 231 长沙消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 241
- 图表 232 武汉保湿护肤品市场需求总体状况 241
- 图表 233 武汉保湿护肤品品牌渗透率总体情况 242
- 图表 234 武汉消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 242
- 图表 235 广州保湿护肤品市场需求总体状况 243
- 图表 236 广州保湿护肤品品牌渗透率总体情况 243
- 图表 237 广州消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 244
- 图表 238 深圳保湿护肤品市场需求总体状况 245
- 图表 239 深圳保湿护肤品品牌渗透率总体情况 245
- 图表 240 深圳消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 246
- 图表 241 佛山保湿护肤品市场需求总体状况 247
- 图表 242 佛山保湿护肤品品牌渗透率总体情况 247
- 图表 243 佛山消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 248
- 图表 244 南宁保湿护肤品市场需求总体状况 248
- 图表 245 南宁保湿护肤品品牌渗透率总体情况 249
- 图表 246 南宁消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 249
- 图表 247 海口消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 250
- 图表 248 成都保湿护肤品市场需求总体状况 251
- 图表 249 成都保湿护肤品品牌渗透率总体情况 251
- 图表 250 成都消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 252
- 图表 251 重庆保湿护肤品市场需求总体状况 253
- 图表 252 重庆保湿护肤品品牌渗透率总体情况 253
- 图表 253 重庆消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 254
- 图表 254 昆明保湿护肤品市场需求总体状况 254
- 图表 255 昆明保湿护肤品品牌渗透率总体情况 255
- 图表 256 昆明消费者最经常使用的保湿护肤品品牌总体情况 255
- 图表 257 中国35大城市祛痘护肤品市场需求总体状况 259
- 图表 258 中国35大城市祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 259
- 图表 259 中国35大城市消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 260

- 图表 260 2011-2014年中国祛痘护肤品市场规模增长趋势图 261
- 图表 261 北京祛痘护肤品市场需求总体状况 262
- 图表 262 北京祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 262
- 图表 263 北京消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 263
- 图表 264 天津祛痘护肤品市场需求总体状况 263
- 图表 265 天津祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 264
- 图表 266 天津消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 264
- 图表 267 太原祛痘护肤品市场需求总体状况 265
- 图表 268 太原祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 265
- 图表 269 太原消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 266
- 图表 270 哈尔滨祛痘护肤品市场需求总体状况 266
- 图表 271 哈尔滨祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 266
- 图表 272 哈尔滨消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 267
- 图表 273 长春祛痘护肤品市场需求总体状况 268
- 图表 274 长春祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 268
- 图表 275 长春消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 269
- 图表 276 沈阳祛痘护肤品市场需求总体状况 269
- 图表 277 沈阳祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 270
- 图表 278 沈阳消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 270
- 图表 279 大连祛痘护肤品市场需求总体状况 270
- 图表 280 大连祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 271
- 图表 281 大连消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 271
- 图表 282 济南祛痘护肤品市场需求总体状况 271
- 图表 283 济南祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 271
- 图表 284 济南消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 272
- 图表 285 青岛祛痘护肤品市场需求总体状况 273
- 图表 286 青岛祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 273
- 图表 287 青岛消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 274
- 图表 288 南京祛痘护肤品市场需求总体状况 274
- 图表 289 南京祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 275
- 图表 290 南京消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 275
- 图表 291 苏州祛痘护肤品市场需求总体状况 275
- 图表 292 苏州祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 275
- 图表 293 苏州消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 276
- 图表 294 上海祛痘护肤品市场需求总体状况 277

