

2011-2015年中国化妆品行业现状分析及投资前景研究报告

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年中国化妆品行业现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/rihua1110/Q775043F8O.html>

【报告价格】纸介版7800元 电子版8300元 纸介+电子8800元

【出版日期】2011-10-05

【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年中国化妆品行业现状分析及投资前景研究报告》共二十二章。介绍了化妆品行业相关概述、中国化妆品产业运行环境、分析了中国化妆品行业的现状、中国化妆品行业竞争格局、对中国化妆品行业做了重点企业经营状况分析及中国化妆品产业发展前景与投资预测。您若想对化妆品产业有个系统的了解或者想投资化妆品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

2010年，中国零售市场日新月异，零售销售额和销售量均获得快速增长，2010年在日化产品中护肤品品类表现喜人。基础护理品在原有销售规模的基础上仍然保持两位数增长，截至2010年12月，洁面用品和脸部润肤品的零售总额分别达到50.6亿元和106亿元，增长率分别为16%和21%。与此同时，爽肤水、即用型面膜、眼部润肤、润唇膏等特殊护理品类异军突起，展示出巨大的市场潜力。其中眼部润肤品增长率高居各品类之首，达到了32%，爽肤水和即用型面膜紧随其后，分别为30%和27%。眼霜类等作为具有特定功能的特殊护理品类增长迅速，这源于日前大众消费者对护理认识的日渐提升。同时，消费者对护理要求的升级必将促使产品品类的进一步细分。从2010年个人护理品类的市场销售额增长率和市场容量来看，针对特定细分市场的横向发展是品类增长的主要推手之一。2010年，基础护肤品对县级市以及县以下地区市场的渗透有所加强，而特殊护理用品各城市级别的品类渗透率均获得大幅提升。由此可见，针对低线市场的纵向发展也是推动个人护理品增长的有效策略。与此同时，随着媒介形态日益多样化，企业也需要积极发展线上的营销活动，主动与消费者展开交流，建设品牌沟通的良好平台。消费者在互联网上讨论个人护肤品时，尤其热衷产品展示，36%的相关网络流量指向产品展示，而约有20%的消费者喜欢在网络上发表产品评价和使用心得。清晰掌握和有效应用消费者自主媒体尤其重要。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 化妆品行业发展概述

第一节 化妆品的定义及分类

一、化妆品的定义

二、化妆品的分类

第二节 化妆品市场特点

一、化妆品市场特点

二、我国化妆品的管理与监督的特点

第三节 化妆品产业链分析

一、行业经济特性

二、产业链结构分析

第四节 化妆品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 全球化妆品市场发展分析

第一节 2010年全球化妆品市场分析

一、2010年全球化妆品市场回顾

二、2010年全球化妆品市场环境

三、2010年全球有机化妆品销售分析

四、2010年世界香料香精市场分析

第二节 2011年全球化妆品市场分析

一、2011年全球化妆品需求分析

二、2011年天然化妆品需求分析

三、2011年男性化妆品市场分析

四、2011年中外化妆品市场对比

第三节 主要国家地区化妆品市场分析

一、2010-2011年美国化妆品市场分析

二、2010-2011年欧洲化妆品市场分析

三、2010-2011年日本化妆品市场分析

四、2010-2011年韩国化妆品市场分析

五、2010-2011年其他国家化妆品市场

第三章 我国化妆品行业发展现状

第一节 我国化妆品行业发展现状

- 一、化妆品行业品牌发展现状
- 二、化妆品行业消费市场现状
- 三、化妆品市场消费层次分析
- 四、我国化妆品市场走向分析

第二节 2010中国化妆品销售市场分析

- 一、2010年转型下的中国化妆品产业
- 二、2010年化妆品各种渠道生态描述
- 三、2010年化妆品行业渠道现象分析
- 四、2010年中国化妆品专卖店的发展

