

2017-2022年中国男士护肤品行业市场专项调研及 投资前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国男士护肤品行业市场专项调研及投资前景分析报告》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：<https://www.huaon.com/detail/298062.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

对化妆品的需求主体从年轻、女性消费者为主逐渐延伸到全年龄段、男女性消费并行的格局。其中男士护肤品市场的崛起趋势较为明显，2010 年中国男士化妆品消费市场规模为 20.6 亿元，截至 2015 年市场规模达到 45.25 亿元，近 5 年复合增速超过 17%。

中国男士护肤品市场规模及预测

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 13

1.1 化妆品的定义 13

1.1.1 化妆品的分类 14

1.1.2 化妆品的主要作用 16

1.1.3 化妆品的发展历程 17

1.2 护肤品的基本概述 22

1.2.1 护肤品的定义及特性 22

1.2.2 护肤品的分类 23

1.2.3 护肤品的成分及作用 26

1.2.4 护肤品的发展历程 30

1.3 男士护肤品相关概述 31

1.3.1 男士护肤品的需求基础 31

1.3.2 男士护肤品的消费基础 31

1.3.3 男士护肤品的类别 33

第二章 2012-2015年中国护肤行业发展环境分析 34

2.1 2012-2015年中国宏观经济环境分析 34

2.1.1 2012-2015年中国GDP分析 34

自改革开放以来，中国国民经济快速增长。2001年后，中国经济进入了新一轮的增长周期。国民经济总体呈现增长较快、价格回稳、结构优化、民生改善的发展态势。2010年，中国国内生产总值达到408903亿元，2010年国内生产总值按平均汇率折算达到58791亿美

元，超过日本，成为仅次于美国的世界第二大经济体，中国经济增长对世界经济的贡献不断提高2015年中国国内生产总值676708亿元，按可比价格计算，比上年增长6.9%。

2016年上半年，中国国内生产总值340637亿元，按可比价格计算，同比增长6.7%。分季度看，一季度同比增长6.7%，二季度增长6.7%。分产业看，第一产业增加值22097亿元，同比增长3.1%；第二产业增加值134250亿元，增长6.1%；第三产业增加值184290亿元，增长7.5%。从环比看，二季度国内生产总值增长1.8%。

2011-2016年中国国内生产总值及增长速度

2014-2016年中国国内生产总值及构成

单位：亿元

2014年

2015年

2016年

国内生产总值

636463

676708

340637

第一产业

58332

60863

22097

第二产业

271392

274278

134250

第三产业

306739

341567

184290

2.1.2 2012-2015年中国CPI指数 34

2.1.3 2015年中国居民消费与恩格尔系数分析 35

2.1.4 2015年中国城镇居民人均可支配收入分析 36

2.1.5 2015年中国社会消费品零售总额分析 36

2.1.6 2015年中国宏观经济运行分析 37

2.2 中国化妆品行业政策环境分析 39

2.2.1 中国化妆品监管机构及职责	39
2.2.2 中国化妆品被监管对象及特点	41
2.2.3 中国化妆品监管领域的新问题	42
2.2.4 中国化妆品监管的最新进展	43
2.2.5 中国化妆品行业新政策解读	45
2.3 中国化妆品行业技术环境分析	47
2.3.1 中国化妆品行业技术发展现状	47
2.3.2 中国化妆品行业的新技术	47
2.3.3 中国化妆品行业的新原料	49
2.3.4 中国化妆品技术开发研究方向	51
2.4 中国男士护肤品行业社会环境分析	52
2.4.1 2015年中国人口及分布总体情况	52
2.4.2 2015年中国男性人口及年龄分布	53
2.5 2012-2015年中国化妆品行业发展分析	54
2.5.1 2015年中国化妆品市场规模	54
2.5.2 2014年中国化妆品行业发展概况	57
2.5.3 2013年中国化妆品行业发展概况	60
2.5.4 2015年中国化妆品行业发展概况	62
2.6 中国护肤品行业发展分析	65
2.6.1 2012-2015年中国护肤品行业发展概况	65
2.6.2 2014年护肤品市场规模及特点	70
2.6.3 2015年护肤品市场规模及特点	73
2.6.4 2015年中国护肤品市场竞争分析	75
第三章 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析(3304)	80
3.1 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进出口总体情况	80
3.1.1 2012-2015年中国化妆品美容品及护肤品进口情况	80
3.1.2 2012-2015年中国化妆品美容品及护肤品出口情况	81
3.2 2012-2015年中国主要省市化妆品、美容品及护肤品进出口情况	83
3.2.1 2012-2015年中国主要省市化妆品美容品及护肤品进口状况	83
3.2.2 2012-2015年中国主要省市化妆品美容品及护肤品出口状况	84
3.3 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进出口流向情况	86
3.3.1 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进口流向	86
3.3.2 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向	87
3.4 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价分析	90

