

2022-2028年中国男性化妆品行业发展趋势与投资前景分析报告

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年中国男性化妆品行业发展趋势与投资前景分析报告》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/202110/243977.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

男性化妆品消费大幅度增长的同时，供给端也及时响应男性化妆需求，2018年男士专用品牌的同比增速达到了56%，化妆品公司专门为男性消费者开发男士专用脸部护肤套装、洁面乳、乳液乳霜、专用面膜、BB霜和CC霜等。未来男性有望成为化妆品消费人口的重要贡献群体。2018年男性化妆品品类增速趋势数据来源：公开资料整理

2018年，男性化妆品细分产品中，香水和护肤品类关注度最高，其中香水关注度为26%，洁面乳关注度为19.4%。2018年男士化妆品品类关注度数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国男性化妆品行业发展趋势与投资前景分析报告》共十三章。首先介绍了男性化妆品行业市场发展环境、男性化妆品整体运行态势等，接着分析了男性化妆品行业市场运行的现状，然后介绍了男性化妆品市场竞争格局。随后，报告对男性化妆品做了重点企业经营状况分析，最后分析了男性化妆品行业发展趋势与投资预测。您若想对男性化妆品产业有个系统的了解或者想投资男性化妆品行业，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：

第一章男士化妆品行业相关概述

1.1 男士化妆品行业介绍

1.1.1 男士化妆品的定义

1.1.2 男士化妆品的主要作用

1.1.3 男士化妆品的分类

1.1.4 男士化妆品的产品特性

1.2 男士化妆品行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

1.3 男士化妆品产业链发展分析

1.3.1 产业链简况

1.3.2 上游行业的影响

1.3.3 下游行业的影响

第二章 2015-2019年中国男士化妆品行业发展环境分析

2.1 男士化妆品行业政治法律环境（P）

2.1.1 行业主管部门分析

2.1.2 行业监管体制分析

2.1.3 行业相关政策法规分析

- 1、国家引导防晒类护肤品消费
- 2、国家规范化妆品产品技术要求
- 3、国家完善化妆品安全风险评估
- 4、国家调控化妆品检验机构建设
- 5、国家规范化妆品相关产品的命名
- 6、国家规范非特殊用途化妆品的管理
- 7、国家推进化妆品安全风险控制体系
- 8、《化妆品生产企业卫生规范》
- 9、《化妆品卫生监督条例》
- 10、《化妆品卫生监督条例实施细则》
- 11、《进出口化妆品监督检验管理办法》

2.2 男士化妆品行业经济环境分析（E）

2.2.1 宏观经济形势分析

2.2.2 居民收入分析

2.3 男士化妆品行业社会环境分析（S）

2.3.1 男士化妆品产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.4 男士化妆品行业技术环境分析（T）

2.4.1 男士化妆品行业技术发展现状

2.4.2 男士化妆品行业的新技术

2.4.3 男士化妆品行业的新原料

2.4.4 男士化妆品技术开发研究方向

第三章 全球男士化妆品所属行业发展概述

3.1 2015-2019年全球男士化妆品所属行业发展情况概述

3.1.1 全球男士化妆品行业发展现状

男性化妆品市场规模大增，全球男人越来越爱“面子”，中国男人也不例外。男性化妆品中口红的消费增速达到了278%，越来越多的男士开始使用口红、眉笔、防晒和面膜等男性化妆品。2018年男性化妆品消费增速趋势数据来源：公开资料整理