第三节 2009-2011年化妆品业发展情况分析

- 一、2009年化妆品行业发展情况分析
- 二、2010年化妆品行业发展情况分析
- 三、2011年化妆品行业发展特点分析
- 四、2011年1-7月化妆品行业发展情况

第四节 2010-2011年化妆品行业运行分析

- 一、2010-2011年化妆品业产销存运行分析
- 二、2010-2011年化妆品行业利润情况分析
- 三、2010-2011年化妆品行业发展周期分析
- 四、2011-2015年化妆品行业发展机遇分析
- 五、2011-2015年化妆品行业利润增速预测

第五节 2011年上半年化妆品市场消费格局

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

第四章 我国化妆品市场发展研究

第一节 2010年我国化妆品市场发展研究

- 一、2010年1季度我国化妆品市场研究
- 二、2010年2季度我国化妆品市场研究

三、2010年3季度我国化妆品市场研究

四、2010年4季度我国化妆品市场研究

第二节 2011年我国化妆品市场情况

一、2011年1-7月我国化妆品产销情况

二、2011年1-7月我国化妆品市场价格情况

三、2011年1-7月重点城市化妆品市场发展情况

四、2011年1-7月我国化妆品市场发展情况

第三节 2011年我国化妆品市场结构和价格走势分析

一、2011年上半年我国化妆品市场结构和价格走势概述

二、2011年上半年我国化妆品市场结构分析

三、2011年上半年我国化妆品市场价格走势分析

第四节 2011年我国化妆品业市场发展特点分析

一、2011年上半年我国化妆品市场格局特点

二、2011年上半年我国化妆品产品创新特点

三、2011年上半年我国化妆品市场服务特点

四、2011年上半年我国化妆品市场品牌特点

第五章 我国化妆品市场调查分析

第一节 2010年我国化妆品市场调查分析

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1季度我国化妆品市场调查分析

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

第三节 2011年上半年中国化妆品市场调查分析

一、整体市场关注度

二、品牌关注度格局

三、产品关注度调查

四、不同价位关注度

第六章 化妆品行业经济运行分析

第一节 2010-2011年化妆品产量分析

一、2010年化妆品产量分析

二、2011年1-7月化妆品产量分析

第二节 2010-2011年化妆品行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2010年化妆品行业主要经济指标分析

三、2011年1-7月化妆品行业主要经济指标分析

第三节 2010-2011年我国化妆品行业绩效分析

一、2010-2011年行业产销情况

二、2010-2011年行业规模情况

三、2010-2011年行业盈利能力

四、2010-2011年行业经营发展能力

五、2010-2011年行业偿债能力分析

第七章 我国化妆品行业进出口分析

第一节 我国化妆品进口分析

一、2010年进口总量分析

二、2010年进口结构分析

三、2010年进口区域分析

第二节 我国化妆品出口分析

一、2010年出口总量分析

二、2010年出口结构分析

三、2010年出口区域分析

第三节 我国化妆品进出口预测

一、2011年上半年进口分析

二、2011年上半年出口分析

三、2011年化妆品进口预测

四、2011年化妆品出口预测

第八章 化妆品细分市场情况分析

第一节 美白护肤市场分析

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2010-2011年消费者的偏好分析
- 六、2011-2015年行业发展趋势分析

第二节 防晒用品市场分析

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2010-2011年消费者的偏好分析
- 六、2011-2015年行业发展趋势分析

第三节 天然化妆品市场分析

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2010-2011年消费者的偏好分析
- 六、2011-2015年行业发展趋势分析

第四节 香水市场发展分析

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2010-2011年消费者的偏好分析
- 六、2011-2015年行业发展趋势分析

