

2009-2012年中国洗面奶市 场调查与投资咨询研究报告

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

《2009-2012年中国洗面奶市场调查与投资咨询研究报告》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/T516510Z6Z.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

2009-2012年中国洗面奶市场调查与投资咨询研究报告 内容介绍：

2007年，世界护肤市场获得了 231.4 亿美元的收益。在过去的 5 年中，整个护肤市场有 11.7% 的涨幅。其中包括洗面奶在内的洁肤类产品最明显的特征是很多消费者钟情于技术含量高的产品，如具抗衰老功效的产品。在全球范围内，保湿、营养、抗衰老并重的洁肤类产品价格比传统洁肤类产品高得多，但销量却异常火爆。

国际洁肤类产品中增长最快的种类是功能性产品，如，增白、抗皱、赋予皮肤弹性和防晒的产品。韩国食品与医药协会对用做化妆品成分的增白、抗皱和防晒原料进行了筛选，化妆品工业集中于功能性护理产品的开发。消费者对天然成分的产品越来越重视，很多品牌都含有植物和中草药，天然成分特别是植物源成分给消费者一种安全感，寻求天然成分的重点应放在对人体健康和具有生命活力方面。

目前日本天然中草药化妆品已占整个化妆品市场的50%以上。由于日本拥有天然中草药的优势，故近年来日本向美国、法国、意大利等先进国家出口中草药化妆品逐年增多。为使中草药化妆品的研究更加深入，日本津村顺天堂与中国卫生部中医研究院签定了中医及中草药药理和实用化研究协议。波拉公司系统研究了中国《外台秘要》等医学古籍，并与中国共同研究中草药在化妆品中的应用。

在韩国市场上，东方草药或中草药萃取物是化妆品的主要成分。制造厂家在其化妆品领域中占领先地位，如太平洋医药品公司，LG 家庭与保健用品公司和Coreana 公司。在洁肤类产品方面，太平洋公司和 LG 家庭与保健用品公司居领先地位。

而在欧美市场，面部清洁擦洗剂呈现饱和的迹象，但抗衰老产品以及“天然”依然受到欢迎。

目前世界上最著名的洗面奶制造商如下：

- 1、法国欧莱雅公司（L'Oreal Group）
- 2、英国联合利华（Unilever）
- 3、美国宝洁公司（The Procter & Gamble Co）
- 4、日本资生堂（Shiseido Co Ltd）
- 5、美国雅诗兰黛（Estee Lauder Cos Inc）
- 6、美国雅芳公司（Avon Products Inc）
- 7、美国强生公司（Johnson & Johnson）
- 8、德国威娜公司（Wella Group）

9、日本花王公司 (KAO corp)

10、美国露华浓公司 (Revlon In)

《2009-2012年中国洗面奶市场的影响和现阶段中国扩大内需促发展、产业振兴规划等国家政策对洗面奶市场的积极推动作用。进而对2009年以及未来3-5年洗面奶产品的市场前景进行了深层次、多角度的详细分析和专业预测，同时指出了洗面奶行业的投资机会，并对洗面奶企业的规划、营销、投资和应对金融危机等提供了专业的指导意见。

