

# 2007年中国化妆品行业研究咨询 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年中国化妆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/R338029LET.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年中国化妆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年中国化妆品市场需求将达到1900亿美元，年均增速为5%。由于世界经济持续走强，用于化妆及美容品的化学活性剂需求稳步增长，特别是发展中国家需求增长更快，因为发达国家市场已基本趋于成熟。

2007年，化妆品市场主要的增长力量来自于护肤品和彩妆，这些产品的主要目标对象是白领女性，但男士化妆品经过几年的酝酿后将会有较好的发展潜力。整个化妆品市场的最看好的发展潜力将来自男士化妆品，经过几年市场的培育，预计2008年将会受到更多的关注，市场表现将令人欣喜。2007年，药妆市场将逐渐升温，众多医药界巨头都纷纷涉足，但药妆连锁新模式有待于在未来两三年内接受市场考验。而化妆品连锁店也将快速扩张，国内外机构投资者迅速抢占市场，意图全国连锁品牌。但如何认清市场竞争态势，迅速占有市场，形成品牌优势则是更加值得投资者思考的问题。从2007年8月1日起，海关将执行新的《入境旅客行李物品和个人邮递物品进口税则归类表》及《入境旅客行李物品和个人邮递物品完税价格表》，一些奢侈品的税率将会大幅提高。变动最大的是化妆品，税率由原先的20%提高到50%。

与国外化妆品巨头相比，国内化妆品工业的原料少、品种少、质量低，大多数中小企业生产装备水平低，科研水平低，产品科技含量低，科学配方研制和开发目前仍处于仿效阶段，在国际上，中国化妆品品牌尚未形成。在一些国际知名品牌陆续进入中国市场以后，外资企业并购国内企业将更加普遍。2008年的化妆品市场格局将是怎样一派景象，在快速发展的中国化妆品业与美容美发产业又会有哪些可投资的领域呢？

本研究咨询报告依据国家统计局、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国香料香精化妆品工业协会、《中国化妆品》、《化妆品报》、《化妆品行业信息》、《美容时尚报》等国内外相关报刊杂志的基础信息以及化妆品行业研究单位等公布和提供的大量资料和基础数据，主要分析了世界化妆品市场现状、中国化妆品市场发展概况

一、国外化妆品市场容量

五、2007年世界化妆品排行榜

第二节 部分国家市场发展概况

一、美国化妆品市场调研市场

二、德国化妆品市场调研市场

三、日本化妆品市场

四、法国化妆品市场调研市场

五、韩国天然化妆品市场调研市场

第三节 世界化妆品市场发展预测

一、2006-2010年世界化妆品市场7大趋势

二、2010年全球化妆品消费新格局

第三章 中国化妆品发展方向

三、女大学生化妆品消费6大特征

四、中国高校化妆品行业投资前景及趋势

第一节 化妆品的投资前景分析

一、美容化妆业的奥运市场

二、世界香料香精市场前景

三、高新技术材料化妆品市场前景

四、男士化妆品投资前景

第二节 化妆品行业发展趋势

一、中国化妆品行业相关政策法规

第一节 主要新政策法规

一、新化妆品生产企业卫生规范8月1日起实施

二、化妆品卫生标准“十一五”规划

第二节 部分国家和地区有关化妆品规定

一、美日欧盟就化妆品成分标注的规定

二、美国对化妆品标签管理所做的有关规定

三、欧盟的化妆品法规与管理

图表目录

图表：2006年日本卸妆清洁类化妆品市场排行

图表：2006年日本普通清洁类化妆品市场排行

图表：2006年日本美白精华类化妆品市场排行

图表：2006年日本干燥皮肤护理类化妆品市场排行

图表：2006年日本敏感皮肤特护类化妆品市场排行

图表：2006年日本按摩霜类化妆品市场排行

图表：2006年日本乳液类化妆品市场排行

图表：2006年日本化妆水类化妆品市场排行

图表：2006年日本祛痘产品类化妆品市场排行

图表：2006年日本改善毛孔粗大类化妆品市场排行

图表：2006年日本眼部类化妆品市场排行

图表：2006年日本面膜类化妆品市场排行

图表：日本女性最爱用的十大化妆品品牌

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：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：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：2007年护肤品、彩妆品、美发品检索量比例

