

2011-2015年中国隔离霜行业 市场分析与行业调查报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国隔离霜行业市场分析与行业调查报告》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.bosidata.com/rihua1110/P643802OZG.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7500元

【出版日期】2011-10-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国隔离霜行业市场分析与行业调查报告》共十七章。首先介绍了隔离霜相关概述、中国隔离霜市场运行环境等，接着分析了中国隔离霜市场发展的现状，然后介绍了中国隔离霜重点区域市场运行形势。随后，报告对中国隔离霜重点企业经营状况分析，最后分析了中国隔离霜行业发展趋势与投资预测。您若想对隔离霜产业有个系统的了解或者想投资隔离霜行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

隔离霜是个保护化妆、保护皮肤的重要步骤。隔离霜对紫外线确实有隔离作用，而其本质就是防晒！隔离霜中所用的防晒剂和防晒霜中所用是一样，通常分为有机防晒剂，物理防晒剂两类。有机防晒剂和紫外线作用，改变紫外线波长，使原本对肌肤有害的紫外线，转变为无害；物理防晒剂（钛白粉，二氧化锌等等）主要是靠折射原理来阻挡紫外线。从这个角度看，隔离霜和防晒霜是一回事。

第一章 隔离霜行业发展概述

第一节 隔离霜的定义及分类

一、隔离霜的定义

二、隔离霜的分类

三、隔离霜的特性

第二节 隔离霜产业链分析

一、隔离霜市场特点

二、行业经济特性

三、产业链结构分析

第三节 隔离霜行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球隔离霜市场发展分析

第一节 2010年全球隔离霜市场分析

一、2010年全球隔离霜市场回顾

二、2010年全球隔离霜市场环境

三、2010年全球隔离霜销售分析

四、2010年全球隔离霜研发分析

第二节 2011年全球隔离霜市场分析

一、2011年全球隔离霜需求分析

二、2011年全球隔离霜研发分析

三、2011年全球隔离霜品牌分析

四、2011年中外隔离霜市场对比

第三节 主要国家地区隔离霜市场分析

一、2010-2011年美国隔离霜市场分析

二、2010-2011年欧洲隔离霜市场分析

三、2010-2011年日本隔离霜市场分析

四、2010-2011年韩国隔离霜市场分析

五、2010-2011年其他国家隔离霜市场

第三章 我国隔离霜行业发展现状

第一节 我国隔离霜行业发展现状

一、隔离霜行业品牌发展现状

二、隔离霜行业消费市场现状

三、隔离霜市场消费层次分析

四、我国隔离霜市场走向分析

第二节 2009-2011年隔离霜业发展情况分析

一、2009年隔离霜行业发展情况分析

二、2010年隔离霜行业发展情况分析

三、2011年隔离霜行业发展特点分析

第三节 2010-2011年隔离霜行业运行分析

一、2010-2011年隔离霜业产销存运行分析

二、2010-2011年隔离霜行业利润情况分析

三、2010-2011年隔离霜行业发展周期分析

四、2011-2015年隔离霜行业发展机遇分析

五、2011-2015年隔离霜行业利润增速预测

第四节 2011年隔离霜市场消费格局

- 一、2011年顶端品牌消费格局
- 二、2011年高端品牌消费格局
- 三、2011年中端品牌消费格局
- 四、2011年中低端品牌消费格局
- 五、2011年低端品牌消费格局

第四章 我国隔离霜市场发展分析

第一节 2010年我国隔离霜市场发展分析

- 一、2010年1季度我国隔离霜市场分析
- 二、2010年2季度我国隔离霜市场分析
- 三、2010年3季度我国隔离霜市场分析
- 四、2010年4季度我国隔离霜市场分析

第二节 2011年我国隔离霜市场结构和价格走势分析

- 一、2011年我国隔离霜市场结构和价格走势概述
- 二、2011年我国隔离霜市场结构分析
- 三、2011年我国隔离霜市场价格走势分析

第四节 2011年我国隔离霜业市场发展特点分析

- 一、2011年我国隔离霜市场格局特点
- 二、2011年我国隔离霜产品创新特点
- 三、2011年我国隔离霜市场服务特点
- 四、2011年我国隔离霜市场品牌特点

第五章 我国隔离霜市场调查分析

第一节 2010年我国隔离霜市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、厂商分析

第二节 2011年我国隔离霜市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、整体市场调查
- 三、产品关注度调查

四、市场价格调查

第六章 2008-2010年中国隔离霜行业相关运行数据分析

第一节 2008-2010年中国隔离霜行业总体数据分析

一、2008年中国隔离霜行业全部企业数据分析

二、2009年中国隔离霜行业全部企业数据分析

三、2010年中国隔离霜行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国隔离霜行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国隔离霜行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国隔离霜行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国隔离霜行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国隔离霜行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国隔离霜行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国隔离霜行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国隔离霜行业不同所有制企业数据分析

第七章 隔离霜区域市场情况分析

第一节 华北地区

第二节 东北地区

第三节 华东地区

第四节 华南地区

第五节 中南地区

第六节 西南地区

第七节 西北地区

第八章 中国隔离霜行业消费市场分析

第一节 中国隔离霜消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2010-2011年消费者收入水平

三、2011年消费者信心指数分析

第二节 隔离霜行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 隔离霜市场消费需求分析

一、隔离霜市场的消费需求变化

二、隔离霜行业的需求情况分析

三、2011年隔离霜品牌市场消费需求分析

第四节 隔离霜消费市场状况分析

一、隔离霜行业消费特点

二、隔离霜消费者分析

三、隔离霜消费结构分析

四、隔离霜消费的市场变化

五、隔离霜市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 隔离霜行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、隔离霜行业品牌忠诚度调查