3.1.2 全球男士化妆品行业发展特征

3.1.3 全球男士化妆品行业市场规模

3.2 2015-2019年全球主要地区男士化妆品所属行业发展状况

3.2.1 欧洲男士化妆品行业发展情况概述

3.2.2 美国男士化妆品行业发展情况概述

3.2.3 日韩男士化妆品行业发展情况概述

3.3 2022-2028年全球男士化妆品行业发展前景预测

3.3.1 全球男士化妆品行业市场规模预测

3.3.2 全球男士化妆品行业发展前景分析

3.3.3 全球男士化妆品行业发展趋势分析

3.4 全球男士化妆品行业重点企业发展动态分析

第四章中国男士化妆品所属行业发展概述

4.1 中国男士化妆品所属行业发展状况分析

4.1.1 中国男士化妆品行业发展阶段

4.1.2 中国男士化妆品行业发展总体概况

4.1.3 中国男士化妆品行业发展特点分析

4.2 2015-2019年男士化妆品所属行业发展现状

4.2.1 2015-2019年中国男士化妆品行业市场规模

4.2.2 2015-2019年中国男士化妆品的消费现状

4.2.3 2015-2019年中国男士化妆品行业发展分析

4.2.4 2015-2019年中国男士化妆品企业发展分析

4.3 2022-2028年中国男士化妆品行业面临的困境及对策

4.3.1 中国男士化妆品行业面临的困境及对策

1、中国男士化妆品行业面临困境

2、中国男士化妆品行业对策探讨

4.3.2 中国男士化妆品企业发展困境及策略分析

- 1、中国男士化妆品企业面临的困境
- 2、中国男士化妆品企业的对策探讨
- 4.3.3 国内男士化妆品企业的出路分析

第五章中国男士化妆品所属行业市场运行分析

5.1 2015-2019年中国男士化妆品所属行业总体规模分析

5.1.1 企业数量结构分析

5.1.2 人员规模状况分析

5.1.3 所属行业资产规模分析

5.1.4 行业市场规模分析

5.2 2015-2019年中国男士化妆品所属行业产销情况分析

5.2.1 中国男士化妆品行业工业总产值

5.2.2 中国男士化妆品行业工业销售产值

5.2.3 中国男士化妆品所属行业产销率

5.3 2015-2019年中国男士化妆品所属行业市场供需分析

5.3.1 中国男士化妆品行业供给分析

5.3.2 中国男士化妆品行业需求分析

5.3.3 中国男士化妆品行业供需平衡

5.4 2015-2019年中国男士化妆品行所属业财务指标总体分析

5.4.1 所属行业盈利能力分析

5.4.2 所属行业偿债能力分析

5.4.3 行业营运能力分析

5.4.4 行业发展能力分析

第六章行业消费者分析

6.1 消费群体变化分析

6.2 消费观念变化分析

6.3 不同人口特征城市居民男士化妆品购买比例

6.3.1 不同性别居民的男士化妆品购买分析

6.3.2 不同年龄居民的男士化妆品购买分析

6.3.3 不同学历居民的男士化妆品购买分析

6.3.4 不同收入居民的男士化妆品购买分析

- 1、低收入消费者行为研究
- 2、高收入消费者行为研究
- 3、不同收入居民男士化妆品购买分析

第七章 2015-2019年中国男士化妆品市场营销分析

7.1 中国男士化妆品行业主要市场渠道

7.1.1 销售渠道介绍

7.1.2 批发市场

7.1.3 零售终端市场

7.1.4 专业市场

7.2 男士化妆品市场营销概况

7.2.1 男士化妆品市场营销趋势透析

7.2.2 企业创新体验营销模式

7.2.3 男士化妆品软文营销的关键点

7.3 男士化妆品品牌营销渠道选择

7.3.1 核心销售渠道

7.3.2 品牌功效渠道

7.3.3 互动体验渠道

7.4 男士化妆品网络营销

7.4.1 男士化妆品网络营销特征和优势

7.4.2 中国男士化妆品网络营销的发展

7.4.3 男士化妆品网络营销体系日渐完善

7.4.4 男士化妆品网络营销存在的问题

7.4.5 男士化妆品网络营销策略建议

7.4.6 男士化妆品网络营销趋势分析

7.5 男士化妆品直销

7.5.1 男士化妆品直销的概述

7.5.2 直销企业“反周期”规律

7.5.3 男士化妆品直销企业两极化态势

7.5.4 网上直销成主流趋势

7.6 男士化妆品专卖店经营

7.6.1 男士化妆品专卖店市场现状

- 7.6.2 男士化妆品专卖成发展趋势
- 7.6.3 男士化妆品专卖店运营策略
- 7.6.4 男士化妆品专卖店前景展望
- 7.7 男士化妆品市场营销对策及建议
 - 7.7.1 营销方式创新
 - 7.7.2 做好渠道选择
 - 7.7.3 推进内容营销
 - 7.7.4 打造微关系营销
 - 7.7.5 关注农村市场
- 7.8 男士化妆品梯度营销渠道策略分析
 - 7.8.1 梯度营销的必要性
 - 7.8.2 渠道梯度
 - 7.8.3 目标消费者梯度

