

2010-2015年中国化妆品产业深度调研及行业发展预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2010-2015年中国化妆品产业深度调研及行业发展预测报告》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/hzhp/4310438TOF.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

2010-2015年中国化妆品产业深度调研及行业发展预测报告 内容介绍：

报告目录

图表目录

第一章2009-2010年世界化妆品产业运行现状分析

第一节2009-2010年世界化妆品产业运行综述

一、世界美容化妆品发展的四个阶段

二、中国护肤品产品定位分析

三、中小护肤品企业发展对策分析

第二节2009-2010年中国护肤品市场的发展分析

一、世界防晒化妆品市场发展回顾

二、世界市场防晒品质量存隐忧

三、泰国防晒用品市场调研市场的销售情况

四、日本防晒护肤品畅销市场

第三节2009-2010年中国防晒品的市场分析

一、2009年夏季防晒品市场凸现两大特点

二、2009年防晒品全线升级

三、2009年“五一”期间防晒品市场销售火爆

四、未来防晒护肤品发展趋势

五、专用防晒化妆品市场发展潜力分析

第八章2009-2010年中国洗面奶和美白用品市场发展回顾

二、中国染发剂发展

三、欧莱雅发展超市渠道四品牌首先进入

第二节美国宝洁公司（PROCTER&GAMBLE）

一、公司简介

二、宝洁提价策略未能延续

三、宝洁公司在中国的乡村化策略

第三节美国安利公司（AMWAY）

一、公司简介

二、安利在中国的市场发展策略概述

三、安利公司的制胜之道

第四节美国雅芳（AVON）

一、公司简介

二、雅芳将中国市场作为独立的业务区

三、雅芳加强在华投入，新区域研发中心落户上海

第五节日本资生堂（SHISEIDO）

一、公司简介

二、资生堂在中国推出药房新品牌「DQ蒂珂」

三、HPLC产品销售体制变更

第六节英国联合利华（UNILEVER）

一、公司简介

二、联合利华优先发展中国

三、联合利华全球第六大研发中心落户上海

第七节DHC

一、企业概况

二、经营状况

三、发展动态

第八节FANCL

一、企业概况

二、经营状况

第九节ORBIS

一、企业概况

二、经营状况

第十五章2009-2010年中国化妆品企业竞争财务数据分析

第一节上海家化联合股份有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第二节索芙特股份有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

产品名称

所属行业

营业收入

营业成本

营业利润率（%）

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第三节上海自然美化妆品有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第四节江苏隆力奇集团有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第五节北京大宝化妆品有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第六节广州市好迪化妆品有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第七节霸王国际（集团）控股有限公司

一、公司简介

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来战略分析

第八节天津郁美净集团有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司未来战略分析

第九节无锡标榜化妆品有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司未来战略分析

第十节中山市嘉丹婷日用品有限公司

- 一、公司简介
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司未来战略分析

第十六章2010-2015年中国化妆品产业发展趋势预测分析

第一节2010-2015年中国化妆品发展方向

- 三、女性化妆品消费群分析
- 四、女大学生化妆品消费特征分析
- 五、女性化妆品营销策略分析

第二节化妆品网络营销分析

- 一、美容化妆品网络营销推广
- 二、品牌化妆品网络营销的瓶颈
- 三、化妆品行业常用的网络营销模式
- 四、高端化妆品的网络营销分析
- 五、互联网用户化妆品市场竞争激烈

