

# 2009-2010年中国彩妆市场 调研及发展趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2009-2010年中国彩妆市场调研及发展趋势预测报告》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/P189412HEP.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年中国彩妆市场调研及发展趋势预测报告 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相关界定

### 第一节彩妆相关概念

- 一、化妆品的定义
- 二、彩妆的定义和内容
- 三、彩妆的分类
- 四、彩妆的作用

### 第二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

### 第三节行业地位分析

- 一、彩妆与人们的日常生活
- 二、彩妆行业在经济发展中的作用

## 第二章世界彩妆市场概况

- 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

### 第二节世界彩妆品牌市场销售情况

- 一、世界主要彩妆品牌市场占有率
- 二、世界彩妆产品分类销售情况
- 三、世界彩妆产品分地区销售情况

#### 四、世界彩妆产品销售渠道

##### 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、Shuemura
- 九、EsteeLauder
- 十、Lancome ( 兰蔻 )
- 十一、Clarins ( 娇韵诗 )
- 十二、Elizabetharden ( 伊丽莎白雅顿 )
- 十三、ErnoLaszlo ( 奥伦纳素 )
- 十四、Clinique ( 倩碧 )

##### 第四节金融危机下世界彩妆市场发展预测

- 一、金融危机下彩妆需求预测
- 二、2009-2010年全球彩妆消费需求分析
- 三、2009-2010年世界彩妆市场发展趋势
- 四、2009-2010年世界天然彩妆市场销售额预测

#### 第三章中国彩妆发展分析

##### 五、彩妆专营店的市场现状及发展方向

##### 第三节中国彩妆行业营销策略

###### 第一节市场构建定位

- 一、一级市场
- 二、二、三级市场

###### 第二节营销策略

- 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

### 第三节市场竞争策略

一、发展触手可及的销售渠道

二、明星：品牌形象助推器

三、整体提升品牌价值

## 第八章国际主要彩妆企业及品牌发展分析

### 第一节法国欧莱雅集团（L'OREAL）

一、企业背景

二、2007-2008年经营业绩分析

三、欧莱雅在中国

四、市场竞争状况

五、欧莱雅集团的竞争策略

六、欧莱雅集团竞争策略的分析

### 第二节美国宝洁公司（PROCTER&GAMBLE）

一、企业背景

二、2007年经营业绩分析

三、广告策略

四、企业品牌战略

### 第三节英国联合利华（UNILEVER）

一、企业背景

二、2007年经营业绩分析

三、在中国发展分析

### 第四节美国雅芳（AVON）

一、企业背景

二、2007年经营业绩分析

三、进军中国保健品直销

### 第五节美国安利公司（AMWAY）

一、企业背景

二、2007年安利中国经营业绩分析

三、安利雅芳的借鉴

四、2012年发展目标

### 第六节美国雅诗兰黛集团行业市场发展趋势及前景分析

#### 第一节中国彩妆(彩妆市场分析)市场发展趋势分析

- 一、在市场容量方面
- 二、在市场拓展方面
- 三、在品牌整合方面
- 四、在产品开发方面

## 第二节中国彩妆(彩妆市场分析)市场发展前景分析

- 一、中国彩妆(彩妆市场分析)市场潜力凸显
- 二、外资品牌加快步伐
- 三、本土厂商不甘落后

## 第三节彩妆行业市场应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第四节市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/P189412HEP.html>