- 图表 295 上海祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 277
- 图表 296 上海消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 278
- 图表 297 杭州祛痘护肤品市场需求总体状况 278
- 图表 298 杭州祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 279
- 图表 299 杭州消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 279
- 图表300 宁波祛痘护肤品市场需求总体状况 280
- 图表301 宁波祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 280
- 图表302 宁波消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 281
- 图表303 福州祛痘护肤品市场需求总体状况 282
- 图表304 福州祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 282
- 图表305 福州消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 283
- 图表306 厦门祛痘护肤品市场需求总体状况 283
- 图表307 厦门祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 284
- 图表308 厦门消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 284
- 图表309 合肥祛痘护肤品市场需求总体状况 285
- 图表310 合肥祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 285
- 图表311 合肥消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 286
- 图表312 南昌祛痘护肤品市场需求总体状况 287
- 图表313 南昌祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 287
- 图表314 南昌消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 288
- 图表315 长沙祛痘护肤品市场需求总体状况 289
- 图表316 长沙祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 289
- 图表317 长沙消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 290
- 图表318 广州祛痘护肤品市场需求总体状况 290
- 图表319 广州祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 291
- 图表320 广州消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 291
- 图表321 深圳祛痘护肤品市场需求总体状况 292
- 图表322 深圳祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 292
- 图表323 深圳消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 293
- 图表324 佛山祛痘护肤品市场需求总体状况 294
- 图表325 佛山祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 294
- 图表326 佛山消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 295
- 图表327 南宁祛痘护肤品市场需求总体状况 296
- 图表328 南宁祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 296
- 图表329 南宁消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 297

- 图表330 海口祛痘护肤品市场需求总体状况 297
- 图表331 海口祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 298
- 图表332 海口消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况 298
- 图表333 重庆祛痘护肤品市场需求总体状况 299
- 图表334 重庆祛痘护肤品品牌渗透率总体情况 299
- 图表335 重庆消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况300
- 图表336 昆明祛痘护肤品市场需求总体状况300
- 图表337 昆明祛痘护肤品品牌渗透率总体情况300
- 图表338 昆明消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况301
- 图表339 西安祛痘护肤品市场需求总体状况302
- 图表340 西安祛痘护肤品品牌渗透率总体情况302
- 图表341 西安消费者最经常使用的祛痘护肤品品牌总体情况303
- 图表342 2011-2014年中国面膜市场规模增长趋势图309
- 图表343 不同使用类型面膜市场占比情况310
- 图表344 2014年国内面膜销售前十位品牌市场占有率统计313
- 图表345 面膜市场消费者性别调查314
- 图表346 面膜市场消费者年龄调查315
- 图表347 面膜市场消费者职业调查315
- 图表348 面膜市场消费者使用原因调查316
- 图表349 2011-2014年面膜现代销售渠道占比变化趋势图316
- 图表350 面膜不同销售渠道占比情况317
- 图表351 面膜购买影响因素占比情况317
- 图表352 面膜不同价位产品占比情况318
- 图表353 中国35大城市美白护肤品市场需求总体状况324
- 图表354 中国35大城市美白护肤品品牌渗透率总体情况325
- 图表355 中国35大城市消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况326
- 图表356 2011-2014年中国美白护肤品总体市场规模增长趋势图327
- 图表357 2011-2014年美白面膜市场规模及增长率327
- 图表358 2011-2014年美白洗面奶市场规模增长趋势图328
- 图表359 2011-2014年美白保湿护肤品市场占比328
- 图表360 2011-2014年身体美白护肤品市场规模增长趋势图329
- 图表361 北京美白护肤品市场需求总体状况329
- 图表362 北京美白护肤品品牌渗透率总体情况329
- 图表363 北京消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况330
- 图表364 天津美白护肤品市场需求总体状况331

