

# 2007年中国护肤品行业研究咨询 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

《2007年中国护肤品行业研究咨询报告》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/M832719R53.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

2007年中国护肤品行业研究咨询报告 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，预计2008年中国化妆品市场现状、中国护肤品市场概述

第一节 国外护肤品市场概述

第二节 国外护肤品市场7大趋势

第三节 其他国家护肤品市场概况

一、日本男性护肤品市场概况

二、韩国护肤品市场调研市场概况

三、法国护肤品市场调研市场概况

四、德国男性护肤品市场调研市场概况

第二章 中国护肤品及原料行业趋势分析

第一节 中国护肤品市场品牌占有率

图表：2006-2010年世界化妆品市场所占比例

图表：2006-2010年全球各类产品零售额增长情况

图表：2006年十大公司占据全球市场50%以上的市场份额

图表：护肤品基质原料的分类

图表：表面活性剂的分类表

图表：2007年护肤品、彩妆品、美发品检索量比例

图表：我国护肤品包装分类及技术指标一览表

图表：化妆品包装市场按地区细目分类

图表：全球化妆品包装产品分布图表

图表：2000-2005年全国限额以上商业企业化妆品零售额

图表：2000-2005年全国限额以上商业企业化妆品零售额增长速度

图表：2005年全国限额以上商业企业化妆品零售额构成

图表：2005年十个重点城市限额以上商业企业化妆品销售的渠道构成

图表：2005年各渠道化妆品零售额增涨幅度

图表：2004-2005年十大城市限额以上商业企业化妆品零售渠道构成

图表：2006年8月百货商场按销售规模构成

图表：2006年8月百货商场按商场层级构成

图表：2006年上半年样本百货商场化妆品销售额结构

图表：化妆品分类销售结构

图表：彩妆销售结构

图表：护肤品销售结构

图表：2005年9月-2006年8月不同销售规模百货商场拥有的专柜数量

图表：2006年8月百货商场化妆品专柜品牌构成

图表：2006年8月高端品牌在不同城市的铺货率

图表：2006年8月中高端品牌在不同城市的铺货率

图表：2006年8月大众化品牌在不同城市的铺货率

图表：2006年8月低端品牌在不同城市的铺货率

图表：2006年8月高端品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2006年8月中高端品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2006年8月大众化品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2006年8月低端品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2005年5月-2006年8月主要高端品牌在铺货数量变化