第四章 2012-2015年中国男士护肤品市场发展分析 92

4.1 世界男士护肤品市场发展分析 92

4.1.1 世界男士护肤品市场发展概况 92

4.1.2 西欧男士护肤品市场发展概况 93

4.1.3 德国男士护肤品市场发展概况 93

4.1.4 法国男士护肤品行业发展现状 94

4.2 2012-2015年中国男士护肤品市场发展状况 95

4.2.1 中国男性护肤品市场发展概况 95

4.2.2 2015年中国男士化妆品市场规模及结构 96

4.2.3 2015年中国男士护肤品市场规模 97

4.2.4 中国男士护肤品市场特点分析 97

4.3 中国男性护肤品市场需求分析 98

4.3.1 男士护肤品的基本需求分析 98

4.3.2 不同学历男性对护肤品的需求 99

4.3.3 不同收入男性对护肤品的需求 100

4.3.4 中国男士护肤品的购买人群 101

4.3.5 中国男士护肤品的品类需求 102

4.4 2015年中国男士护肤品市场竞争分析 103

4.4.1 2015年中国男士护肤品市场竞争格局 103

4.4.2 2015年中国男士护肤品品牌竞争状况 105

4.5 2015年中国男士护肤品关注度分析 107

4.5.1 2015年中国男士护肤品等级关注度 107

4.5.2 2015年中国男士护肤品品牌关注度 107

4.5.3 2015年中国男士护肤品产品关注度 108

4.5.4 2015年中国男士护肤品区域关注度 108

4.6 2015年中国男士护肤品市场营销策略分析 109

4.6.1 宣传策略 109

4.6.2 定位策略 110

4.6.3 渠道策略 111

4.6.4 品品牌策略 112

4.7 中国男士护肤品行业存在的问题及对策 112

4.7.1 中国男士护肤品市场存在的问题 112

4.7.2 中国男士护肤产品的品牌成功之道 113

第五章 2012-2015年世界男士护肤品重点品牌及企业介绍 114

5.1 欧莱雅男士(L Oreal For Men) 114

5.1.1 欧莱雅男士品牌相关 114

5.1.2 欧莱雅集团简介 116

5.1.3 欧莱雅在中国的发展 117

5.1.4 2015年企业经营状况 119

5.1.5 2015年企业经营状况 121

5.1.5 2015年欧莱雅男士护肤品品牌市场份额 121

5.2 碧欧泉男士(Biotherm Homm) 122

5.2.1 品牌简介 122

5.2.2 品牌历史 123

5.2.3 品牌主要产品简介 124

5.2.4 2015年碧欧泉男士护肤品品牌市场份额 128

5.3 妮维雅男士(Nivea For Men) 128

5.3.1 品牌简介 128

5.3.2 德国妮维雅公司简介 129

5.3.3 2015年妮维雅男士护肤品品牌市场份额 131

5.3.4 妮维雅深掘男士护肤市场 131

5.4 欧珀莱俊士(JS) 132

5.4.1 品牌简介 132

5.4.2 资生堂集团简介 132

5.4.3 2009财年企业经营状况 133

5.4.4 资生堂品牌线路 135

5.4.5 2012-2015年欧珀莱俊士男士护肤品品牌市场份额 136

5.5 吾诺(Unno) 137

5.5.1 品牌简介 137

5.5.2 产品介绍 137

5.5.3 2015年吾诺男士护肤品品牌市场份额 138

5.6 曼秀雷登男士(Mentholatum for men) 139

5.6.1 品牌简介 139

5.6.2 2015年曼秀雷登男士护肤品品牌市场份额 140

5.7 碧柔男士(Bioré For Men) 141

5.7.1 品牌简介 141

5.7.2 花王集团简介 142

5.7.3 2015年公司经营情况 143

5.7.4 2015年碧柔男士护肤品品牌市场份额 144

5.8 轻扬男士(Clear for men) 144

5.8.1 品牌简介 144

5.8.2 2015年企业经营状况 148

5.8.4 2015年轻扬男士护肤品品牌市场份额 149

第六章 2012-2015年中国男士化妆品重点企业分析 150

6.1 上海家化联合股份有限公司 150

6.1.1 企业基本情况及品牌 150

6.1.2 2015年企业经营情况 151

6.1.3 2015年企业运营指标状况 153

6.1.4 2015年高夫男士护肤品品牌占有率 155

6.1.5 企业未来发展策略 155

6.2 索芙特股份有限公司 156