- 图表365 天津美白护肤品品牌渗透率总体情况331
- 图表366 天津消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况332
- 图表367 太原美白护肤品市场需求总体状况333
- 图表368 太原美白护肤品品牌渗透率总体情况333
- 图表369 太原消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况334
- 图表370 哈尔滨美白护肤品市场需求总体状况335
- 图表371 哈尔滨美白护肤品品牌渗透率总体情况335
- 图表372 哈尔滨消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况336
- 图表373 长春美白护肤品市场需求总体状况336
- 图表374 长春美白护肤品品牌渗透率总体情况337
- 图表375 长春消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况337
- 图表376 沈阳美白护肤品市场需求总体状况338
- 图表377 沈阳美白护肤品品牌渗透率总体情况338
- 图表378 沈阳消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况339
- 图表379 大连美白护肤品市场需求总体状况340
- 图表380 大连美白护肤品品牌渗透率总体情况340
- 图表381 大连消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况341
- 图表382 济南美白护肤品市场需求总体状况342
- 图表383 济南美白护肤品品牌渗透率总体情况342
- 图表384 济南消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况343
- 图表385 青岛美白护肤品市场需求总体状况343
- 图表386 青岛美白护肤品品牌渗透率总体情况344
- 图表387 青岛消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况344
- 图表388 南京美白护肤品市场需求总体状况345
- 图表389 南京美白护肤品品牌渗透率总体情况345
- 图表390 南京消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况346
- 图表391 苏州美白护肤品市场需求总体状况347
- 图表392 苏州美白护肤品品牌渗透率总体情况347
- 图表393 苏州消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况348
- 图表394 上海美白护肤品市场需求总体状况349
- 图表395 上海美白护肤品品牌渗透率总体情况349
- 图表396 上海消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况350
- 图表397 杭州美白护肤品市场需求总体状况350
- 图表398 杭州美白护肤品品牌渗透率总体情况351
- 图表399 杭州消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况351

- 图表400 宁波美白护肤品市场需求总体状况352
- 图表401 宁波美白护肤品品牌渗透率总体情况352
- 图表402 宁波消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况353
- 图表403 福州美白护肤品市场需求总体状况354
- 图表404 福州美白护肤品品牌渗透率总体情况354
- 图表405 福州消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况355
- 图表406 厦门美白护肤品市场需求总体状况356
- 图表407 厦门美白护肤品品牌渗透率总体情况356
- 图表408 厦门消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况357
- 图表409 合肥美白护肤品市场需求总体状况357
- 图表410 合肥美白护肤品品牌渗透率总体情况358
- 图表411 合肥消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况358
- 图表412 南昌美白护肤品市场需求总体状况359
- 图表413 南昌美白护肤品品牌渗透率总体情况359
- 图表414 南昌消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况360
- 图表415 郑州美白护肤品市场需求总体状况361
- 图表416 郑州美白护肤品品牌渗透率总体情况361
- 图表417 郑州消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况362
- 图表418 长沙美白护肤品市场需求总体状况363
- 图表419 长沙美白护肤品品牌渗透率总体情况363
- 图表420 长沙消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况364
- 图表421 武汉美白护肤品市场需求总体状况364
- 图表422 武汉美白护肤品品牌渗透率总体情况365
- 图表423 武汉消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况365
- 图表424 广州美白护肤品市场需求总体状况366
- 图表425 广州美白护肤品品牌渗透率总体情况366
- 图表426 广州消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况367
- 图表427 深圳美白护肤品市场需求总体状况368
- 图表428 深圳美白护肤品品牌渗透率总体情况368
- 图表429 深圳消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况369
- 图表430 佛山美白护肤品市场需求总体状况370
- 图表431 佛山美白护肤品品牌渗透率总体情况370
- 图表432 佛山消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况371
- 图表433 南宁美白护肤品市场需求总体状况371
- 图表434 南宁美白护肤品品牌渗透率总体情况372