第八章中国男士化妆品所属行业市场竞争格局分析

- 8.1 中国男士化妆品行业竞争格局分析
 - 8.1.1 男士化妆品行业区域分布格局
 - 8.1.2 男士化妆品行业企业规模格局
 - 8.1.3 男士化妆品行业企业性质格局
- 8.2 中国男士化妆品行业竞争五力分析
 - 8.2.1 男士化妆品行业上游议价能力
 - 8.2.2 男士化妆品行业下游议价能力
 - 8.2.3 男士化妆品行业新进入者威胁
 - 8.2.4 男士化妆品行业替代产品威胁
 - 8.2.5 男士化妆品行业现有企业竞争
- 8.3 中国男士化妆品行业竞争SWOT分析
 - 8.3.1 男士化妆品行业优势分析（S）
 - 8.3.2 男士化妆品行业劣势分析（W）
 - 8.3.3 男士化妆品行业机会分析（O）
 - 8.3.4 男士化妆品行业威胁分析（T）
- 8.4 中国男士化妆品行业投资兼并重组整合分析
 - 8.4.1 投资兼并重组现状

8.4.2 投资兼并重组案例

8.5 中国男士化妆品行业重点企业竞争策略分析

第九章中国男士化妆品行业领先企业竞争力分析

9.1 欧莱雅(中国)有限公司

9.1.1 企业发展基本情况

9.1.2 企业主要产品分析

9.1.3 企业竞争优势分析

9.1.4 企业经营状况分析

9.1.5 企业最新发展动态

9.1.6 企业发展战略分析

9.2 德国拜尔斯道夫公司

9.2.1 企业发展基本情况

9.2.2 企业主要产品分析

9.2.3 企业竞争优势分析

9.2.4 企业经营状况分析

9.2.5 企业最新发展动态

9.2.6 企业发展战略分析

9.3 曼秀雷敦(中国)药业有限公司

9.3.1 企业发展基本情况

9.3.2 企业主要产品分析

9.3.3 企业竞争优势分析

9.3.4 企业经营状况分析

9.3.5 企业最新发展动态

9.3.6 企业发展战略分析

9.4 上海家化联合股份有限公司

9.4.1 企业发展基本情况

9.4.2 企业主要产品分析

9.4.3 企业竞争优势分析

9.4.4 企业经营状况分析

9.4.5 企业最新发展动态

9.4.6 企业发展战略分析

9.5 雅诗兰黛集团

9.5.1 企业发展基本情况

9.5.2 企业主要产品分析

9.5.3 企业竞争优势分析

9.5.4 企业经营状况分析

9.5.5 企业最新发展动态

9.5.6 企业发展战略分析

9.6 资生堂丽源化妆品有限公司

9.6.1 企业发展基本情况

9.6.2 企业主要产品分析

9.6.3 企业竞争优势分析

9.6.4 企业经营状况分析

9.6.5 企业最新发展动态

9.6.6 企业发展战略分析

9.7 上海相宜本草化妆品股份有限公司

9.7.1 企业发展基本情况

9.7.2 企业主要产品分析

9.7.3 企业竞争优势分析

9.7.4 企业经营状况分析

9.7.5 企业最新发展动态

9.7.6 企业发展战略分析

9.8 花王(中国)投资有限公司

9.8.1 企业发展基本情况

9.8.2 企业主要产品分析

9.8.3 企业竞争优势分析

9.8.4 企业经营状况分析

9.8.5 企业最新发展动态

9.8.6 企业发展战略分析

9.9 阿迪达斯集团

9.9.1 企业发展基本情况

9.9.2 企业主要产品分析

9.9.3 企业竞争优势分析

- 9.9.4 企业经营状况分析
- 9.9.5 企业最新发展动态
- 9.9.6 企业发展战略分析
- 9.10 上海百雀羚日用化学有限公司
- 9.10.1 企业发展基本情况
- 9.10.2 企业主要产品分析
- 9.10.3 企业竞争优势分析
- 9.10.4 企业经营状况分析
- 9.10.5 企业最新发展动态
- 9.10.6 企业发展战略分析