6.2.1 企业基本情况 156

6.2.2 2015年企业经营情况 158

6.2.3 2015年企业运营指标状况 159

6.2.4 企业未来发展策略 161

6.3 江苏隆力奇生物科技股份有限公司 163

6.3.1 企业基本情况 163

6.3.2 2015年企业经营状况 164

6.3.3 隆力奇集团摘得直销牌 166

6.3.4 隆力奇获得“全国顾客满意十大品牌” 166

6.4 妮维雅(上海)有限公司 167

6.4.1 企业基本情况 167

6.4.2 2015年企业经营状况 168

6.5 霸王国际集团 169

6.5.1 企业基本情况 169

6.5.2 霸王洗发水主要产品 170

6.5.3 2015年公司经营状况分析 171

6.5.4 霸王领跑中草药洗发水市场 172

6.6 联合利华(中国)有限公司 173

6.6.1 企业基本情况 173

6.6.2 2015年企业经营状况 174

6.6.3 联合利华中国版图内迁 175

6.7 玫琳凯(中国)化妆品有限公司 177

6.7.1 企业基本情况 177

6.7.2 2015年企业经营状况 178

6.8 雅芳(中国)制造有限公司 179

6.8.1 企业基本情况 179

6.8.2 2015年企业经营状况 180

6.9 资生堂丽源化妆品有限公司 181

6.9.1 企业基本情况 181

6.9.2 2015年企业经营状况 184

第七章 2017-2022年中国男士护肤品的发展预测分析 185

7.1 中国男士护肤品行业发展趋势分析 185

7.1.1 产品品类 185

7.1.2 营销手段 186

7.1.3 品牌定位 187

7.1.4 终端管理 187

7.1.5 消费趋势 188

7.2 2017-2022年中国男士护肤品市场前景预测 189

7.2.1 2017-2022年中国男士化妆品行业市场规模 189

7.2.2 2017-2022年中国男士护肤品市场规模预测 190

第八章 2017-2022年中国男士护肤品投资分析 191

8.1 中国男士护肤品投资机会分析 191

8.2 中国男士护肤品行业投资风险分析 192

8.2.1 男士护肤品消费意识风险 192

8.2.2 男士护肤品品牌风险 192

8.2.3 男士护肤品市场竞争风险 193

8.2.4 男士护肤品经营风险 193

8.3 男士护肤品投资建议 193

图表目录：

图表 1 化妆品分类(按使用目的分) 13

图表 2 化妆品分类(按使用部位分) 14

图表 3 化妆品按照剂型分类 14

图表 4 化妆品按生产过程和产品特点分类 15

图表 5	护肤品按照使用部位和具体功效细分	24
图表 6	护肤品所含成分及作用对照表	25
图表 7	男性与女性皮肤的生理特点比较	30
图表 8	男性与女性的消费心理比较	31
图表 9	男性与女性的生活习惯比较	31
图表 10	男士护肤品产品类别	32
图表 11	男士护肤品产品线	32
图表 12	2012-2015年中国国内生产总值及增长速度	33
图表 13	2012-2015年中国CPI指数走势分析	34
图表 14	2012-2015年中国城镇居民消费与恩格尔系数	34
图表 15	2012-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数	35
图表 16	2012-2015年中国城镇居民人均可支配收入及增长率	35
图表 17	2012-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度	36
图表 18	2015年中国人口数及其构成情况	51
图表 19	2012-2015年中国城市人口及所占比例趋势图	51
图表 20	2012-2015年间主要年份中国男性人口数量及比重	52
图表 21	2015年中国男性人口年龄分布	52
图表 22	2015年中国男性人口年龄分布结构图	52
图表 23	2012-2015年中国化妆品市场规模增长趋势图	53
图表 24	2012-2015年中国高档化妆品市场规模及增长率	55
图表 25	2014年中国化妆品行业经济指标统计	56
图表 26	2014年中国化妆品行业前五省区企业数量排名	57
图表 27	2014年中国化妆品行业前五省区工业总产值排名	58
图表 28	2014年中国化妆品行业前五省区资产总计排名	58
图表 29	2014年中国化妆品行业前五省区销售收入排名	58
