

2009-2010年中国化妆品市 场研究预测报告

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

《2009-2010年中国化妆品市场研究预测报告》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/N938271PRC.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

2009-2010年中国化妆品市场研究预测报告 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，2008年1-11月我国化妆品制造企业销售总额达46529424千元，同比增长15.01%；预计2009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 2009-2010年中国化妆品市场分析

一、产品概述

二、市场特点

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 2008中国彩妆发展历程表

表8.2 2008年十大畅销化妆品品牌榜

表8.3 2008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 2008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 2008年上海家化经营状况统计

附 图

图5.1 2007-2008年日用化学品行业产值变化趋势图

图5.2 2007-2008年日用化学品企业资本负债率变化趋势图

图5.3 2007-2008年日用化学品企业资金利润率变化趋势图

图5.4 2007-2008年日用化学品企业成本费用利润率变化趋势图

图5.5 2007-2008年日用化学品行业人均销售率变化趋势图

图5.6 2007-2008年日用化学品企业产成品资金占用率变化趋势图

图5.7 2007-2008年北京日用化学品产值变化趋势图

图5.8 2007-2008年北京日用化学品企业资本负债率变化趋势图

图5.9 2007-2008年北京日用化学品企业资金利润率变化趋势图

图5.10 2007-2008年北京日用化学品企业成本费用利润率变化图

图5.11 2007-2008年北京日用化学品行业人均销售率变化趋势图

图5.12 2007-2008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 2007-2008年上海日用化学品产值变化趋势图

图5.14 2007-2008年上海日用化学品企业资本负债率变化趋势图

图5.15 2007-2008年上海日用化学品企业资金利润率变化趋势图

图5.16 2007-2008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 2007-2008年上海日用化学品行业人均销售率变化趋势图

图5.18 2007-2008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 2007-2008年广东日用化学品产值变化趋势图

图5.20 2007-2008年广东日用化学品企业资本负债率变化趋势图

图5.21 2007-2008年广东日用化学品企业资金利润率变化趋势图

图5.22 2007-2008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 2007-2008年广东日用化学品行业人均销售率变化趋势图

图5.24 2007-2008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对防晒系列护肤品使用的概率

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/N938271PRC.html>