

# 2017-2022年中国他经济行业深度研究与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2017-2022年中国他经济行业深度研究与发展前景预测报告》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.abaogao.com/b/qita/W91894E1OT.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

“他经济”又称男性经济，与“她经济”（女性经济）相对应，指的是在社会经济发展过程中，男性群体自我意识的觉醒，在重新定义自己的价值观时，需要更强的社交能力、被更多人接受的表现能力以及更强的合作精神，“他经济”下男性消费心理的变化给行业带来了全新的机会。在女性消费市场竞争日益激烈的情况下，男性消费市场不啻于一片刚刚被开垦、充满希望的新大陆，并且市场增速远高于女性消费市场。

2003-2014年不同年龄段男性占总人口比例（%）

目前我国男性消费群体已达5.5亿人次，群体崛起的根本源于社会财富的积累。《高端男性生活形态与需求综合研究报告》中显示，在高端消费群体中，男性约占7成，他们是大多出生于20世纪六七十年代，身居要职，平均年薪51万元，家庭平均年收入超过76万元的精英人士。目前，从国内各年龄段男性人口结构来看，2003年以来，作为社会精英群体主力的中年男性（40岁以上，消费能力更强）人口占比正在逐步提升，消费主力军年轻男性（20-40岁，消费意愿更高）人口占比基本保持平稳。另一方面，相较于感性冲动的传统女性消费，男性消费更加务实理性，对品牌有较高的忠诚度，更加注重品质消费，消费项目单价较高，这一系列的男性消费特征也对“他经济”时代提出了新的消费需求。

### 各年龄段男性对购物的态度

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国他经济行业深度研究与发展前景预测报告》共十二章。首先介绍了他经济相关概念及发展环境，接着分析了中国他经济规模及消费需求，然后对中国他经济市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国他经济面临的机遇及发展前景。您若想对中国他经济有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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2015年中国他经济行业发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

## 一、2015年宏观经济运行情况

### 1、GDP历史变动轨迹分析

### 2、固定资产投资历史变动轨迹分析

## 二、2008-2015年中国居民（消费者）收入情况

### 三、2008-2015年中国城市化率

### 四、2008-2015年中国城市及农村居民年均可支配收入

## 四、2015年中国经济发展预测分析

## 第二节 他经济行业相关政策

### 一、国家“十二五”产业政策

### 二、其他相关政策(标准、技术)

### 三、出口关税及相关税收政策

## 第三节 2015年中国他经济行业发展社会环境分析

## 第二章 他经济行业发展概述

### 第一节 行业界定

#### 一、他经济行业定义及分类

#### 二、他经济行业经济特性

#### 三、他经济行业产业链简介

### 第二节 他经济行业发展成熟度

#### 一、行业发展周期分析

#### 二、行业中外市场成熟度对比

### 第三节 他经济行业相关产业动态

## 第三章 2015年全球他经济行业市场运行形势分析

### 第一节 全球他经济行业市场运行环境分析

### 第二节 全球他经济行业市场发展情况分析

#### 一、全球他经济行业市场供需分析

#### 二、全球他经济行业市场规模分析

#### 三、全球他经济行业主要国家发展情况分析

### 第三节 2017-2022年全球他经济行业市场规模趋势预测分析

## 第四章 2015年中国他经济行业技术发展分析

## 第一节 中国他经济行业技术发展现状

### 第二节 他经济行业技术特点分析

### 第三节 他经济行业技术专利情况

#### 一、他经济行业专利申请数分析

#### 二、他经济行业专利申请人分析

#### 三、他经济行业热门专利技术分析

### 第四节 他经济行业技术发展趋势分析

## 第五章 我国他经济行业发展分析

### 第一节 2015年中国他经济行业发展状况

#### 一、2015年他经济行业发展状况分析

相较于女性，男性在个性上的一大特点是更为自信和理智，在面临决策事件时表现出来的沉着冷静也显示了其易于把控情绪，权衡利弊的特点。另外，男性与生俱来的较强的独立性和自尊心也直接影响他们在购物过程中的心理活动。因此，在复杂的选择判断过程中，男性购物动机形成要比女性果断迅速，面对一系列细节问题也往往大而化之，能立即、果断地做出购买行为，整个购物过程较明显短于女性。

#### 男性消费特征

女性购物主动性、灵活性较高，可以是满足自身需要，也可以是家庭需求、休闲消遣，而男性消费者购买活动远不如女性频繁，购买动机也不如女性强烈，许多情况下，购买动机的形成往往是由于家人的嘱咐、朋友的委托等外部因素而被动产生。其消费行为的直接表现为仅够买目标商品，衍生性消费较少。