图表 30	2014年中国化妆品行业前五省区利润总额排名	59
图表 31	2015年中国化妆品行业经济指标统计	59
图表 32	2015年中国化妆品行业前五省区企业数量排名	60
图表 33	2015年中国化妆品行业前五省区资产总计排名	61
图表 34	2015年中国化妆品行业前五省区销售收入排名	61
图表 35	2015年中国化妆品行业前五省区利润总额排名	61
图表 36	2015年年中国化妆品行业经济指标统计	62
图表 37	2015年中国化妆品行业前五省区企业数量排名	63
图表 38	2015年中国化妆品行业前五省区资产总计排名	63
图表 39	2015年中国化妆品行业前五省区销售收入排名	64

- 图表 40 2015年中国化妆品行业前五省区利润总额排名 64
- 图表 41 2014年中国护肤品市场规模及构成 69
- 图表 42 2012-2015年中国护肤品市场规模及增长率 72
- 图表 43 2015年中国护肤品市场规模构成 72
- 图表 44 2015年中国护肤品细分市场销售占比 73
- 图表 45 2012-2015年中国护肤品市场等级消费构成 73
- 图表 46 2015年高档护肤品和大众护肤品市场份额比较 74
- 图表 47 2012-2015年中国护肤品市场企业份额统计 74
- 图表 48 2014年市场份额排名前十位的护肤品企业对比 76
- 图表 49 2015年市场份额排名前十位的护肤品企业对比 76
- 图表 50 2006-2015年中国护肤品品牌市场占有率 77
- 图表 51 2014年中国护肤品市场份额排名前十位的品牌 78
- 图表 52 2015年中国护肤品市场份额排名前十位的品牌 78
- 图表 53 海关编码3304包括的商品种类 79
- 图表 54 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进口数量统计 79
- 图表 55 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进口数量增长趋势图 80
- 图表 56 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进口金额统计 80
- 图表 57 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进口金额增长趋势图 80
- 图表 58 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品出口数量统计 81
- 图表 59 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品出口数量增长趋势图 81
- 图表 60 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品出口金额统计 81
- 图表 61 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品出口金额增长趋势图 82
- 图表 62 2015年中国主要省市(分海关)化妆品、美容品及护肤品进口统计 82
- 图表 63 2015年中国主要省市(分海关)化妆品、美容品及护肤品进口统计 83
- 图表 64 2015年中国主要省市(分海关)化妆品、美容品及护肤品出口统计 83
- 图表 65 2015年中国主要省市(分海关)化妆品、美容品及护肤品出口统计 84
- 图表 66 2015年中国化妆品、美容品及护肤品进口来源地情况 85
- 图表 67 2015年中国化妆品、美容品及护肤品进口来源地情况 86
- 图表 68 2015年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向情况 87
- 图表 69 2015年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向情况 88
- 图表 70 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价情况 89
- 图表 71 2012-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价趋势图 90
- 图表 72 2012-2015年中国男士化妆品市场规模及增长率 95
- 图表 73 2014年中国男士化妆品市场规模及构成 95
- 图表 74 2015年中国男士化妆品市场规模构成(单位：亿元) 96

