

2008年中国化妆品市场研究分析 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年中国化妆品市场研究分析报告》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/M8327199S3.html>

报告价格：纸质版：7600元 电子版：7800元 纸质+电子版：8200元

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年中国化妆品市场研究分析报告 内容介绍：

在中国宏观经济快速发展的环境下，化妆品及美容行业在中国得到迅速发展，近年来一直保持着快速增长，2007年1-11月我国化妆品制造企业销售总额达41239987千元，同比增长17.59%；预计2008年中国化妆品市场现状、中国化妆品市场的流行新趋势

一、今后世界化妆品原料市场主导原料

二、化妆品的新型研发材料

第二节 中国化妆品企业如何突破产品科技瓶颈

一、国内化妆品企业产品的科技缺失

二、化解科技瓶颈突破方法

第三节 21世纪美容化妆品新技术与新原料

一、21世纪美容化妆品高新技术

二、21世纪美容化妆品的新原料

第四章 国外化妆品市场现状

一、日本化妆品行业市场分析

二、法国化妆品市场调研市场分析

三、韩国化妆品市场调研市场分析

第五节 世界名牌化妆品概况

一、国际主要化妆品品牌

二、世界名牌化妆品的特点

三、世界名牌化妆品销售策略

第五章 2008年中国化妆品市场分析

一、产品概述

二、市场特点

三、

第二节 竞争状况

一、竞争焦点

二、中国城市防晒护肤品市场分析

一、世界彩妆市场发展

二、主要品牌占有率

第二节 2007-2008中国彩妆发展历程表

表8.2 2007年十大畅销化妆品品牌榜

表8.3 2007年1-11月我国化妆品制造企业总体情况

表9.1 防晒系列护肤品的渗透率前五位的城市排名

表9.2 品牌忠诚度的维护情况

表12.1 洗发水广告明星代言人情况

表14.1 调查化妆品牌结果

表14.2 女性使用洁肤护肤品前十名排名

表14.3 不同年龄对化妆品的喜爱程度

表14.4 不同品牌不同价格的喜爱程度

表14.5 不同地区对各化妆品喜爱程度

表14.6 消费者心目中的婴儿护肤产品特征

表 14.7 不同文化程度认为纹眉等属于生活美容还是医疗美容

表15.1 2007年1-11月北京地区化妆品制造企业总体概况

表15.2 北京市护肤品市场各品牌占有情况

表18.1 2007年上海家化经营状况统计

附 图

图1.1 固定资产投资增长速度

图1.2 2003-2007年工业生产增加值

图1.3 2003-2007年社会消费零售总额增长率

图1.4 2003-2007年农村居民人均纯收入及其增长速度

图1.5 CPI指数和PPI指数

图1.6 物价满意度大幅度下降

图1.7 2006-2007年房屋销售价格

图1.8 企业景气指数与企业家信心趋势图

图5.1 2006—2007年日用化学品行业产值变化趋势图

图5.2 2006—2007年日用化学品企业资本负债率变化趋势图

图5.3 2006—2007年日用化学品企业资金利润率变化趋势图

图5.4 2006—2007年日用化学品企业成本费用利润率变化趋势图

图5.5 2006—2007年日用化学品行业人均销售率变化趋势图

图5.6 2006—2007年日用化学品企业产成品资金占用率变化趋势图

图5.7 2006—2007年北京日用化学品产值变化趋势图

图5.8 2006—2007年北京日用化学品企业资本负债率变化趋势图

图5.9 2006—2007年北京日用化学品企业资金利润率变化趋势图

图5.10 2006—2007年北京日用化学品企业成本费用利润率变化图

图5.11 2006—2007年北京日用化学品行业人均销售率变化趋势图

图5.12 2006—2007年北京日用化学品企业产成品资金占用率变化趋势图

图5.13 2006—2007年上海日用化学品产值变化趋势图

图5.14 2006—2007年上海日用化学品企业资本负债率变化趋势图

图5.15 2006—2007年上海日用化学品企业资金利润率变化趋势图

图5.16 2006—2007年上海日用化学品企业成本费用利润率变化趋势图

图5.17 2006—2007年上海日用化学品行业人均销售率变化趋势图

图5.18 2006—2007年上海日用化学品企业产成品资金占用率变化趋势图

图5.19 2006—2007年广东日用化学品产值变化趋势图

图5.20 2006—2007年广东日用化学品企业资本负债率变化趋势图

图5.21 2006—2007年广东日用化学品企业资金利润率变化趋势图

图5.22 2006—2007年广东日用化学品企业成本费用利润率变化趋势图

图5.23 2006—2007年广东日用化学品行业人均销售率变化趋势图

图5.24 2006—2007年广东日用化学品企业产成品资金占用率变化趋势图

图9.1 不同年龄的消费者使用防晒系列护肤品的概率

图9.2 不同生活状况的消费者使用防晒系列护肤品的概率

图9.3 使用防晒系列护肤品每天使用概率

图12.1 洗发水市场占有率排名

图12.2 洗发水市场品牌渗透率

图12.3 洗发水品牌忠诚度

图12.4 洗发水品牌占有率与忠诚度的比较

图12.5 洗发水品牌营销策略

图14.1 消费者最喜欢的防晒化妆品价位

图14.2 对当前美容院开展的美容服务的总体评价(%)

图14.3 对当前化妆品使用效果的总体评价(%)

图14.4 对当前美容服务最不满意的方面(%)

图14.5 当前化妆品市场存在的最主要问题

图14.6 如何看待名人代言的美容化妆品广告(%)

图14.7 纹眉、纹唇等属于生活美容还是医疗美容(%)

图14.8 选购化妆品时首先想要知道的信息

图14.9 整顿和规范美容化妆品市场的首要问题

图15.1 上海化妆品市场零售份额百分比

图15.2 上海市场化妆品月度走势

图15.3 北京消费者对国内护肤品品牌认知的手段

图15.4 北京消费者对国外护肤品品牌认知的手段

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/M8327199S3.html>