第十章2022-2028年中国男士化妆品行业发展趋势与前景分析

- 10.1 2022-2028年中国男士化妆品市场发展前景
- 10.1.1 2022-2028年男士化妆品市场发展潜力
- 10.1.2 2022-2028年男士化妆品市场发展前景展望
- 10.2 2022-2028年中国男士化妆品市场发展趋势预测
- 10.2.1 2022-2028年男士化妆品行业发展趋势
- 10.2.2 2022-2028年男士化妆品市场规模预测
- 10.2.3 2022-2028年男士化妆品行业应用趋势预测
- 10.3 2022-2028年中国男士化妆品行业供需预测
- 10.3.1 2022-2028年中国男士化妆品行业供给预测
- 10.3.2 2022-2028年中国男士化妆品行业需求预测
- 10.3.3 2022-2028年中国男士化妆品供需平衡预测
- 10.4 影响企业生产与经营的关键趋势
- 10.4.1 行业发展有利因素与不利因素
- 10.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 10.4.3 科研开发趋势及替代技术进展
- 10.4.4 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章2022-2028年中国男士化妆品行业投资分析

- 11.1 男士化妆品行业投资特性分析
- 11.1.1 行业进入壁垒分析

1、技术壁垒

2、渠道壁垒

3、品牌壁垒

11.1.2 行业投资机会分析

1、90后将带动行业消费增长

2、渠道下沉扩大市场容量

3、中国的高消费时代到来

4、产业升级成本将会压缩

5、网络市场加快市场开拓

11.2 男士化妆品行业投资风险分析

11.2.1 行业政策波动风险

11.2.2 行业技术落后风险

11.2.3 行业市场竞争风险

11.2.4 行业企业内部风险

11.2.5 行业宏观经济波动风险

11.2.6 行业产品结构变动风险

11.2.7 行业其他相关风险

11.3 男士化妆品行业投资建议

11.3.1 强化本土品牌的本土特色

11.3.2 注重跟踪研发和合作研发策略

11.3.3 从趋势性技术寻找市场机会

11.3.4 积极申请专利技术学会自我保护

第十二章2022-2028年中国男士化妆品企业投资战略与客户策略分析

12.1 男士化妆品企业发展战略规划背景意义

12.2 男士化妆品企业战略规划制定依据

12.2.1 国家政策支持

12.2.2 行业发展规律

12.2.3 企业资源与能力

12.2.4 可预期的战略定位

12.3 男士化妆品企业战略规划策略分析

12.3.1 战略综合规划

- 12.3.2 技术开发战略
- 12.3.3 区域战略规划
- 12.3.4 产业战略规划
- 12.3.5 营销品牌战略
- 12.3.6 竞争战略规划

第十三章 研究结论及建议 ()

13.1 研究结论

13.2 建议

13.2.1 行业发展策略建议

13.2.2 行业投资方向建议

13.2.3 行业投资方式建议 ()

部分图表目录：

图表：男士化妆品行业特点

图表：男士化妆品行业生命周期

图表：男士化妆品行业产业链分析

图表：2015-2019年男士化妆品行业市场规模分析

图表：2022-2028年男士化妆品行业市场规模预测

图表：中国男士化妆品所属行业盈利能力分析

图表：中国男士化妆品所属行业运营能力分析

图表：中国男士化妆品所属行业偿债能力分析

图表：中国男士化妆品行业发展能力分析

图表：中国男士化妆品行业经营效益分析

图表：2015-2019年男士化妆品重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国男士化妆品行业销售情况分析

图表：2015-2019年中国男士化妆品行业利润情况分析

图表：2015-2019年中国男士化妆品行业资产情况分析

图表：2015-2019年中国男士化妆品竞争力分析

图表：2022-2028年中国男士化妆品产能预测

图表：2022-2028年中国男士化妆品消费量预测

图表：2022-2028年中国男士化妆品市场前景预测

图表：2022-2028年中国男士化妆品市场价格走势预测

图表：2022-2028年中国男士化妆品发展前景预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/243977.html>