- 图表 75 2012-2015年中国男士护肤品市场规模及增长率 96
- 图表 76 2015年男性肌肤问题关注度排行 98
- 图表 77 男性不使用化妆品的原因分析 98
- 图表 78 不同学历男性使用化妆品的状况 99
- 图表 79 不同收入男性使用化妆品的状况 99
- 图表 80 2015年中国男士护肤品市场企业市场占有率 102
- 图表 81 2014年市场份额排名前十位的男士护肤品企业市场份额 103
- 图表 82 2015年市场份额排名前十位的男士护肤品企业市场份额 104
- 图表 83 2012-2015年中国男士护肤品品牌市场占有率 104
- 图表 84 2014年中国男士护肤品市场份额排名前十位的品牌 105
- 图表 85 2015年中国男士护肤品市场份额排名前十位的品牌 105
- 图表 86 2015年中国男士护肤品产品等级关注度 106
- 图表 87 2015年中国男士护肤品品牌关注度排行 107
- 图表 88 2015年中国男士护肤品产品关注度 107
- 图表 89 2015年中国男士护肤品区域关注度 108
- 图表 90 2015年欧莱雅集团经营情况 118
- 图表 91 2015年欧莱雅集团分部门经营情况 118
- 图表 92 2015年欧莱雅集团分产品及部门经营情况 119
- 图表 93 2012-2015年欧莱雅集团销售额分地区情况统计 119
- 图表 94 2012-2015年欧莱雅集团化妆品业务分地区销售额统计 119
- 图表 95 2012-2015年欧莱雅集团经营利润分地区情况统计 120
- 图表 96 2012-2015年欧莱雅男士护肤品在中国的的市场份额趋势图 121
- 图表 97 2012-2015年碧欧泉男士护肤品在中国的的市场份额趋势图 127
- 图表 98 2012-2015年妮维雅男士护肤品在中国的的市场份额趋势图 130
- 图表 99 2012-2015年资生堂资产负债状况 133
- 图表 100 2012-2015年资生堂销售及利润统计 133
- 图表 101 2012-2015年资生堂分地区主营业务收入状况 133
- 图表 102 2012-2015年资生堂分地区销售额状况 133
- 图表 103 2012-2015年资生堂具体分地区销售额状况 134
- 图表 104 2012-2015年资生堂经营利润分地区状况统计 134
- 图表 105 2012-2015年欧珀莱俊士男士护肤品在中国的的市场份额趋势图 135
- 图表 106 2012-2015年吾诺男士护肤品在中国的的市场份额趋势图 138
- 图表 107 2012-2015年曼秀雷登男士护肤品在中国的的市场份额 139
- 图表 108 花王集团主要产品及业务概况 141
- 图表 109 2015年花王集团主要经营指标统计 142