在很长一段时间内，化妆护肤被认为是女性的专属，男性阳刚勇猛的定位使其有意识的远离化妆护肤。随着社会的不断升级发展、商务宴会、朋友聚餐等场合活动的增加、保养护肤意识的普及，男性消费者不再局限于衣物的包装，开始求助于美容护肤品来改善形象、提升品味，维护自身“面子”工程。在国内市场，外资品牌多年来的推广宣传已经为国内男士化妆护肤消费市场打下了基础，尽管目前国内多数男士护肤产品还仍然停留在基础的清洁需求，随着市场的日益发展成熟与消费群体向年轻人群的渗透，男性的消费意识会快速提升，行业进一步拓展的潜力巨大。

#### 2013-2018年化妆品细分品类复合增速

根据预测，2016-2019年，中国内地男性护肤化妆品市场的零售额平均将按年增长13.5%，高

于全球 5.8%的平均水平。预计到 2019 年，中国内地男性护肤化妆品市场的零售额将达 19 亿元人民币。2015 年《护肤品消费行为调查报告》指出，高达 86.15%的男性消费者希望男士护肤品品种进一步丰富。但在男士护肤习惯调查显示，22.24%的男性消费者选择了“随便使用家人的护肤品”，24.39%的男性消费者从来不使用护肤品，仅有 35.65%的男性有使用男士专用护肤品的习惯，可见男性护肤品市场存有巨大潜力，值得深入挖掘。

2015 年国内男士洗护市场规模约 130 亿元，但是男性洗护市场无论在发展时间与产品深度上都远不及成熟的女性洗护市场，随着消费需求的不断升级，男士对产品的诉求也将不断被挖掘细分，市场将需要更专业、种类更齐全的男士洗护品牌，值得进一步精耕细作。

随着社会的进步和发展，就业竞争更加激烈，工作压力越来越大，出众的外表无论是在商务场合还是人际交往过程中，都占据着一定的优势。中国男性尤其是年轻消费者，也比以前更加注重自己的外表，男性的“面子工程”已外延至医美市场。根据《2015 年度医美白皮书》数据，虽然医美市场女性用户是男性用户的三倍，但 2015 年男性用户数量大幅提高，近两年的男士微整形手术增幅高达 20%~30%，其每次整形的花费平均比女性高 30%，整形项目集中在祛眼袋、植发、祛痘、美白牙齿、隆鼻。

年轻男士对新鲜事物的接受度较高，喜欢追赶时尚潮流，也更加专注自身形象问题，尤其是即将踏入社会的 90 后人群，微整手术既满足了自身需求，也为在求职过程中的综合印象加分，是医美消费的主要人群之一。而 40 岁左右的成功人士则希望形象更加年轻、有活力，以保持职场的人气或改善婚姻关系，去眼袋、植发、除皱是最受这类群体欢迎的整形项目。另外，对于外表形象要求较高的演员、主持人、歌手、销售人员等人群都倾向于通过医美手术来改善职业形象。

#### 2011-2020 年我国医美行业市场容量

伴随现代社会对于个人形象定义的多元化，以及网络传播下海外成熟市场对于医美认识的影响，预计未来将共同推动国内男士医美领域开放度及接受度的提升。目前全球医美手术中，女性占比 87%，男性占比 13%，而国内男性占比仅有 6%-8%，相对较少，加上男性消费者忠诚度较高，客户粘性大，未来会是医美市场一个潜在的发力点。