- 图表435 南宁消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况372
- 图表436 海口美白护肤品市场需求总体状况373
- 图表437 海口美白护肤品品牌渗透率总体情况373
- 图表438 海口消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况374
- 图表439 成都美白护肤品市场需求总体状况375
- 图表440 成都美白护肤品品牌渗透率总体情况375
- 图表441 成都消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况376
- 图表442 重庆美白护肤品市场需求总体状况377
- 图表443 重庆美白护肤品品牌渗透率总体情况377
- 图表444 重庆消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况378
- 图表445 昆明美白护肤品市场需求总体状况378
- 图表446 昆明美白护肤品品牌渗透率总体情况379
- 图表447 昆明消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况379
- 图表448 西安美白护肤品市场需求总体状况380
- 图表449 西安美白护肤品品牌渗透率总体情况380
- 图表450 西安消费者最经常使用的美白护肤品品牌总体情况381
- 图表451 中国35大城市润唇膏市场需求总体状况386
- 图表452 中国35大城市润唇膏品牌渗透率总体情况386
- 图表453 中国35大城市消费者最经常使用的润唇膏品牌总体情况386
- 图表454 2011-2014年中国润唇膏市场规模增长趋势图387
- 图表455 中国主要润唇膏产品及生产企业388
- 图表456 2011-2014年中国抗衰老护肤品市场规模增长趋势图393
- 图表457 2009-2014年抗衰老护肤品品牌市场占有率394
- 图表458 2014年抗衰老护肤品市场份额排名前十位品牌比较395
- 图表459 2011-2014年中国抗脂护肤品市场规模增长趋势图396
- 图表460 2009-2014年中国抗脂紧致护肤品品牌市场占有率396
- 图表461 2014年抗脂紧致护肤品市场份额排名前十位的品牌比较397
- 图表462 2011-2014年中国爽肤水市场规模增长趋势图398
- 图表463 男性与女性皮肤的生理特点比较399
- 图表464 男性与女性的消费心理比较400
- 图表465 男性与女性的生活习惯比较400
- 图表466 男士护肤品产品类别401
- 图表467 男士护肤品产品线401
- 图表468 中国主要男士护肤产品及生产企业403
- 图表469 2014年中国男士护肤品品牌关注度排行407

- 图表470 2010-2013财年欧莱雅集团收入与利润统计表420
- 图表471 2010-2014年欧莱雅集团营业收入分部门情况表420
- 图表472 2014年欧莱雅集团收入结构图421
- 图表473 2010-2013财年美国宝洁公司经济情况统计表424
- 图表474 2013财年美国宝洁公司收入结构图424
- 图表475 2009-2013财年联合利华公司收入与利润统计表434
- 图表476 2010-2014年联合利华公司营业收入分部门情况表434
- 图表477 2014年联合利华公司收入结构图435
- 图表478 2010-2014年雅芳公司收入与利润统计表438
- 图表479 2014年雅芳公司收入结构图438
- 图表480 雅芳产品简介438
- 图表481 2011-2013财年日本资生堂公司营业收入变化趋势图442
- 图表482 2011-2013财年日本资生堂公司营业利润变化趋势图443
- 图表483 2011-2014年如新集团营业收入变化趋势图455
- 图表484 2011-2014年如新集团营业利润变化趋势图455
- 图表485 2011-2014年如新集团总资产变化趋势图455
- 图表486 2011-2014年如新集团营业收入分地区情况表455
- 图表487 花王衣物洗涤及家居清洁用品事业产品Attack洁霸图459
- 图表488 工业用化学品产品系列图459
- 图表489 2011-2014财年日本花王集团营业收入变化趋势图460
- 图表490 2011-2014财年日本花王集团营业利润变化趋势图460
- 图表491 2011-2014财年日本花王集团总资产变化趋势图460
- 图表492 2014财年日本花王集团营业收入分部门情况表461
- 图表493 2011-2014财年日本花王集团营业收入分地区情况表461
- 图表494 上海家化联合股份有限公司护肤品产品465
- 图表495 2010-2014年上海家化联合股份有限公司收入及利润统计465
- 图表496 2014年上海家化联合股份有限公司分行业情况表466
- 图表497 2014年上海家化联合股份有限公司分地区情况表466
- 图表498 索芙特股份有限公司主要产品系列468
- 图表499 索芙特股份有限公司主要产品468
- 图表500 2010-2014年索芙特股份有限公司收入及利润统计469
- 图表501 2014年索芙特股份有限公司分产品情况表469
- 图表502 广州市浪奇实业股份有限公司主要产品系列472
- 图表503 广州市浪奇实业股份有限公司主要产品473
- 图表504 2010-2014年广州市浪奇实业股份有限公司收入及利润统计473