图表：2005年5月-2006年8月主要中高端品牌在铺货数量变化

图表：2005年5月-2006年8月主要大众化品牌在铺货数量变化

图表：2005年5月-2006年8月主要低端品牌在铺货数量变化

图表：2005年主要高端品牌单柜销售能力

图表：2005年主要中高端品牌单柜销售能力

图表：2005年主要大众化品牌单柜销售能力

图表：2006年8月11个大城市百货专柜品牌销售份额

图表：2006年8月11个大城市百货店低端品牌销售份额

图表：2006年度最受网民关注中高端化妆品品牌榜

图表：2006年度最受网民关注大众化妆品品牌榜：

图表：2006年度最受关注四大直销化妆品品牌

图表：2006年度最受关注五大本土化妆品品牌

图表：2006年度最受关注彩妆品牌

图表：2006年度最受关注洁面产品

图表：2006年度最受关注彩妆用品

图表：2006年度最受关注眼霜品牌

图表：2006年度最受关注粉底品牌

图表：2006年度最受关注睫毛膏品牌

图表：2006年度最受关注洗发水品牌

图表：2006年度最受关注男士护肤品牌

图表：2006年度最受关注化妆品牌国家

图表：2006年度最受关注肌肤问题

图表：2007中国化妆品制造企业十强

图表：2007中国化妆品制造企业五十强

图表：2007年1月美容品或化妆品及护肤品进口数据

图表：2007年2月美容品或化妆品及护肤品进口数据

图表：2007年3月美容品或化妆品及护肤品进口数据

图表：2007年一季度美容品或化妆品及护肤品进口数据

图表：2007年4月美容品或化妆品及护肤品进口数据

图表：2007年5月美容品或化妆品及护肤品进口数据

图表：2007年6月美容品或化妆品及护肤品进口数据

图表：2007年二季度美容品或化妆品及护肤品进口数据

图表：2007年7月美容品或化妆品及护肤品进口数据

图表：2007年三季度美容品或化妆品及护肤品进口数据

图表：2007年1月护发品进口数据

图表：2007年2月护发品进口数据

图表：2007年3月护发品进口数据

图表：2007年一季度护发品进口数据

图表：2007年4月护发品进口数据

图表：2007年5月护发品进口数据

图表：2007年6月护发品进口数据

图表：2007年二季度护发品进口数据

图表：2007年7月护发品进口数据

图表：2007年三季度护发品进口数据

图表：2007年1月香水及花露水进口数据

图表：2007年2月香水及花露水进口数据

图表：2007年3月香水及花露水进口数据

图表：2007年一季度香水及花露水进口数据

图表：2007年4月香水及花露水进口数据

图表：2007年5月香水及花露水进口数据

图表：2007年6月香水及花露水进口数据

图表：2007年二季度香水及花露水进口数据

图表：2007年7月香水及花露水进口数据

图表：2007年三季度香水及花露水进口数据

图表：2007年1月美容品或化妆品及护肤品出口数据

图表：2007年2月美容品或化妆品及护肤品出口数据

图表：2007年3月美容品或化妆品及护肤品出口数据

图表：2007年一季度美容品或化妆品及护肤品出口数据

图表：2007年4月美容品或化妆品及护肤品出口数据

图表：2007年5月美容品或化妆品及护肤品出口数据

图表：2007年6月美容品或化妆品及护肤品出口数据

图表：2007年二季度美容品或化妆品及护肤品出口数据

图表：2007年7月美容品或化妆品及护肤品出口数据

图表：2007年三季度美容品或化妆品及护肤品出口数据

图表：2007年1月护发品出口数据

图表：2007年2月护发品出口数据

图表：2007年3月护发品出口数据

图表：2007年一季度护发品出口数据

图表：2007年4月护发品出口数据

图表：2007年5月护发品出口数据

图表：2007年6月护发品出口数据

图表：2007年二季度护发品出口数据

图表：2007年7月护发品出口数据

图表：2007年三季度护发品出口数据

图表：2007年1月香水及花露水出口数据

图表：2007年2月香水及花露水出口数据

图表：2007年3月香水及花露水出口数据

图表：2007年一季度香水及花露水出口数据

图表：2007年4月香水及花露水出口数据

图表：2007年5月香水及花露水出口数据

图表：2007年6月香水及花露水出口数据

图表：2007年二季度香水及花露水出口数据

图表：2007年7月香水及花露水出口数据

图表：2007年三季度香水及花露水出口数据

图表：2006年护肤品品牌质量评价排名

图表：2006年护肤品品牌性价比评价排名

图表：2006年护肤品品牌售后服务评价排名

图表：2006年拥有的护肤品品牌排名

图表：2006年以后想购买的护肤品品牌排名

图表：知名防晒化妆品的比较

图表：2006年男士化妆品品牌质量评价排名

图表：2006年男士化妆品品牌性价比评价排名

图表：2006年男士化妆品品牌售后服务评价排名

图表：2006年男士拥有化妆品品牌排名

图表：男士以后想购买的化妆品品牌排名

图表：2006年男士化妆品各品牌满意度排行

图表：2006年男性最满意的洁面类品牌

图表：2006年男性满意度较低的洁面类品牌

图表：2006年儿童洗浴护肤品深圳市场品牌渗透率

图表：2006年儿童洗浴护肤品上海市场品牌渗透率

图表：2006年儿童洗浴护肤品北京市场品牌渗透率

图表：2005年北京市护肤品市场各品牌占有情况

图表：北京消费者对国内护肤品品牌认知的手段

图表：北京消费者对国外护肤品品牌认知的手段

图表：北京居民各年龄层对护肤品和化妆品的信息接触情况

图表：2005年广州消费者最常用的护肤品品牌

图表：2005年广州消费者护肤品品牌忠诚度

图表：2005年广州消费者购买护肤品主要考虑因素

图表：2005年广州消费者购买护肤品主要考虑产品功能

图表：2005年广东省护肤品消费占全国比例

图表：2005年国外名牌护肤品占深圳(名牌护肤品占深圳市场考察)市场比

图表：2005年成都高档护肤品所占市场份额

图表：2006年清洁护肤品品牌喜爱度

图表：2006年护肤品面霜喜爱度