第五节 彩妆市场发展分析

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第六节 个人护理市场发展分析

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第七节 洗发护发市场发展分析

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第九章 重点消费人群化妆品市场分析

第一节 女性化妆品市场

一、城市女性的防晒护肤调查

二、城市女性对化妆品的选择

第二节 男士化妆品市场

一、男性化妆品市场的开发

二、男士化妆品消费市场分析

三、男士护肤品市场呈专柜专区发展

四、2012年男士化妆品市场份额预测

第三节 儿童化妆品市场分析

一、儿童化妆品市场前景分析

二、儿童化妆品市场发展现状

三、儿童化妆品的未来之路

第四节 中老年人化妆品市场

- 一、老年人化妆品市场发展前景
- 二、中老年女性对化妆品需求分析

第十章 化妆品区域市场情况分析

第一节 华北地区

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2010-2011年消费者的偏好分析
- 六、2011-2015年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2010-2011年消费者的偏好分析
- 六、2011-2015年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2010-2011年消费者的偏好分析
- 六、2011-2015年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

- 一、2010-2011年行业发展现状分析
- 二、2010-2011年市场需求情况分析
- 三、2010-2011年市场规模情况分析
- 四、2010-2011年行业竞争格局分析
- 五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

一、2010-2011年行业发展现状分析

二、2010-2011年市场需求情况分析

三、2010-2011年市场规模情况分析

四、2010-2011年行业竞争格局分析

五、2010-2011年消费者的偏好分析

六、2011-2015年行业发展趋势分析

第十一章 中国化妆品行业消费市场分析

第一节 中国化妆品消费者收入分析

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 化妆品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 化妆品市场消费需求分析

- 一、化妆品市场的消费需求变化
- 二、化妆品行业的需求情况分析
- 三、2011年化妆品品牌市场消费需求分析

第四节 化妆品消费市场状况分析

- 一、化妆品行业消费特点
- 二、化妆品消费者分析
- 三、化妆品消费结构分析
- 四、化妆品消费的市场变化
- 五、化妆品市场的消费方向

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 化妆品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、化妆品行业品牌忠诚度调查
- 六、化妆品行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第十二章 化妆品市场营销分析

第一节 化妆品网络营销分析

- 一、美容化妆品网络营销推广
- 二、品牌化妆品网络营销的瓶颈

第二节 化妆品专业线渠道模式探讨

- 一、传统区域代理模式
- 二、控制渠道的自建渠道模式

三、不设代理商的扁平化模式

四、厂商结盟的“利益共同体”模式

五、连锁经营模式

第三节 化妆品营销战略的转型

一、个性化消费时代与新的价值创造体系

二、整合通路与终端打造黄金网络

三、化妆品营销必由之路是与通路结盟

第四节 化妆品营销模式走向分析

一、药店把化妆品当保健品卖

二、直销造就亲情营销典范

三、俱乐部走进化妆品新视角

第二部分 行业竞争格局

第十三章 化妆品行业竞争格局分析

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 中国化妆品行业竞争格局综述

一、2010年化妆品行业集中度

二、2010年化妆品行业竞争程度

三、2010年化妆品企业与品牌数量

四、2010年化妆品行业竞争格局分析

第四节 2010-2011年化妆品行业竞争格局分析

一、2010-2011年国内外化妆品竞争分析

二、2010-2011年我国化妆品市场竞争分析

- 三、2010-2011年我国化妆品市场集中度分析
- 四、2011-2015年国内主要化妆品企业动向
- 五、2011年国内化妆品拟在建项目分析

第十四章 化妆品企业竞争策略分析

第一节 化妆品市场竞争策略分析

- 一、2011年化妆品市场增长潜力分析
- 二、2011年化妆品主要潜力品种分析
- 三、现有化妆品产品竞争策略分析
- 四、潜力化妆品品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 化妆品企业竞争策略分析

- 一、金融危机对化妆品行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后化妆品行业竞争格局的变化
- 三、2011-2015年我国化妆品市场竞争趋势
- 四、2011-2015年化妆品行业竞争格局展望
- 五、2011-2015年化妆品行业竞争策略分析
- 六、2011-2015年化妆品企业竞争策略分析