《2009-2012年中国洗面奶行业市场发展动态分析

一、美国

二、日本

三、韩国

四、法国

第二章 2008年国际品牌洗面奶生产企业运营状况分析

第一节 旁氏

一、公司基本概况

二、2006-2007年联合利华公司产品在华销售情况分析

三、2008年品牌渗透率分析

四、公司竞争优势分析

五、公司国际化战略发展分析

第二节 妮维雅

一、公司基本概况

二、2005-2007年妮维雅公司产品在华销售情况分析

三、品牌渗透率分析

四、公司竞争优势分析

五、公司国际化战略发展分析

第三节 玉兰油

一、公司基本概况

二、2005-2007年公司产品在华销售情况分析

三、品牌渗透率分析

四、公司竞争优势分析

五、公司国际化战略发展分析

第四节 资生堂

一、公司基本概况

二、2008年公司产品在华销售情况分析

三、品牌渗透率分析

四、公司竞争优势分析

五、公司国际化战略发展分析

第五节 L G 竹盐

一、公司基本概况

二、2008年公司产品在华销售情况分析

三、品牌渗透率分析

四、公司竞争优势分析

五、公司国际化战略发展分析

第三章 2008年中国洗面奶行业市场发展环境分析

第一节 2008年中国洗面奶行业集中率（CR_n）

二、2008年中国洗面奶赫尔芬达尔—赫希曼指数（HHI）

三、影响市场集中度因素分析

第二节 2008年洗面奶市场进入壁垒调研

一、进入壁垒分类

二、进入壁垒分析

第三节 2008年洗面奶产品区域市场结构分析

一、省、市集中度分析

二、区域集中度分析

第四节 生产商价格控制能力调研

第五节 生产商对供应商谈判能力调研

第九章 2008年中国洗面奶生产企业品牌竞争力分析

第一节 欧莱雅

一、企业概况

二、2008年企业运营情况分析

三、2008年企业竞争力分析

四、企业未来发展动态分析

第二节 安安

一、企业概况

二、2006-2008年企业运营情况分析

三、2006-2008年企业竞争力分析

四、企业未来发展动态分析

第三节 露得清

一、企业概况

二、2005-2008年企业运营情况分析

三、2005-2008年企业竞争力分析

四、企业未来发展动态分析

第四节 高夫

一、企业概况

二、2008年企业运营情况分析

三、2008年企业竞争力分析

四、企业未来发展动态分析

第五节 丁家宜

一、企业概况

二、2005-2008年企业运营情况分析

三、2005-2008年企业竞争力分析

四、企业未来发展动态分析

第六节 北京大宝化妆品有限公司

一、企业概况

二、2005-2008年企业运营情况分析

三、2005-2008年企业竞争力分析

四、企业未来发展动态分析

第十章 2008年中国市场上周边洁面产品情况分析

第一节 无泡洁面膏

一、与常规洗面奶的区别

二、市场需求分析

三、市场供给能力分析

四、价格走势分析

五、市场占有率分析

第二节 洁面皂

一、与常规洗面奶的区别

二、市场需求分析

三、市场供给能力分析

四、价格走势分析

五、市场占有率分析

第三节 洁面粉

一、与常规洗面奶的区别

二、市场需求分析

三、市场供给能力分析

四、价格走势分析

五、市场占有率分析

第四节 洁面凝胶

一、与常规洗面奶的区别

二、市场需求分析

三、市场供给能力分析

四、价格走势分析

五、市场占有率分析

第五节 洁面慕斯

一、与常规洗面奶的区别

二、市场需求分析

三、市场供给能力分析

四、价格走势分析

五、市场占有率分析

第十一章 2009-2012年中国洗面奶行业集中率（CRN）一览表

图表 59 2008年中国洗面奶赫尔芬达尔—赫希曼指数一览表

图表 60 2008年中国洗面奶行业省、市集中度一览表

图表 61 2008年中国洗面奶行业区域集中度比较图

图表 62 2006-2007年佛山是安安美容保健品有限公司经营情况

图表 63 2006-2007年资生堂丽源化妆品有限公司经营指标分析

图表 64 2005-2007年强生（中国）有限公司经营情况

图表 65 2005-2007年强生（中国）有限公司经营指标分析

图表 66 2005-2007年上海家化联合股份有限公司主要会计数据

图表 67 2007年上海家化联合股份有限公司分行业、分产品经营情况

图表 68 2007年上海家化联合股份有限公司分地区经营情况

图表 69 2006年上海家化联合股份有限公司分行业、分产品经营情况

图表 70 2006年上海家化联合股份有限公司分地区经营情况

图表 71 2008年上半年上海家化联合股份有限公司主要会计数据

图表 72 2008年上半年上海家化联合股份有限公司分行业、分产品经营情况

图表 73 2008年上半年上海家化联合股份有限公司分地区经营情况

图表 74 2008年前三季度上海家化联合股份有限公司主要会计数据

图表 75 2008年前三季度上海家化联合股份有限公司综合能力指标

图表 76 2007年上海家化联合股份有限公司综合能力指标

图表 77 2006年上海家化联合股份有限公司综合能力指标

图表 78 2005-2008年贝侬生化行业市场盈利能力一览表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/T516510Z6Z.html>