图表：2006年护肤品眼霜喜爱度

图表：2006年护肤品爽肤水喜爱度

图表：2006年护肤品防晒霜喜爱度

图表：2006年护肤品品牌认知度和渗透率

图表：2006年高校护肤品牌态度调研被调查的样本年龄分布图

图表：2006年高校护肤品牌态度调研主要涉及29个护肤品品牌

图表：2006年高校学生护肤品购买周期

图表：2006年高校学生护肤品注重的功效调查

图表：2006年高校学生护肤品购买影响因素

图表：2006年高校学生护肤品购买价格

图表：2006年高校学生护肤品购买价格

图表：2006年高校学生护肤品品牌未提示第一提及率

图表：2006年高校学生护肤品品牌未提示累计提及率

图表：2006年高校学生护肤品品牌未提示加权提及率

图表：2006年高校学生护肤品品牌提示后累计提及率

图表：2006年高校学生护肤品品牌喜爱度

图表：2006年高校学生护肤品品牌渗透率

图表：2006年高校学生护肤品男生品牌预购率

图表：2006年高校学生护肤品女生品牌预购率

图表：2006年高校学生心目中护肤品品牌国际化大公司

图表：2006年高校学生心目中护肤品品牌生产工艺先进公司

图表：2006年高校学生心目中护肤品品牌极富创新精神企业

图表：2006年高校学生心目中护肤品产品祛痘、祛皱效果好品牌

图表：2006年高校学生心目中护肤品产品控油、补水效果好品牌

图表：2006年高校学生心目中护肤品产品美白、防晒效果好品牌

图表：2006年高校学生心目中护肤品包装设计最吸引人品牌

图表：2006年高校学生心目中护肤品产品性价比最高品牌

图表：2006年高校学生心目中护肤品产品售后服务最好品牌

图表：2006年高校学生护肤品产品促销活动最让人心动的品牌调查

图表：2006年高校学生护肤品产品消费者最新潮时尚的品牌调查

图表：2006年高校学生护肤品产品消费者最自信的品牌调查



图表：2006年高校学生护肤品产品消费者最实用至上的品牌调查

图表：2006年高校学生护肤品产品消费者最接近大学生气质的品牌调查

图表：消费者对当前美容院开展的美容服务的总体评价

图表：消费者对当前化妆品使用效果的总体评价

图表：消费者对当前美容服务最不满意的方面

图表：消费者认为当前化妆品市场存在的最主要问题

图表：消费者看待名人代言的美容化妆品广告态度

图表：不同文化程度消费者认为纹眉等属于生活美容还是医疗美容调查

图表：消费者选购化妆品时首先想要知道的信息

图表：消费者对整顿和规范美容化妆品市场的首要问题的看法

图表：品牌价值与消费者关系（品牌心理功能）

图表：品牌知名度和品牌忠诚度对比

图表：护肤品的国际分销渠道

图表：各区域市场的销售通路

图表：2005年中国护肤品(护肤品市场分析)市场排名

图表：2006年护肤品品牌质量评价排名

图表：2006年护肤品品牌性价比评价排名

图表：2006年护肤品品牌售后服务评价排名

图表：2006年消费者拥有的护肤品品牌排名

图表：2006年以后想购买的护肤品品牌排名

图表：美国雅诗兰黛集团在中国的销售网络图

图表：2007年二季度索芙特股份有限公司主营业务构成图

图表：2007年二季度索芙特股份有限公司利润总额构成图

图表：2007年二季度索芙特股份有限公司主营构成表

图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司每股指标

图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司获利能力表

图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司经营能力表

图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司偿债能力表

图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司资本结构表

图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司发展能力表

图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司现金流量分析表

图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司利润分配表

图表：2007年二季度上海家化联合股份有限公司主营业务构成图

图表：2007年二季度上海家化联合股份有限公司利润总额构成图

图表：2007年二季度上海家化联合股份有限公司主营构成表

图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司每股指标

图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司获利能力表

图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司经营能力表

图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司偿债能力表

图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司资本结构表

图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司发展能力表

图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司现金流量分析表

图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司利润分配表

图表：江苏隆力奇生物科技股份有限公司治理机构

图表：自然美产品分类及市场定位

图表：自然美产品分类及市场定位

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/M832719R53.html>