第十五章 国际化妆品企业竞争分析

第一节 美国玫琳凯化妆品有限公司

- 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 法国欧莱雅集团有限公司

- 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 日本资生堂有限公司

- 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 美国雅芳化妆品有限公司

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 美国宝洁公司

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 美国雅诗兰黛国际集团有限公司

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 美国安利公司

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 英国联合利华有限公司

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

第十六章 国内化妆品企业竞争分析

第一节 索芙特股份有限公司

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 上海家化联合股份有限公司

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 台湾自然美

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 珠海姗拉娜化妆品有限公司

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 上海郑明明化妆品有限公司

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 北京大宝化妆品有限公司

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 天津郁美净集团有限公司

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 广州市采诗化妆品有限公司

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

第三部分 行业前景预测

第十七章 化妆品行业发展趋势分析

第一节 我国化妆品行业前景与机遇分析

一、我国化妆品行业发展前景

二、我国化妆品发展机遇分析

三、2011年化妆品的发展机遇分析

四、金融危机对化妆品行业的影响分析

第二节 2011-2015年中国化妆品市场趋势分析

一、2010-2011年化妆品市场趋势总结

二、2011-2015年化妆品发展趋势分析

三、2011-2015年化妆品市场发展空间

四、2011-2015年化妆品产业政策趋向

五、2011-2015年化妆品技术革新趋势

六、2011-2015年化妆品价格走势分析

七、2011-2015年国际环境对行业的影响

第十八章 未来化妆品行业发展预测

第一节 未来化妆品需求与消费预测

一、2011-2015年化妆品产品消费预测

二、2011-2015年化妆品市场规模预测

三、2011-2015年化妆品行业总产值预测

四、2011-2015年化妆品行业销售收入预测

五、2011-2015年化妆品行业总资产预测

第二节 2011-2015年中国化妆品行业供需预测

一、2010-2015年中国化妆品供给预测

- 二、2011-2015年中国化妆品产量预测
- 三、2011-2015年中国化妆品需求预测
- 四、2011-2015年中国化妆品供需平衡预测
- 五、2011-2015年中国化妆品产品价格预测
- 六、2011-2015年主要化妆品产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十九章 化妆品行业投资现状分析

第一节 2010年化妆品行业投资情况分析

- 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1-7月化妆品行业投资情况分析

- 一、2011年1-7月总体投资及结构
- 二、2011年1-7月投资规模情况
- 三、2011年1-7月投资增速情况
- 四、2011年1-7月分行业投资分析
- 五、2011年1-7月分地区投资分析
- 六、2011年1-7月外商投资情况

第二十章 化妆品行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2010-2011年我国宏观经济运行情况
- 二、2011-2015年我国宏观经济形势分析
- 三、2011-2015年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2011年化妆品行业政策环境分析
- 二、2011年国内宏观政策对其影响
- 三、2011年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

- 一、国内化妆品技术现状
- 二、2011年化妆品技术发展分析
- 三、2011-2015年化妆品技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2011年社会环境发展分析
- 三、2011-2015年社会环境对行业的影响分析

第五节 化工行业振兴规划

- 一、化工行业振兴规划概述
- 二、化工行业振兴规划细则
- 三、化工行业振兴规划主要任务
- 四、化工行业振兴规划主要工程
- 五、化工行业振兴规划主要措施
- 六、化工行业振兴规划的意义与作用
- 七、化工行业振兴规划对化妆品行业的影响

第二十一章 化妆品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 化妆品行业投资效益分析

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

第四节 影响化妆品行业发展的主要因素

- 一、2011-2015年影响化妆品行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2015年影响化妆品行业运行的稳定因素分析
- 三、2011-2015年影响化妆品行业运行的不利因素分析
- 四、2011-2015年我国化妆品行业发展面临的挑战分析
- 五、2011-2015年我国化妆品行业发展面临的机遇分析

