

## 女性身体、手部和足部护肤品 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



由于中国人口规模巨大，中国的身体、手部和足部护理品市场已经成为全球最大，而该市场仍然具有重大增长潜力。全国人民收入水平日益增长导致中国中产阶级的兴起，而这很可能将成为提升产品知名度和使用率的推动因素。

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 中国女性身体、手部和足部护理品市场的现状如何？该市场在短期内预计将如何发展？主要的市场推动因素和阻碍因素有哪些？
- 哪些因素会影响消费者对女性身体、手部和足部护理品市场的消费行为和态度？哪些因素是影响其产品选择的关键因素？
- 女性身体、手部和足部护理品市场未来产品开发的潜力领域在哪里？

“由于中国人口规模巨大，中国的身体、手部和足部护理品市场已经成为全球最大，而该市场仍然具有重大增长潜力。全国人民收入水平日益增长导致中国中产阶级的兴起，而这很可能将成为提升产品知名度和使用率的推动因素，同时，由于中国面积巨大，不同区域消费者的皮肤护理需求不同，而这为市场中企业带来机遇，可以在产品创新的过程中，考虑不同区域消费者的皮肤护理需求。相比产品价格，中国女性更关注产品效果，因此品牌走高端路线，促进消费者对产品品质和功能的兴趣，则将极具潜力。”

严以领（高级研究分析师）

#### 定义

女性身体、手部和足部护理品市场涵盖女性手部、足部和综合性身体护理产品。足部护理产品包括护乳液、霜、膏、湿纸巾。综合性身体护理产品包括去角质膏/磨砂膏、润肤霜/补水霜、纤体/对抗橘皮组织/紧肤产品。手部和指甲护理产品包括润手霜和抗衰老产品、指甲滋养霜、指缘修护霜/平滑修护甲油。

销售额基于通过所有零售渠道的销售，包括直销。它包括大众市场和高端市场，但不包括专业机构，例如美容院。

该市场不包括脱毛和漂白、爽身粉、指甲油/亮甲油/彩妆，防脚臭剂/滑石粉/鞋垫、药物护理、专门为婴幼儿设计的产品、防晒霜（即使含有保湿成分）、以及按摩/镇静油。

使用频率定义如下：

- 高频使用者=使用频率为“每天至少一次”
- 频率中等使用者=使用频率为“每周几次”或“每周一次”
- 低频使用者=使用频率为“每月2-3次”、“每月1次”、“少于每月1次”