图表：知名防晒化妆品的比较

图表：2006年香水品牌质量评价排名

图表：2006年香水品牌性价比评价排名

图表：2006年香水品牌售后服务评价排名

图表：2006年拥有的香水品牌排名

图表：以后想购买的香水品牌排名

图表：2006年彩妆品牌质量评价排名

图表：2006年彩妆品牌性价比评价排名

图表：2006年彩妆品牌售后服务评价排名

图表：2006年拥有的彩妆品牌排名

图表：以后想购买的彩妆品牌排名

图表：2006年美体品牌质量评价排名

图表：2006年美体品牌性价比评价排名

图表：2006年美体品牌售后服务评价排名

图表：2006年拥有的美体品牌排名

图表：以后想购买的美体品牌排名

图表：2006年洗发水北京市场品牌绝对渗透率

图表：2006年洗发水北京市场品牌相对渗透率

图表：2006年洗发水北京市场品牌市场份额

图表：2006年洗发水北京市场品牌忠诚度

图表：2006年洗发水北京各品牌群体人口分析

图表：2006年洗发水上海市场品牌绝对渗透率

图表：2006年洗发水上海市场品牌相对渗透率

图表：2006年洗发水上海市场品牌市场份额

图表：2006年洗发水上海市场品牌忠诚度

图表：2006年洗发水上海各品牌群体人口分析

图表：2006年洗发水深圳市场品牌绝对渗透率

图表：2006年洗发水深圳市场品牌相对渗透率

图表：2006年洗发水深圳市场品牌市场份额

图表：2006年洗发水深圳市场品牌忠诚度

图表：2006年洗发水深圳各品牌群体人口分析

图表：2006年洗发水广州市场品牌绝对渗透率

图表：2006年洗发水广州市场品牌相对渗透率

图表：2006年洗发水广州市场品牌市场份额

图表：2006年洗发水广州市场品牌忠诚度

图表：2006年洗发水广州各品牌群体人口分析  
图表：2006年洗发水青岛市场品牌绝对渗透率  
图表：2006年洗发水青岛市场品牌相对渗透率  
图表：2006年洗发水青岛市场品牌市场份额  
图表：2006年洗发水青岛市场品牌忠诚度  
图表：2006年洗发水青岛各品牌群体人口分析  
图表：2006年洗发水杭州市场品牌绝对渗透率  
图表：2006年洗发水杭州市场品牌相对渗透率  
图表：2006年洗发水杭州市场品牌市场份额  
图表：2006年洗发水杭州市场品牌忠诚度  
图表：2006年洗发水杭州各品牌群体人口分析  
图表：2006年洗发水武汉市场品牌绝对渗透率  
图表：2006年洗发水武汉市场品牌相对渗透率  
图表：2006年洗发水武汉市场品牌市场份额  
图表：2006年洗发水武汉市场品牌忠诚度  
图表：2006年洗发水武汉各品牌群体人口分析  
图表：2006年洗发水昆明市场品牌绝对渗透率  
图表：2006年洗发水昆明市场品牌相对渗透率  
图表：2006年洗发水昆明市场品牌市场份额  
图表：2006年洗发水昆明市场品牌忠诚度  
图表：2006年洗发水昆明各品牌群体人口分析  
图表：2006年洗发水重庆市场品牌绝对渗透率  
图表：2006年洗发水重庆市场品牌相对渗透率  
图表：2006年洗发水重庆市场品牌市场份额  
图表：2006年洗发水重庆市场品牌忠诚度  
图表：2006年洗发水重庆各品牌群体人口分析  
图表：2006年洗发水天津市场品牌绝对渗透率  
图表：2006年洗发水天津市场品牌相对渗透率  
图表：2006年洗发水天津市场品牌市场份额  
图表：2006年洗发水天津市场品牌忠诚度  
图表：2006年洗发水天津各品牌群体人口分析  
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：男士化妆品各品牌满意度排行

图表：男性最满意的洁面类品牌

图表：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：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7月香水及花露水进口数据

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：化妆品“十一五”制、修订标准项目

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/R338029LET.html>