第五节 化妆品行业投资风险及控制策略分析

- 一、2011-2015年化妆品行业市场风险及控制策略
- 二、2011-2015年化妆品行业政策风险及控制策略
- 三、2011-2015年化妆品行业经营风险及控制策略
- 四、2011-2015年化妆品行业技术风险及控制策略
- 五、2011-2015年化妆品行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2011-2015年化妆品行业其他风险及控制策略

第二十二章 化妆品行业投资战略研究

第一节 化妆品行业发展战略研究

- 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 对我国化妆品品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、化妆品实施品牌战略的意义
- 三、化妆品企业品牌的现状分析
- 四、我国化妆品企业的品牌战略
- 五、化妆品品牌战略管理的策略

第三节 化妆品企业经营管理策略

- 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 化妆品行业投资战略研究

一、2011年化妆品行业投资战略

二、2011年护肤品行业投资战略

三、2011-2015年化妆品行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录

图表：化妆品产业链分析

图表：国际化妆品市场规模

图表：国际化妆品生命周期

图表：2003-2010年中国化妆品行业市场规模

图表：2002-2010年全球化妆品产业市场规模

图表：2008-2010年化妆品重要数据指标比较

图表：2003-2010年中国化妆品行业销售情况分析

图表：2003-2010年中国化妆品行业利润情况分析

图表：2003-2010年中国化妆品行业资产情况分析

图表：2009-2010年化妆品产品进口数量比较

图表：2009-2010年化妆品进口金额趋势比较

图表：2009-2010年化妆品进口数量趋势比较

图表：2009-2010年化妆品出口金额趋势比较

图表：2009-2010年化妆品出口数量趋势比较

图表：2010年我国前十位出口化妆品数量省市地区

图表：2010年我国前十位出口化妆品金额省市地区

图表：2009-2010年中国化妆品发展能力分析

图表：2009-2010年中国化妆品竞争力分析

图表：2011-2015年中国化妆品产能预测

图表：2011-2015年中国化妆品消费量预测

图表：2011-2015年中国化妆品市场前景预测

图表：2011-2015年中国化妆品市场价格走势预测

图表：2011-2015年中国化妆品发展前景预测

图表：2010年1-12月化妆品产量全国合计

图表：2010年1-12月化妆品产量北京市合计

图表：2010年1-12月化妆品产量天津市合计

图表：2010年1-12月化妆品产量河北省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量山西省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量辽宁省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量吉林省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量黑龙江合计

图表：2010年1-12月化妆品产量上海市合计

图表：2010年1-12月化妆品产量江苏省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量浙江省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量安徽省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量福建省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量江西省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量山东省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量河南省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量湖北省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量湖南省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量广东省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量广西区合计

图表：2010年1-12月化妆品产量海南省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量重庆市合计

图表：2010年1-12月化妆品产量四川省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量贵州省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量云南省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量陕西省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量甘肃省合计

图表：2010年1-12月化妆品产量新疆区合计

图表：2010年1-12月化妆品产量内蒙古合计

图表：2011年1-7月化妆品产量全国合计

图表：2011年1-7月化妆品产量北京市合计

图表：2011年1-7月化妆品产量天津市合计

图表：2011年1-7月化妆品产量河北省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量山西省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量辽宁省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量吉林省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量黑龙江合计

图表：2011年1-7月化妆品产量上海市合计

图表：2011年1-7月化妆品产量江苏省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量浙江省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量安徽省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量福建省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量江西省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量山东省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量河南省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量湖北省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量湖南省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量广东省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量广西区合计

图表：2011年1-7月化妆品产量海南省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量重庆市合计

图表：2011年1-7月化妆品产量四川省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量贵州省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量云南省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量陕西省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量甘肃省合计