## 购买这篇报告

地址：  
store.mintel.com

电话：  
欧洲，中东，非洲  
+44 (0) 20 7606 4533

巴西  
0800 095 9094

美洲  
+1 (312) 943 5250

亚洲  
+61 (0) 2 8284 8100

中国  
+86(21) 6386 6609

邮件：  
oxygen@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

## 女性身体、手部和足部护肤品 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 目录

## 引言

定义

研究方法

缩写

## 综述

## 市场

数据1: 对女性身体、手部及足部护肤品的态度, 2013年7月

数据2: 中国身体、手部和足部护肤品\*销售额预测(最好和最差情形), 2008-18年

数据3: 中国身体、手部和足部护肤品\*市场细分(按销售额统计), 2008-12年

## 公司和品牌

数据4: 中国身体、手部和足部护肤品\*领先企业所占零售额份额, 2010-12年

## 消费者

## 使用女性身体、手部和足部护肤品的频率

数据5: 使用不同类型女性身体、手部和足部护肤品的频率(%), 2013年7月

## 零售渠道

## 购买女性身体、手部及足部护肤品时最重要的考虑因素

数据6: 购买女性身体、手部及足部护肤品时最重要的考虑因素, 2013年7月

## 购买女性身体、手部及足部护肤品时最看重的产品特性/宣称

数据7: 购买女性身体、手部及足部护肤品时最看重的八大产品特性/宣称, 2013年7月

## 对质量和价值的重视超过价格

数据8: 对女性身体、手部及足部护肤品的质量和价值重视超过价格的态度, 2013年7月

## 品牌忠诚度和决策影响因素

数据9: 对女性身体、手部及足部护肤品的品牌忠诚度和决策影响因素的态度, 2013年7月

## 中国女性身体、手部和足部护肤品市场需要多元化

数据10: 对女性身体、手部及足部护肤品需要多元化的态度, 2013年7月

## 关键议题

克服女性身体、手部及足部护肤品使用频率低的障碍

专攻解决皮肤需求会推动女性身体、手部和足部护肤品的使用

高端化可以促进女性身体、手部和足部护肤品的使用

## 市场

## 要点

## 经济增长帮助推动市场发展

数据11: 中国身体、手部和足部护肤品\*销售额, 2008-18年

## 气候和地理问题提供进一步增长的潜力

## 市场预测

数据12: 中国身体、手部和足部护肤品\*销售额预测(最好和最差情形), 2008-18年

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86(21) 6386 6609 |

邮件: [oxygen@mintel.com](mailto:oxygen@mintel.com)

## 女性身体、手部和足部护肤品 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 市场细分

## 要点

## 身体护肤品市场销售额最高

数据13: 中国身体、手部和足部护肤品\*市场细分(按销售额统计), 2008-12年

## 身体护肤品带来的内耗导致手部和足部护肤品的低使用率

## 公司和品牌

## 要点

## 强生占据市场领先地位

数据14: 中国身体、手部和足部护肤品\*领先企业所占零售额份额, 2010-12年

## 强生集团

## 拜尔斯道夫股份公司

数据15: 1930年代的妮维雅广告

## 上海百雀羚日用化学有限公司

## 家化集团

## 科蒂集团

## 消费者——身体、手部和足部护肤品的使用

## 要点

## 所使用的女性身体、手部和足部护肤品类型及其使用频率

数据16: 过去12个月使用过的女性身体、手部及足部护肤品类型, 2013年7月

## 所有收入水平的消费者通常都会使用身体、手部和足部护肤品

## 近半数的受访者使用护足霜/护足油

数据17: 主要身体护肤品的使用(按年龄、收入和受教育程度区分), 2013年7月

## 如何说服更多的女性使用专业足部护肤品

## 通过鼓励增加产品使用频率获取销售增长的巨大空间

数据18: 使用不同类型女性身体、手部和足部护肤品的频率, 2013年7月

## 消费者——零售渠道

## 要点

## 半数用户曾从网上购买产品

数据19: 女性身体、手部和足部护肤品的购买(按渠道区分), 2013年7月

## 网购使得消费者更易购买

## 与淘宝合作帮助品牌向消费者传递更多产品知识

## 专卖店和高端化

数据20: 主要的销售渠道(按年龄、收入、城市和受教育程度区分), 2013年7月

## 消费者——选择因素

## 要点

## 购买女性身体、手部及足部护肤品时最重要的考虑因素

数据21: 购买女性身体、手部及足部护肤品时最重要的考虑因素, 2013年7月

## 年龄较大和更富裕的女性关注产品的功效

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86(21) 6386 6609 |

邮件: [oxygen@mintel.com](mailto:oxygen@mintel.com)

## 女性身体、手部和足部护肤品 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据22: 购买女性身体护肤品时第一重要的考虑因素 (按年龄、收入和城市区分), 2013年7月

购买女性身体、手部及足部护肤品时最看重的产品特性/宣称

数据23: 购买女性身体、手部及足部护肤品时最看重的八大产品特性/宣称, 2013年7月

对付身体和手部肌肤干燥是女性消费者的头号任务

数据24: 最看重的产品特性/宣称 (按年龄区分), 2013年7月

使用足部护肤品的消费者更青睐足部磨砂产品

## 消费者——对身体、手部和足部护肤品的态度

要点

对高档产品的需求

数据25: 对女性身体、手部及足部护肤品需要多元化的态度, 2013年7月

.....但是鲜有迹象表明人们认为本土产品次于进口产品

品牌忠诚度和决策影响因素

需求多样化:

## 关键议题——克服女性身体、手部及足部护肤品使用频率低的障碍

要点

中国消费者的使用习惯显示了女性身体、手部及足部护肤品在中国市场面临的挑战和机遇

数据26: 使用不同类型女性身体、手部和足部护肤品的频率, 2013年7月

便携包装的新机遇

沐浴习惯对身体护肤品使用的影响

数据27: 在家沐浴的场合, 2012年6月

对身体护肤品的需求在冬季有所不同

来自面部护肤品和洗/沐浴产品的竞争

身体护肤品的销售难以抗衡中国强大的面子文化

数据28: 对女性身体、手部及足部护肤品的态度, 2013年7月

数据29: 中国市场上的护肤品新品发布 (按子类品种区分), 2010-2012年

滋润型沐浴/淋浴产品挤占销售

数据30: 中国化妆品与护理用品市场 (按销售额增长率与市场份额区分), 2007-2012年

情感沟通可以提高女性身体、手部和足部护肤品的使用

数据31: 中国消费者的使用习惯显示了女性身体、手部及足部护肤品在中国市场面临的挑战和机遇

这意味着什么

## 关键议题——专攻解决皮肤需求会推动女性身体、手部和足部护肤品的使用

要点

沐浴习惯对身体护肤品使用的影响

数据32: 购买女性身体、手部及足部护肤品时最重要的考虑因素, 2013年7月

数据33: 购买女性身体、手部及足部护肤品时最看重的五大产品特性/宣称, 2013年7月

数据34: 数据 29: 中国市场上的护肤品新品发布 (按子类品种区分), 2010-2012年

滋润型沐浴/淋浴产品挤占销售

数据35: 季节性皮肤状况

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86(21) 6386 6609 |

邮件: [oxygen@mintel.com](mailto:oxygen@mintel.com)

## 女性身体、手部和足部护肤品 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据36: 中国年均温度

仍需满足问题肌肤的需求

中国的水供应和卫生问题是导致皮肤过敏的罪魁祸首

中国的空气污染也是导致问题肌肤的原因

数据37: 2011年PM10指数最高空气污染最严重的十大中国城市

对治愈/舒缓、防过敏和抗菌女性身体、手部和足部护肤品的需求

数据38: 购买女性身体、手部和足部护肤品时治愈/舒缓、防过敏和抗菌等产品特性/宣称的重要性, 2013年7月

数据39: 美国市场中治疗湿疹的身体护肤品新品示例, 2012-2013年

数据40: 中国市场中的抗痘身体护肤品示例, 2009年

这意味着什么?

## 关键议题——高端化可以促进女性身体、手部和足部护肤品的使用

要点

中国国内生产总值的增长和个人收入的提高促进了化妆品和彩妆品的消费

中产阶级的兴起也促使女性身体、手部和足部护肤品市场欣欣向荣

数据41: 中国身体护肤品新品(按零售价区分), 2010-2012年

消费者的低品牌忠诚度促使其尝试新产品

数据42: 对女性身体、手部和足部护肤品的品牌忠诚度和决策影响因素的态度, 2013年7月

向消费者传递身体护肤品的知识对于构建品牌高端化必不可少

数据43: 中国护肤品市场销售总额(以当地货币计算), 2012年

美容服务业的日益增长为品牌带来投资平台

礼品装和香水套装创造增长潜力

数据44: 季节性和限量版手部护肤品示例, 德国, 2012年

该品类仍缺乏高端或专卖店

数据45: 购买女性身体、手部和足部护肤品的渠道(按个人月收入和教育程度区分), 2013年7月

数据46: 对易在打折时购买女性身体、手部和足部护肤品的态度, 2013年7月

这意味着什么?

## 附录——过去12月中使用过的女性身体、手部及足部护理产品类型

数据47: 过去12月中使用过的女性身体、手部及足部护理产品类型, 2013年7月

数据48: 过去12月中使用过的女性身体、手部及足部护理产品类型——身体护理品(按人口特征区分), 2013年7月

数据49: 过去12月中使用过的女性身体、手部及足部护理产品类型——手部护理品(按人口特征区分), 2013年7月

数据50: 过去12月中使用过的女性身体、手部及足部护理产品类型——足部护理品(按人口特征区分), 2013年7月

数据51: 过去12月中使用过的女性身体、手部及足部护理产品类型——其他产品(按人口特征区分), 2013年7月

## 附录——不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率

数据52: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率, 2013年7月

数据53: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率, 2013年7月

数据54: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——身体滋润产品(按人口特征区分), 2013年7月

数据55: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——身体滋润产品(按人口特征区分), 2013年7月

数据56: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——身体磨砂产品(按人口特征区分), 2013年7月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86(21) 6386 6609 |