#### 二、2015 年中国他经济行业发展动态

#### 三、2015 年我国他经济行业发展热点

#### 四、2015 年我国他经济行业存在的问题

### 第二节 2015 年中国他经济行业市场供需状况

#### 一、2010-2015 年中国他经济行业供给分析

#### 二、2010-2015 年中国他经济行业市场需求分析

### 三、中国他经济行业产品价格分析

#### 1、中国他经济行业产品价格分析

#### 2、行业价格影响因素分析

### 四、2010-2015年中国他经济行业市场规模分析

## 第六章 2013-2016年中国他经济所属行业主要数据监测分析

### 第一节 2013-2016年中国他经济所属行业规模分析

#### 一、企业数量分析

#### 二、资产规模分析

#### 三、销售规模分析

#### 四、利润规模分析

### 第二节 2013-2016年中国他经济所属行业产值分析

#### 一、产成品分析

#### 二、工业总产值分析

### 第三节 2013-2016年中国他经济所属行业成本费用分析

#### 一、销售成本分析

#### 二、销售费用分析

#### 三、管理费用分析

#### 四、财务费用分析

### 第四节 2013-2016年中国他经济所属行业运营效益分析

#### 一、盈利能力分析

#### 二、偿债能力分析

#### 三、运营能力分析

#### 四、成长能力分析

## 第七章 2015年中国他经济行业竞争格局分析

### 第一节 行业竞争结构分析

#### 一、国内企业竞争格局

#### 二、国外企业产品市场份额

#### 三、行业企业区域分布

### 第二节 他经济行业集中度分析

#### 一、行业市场销售集中度分析

## 二、行业区域消费集中度分析

### 第二节 2015年中国他经济行业SWOT模型分析

#### 一、优势

#### 二、劣势

#### 三、机会

#### 四、威胁

## 第八章 2015年他经济行业优势生产企业竞争力分析

### 第一节 企业一

#### 一、公司基本情况分析

#### 二、公司经营情况分析

#### 三、公司竞争力分析

### 第二节 企业二

#### 一、公司基本情况分析

#### 二、公司经营情况分析

#### 三、公司竞争力分析

### 第三节 企业三

#### 一、公司基本情况分析

#### 二、公司经营情况分析

#### 三、公司竞争力分析

### 第四节 企业四

#### 一、公司基本情况分析

#### 二、公司经营情况分析

#### 三、公司竞争力分析

### 第五节 企业五

#### 一、公司基本情况分析

#### 二、公司经营情况分析

#### 三、公司竞争力分析

## 第九章 2015-2016年中国他经济行业上下游分析及其影响

### 第一节 2015年中国他经济行业上游发展及影响分析

#### 一、2015年中国他经济行业上游运行现状分析



二、2017-2022年中国他经济行业上游市场发展前景预测

三、上游对本行业产生的影响分析

第二节 2015年中国他经济行业下游发展及影响分析

一、2015年中国他经济行业下游运行现状分析

二、2017-2022年中国他经济行业下游市场发展前景预测

三、下游对本行业产生的影响分析

第十章 2017-2022年他经济行业发展及投资前景预测分析

第一节 2017-2022年他经济行业市场规模预测分析

第二节 2017-2022年他经济行业供需预测分析

第三节 中国他经济行业五力分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第四节 2017-2022年我国他经济行业前景展望分析

第五节 2017-2022年我国他经济行业产品价格走势预测

第六节 2017-2022年我国他经济行业盈利能力预测

第十一章 2017-2022年中国他经济行业投资风险分析

第一节 2011-2015年中国他经济行业投资金额分析

一、2011-2015年中国他经济行业内资企业投资金额分析

二、2011-2015年中国他经济行业港澳台及外资企业投资金额分析

第二节 近年中国他经济行业主要投资项目分析

第二节 2017-2022年中国他经济行业投资周期分析

第三节 2017-2022年中国他经济行业投资风险分析

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、原材料压力风险

五、进入退出风险

## 六、经营管理风险

### 第十二章 2017-2022年中国他经济行业发展策略及投资建议分析 (ZY ZM)

#### 第一节 他经济行业发展策略分析

- 一、坚持产品创新的领先战略
- 二、坚持品牌建设的引导战略
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略
- 五、坚持企业管理创新的保证战略

#### 第二节 他经济行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

#### 第三节 2017-2022年中国他经济产品生产及销售投资运作模式探讨

- 一、国内生产企业投资运作模式
- 二、国内营销企业投资运作模式
- 三、外销与内销优势分析
  - 1、产品外销优势
  - 2、产品内销优势

#### 第四节 2017-2022年中国他经济行业发展建议

#### 第五节 2017-2022年中国他经济行业投资建议

#### 图表目录：

图表：2013-2016年全球经济增长趋势：%

图表：2013-2016年中国GDP经济增长趋势：%

图表：1996-2015年他经济相关专利申请数量变化走势图：个

图表：他经济产业链结构示意图

图表：1996-2016年中国他经济行业专利申请情况(单位：个)

图表：2015年他经济行业专利申请前十申请量统计(单位：个)

图表：2015年我国他经济行业相关发明专利分布领域(前十位)(单位：%)

图表：2010-2015年中国他经济产量及其增速走势图  
图表：2010-2015年中国他经济消费量及其增速走势图  
图表：2010-2015年中国他经济市场规模及其增速走势图  
图表：2010-2015年中国他经济市场价格走势图  
图表：2017-2022年中国他经济产量及消费量预测  
图表：2017-2022年中国他经济市场价格走势预测  
图表：2010-2015年我国他经济市场规模分区域统计表  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业企业数量增长趋势图  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业资产规模增长分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业销售规模增长分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业利润规模增长分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业产成品增长分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业总产值分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业成本费用结构变动趋势  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业销售成本分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业销售费用分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业管理费用分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业财务费用分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业资产收益率分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业销售利润率分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业总资产周转率分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业流动资产周转率分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业销售增长率分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业利润增长率分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业资产负债率分析  
图表：2013-2016年中国他经济所属行业流动比率分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/W91894E1OT.html>