第三节化妆品专业线渠道模式探讨

- 一、传统区域代理模式
- 二、控制渠道的自建渠道模式
- 三、不设代理商的扁平化模式
- 四、厂商结盟的“利益共同体”模式
- 五、连锁经营模式

第四节化妆品营销战略的转型

一、个性化消费时代与新的价值创造体系

二、整合通路与终端打造黄金网络

三、化妆品营销必由之路是与通路结盟

第五节化妆品营销模式走向分析

一、药店把化妆品当保健品卖

二、直销造就亲情营销典范

三、俱乐部走进化妆品新视角

四、连锁另建化妆品新渠道

第六节化妆品在电视直销领域开展营销战略分析

一、化妆品在电视直销领域的现状及存在问题

二、化妆品在电视直销领域运作策略分析

图表目录

图表 1：2006-2009年世界化妆品市场规模统计 亿美元

图表 2：世界化妆品区域市场结构

图表 3：美国市场化妆品结构

图表 4：美国化妆品销售渠道结构

图表 5：2009韩国化妆品十大公司

图表 6：日本各类化妆品销售额百分比

图表 7：2005-2009年工业增加值统计 亿元

图表 8：2009年主要工业产品产量及其增长速度统计

图表 9：2006-2009年中国人口规模分析（万人）

图表 10：2007-2008年中国一线城市人口统计（万人）

图表 11：2009年中国人口年龄结构分析

图表 12：中美两国化妆品人均消费对比 美元

图表 13：2005-2010年1-4月美容品或化妆品及护肤品进口数据 美元，千克，%

图表 14：2005-2010年1-4月美容品或化妆品及护肤品进口均价 美元/千克

图表 15：2005-2010年1-4月美容品或化妆品及护肤品出口数据 美元，千克，%

图表 16：2005-2010年1-4月美容品或化妆品及护肤品出口均价 美元/千克

图表 17：2009年美容品或化妆品及护肤品出口国别数据 千克，美元，%

图表 18：2009年美容品或化妆品及护肤品进口国别数据 千克，美元，%

图表 19：2010年1-4月美容品或化妆品及护肤品出口国别数据 千克，美元，%

图表 20：2010年1-4月进口国别数据 千克，美元，%

图表 21：2005-2010年1-4月香水及花露水进口数据 美元，千克，%

图表 22：2005-2010年1-4月香水及花露水进口均价 美元/千克

图表 23：2005-2010年1-4月香水及花露水出口数据 美元，千克，%

图表 24：2005-2010年1-4月香水及花露水出口均价 美元/千克

图表 25：2009年香水及花露水出口国别数据 千克，美元，%

图表 26：2009年香水及花露水进口国别数据 千克，美元，%

图表 27：2010年1-4月香水及花露水出口国别数据 千克，美元，%

图表 28：2010年1-4月香水及花露水进口国别数据 千克，美元，%

图表 29：2005-2010年1-4月护肤品进口数据 千克，美元，%

图表 30：2005-2010年1-4月护肤品进口均价 美元/千克

图表 31：2005-2010年1-4月护肤品出口数据 千克，美元，%

图表 32：2005-2010年1-4月护肤品出口均价 美元/千克

图表 33：2009年护发品出口国别数据 千克，美元，%

图表 34：2009年护发品进口国别数据 千克，美元，%

图表 35：2010年1-4月年护肤品出口国别数据 千克，美元，%

图表 36：2010年1-4月年护肤品进口国别数据 千克，美元，%

图表 37：2005-2009年中国化妆品制造行业竞争企业数量 个

图表 38：2005-2009年中国化妆品制造行业亏损情况 亿元

图表 39：2005-2009年中国化妆品制造行业销售额增长情况 亿元

图表 40：2005-2009年中国化妆品制造行业利润总额增长情况 亿元

图表 41：2005-2009年中国化妆品制造行业资产总额增长情况 亿元

图表 42：2005-2009年中国化妆品制造行业从业人数 人

图表 43：2005-2009年我国化妆品制造业销售利润率统计

图表 44：2005-2009年我国化妆品制造业销售毛利率统计

图表 45：2005-2009年我国化妆品制造业资产利润率统计

图表 46：2005-2009年中国化妆品制造行业工业总产值增长情况 亿元

图表 47：2005-2009年中国化妆品制造行业工业销售产值增长情况 亿元

图表 48：2005-2009年我国化妆品制造业产销率统计

图表 49：2005-2009年中国化妆品制造行业出口交货值增长情况 亿元

图表 50：2005-2009年中国化妆品制造业(化妆品制造业出口数据)出口交货值占工业总产值比重统计

图表 51：2009年上海市洗面奶产品质量专项监督抽查合格的产品和企业名单