邮件: [oxygen@mintel.com](mailto:oxygen@mintel.com)

## 女性身体、手部和足部护肤品 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据57: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——身体磨砂产品(按人口特征区分), 2013年7月

数据58: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——身体精油(按人口特征区分), 2013年7月

数据59: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——身体精油(按人口特征区分), 2013年7月

数据60: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——护手霜(按人口特征区分), 2013年7月

数据61: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——护手霜(按人口特征区分), 2013年7月

数据62: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——手部精油(按人口特征区分), 2013年7月

数据63: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——手部精油(按人口特征区分), 2013年7月

数据64: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——手膜(按人口特征区分), 2013年7月

数据65: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——手膜(按人口特征区分), 2013年7月

数据66: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——指甲滋润产品(按人口特征区分), 2013年7月

数据67: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——指甲滋润产品(按人口特征区分), 2013年7月

数据68: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——护足霜(按人口特征区分), 2013年7月

数据69: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——护足霜(按人口特征区分), 2013年7月

数据70: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——足部精油(按人口特征区分), 2013年7月

数据71: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——足部精油(按人口特征区分), 2013年7月

数据72: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——足部磨砂产品(按人口特征区分), 2013年7月

数据73: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——足部磨砂产品(按人口特征区分), 2013年7月

数据74: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——身体护理产品(按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据75: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——身体护理产品(按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据76: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——身体护理产品(按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据77: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——手部护理产品(按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据78: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——手部护理产品(按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据79: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——手部护理产品(按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据80: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——足部护理产品(按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据81: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——足部护理产品(按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据82: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率——足部护理产品(按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据83: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率(按对女性身体、手部及足部护理产品的态度区分——高端化), 2013年7月

数据84: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率(按对女性身体、手部及足部护理产品的态度区分——品牌忠诚度和选购考虑因素), 2013年7月

数据85: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率(按对女性身体、手部及足部护理产品的态度区分——需求多样化), 2013年7月

## 购买女性身体、手部及足部护理品的渠道

数据86: 购买女性身体、手部及足部护理品的渠道, 2013年7月

数据87: 购买女性身体、手部及足部护理品的渠道(按人口特征区分), 2013年7月

数据88: (续) 购买女性身体、手部及足部护理品的渠道(按人口特征区分), 2013年7月

数据89: (续) 购买女性身体、手部及足部护理品的渠道(按人口特征区分), 2013年7月

数据90: 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率(按购买女性身体、手部及足部护理品的场所护理品的渠道区分), 2013年7月

数据91: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率(按购买女性身体、手部及足部护理品的场所护理品的渠道区分), 2013年7月

数据92: (续) 不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率(按购买女性身体、手部及足部护理品的场所护理品的渠道区分), 2013年7月

数据93: 对女性身体、手部及足部护理品的态度(按购买女性身体、手部及足部护理品的场所护理品的渠道区分), 2013年7月

数据94: (续) 对女性身体、手部及足部护理品的态度(按购买女性身体、手部及足部护理品的场所护理品的渠道区分), 2013年7月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86(21) 6386 6609 |

邮件: [oxygen@mintel.com](mailto:oxygen@mintel.com)

## 女性身体、手部和足部护肤品 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据95: (续) 对女性身体、手部及足部护理品的态度 (按购买女性身体、手部及足部护理品的场所护理品的渠道区分), 2013年7月

## 附录——购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素

数据96: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素, 2013年7月

数据97: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——第一重要因素 (按人口特征区分), 2013年7月

数据98: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——第一重要因素 (按人口特征区分), 2013年7月

数据99: (续) 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——第一重要因素 (按人口特征区分), 2013年7月

数据100: (续) 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——第二重要因素 (按人口特征区分), 2013年7月

数据101: (续) 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——第二重要因素 (按人口特征区分), 2013年7月

数据102: (续) 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——第二重要因素 (按人口特征区分), 2013年7月

数据103: (续) 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——第三重要因素 (按人口特征区分), 2013年7月

数据104: (续) 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——第三重要因素 (按人口特征区分), 2013年7月

数据105: (续) 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——第三重要因素 (按人口特征区分), 2013年7月

数据106: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——身体滋润产品 (按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率), 2013年7月

数据107: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——身体磨砂产品 (按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率), 2013年7月

