

2008年中国彩妆市场研究报告

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

《2008年中国彩妆市场研究报告》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/D943827WOX.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

2008年中国彩妆市场研究报告 内容介绍：

中国化妆品发展的黄金时期。GDP增长年均保持9%，近5年更是超过了10%，国民经济的快速发展，使消费者的消费能力得到了大幅度的提升，同时，大批“80后”的年轻人获得了经济独立，他们的消费意识比前辈更加前卫而且大胆，超前消费、信用卡支付等使“月光族”兴起。这是彩妆市场蓬勃发展的消费能力基础。

世界经济一体化也促进了中国经济与中国行业概况

第一节 彩妆相关概念

一、化妆品的定义

二、彩妆的定义与内容

三、彩妆产品的分类与作用

第二节 彩妆行业发展环境分析

一、宏观经济

二、原材料涨价压力

三、监管力度上升

四、WTO背景下的市场开放

五、国际品牌的公关成就和市场平等的冲突会加剧

六、品牌竞争升级

七、营销创新形成优势

八、直销是多方期待的暗流

第三节 彩妆产品包装分析

一、时尚潮流

二、功用和风尚

三、发展中的市场和营销渠道

四、配方和产品要求

第二章 世界彩妆市场分析

第一节 世界彩妆市场概况

一、新型市场表现更胜一筹

二、乌克兰、中国、印度市场潜力巨大

三、彩妆点亮面部

四、眼部市场依旧活跃

五、唇部光彩闪耀

六、把握潮流动向

七、迎接双重挑战

第二节 世界彩妆品牌市场销售情况

一、世界彩妆产品分类销售情况

二、世界彩妆产品分地区销售情况

第三节 世界主要化妆品品牌分析

一、ChristianDior (迪奥)

二、CHANEL (香奈儿)

三、Guerlain (娇兰)

四、Biotherm (碧欧泉)

五、SHISEIDO (资生堂)

六、Maybelline

七、BobbiBrown

八、Shu uemura

九、Estee Lauder

十、Lancome (兰蔻)

十一、Clarins (娇韵诗)

十二、Elizabetharden (伊丽莎白雅顿)

十三、Erno Laszlo (奥伦纳素)

十四、Clinique (倩碧)

