

2009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

一、报告报价

《2009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/T516510ZVZ.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年中国护肤品行业研究咨询报告 内容介绍：

近几年，护肤品市场出现了崭新的亮点，其引领了护肤品的全新时尚趋势，特别是抗老化的护肤品有了新的发展速度，并且持续走俏，这是最值得关注的事件。未来中国护肤品、润肤品市场将有更大的发展空间，竞争也将更加激烈，而且主要集中在消费者细分、产品功能诉求和渠道建设上。随着跨国公司利用中国基地进一步占领市场现状、中国护肤品行业发展环境分析

第一节 2008-2010年行业发展宏观经济环境

- 一、2008年国民经济发展情况
- 二、2008年我国农村和城镇居民纯收入情况
- 三、2008年居民消费价格分类指数分析
- 四、2009-2010年中国经济增长分析预测

第二节 护肤品产业政策环境分析

- 一、2008年9月1日起施行《化妆品标识管理规定》
- 二、2010年化妆品成分必须全部标识
- 三、化妆品卫生标准“十一五”规划

第二部分 行业市场发展现状

第三章 世界护肤品市场概述

第一节 国外护肤品市场分析

- 三、全球天然护肤品需求量分析

第二节 部分国家护肤品市场概况

- 一、韩国护肤品市场调研市场概况
- 二、法国护肤品市场调研市场概况
- 三、俄罗斯护肤品市场现状分析
- 四、2008年日本的护肤品市场发展状况
- 五、2008年泰国护肤品销售情况

第三节 国外护肤品市场发展趋势

- 四、2010年世界天然化妆品市场销售额预测

第四章 2008-2009年护肤品市场发展分析

第一节 护肤品市场消费格局

一、顶端品牌消费格局

二、高端品牌消费格局

三、中端品牌消费格局

四、中低端品牌消费格局

五、低端品牌消费格局

第二节 中国护肤品发展分析

第二节 金融危机对化妆品市场的影响

一、金融危机带给化妆品业的机遇

二、金融危机对化妆品品牌的影响

三、金融危机下化妆品的发展趋势

第三节 2008-2010年化妆品进出口分析

一、2008年化妆品出口数据分析

二、2008年化妆品进口数据分析

三、2009-2010年中国化妆品降税情况

四、2009-2010年东盟国家化妆品降税情况

第四节 2009-2010年化妆品的发展趋势

一、2009年化妆品市场前景预测

二、2009年化妆品及容器需求预测

三、2009-2010年中国化妆品发展情况

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图

图表：2008年各种价格上涨幅度

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年12月居民消费价格分类指数分析

图表：化妆品“十一五”制、修订标准项目

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：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：2005-2009年中国化妆品(化妆品市场分析)市场规模预测

图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年1-12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年1-12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年十大男士护肤品品牌

图表：2008年十大男士洗面奶品牌

图表：2008年中国十大护肤品品牌

图表：消费者对不同国家的护肤化妆品的好感度分析

图表：美国消费者对护肤化妆品的好感度分析

图表：中国大陆消费者对护肤化妆品的好感度分析

图表：法国消费者对护肤化妆品的好感度分析

图表：日本消费者对护肤化妆品的好感度分析

图表：韩国消费者对护肤化妆品的好感度分析

图表：不同品牌化妆品形象比较分析

图表：高校护肤品牌态度调研被调查的样本年龄分布图

图表：高校护肤品牌态度调研主要涉及29个护肤品品牌

图表：高校学生护肤品购买周期

图表：高校学生护肤品注重的功效调查

图表：高校学生护肤品购买影响因素

图表：高校学生护肤品购买价格

图表：高校学生护肤品购买价格

图表：高校学生护肤品品牌未提示第一提及率

图表：高校学生护肤品品牌未提示累计提及率

图表：高校学生护肤品品牌未提示加权提及率

图表：高校学生护肤品品牌提示后累计提及率

图表：高校学生护肤品品牌喜爱度

图表：高校学生护肤品品牌渗透率

图表：高校学生护肤品男生品牌预购率

图表：高校学生护肤品女生品牌预购率

图表：高校学生心目中护肤品品牌国际化大公司

图表：高校学生心目中护肤品品牌生产工艺先进公司

图表：高校学生心目中护肤品品牌极富创新精神企业

图表：高校学生心目中护肤品产品祛痘、祛皱效果好品牌

图表：高校学生心目中护肤品产品控油、补水效果好品牌

图表：高校学生心目中护肤品产品美白、防晒效果好品牌

图表：高校学生心目中护肤品包装设计最吸引人品牌

图表：高校学生心目中护肤品产品性价比最高品牌

图表：高校学生心目中护肤品产品售后服务最好品牌

图表：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：高校学生护肤品产品消费者最新潮时尚的品牌调查

图表：高校学生护肤品产品消费者最自信的品牌调查

图表：高校学生护肤品产品消费者最实用至上的品牌调查

图表：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：美国雅诗兰黛集团在中国的销售网络图

图表：2008年2季度索芙特股份有限公司主营构成表

图表：2007-2008年索芙特股份有限公司每股指标

图表：2007-2008年索芙特股份有限公司获利能力表

图表：2007-2008年索芙特股份有限公司经营能力表

图表：2007-2008年索芙特股份有限公司偿债能力表

图表：2007-2008年索芙特股份有限公司资本结构表
图表：2007-2008年索芙特股份有限公司发展能力表
图表：2007-2008年索芙特股份有限公司现金流量分析表
图表：2007-2008年索芙特股份有限公司利润分配表
图表：2008年2季度上海家化联合股份有限公司主营构成表
图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司每股指标
图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司获利能力表
图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司经营能力表
图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司偿债能力表
图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司资本结构表
图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司发展能力表
图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司现金流量分析表
图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司利润分配表
图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司财务和估值数据
图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司利润表
图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司资产负债表
图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司财务指标
图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司现金流量表
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/T516510ZVZ.html>