数据108: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——身体精油 (按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率), 2013年7月

数据109: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——身体精油 (按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率), 2013年7月

数据110: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——护手霜 (按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率), 2013年7月

数据111: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——手部精油 (按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率), 2013年7月

数据112: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——手部精油 (按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率), 2013年7月

数据113: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——手膜 (按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率), 2013年7月

数据114: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——指甲滋润产品 (按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率), 2013年7月

数据115: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——护足霜 (按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率), 2013年7月

数据116: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——护足霜 (按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率), 2013年7月

数据117: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——足部精油 (按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率), 2013年7月

数据118: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——足部磨砂产品 (按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率), 2013年7月

数据119: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素 (按购买女性身体、手部及足部护理品的场所护理品的渠道区分), 2013年7月

数据120: (续) 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素 (按购买女性身体、手部及足部护理品的场所护理品的渠道区分), 2013年7月

数据121: (续) 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素 (按购买女性身体、手部及足部护理品的场所护理品的渠道区分), 2013年7月

数据122: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素 (按对女性身体、手部及足部护理品的态度区分——高端化), 2013年7月

数据123: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素 (按对女性身体、手部及足部护理品的态度区分——品牌忠诚度和选购考虑因素), 2013年7月

数据124: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素 (按对女性身体、手部及足部护理品的态度区分——需求多样化), 2013年7月

数据125: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——身体护理产品 (按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据126: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——身体护理产品 (按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据127: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——身体护理产品 (按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据128: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——手部护理产品 (按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据129: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——手部护理产品 (按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据130: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——手部护理产品 (按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据131: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——足部护理产品 (按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

数据132: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——足部护理产品 (按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分), 2013年7月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86(21) 6386 6609 |

邮件: [oxygen@mintel.com](mailto:oxygen@mintel.com)

## 女性身体、手部和足部护肤品 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据133: 购买女性身体、手部及足部护理产品时最重要的考虑因素——足部护理产品（按女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效区分），2013年7月

## 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效

数据134: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效，2013年7月

数据135: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效（按人口特征区分），2013年7月

数据136: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体护理产品（按人口特征区分），2013年7月

数据137: （续）女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体护理产品（按人口特征区分），2013年7月

数据138: （续）女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体护理产品（按人口特征区分），2013年7月

数据139: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——手部护理产品（按人口特征区分），2013年7月

数据140: （续）女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——手部护理产品（按人口特征区分），2013年7月

数据141: （续）女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——手部护理产品（按人口特征区分），2013年7月

数据142: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——足部护理产品（按人口特征区分），2013年7月

数据143: （续）女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——足部护理产品（按人口特征区分），2013年7月

数据144: （续）女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——足部护理产品（按人口特征区分），2013年7月

数据145: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体滋润产品（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据146: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体磨砂产品（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据147: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体精油（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据148: （续）女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体精油（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据149: （续）女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——护手霜（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据150: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——手部精油（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据151: （续）女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——手部精油（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据152: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——手膜（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据153: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——指甲滋润产品（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据154: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——护足霜（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据155: （续）女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——护足霜（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据156: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——足部精油（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据157: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——足部磨砂产品（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据158: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体滋润产品（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据159: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体磨砂产品（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据160: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体精油（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据161: （续）女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体精油（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据162: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——护手霜（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据163: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——手部精油（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据164: （续）女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——手部精油（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据165: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——手膜（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据166: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——指甲滋润产品（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据167: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——护足霜（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据168: （续）女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——护足霜（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据169: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——足部精油（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

数据170: 女性身体、手部及足部护理产品最重要的产品特性/功效——足部磨砂产品（按不同类型的女性身体、手部及足部护理产品的使用频率），2013年7月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86(21) 6386 6609 |

邮件: [oxygen@mintel.com](mailto:oxygen@mintel.com)