第四节 全球最佳彩妆用品排行分析

第三章 中国彩妆行业营销分析

第一节 彩妆市场构建定位

一、一级市场

二、二、三级市场

第二节 彩妆品牌立足化妆品专卖店渠道分析

第三节 彩妆校园培训营销分析

第四节 彩妆市场营销策略

一、专柜陈列策略

二、媒体策略

三、促销活动策略

四、终端物料策略

第五节 国内彩妆品牌的营销对策

一、国际彩妆品牌纷纷抢占中国市场

二、本土彩妆品牌路在何方

第七章 彩妆区域行业竞争情况分析

第一节 彩妆行业竞争格局分析

一、国际一线彩妆品牌抢“鲜”进入

二、站稳中国市场的妆业国际品牌加大布局

三、国产彩妆品牌加快市场调研市场拓展步伐

第二节 彩妆市场竞争新格局

一、竞争格局多元化：独秀到百花齐放

二、产品线强化：单一到多元

三、产业链趋于完善：零散到系统

第三节 彩妆市场竞争行为

一、中国彩妆行业发展预测及策略

第一节 中国彩妆发展趋势预测及对策分析

一、2010年中国彩妆发展预测

二、坚定走专卖店渠道为主，兼做小型商超

三、依靠活动做促销

四、利用培训提高销售人员的凝聚力和战斗力

五、其它渠道

第四节 彩妆市场发展策略

一、以变应变

二、以快应变

三、以不变应万变

四、在对标的颠覆中求的最大突破

部分图表目录

图表 2008年1-2月中国唇用化妆品进(唇用化妆品进出口数据)出口统计

图表 2008年1-2月中国眼用化妆品进(眼用化妆品进出口数据)出口统计

图表 2008年1-2月我国指(趾)甲化妆品进出口统计

图表 2008年1-2月我国香粉(不论是否压紧)化妆品进出口统计

图表 2007年中国唇用化妆品进(唇用化妆品进出口数据)出口统计

图表 2007年中国眼用化妆品进(眼用化妆品进出口数据)出口统计

图表 2007年我国指(趾)甲化妆品进出口统计

图表 2007年我国香粉(不论是否压紧)化妆品进出口统计

图表 2007年唇部彩妆产品市场份额

图表 2007年唇膏与唇彩的市场增长率

图表 2007年中国眼部彩妆产品所占(眼部彩妆产品所占市场分析)市场份额较大的品牌

图表 2007年象牙白色在粉底和粉饼、散粉消费者诉求比例

图表 2007年蜜桃红在胭脂产品中以及自然色在遮瑕产品中所占比例

图表 2006年中国唇用化妆品进(唇用化妆品进出口数据)出口统计

图表 2006年中国眼用化妆品进(眼用化妆品进出口数据)出口统计

图表 2006年我国指(趾)甲化妆品进出口统计

图表 2006年我国香粉(不论是否压紧)化妆品进出口统计

图表 2006年彩妆品牌性价比评价表

图表 2006年彩妆品牌质量评价表

图表 2006年彩妆品牌售后服务评价表

图表 2006年1-10月护肤、彩妆类化妆品销售情况

图表 2006年1-10月护肤、彩妆类化妆品销售情况

图表 2005年中国彩妆(彩妆市场分析)市场排名前三位情况

图表 2006年欧莱雅销售额分析

图表 2006年欧莱雅盈利分析

图表 2007年欧莱雅经营业绩情况

图表 2007年欧莱雅四大核心业务增长率情况

图表 2005年和2007年欧莱雅市场占有率情况分析

图表 2005年和2007年欧莱雅市场增长率情况分析

图表 2008年第一季度欧莱雅经营业绩情况

图表 2006-2007年宝洁全球经营业绩分析

图表 2007年第四季度联合利华业绩分析

图表 2007年联合利华财务情况

图表 2007年第三季度雅芳经营业绩分析

图表 2007年第四季度雅芳净盈余情况

图表 2007年第四季度雅芳经营利润情况

图表 2005-2007年安利经营业绩分析

图表 2006-2007年第三财季雅诗兰黛公司经营业绩分析

图表 2007年4-12月资生堂经营业绩情况

图表 彩妆细分产品相对地位的变动情况

图表 世界彩妆产品分地区销售情况

图表 全球十大腮红品牌排行榜

图表 全球十大隔离霜品牌排行榜

图表 全球十大粉底液品牌排行榜

图表 全球十大粉饼品牌排行榜

图表 全球十大睫毛膏品牌排行榜

图表 彩妆主要品牌消费群体分类

图表 彩妆消费者开始化妆的年龄

图表 消费者每天化妆情况

图表 消费者化妆花费的时间

图表 消费者每天的妆容是否一样

图表 消费者出门前花最多时间准备的事情

图表 消费者哪个部位不上妆不敢出门

图表 消费者化妆花最多的时间在哪个部位

图表 消费者出门一定随身携带的彩妆品

图表 消费者外出最在意哪个部位妆花掉

图表 消费者除了彩妆品还会使用哪些用品辅助妆容

图表 消费者最希望改变脸部哪个部位的外观

图表 消费者曾因彩妆发挥有限而考虑脸部整形的情况

图表 消费者从哪学到化妆技巧

图表 对于美妆技巧消费者对哪种说法最忍不住尝试

图表 最吸引消费者眼球的美妆信息

图表 消费者参考最多的范例妆容

图表 消费者每个季度在脸部彩妆品的花费

图表 消费者愿意在单项彩妆品上花费的金额

图表 消费者在数量上拥有的最多的彩妆品

图表 彩妆品的主要来源渠道

图表 消费者曾在网络上购买过的彩妆品

图表 上海女性月彩妆消费额情况

图表 上海女性消费者超市专柜和专卖店购买彩妆产品比例

图表 化妆品和医药部外品及医药品的对比

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/D943827WOX.html>