- 图表505 2014年广州市浪奇实业股份有限公司分产品情况表473
- 图表506 2014年广州市浪奇实业股份有限公司分地区情况表474
- 图表507 霸王国际(集团)控股有限公司主要产品系列475
- 图表508 霸王国际(集团)控股有限公司主要产品476
- 图表509 江苏隆力奇生物科技股份有限公司主要产品478
- 图表510 江苏隆力奇生物科技股份有限公司资产及收入统计479
- 图表511 江苏少女之春有限公司主要产品480
- 图表512 江苏少女之春有限公司资产及收入统计481
- 图表513 沈阳新生活实业有限公司主要产品系列482
- 图表514 沈阳新生活实业有限公司主要产品483
- 图表515 联合利华(中国)有限公司主要产品485
- 图表516 联合利华(中国)有限公司资产及收入统计486
- 图表517 玫琳凯(中国)化妆品有限公司主要产品系列487
- 图表518 玫琳凯(中国)化妆品有限公司主要产品488
- 图表519 玫琳凯(中国)化妆品有限公司资产及收入统计488
- 图表520 雅芳(中国)制造有限公司主要产品系列490
- 图表521 雅芳(中国)制造有限公司主要产品491
- 图表522 雅芳(中国)有限公司资产及收入统计491
- 图表523 资生堂丽源化妆品有限公司主要产品494
- 图表524 资生堂丽源化妆品有限公司资产及收入统计494
- 图表525 妮维雅(上海)有限公司主要产品497
- 图表526 妮维雅(上海)有限公司资产及收入统计497
- 图表527 仙妮蕾德(中国)有限公司主要产品499
- 图表528 仙妮蕾德(中国)有限公司资产及收入统计499
- 图表529 天津郁美净集团有限公司主要产品501
- 图表530 天津郁美净集团有限公司资产及收入统计502
- 图表531 苏州尚美国际化妆品有限公司主要产品504
- 图表532 苏州尚美国际化妆品有限公司资产及收入统计504
- 图表533 松泽化妆品(深圳)有限公司资产及收入统计506
- 图表534 北京大宝化妆品有限公司主要产品系列508
- 图表535 北京大宝化妆品有限公司主要产品508
- 图表536 北京大宝化妆品有限公司资产及收入统计509
- 图表537 上海卓多姿中信化妆品有限公司主要产品510
- 图表538 上海卓多姿中信化妆品有限公司资产及收入统计511
- 图表539 广东名臣有限公司主要产品512

- 图表540 广东名臣有限公司资产及收入统计512
- 图表541 广东名臣有限公司主要产品514
- 图表542 广州市好迪化妆品有限公司资产及收入统计514
- 图表543 广州市好迪化妆品有限公司营销网络分布515
- 图表544 江苏东洋之花化妆品股份有限公司主要产品517
- 图表545 江苏东洋之花化妆品有限公司资产及收入统计517
- 图表546 中山市嘉丹婷日用品有限公司资产及收入统计519
- 图表547 上海相宜本草化妆品股份有限公司主要产品系列521
- 图表548 上海相宜本草化妆品股份有限公司产品522
- 图表549 上海相宜本草化妆品股份有限公司资产及收入统计522
- 图表550 广东雅倩化妆品有限公司主要产品系列524
- 图表551 广东雅倩化妆品有限公司产品524
- 图表552 广东雅倩化妆品有限公司资产及收入统计525
- 图表553 上海自然美富丽化妆品有限公司产品527
- 图表554 上海自然美富丽化妆品有限公司资产及收入统计527
- 图表555 2015-2020年中国护肤品市场规模预测趋势图532
- 图表556 2015-2020年中国面部护肤品市场规模预测趋势图532
- 图表557 2015-2020年中国身体护肤品市场规模预测趋势图533
- 图表558 2015-2020年中国手部护肤品市场规模预测趋势图533
- 图表559 2015-2020年中国洗面奶市场规模预测趋势图534
- 图表560 2015-2020年中国祛痘护肤品市场规模预测趋势图535
- 图表561 2015-2020年中国润唇膏市场规模预测趋势图536
- 图表562 2015-2020年中国抗衰老护肤品市场规模预测趋势图536
- 图表563 2015-2020年中国抗脂护肤品市场规模预测趋势图537
- 图表564 2015-2020年中国爽肤水市场规模预测趋势图

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201505/316752.html>