## 女性身体、手部和足部护肤品 - 中国 - 2013年9月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

- 数据171: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体滋润产品（按不同类型的女性身体、手部和足部护理产品的使用频率），2013年7月
- 数据172: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体磨砂产品（按不同类型的女性身体、手部和足部护理产品的使用频率），2013年7月
- 数据173: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体精油（按不同类型的女性身体、手部和足部护理产品的使用频率），2013年7月
- 数据174: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体精油（按不同类型的女性身体、手部和足部护理产品的使用频率），2013年7月
- 数据175: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——护手霜（按不同类型的女性身体、手部和足部护理产品的使用频率），2013年7月
- 数据176: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——手部精油（按不同类型的女性身体、手部和足部护理产品的使用频率），2013年7月
- 数据177: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——手部精油（按不同类型的女性身体、手部和足部护理产品的使用频率），2013年7月
- 数据178: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——手膜（按不同类型的女性身体、手部和足部护理产品的使用频率），2013年7月
- 数据179: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——指甲滋润产品（按不同类型的女性身体、手部和足部护理产品的使用频率），2013年7月
- 数据180: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——护足霜（按不同类型的女性身体、手部和足部护理产品的使用频率），2013年7月
- 数据181: (续) 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——护足霜（按不同类型的女性身体、手部和足部护理产品的使用频率），2013年7月
- 数据182: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——足部精油（按不同类型的女性身体、手部和足部护理产品的使用频率），2013年7月
- 数据183: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——足部磨砂产品（按不同类型的女性身体、手部和足部护理产品的使用频率），2013年7月
- 数据184: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体护理产品（按购买女性身体、手部和足部护理产品的场所护理产品的渠道区分），2013年7月
- 数据185: (续) 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体护理产品（按购买女性身体、手部和足部护理产品的场所护理产品的渠道区分），2013年7月
- 数据186: (续) 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体护理产品（按购买女性身体、手部和足部护理产品的场所护理产品的渠道区分），2013年7月
- 数据187: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——手部护理产品（按购买女性身体、手部和足部护理产品的场所护理产品的渠道区分），2013年7月
- 数据188: (续) 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——手部护理产品（按购买女性身体、手部和足部护理产品的场所护理产品的渠道区分），2013年7月
- 数据189: (续) 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——手部护理产品（按购买女性身体、手部和足部护理产品的场所护理产品的渠道区分），2013年7月
- 数据190: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——足部护理产品（按购买女性身体、手部和足部护理产品的场所护理产品的渠道区分），2013年7月
- 数据191: (续) 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——足部护理产品（按购买女性身体、手部和足部护理产品的场所护理产品的渠道区分），2013年7月
- 数据192: (续) 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——足部护理产品（按购买女性身体、手部和足部护理产品的场所护理产品的渠道区分），2013年7月
- 数据193: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体护理产品（按对女性身体、手部和足部护理产品的态度区分——高端化），2013年7月
- 数据194: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体护理产品（按对女性身体、手部和足部护理产品的态度区分——品牌忠诚度和选购考虑因素），2013年7月
- 数据195: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——身体护理产品（按对女性身体、手部和足部护理产品的态度区分——需求多样化），2013年7月
- 数据196: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——手部护理产品（按对女性身体、手部和足部护理产品的态度区分——高端化），2013年7月
- 数据197: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——手部护理产品（按对女性身体、手部和足部护理产品的态度区分——品牌忠诚度和选购考虑因素），2013年7月
- 数据198: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——手部护理产品（按对女性身体、手部和足部护理产品的态度区分——需求多样化），2013年7月
- 数据199: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——足部护理产品（按对女性身体、手部和足部护理产品的态度区分——高端化），2013年7月
- 数据200: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——足部护理产品（按对女性身体、手部和足部护理产品的态度区分——品牌忠诚度和选购考虑因素），2013年7月
- 数据201: 女性身体、手部和足部护理产品最重要的产品特性/功效——足部护理产品（按对女性身体、手部和足部护理产品的态度区分——足部护理产品），2013年7月

## 对女性身体、手部和足部护理产品的态度

- 数据202: 对女性身体、手部和足部护理产品的态度，2013年7月
- 数据203: 对女性身体、手部和足部护理产品的态度——高端化（按人口特征区分），2013年7月
- 数据204: 对女性身体、手部和足部护理产品的态度——品牌忠诚度和选购考虑因素（按人口特征区分），2013年7月
- 数据205: 对女性身体、手部和足部护理产品的态度——需求多样化（按人口特征区分），2013年7月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

中国 +86(21) 6386 6609 |

邮件: [oxygen@mintel.com](mailto:oxygen@mintel.com)