六、隔离霜行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第九章 隔离霜行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国隔离霜行业竞争格局综述

一、2010年隔离霜行业集中度

二、2010年隔离霜行业竞争程度

三、2010年隔离霜企业与品牌数量

四、2010年隔离霜行业竞争格局分析

第四节 2010-2011年隔离霜行业竞争格局分析

一、2010-2011年国内外隔离霜竞争分析

二、2010-2011年我国隔离霜市场竞争分析

三、2010-2011年我国隔离霜市场集中度分析

四、2011-2015年国内主要隔离霜企业动向

五、2011年国内隔离霜拟在建项目分析

第十章 隔离霜企业竞争策略分析

第一节 隔离霜市场竞争策略分析

一、2011年隔离霜市场增长潜力分析

二、2011年隔离霜主要潜力品种分析

三、现有隔离霜产品竞争策略分析

四、潜力隔离霜品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 隔离霜企业竞争策略分析

一、金融危机对隔离霜行业竞争格局的影响

二、金融危机后隔离霜行业竞争格局的变化

三、2011-2015年我国隔离霜市场竞争趋势

四、2011-2015年隔离霜行业竞争格局展望

五、2011-2015年隔离霜行业竞争策略分析

六、2011-2015年隔离霜企业竞争策略分析

第十一章 国内隔离霜品牌分析

第一节 玉兰油

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第二节 资生堂

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第三节 欧莱雅

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第四节 露得清

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第五节 曼秀雷敦

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第六节 ZA

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第七节 羽西

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第八节 妮维雅

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第九节 倩碧

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第十节 薇姿

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2010-2011年经营状况
- 四、2011-2015年发展战略

第十二章 隔离霜行业发展趋势分析

第一节 我国隔离霜行业前景与机遇分析

- 一、我国隔离霜行业发展前景
- 二、我国隔离霜发展机遇分析
- 三、2011年隔离霜的发展机遇分析
- 四、金融危机对隔离霜行业的影响分析

第二节 2011-2015年中国隔离霜市场趋势分析

- 一、2010-2011年隔离霜市场趋势总结
- 二、2011-2015年隔离霜发展趋势分析
- 三、2011-2015年隔离霜市场发展空间
- 四、2011-2015年隔离霜产业政策趋向

- 五、2011-2015年隔离霜技术革新趋势
- 六、2011-2015年隔离霜价格走势分析
- 七、2011-2015年国际环境对行业的影响

第十三章 未来隔离霜行业发展预测

第一节 未来隔离霜需求与消费预测

- 一、2011-2015年隔离霜产品消费预测
- 二、2011-2015年隔离霜市场规模预测
- 三、2011-2015年隔离霜行业总产值预测
- 四、2011-2015年隔离霜行业销售收入预测
- 五、2011-2015年隔离霜行业总资产预测

第二节 2011-2015年中国隔离霜行业供需预测

- 一、2010-2015年中国隔离霜供给预测
- 二、2011-2015年中国隔离霜产量预测
- 三、2011-2015年中国隔离霜需求预测
- 四、2011-2015年中国隔离霜供需平衡预测
- 五、2011-2015年中国隔离霜产品价格预测

第十四章 隔离霜行业投资现状分析

第一节 2010年隔离霜行业投资情况分析

- 一、2010年总体投资及结构
- 二、2010年投资规模情况
- 三、2010年投资增速情况
- 四、2010年分行业投资分析
- 五、2010年分地区投资分析
- 六、2010年外商投资情况

第二节 2011年隔离霜行业投资情况分析

- 一、2011年总体投资及结构
- 二、2011年投资规模情况
- 三、2011年投资增速情况
- 四、2011年分行业投资分析
- 五、2011年分地区投资分析

六、2011年外商投资情况

第十五章 中国隔离霜行业发展环境分析

第一节 国内隔离霜经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国隔离霜经济发展预测分析

第二节 中国隔离霜行业政策环境分析

第十六章 隔离霜行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2011年相关产业活力系数比较
- 二、2009-2010行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2011年相关产业投资收益率比较
- 二、2009-2010行业投资收益率分析

第三节 隔离霜行业投资效益分析

- 一、2010-2011年隔离霜行业投资状况分析
- 二、2011-2015年隔离霜行业投资效益分析
- 三、2011-2015年隔离霜行业投资趋势预测
- 四、2011-2015年隔离霜行业的投资方向
- 五、2011-2015年隔离霜行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响隔离霜行业发展的主要因素

- 一、2011-2015年影响隔离霜行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2015年影响隔离霜行业运行的稳定因素分析
- 三、2011-2015年影响隔离霜行业运行的不利因素分析
- 四、2011-2015年我国隔离霜行业发展面临的挑战分析
- 五、2011-2015年我国隔离霜行业发展面临的机遇分析

第五节 隔离霜行业投资风险及控制策略分析

- 一、2011-2015年隔离霜行业市场风险及控制策略
- 二、2011-2015年隔离霜行业政策风险及控制策略

- 三、2011-2015年隔离霜行业经营风险及控制策略
- 四、2011-2015年隔离霜行业技术风险及控制策略
- 五、2011-2015年隔离霜行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2011-2015年隔离霜行业其他风险及控制策略

第十七章 隔离霜行业投资战略分析

第一节 隔离霜行业发展战略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国隔离霜品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、隔离霜实施品牌战略的意义
- 三、隔离霜企业品牌的现状分析
- 四、我国隔离霜企业的品牌战略
- 五、隔离霜品牌战略管理的策略

第三节 隔离霜企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、人力资源
- 七、财务管理
- 八、国际化策略

第四节 隔离霜行业投资战略分析

- 一、2011年化妆品行业投资战略
- 二、2011年隔离霜行业投资战略

三、2011-2015年隔离霜行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1110/P643802OZG.html>