图表 52：主要美白护肤品品牌分地区消费调查

图表 53：2009年国内市场的主要美白产品介绍

图表 54：2009年最受关注护发素品牌

图表 55：消费者调查年龄构成

图表 56：消费者肌肤类型调查情况

图表 57：消费者对自身肌肤状况的了解情况调查

图表 58：消费者对自身肌肤状况满意情况调查

图表 59：消费者对自身肌肤护理和保养重视情况调查

图表 60：消费者购买化妆品频次调查

图表 61：消费者对化妆品价格认同情况调查

图表 62：消费者购买化妆品渠道调查

图表 63：化妆品专卖店对消费者的吸引因素调查

图表 64：消费者对化妆品功效情况调查

图表 65：消费者得到化妆品资讯的途径调查

图表 66：消费者是否想更换目前使用品牌情况调查

图表 67：消费者对各国化妆品品牌偏好调查

图表 68：2009年夏季消费者护肤品品牌构成

图表 69：美容化妆品企业上网状况

图表 70：按获得时间排列——国内获得直销牌照企业名单

图表 71：2008-2009年欧莱雅在营业绩

图表 72：2009年安利在营业绩

图表 73：2005-2009年雅芳（中国）制造公司营业收入统计 亿元

图表 74：2005-2009年雅芳（中国）制造公司利润总额统计 亿元

图表 75：2005-2009年雅芳（中国）制造公司盈利能力分析

图表 76：资生堂在华关联企业

图表 77：2005-2009年资生堂丽源化妆品公司营业收入统计 亿元

图表 78：2005-2009年资生堂丽源化妆品公司盈利能力分析

图表 79：2005-2009年上海卓多姿中信化妆品公司营业收入统计 亿元

图表 80：2005-2009年上海卓多姿中信化妆品公司盈利能力分析

图表 81：2005-2009年联合利华（中国）公司营业收入统计 亿元

图表 82：2005-2009年联合利华（中国）公司盈利能力分析

图表 83：fancl中国大陆营业区域

图表 84：orbis在营店铺

图表 85：orbis在华的会员制度

图表 86:2007-2010年一季度上海家化主要经营数据指标 元

图表 87：2007-2009年上海家化盈利能力分析

图表 88：2007-2010年一季度索芙特股份主要经营数据 元

图表 89：2007-2009年索芙特股份盈利能力分析

图表 90：索芙特股份公司主营业务收入、主营业务利润按行业、产品构成情况 元

图表 91：索芙特股份主要产品情况 元

图表 92：2005-2009年上海自然美化妆品公司营业收入统计 亿元

图表 93：2005-2009年上海自然美化妆品公司利润总额统计 亿元

图表 94：2005-2009年上海自然美化妆品公司盈利能力分析

图表 95：自然美集团资本运作示意图

图表 96：2005-2009年江苏隆力奇集团公司营业收入统计 亿元

图表 97：2005-2009年江苏隆力奇集团公司利润总额统计 亿元

图表 98：2005-2009年江苏隆力奇集团公司盈利能力分析

图表 99：2005-2009年北京大宝化妆品公司营业收入统计 亿元

图表 100：2005-2009年北京大宝化妆品公司利润总额统计 亿元

图表 101：2005-2009年北京大宝化妆品公司盈利能力分析

图表 102：2005-2009年广州好迪化妆品公司营业收入统计 亿元

图表 103：2005-2009年广州好迪化妆品公司利润总额统计 亿元

图表 104：2005-2009年广州好迪化妆品公司盈利能力分析

图表 105：2008-2009年霸王国际控股（集团）公司主要经营数据指标 千元

图表 106：霸王公司按产品收入构成 千元

图表 107：2008-2009年霸王国际（集团）控股公司盈利能力分析

图表 108：2005-2009年天津郁美净集团公司营业收入统计 亿元

图表 109：2005-2009年天津郁美净集团公司利润总额统计 亿元

图表 110：2005-2009年天津郁美净集团公司盈利能力分析

图表 111：2005-2009年无锡标榜化妆品公司营业收入统计 亿元

图表 112：2005-2009年无锡标榜化妆品公司利润总额统计 亿元

图表 113：2005-2009年无锡标榜化妆品公司盈利能力分析

图表 114：2005-2009年中山市嘉丹婷日用品公司营业收入统计 亿元

图表 115 : 2005-2009年中山市嘉丹婷日用品公司利润总额统计 亿元

图表 116 : 2005-2009年中山市嘉丹婷日用品公司盈利能力分析

图表 117 : 中国互联网用户化妆品品牌占有率与预购度对比

图表 118 : 中国互联网用户化妆品品牌满意度统计

详细请访问 : <http://www.abaogao.com/b/hzhp/4310438TOF.html>