- 图表 110 2012-2015年花王集团销售额增长趋势图 142
- 图表 111 2012-2015年花王集团营业利润趋势图 143
- 图表 112 2012-2015年碧柔男士护肤品在中国的市场份额 143
- 图表 113 2012-2015年联合利华公司经营指标统计 147
- 图表 114 2012-2015年联合利华公司营业额趋势图 147
- 图表 115 2012-2015年联合利华公司营业利润趋势图 147
- 图表 116 2015年联合利华公司分地区经营情况情况 148
- 图表 117 2015年联合利华公司分产品经营情况情况 148
- 图表 118 2012-2015年轻扬男士护肤品在中国的市场份额趋势图 148
- 图表 119 上海家化联合股份股份有限公司按专业构成分员工情况 149
- 图表 120 上海家化联合股份股份有限公司按教育程度分员工情况 150
- 图表 121 2015年上海家化联合股份股份有限公司主营业务分行业情况表 151
- 图表 122 2015年上海家化联合股份股份有限公司主营业务分地区情况表 152
- 图表 123 2012-2015年上海家化联合股份股份有限公司资产及负债统计 152
- 图表 124 2012-2015年上海家化联合股份股份有限公司销售及利润统计 152
- 图表 125 2012-2015年上海家化联合股份股份有限公司成本费用统计 153
- 图表 126 2012-2015年上海家化联合股份股份有限公司偿债能力情况 153
- 图表 127 2012-2015年上海家化联合股份股份有限公司盈利能力情况 153
- 图表 128 2012-2015年上海家化联合股份股份有限公司成长能力情况 153
- 图表 129 2012-2015年上海家化联合股份股份有限公司营运能力统计 154
- 图表 130 2012-2015年高夫男士护肤品在中国的市场份额趋势图 154
- 图表 131 索芙特股份有限公司按专业构成分员工情况 157
- 图表 132 索芙特股份有限公司按教育程度分员工情况 157
- 图表 133 2015年索芙特股份有限公司主营业务分行业情况表 157
- 图表 134 2015年索芙特股份有限公司主营业务分产品情况表 158
- 图表 135 2015年索芙特股份有限公司主营业务分地区情况表 158
- 图表 136 2015年占公司主营业务收入或利润10%以上的业务经营状况 158
- 图表 137 2012-2015年索芙特股份有限公司资产及负债统计 159
- 图表 138 2012-2015年索芙特股份有限公司销售及利润统计 159
- 图表 139 2012-2015年索芙特股份有限公司成本费用统计 159
- 图表 140 2012-2015年索芙特股份有限公司偿债能力情况 159
- 图表 141 2012-2015年索芙特股份有限公司盈利能力情况 160
- 图表 142 2012-2015年索芙特股份有限公司成长能力情况 160
- 图表 143 2012-2015年索芙特股份有限公司营运能力统计 160
- 图表 144 2012-2015年江苏隆力奇生物科技股份有限公司收入及利润统计 163

图表 145	2012-2015年江苏隆力奇生物科技股份有限公司收入增长趋势图	164
图表 146	2012-2015年江苏隆力奇生物科技股份有限公司销售利润率	164
图表 147	2015年江苏隆力奇生物科技股份有限公司成本费用统计	164
图表 148	2015年江苏隆力奇生物科技股份有限公司成本费用比例图	165
图表 149	2012-2015年妮维雅(上海)有限公司收入及利润统计	167
图表 150	2012-2015年妮维雅(上海)有限公司收入增长趋势图	167
图表 151	2012-2015年妮维雅(上海)有限公司销售利润率	167
图表 152	2015年妮维雅(上海)有限公司成本费用统计	168
图表 153	2015年妮维雅(上海)有限公司成本费用比例图	168
图表 154	霸王产品线情况	169
图表 155	霸王追风洗发水主要产品系列	169
图表 156	2012-2015年霸王国际集团主要产品营业收入统计	170
图表 157	2015年霸王国际集团各品牌销售额比例	171
图表 158	2012-2015年联合利华(中国)有限公司收入及利润统计	173
图表 159	2012-2015年联合利华(中国)有限公司收入增长趋势图	173
图表 160	2012-2015年联合利华(中国)有限公司销售利润率	174
图表 161	2015年联合利华(中国)有限公司成本费用统计	174
图表 162	2015年联合利华(中国)有限公司成本费用比例图	174
图表 163	2012-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入及利润统计	177
图表 164	2012-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入增长趋势图	177
图表 165	2012-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司销售利润率	177
图表 166	2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司成本费用统计	178
图表 167	2012-2015年雅芳(中国)制造有限公司收入及利润统计	179
图表 168	2012-2015年雅芳(中国)制造有限公司收入增长趋势图	179
图表 169	2012-2015年雅芳(中国)制造有限公司销售利润率	180
图表 170	2015年雅芳(中国)制造有限公司成本费用统计	180
图表 171	2015年雅芳(中国)制造有限公司成本费用比例图	180
图表 172	2012-2015年资生堂丽源化妆品有限公司收入及利润统计	183
图表 173	2017-2022年男士化妆品行业市场规模预测	189
图表 174	2017-2022年男士护肤品行业市场规模预测	189

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/298062.html>