图表：2011年1-7月化妆品产量新疆区合计

图表：2011年1-7月化妆品产量内蒙古合计

图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标全国合计

图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标北京市合计

图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标天津市合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标河北省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标山西省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标内蒙古合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标辽宁省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标吉林省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标黑龙江合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标上海市合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标江苏省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标浙江省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标安徽省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标福建省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标江西省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标山东省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标河南省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标湖北省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标湖南省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标广东省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标广西区合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标海南省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标重庆市合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标四川省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标贵州省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标云南省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标陕西省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标甘肃省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标青海省合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标宁夏区合计
图表：2010年1-12月化妆品行业经济指标新疆区合计
图表：2010年2月化妆品行业收入前十家企业
图表：2010年5月化妆品行业收入前十家企业
图表：2010年8月化妆品行业收入前十家企业

图表：2010年11月化妆品行业收入前十家企业

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标全国合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标北京市合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标天津市合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标河北省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标山西省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标内蒙古合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标辽宁省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标吉林省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标黑龙江合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标上海市合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标江苏省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标浙江省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标安徽省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标福建省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标江西省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标山东省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标河南省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标湖北省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标湖南省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标广东省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标广西区合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标海南省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标重庆市合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标四川省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标贵州省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标云南省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标陕西省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标甘肃省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标青海省合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标宁夏区合计

图表：2011年1-7月化妆品行业经济指标新疆区合计

图表：2010年1-12月化妆品进口数据

图表：2010年1季度化妆品进口数据

图表：2010年1月化妆品进口数据

图表：2010年2月化妆品进口数据

图表：2010年3月化妆品进口数据

图表：2010年2季度化妆品进口数据

图表：2010年4月化妆品进口数据

图表：2010年5月化妆品进口数据

图表：2010年6月化妆品进口数据

图表：2010年3季度化妆品进口数据

图表：2010年7月化妆品进口数据

图表：2010年8月化妆品进口数据

图表：2010年9月化妆品进口数据

图表：2010年4季度化妆品进口数据

图表：2010年10月化妆品进口数据

图表：2010年11月化妆品进口数据

图表：2010年12月化妆品进口数据

图表：2010年1-12月化妆品出口数据

图表：2010年1季度化妆品出口数据

图表：2010年1月化妆品出口数据

图表：2010年2月化妆品出口数据

图表：2010年3月化妆品出口数据

图表：2010年2季度化妆品出口数据

图表：2010年4月化妆品出口数据

图表：2010年5月化妆品出口数据

图表：2010年6月化妆品出口数据

图表：2010年3季度化妆品出口数据

图表：2010年7月化妆品出口数据

图表：2010年8月化妆品出口数据

图表：2010年9月化妆品出口数据

图表：2010年4季度化妆品出口数据

图表：2010年10月化妆品出口数据

图表：2010年11月化妆品出口数据

图表：2010年12月化妆品出口数据

图表：2011年1-7月化妆品进口数据

图表：2011年1季度化妆品进口数据

图表：2011年1月化妆品进口数据

图表：2011年2月化妆品进口数据

图表：2011年3月化妆品进口数据

图表：2011年2季度化妆品进口数据

图表：2011年4月化妆品进口数据

图表：2011年5月化妆品进口数据

图表：2011年1-7月化妆品出口数据

图表：2011年1季度化妆品出口数据

图表：2011年1月化妆品出口数据

图表：2011年2月化妆品出口数据

图表：2011年3月化妆品出口数据

图表：2011年2季度化妆品出口数据

图表：2011年4月化妆品出口数据

图表：2011年5月化妆品出口数据

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、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、中国经济景气监测中心、《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，主要分析了全球化妆品市场现状、我国化妆品市场状况、金融风暴对行业的影响、化妆品包装业的发展趋势、化妆品的销售渠道、市场竞争格局、进出口状况、化妆品领域领先企业以及当前北京、上海、广州等各大城市消费者消费心理。对中国化妆品行业的投资前景、企业应对策略、行业发展趋势进行了研究预测。报告还对国家化妆品相关产业政策进行了介绍和政策趋向研判，是化妆品生产业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前化妆品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1110/Q775043F8O.html>