

# 2012-2016年中国发用化妆品行业深度调研与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2012-2016年中国发用化妆品行业深度调研与投资前景研究报告》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/rihua1112/G716510Z36.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】2011-12-16

【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《2012-2016年中国发用化妆品行业深度调研与投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了中国化妆品行业的概念，接着分析了中国化妆品行业发展环境，然后对中国化妆品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国化妆品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国化妆品行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

发用类化妆品是用来清洁、保护、营养的美化人的头发的化妆品。毛发用化妆品种类繁多，从卫生角度分为一般发用产品、易接触眼的发用产品两类。

## 第一章 2011年国际发用化妆品市场发展动态分析

### 第一节 2011年国际洗发护发市场发展环境分析

### 第二节 2011年国际发用化妆品市场运行状况分析

#### 一、世界著名的洗发护发产品的品牌

#### 二、世界洗发护发品市场特点

#### 三、世界发用化妆品广告投放情况分析

### 第三节 2011年主要国家发用化妆品市场发展动态分析

#### 一、美国

#### 二、日本

#### 三、韩国

#### 四、法国

### 第四节 2012-2016年世界发用化妆品市场走势预测分析

## 第二章 2011年国际著名发用化妆品品牌在华销售市场状况分析

### 第一节 美国宝洁公司

#### 一、公司基本概况

#### 二、2011年公司产品在华销售情况分析

#### 三、公司竞争优势分析

#### 四、公司国际化战略发展分析

### 第二节 英国联合利华公司

- 一、公司基本概况
- 二、2011年公司产品在华销售情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

### 第三节 日本资生堂公司

- 一、公司基本概况
- 二、2011年公司产品在华销售情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

### 第四节 美国安利公司

- 一、公司基本概况
- 二、2011年公司产品在华销售情况分析
- 三、公司竞争优势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

### 第五节 略&hellip;&hellip;

## 第三章 2010-2012年中国发用化妆品市场运行环境分析

### 第一节 国内宏观经济环境分析

- 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、2012年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 中国发用化妆品行业政策环境分析

## 第四章 2011年中国发用化妆品市场发展动态分析

### 第一节 2011年中国发用化妆品市场总体概况

- 一、国内洗发护发市场格局
- 二、中国发用化妆品行业的主导因素分析
- 三、中国洗护发宏观市场发展概述

### 第二节 2011年中国发用化妆品区域市场分析

- 一、农村洗发护发市场
- 二、高校学生洗发护发产品品牌调查
- 三、护发品集体发力高端市场

### 第三节 2011年中国发用化妆品市场面临的挑战分析

- 一、洗发水市场有待规范
- 二、国内洗发水品牌亟待整合与突破
- 三、染发剂市场问题较多

## 第五章 2011年中国洗发水市场发展形势分析

### 第一节 2011年中国洗发水市场发展概况

- 一、中国洗发水市场发展历程
- 二、中国洗发市场新时代
- 三、洗发水市场结构分析

### 第二节 2011年中国洗发水市场消费分析

- 一、二线洗发水消费者调查分析
- 二、年轻女性支撑中国洗发水市场
- 三、北京地区消费者分析
- 四、江苏中小城镇洗发水消费分析

### 第三节 2011年中国洗发水市场营销分析

- 一、洗发水市场细分及定位策略
- 二、洗发水产品销售特征分析
- 三、洗发水市场渠道状况
- 四、国产洗发水营销策略

## 第六章 2011年中国洗发水细分市场发展情况分析

### 第一节 2011年中国药物洗发水市场运行情况分析

- 一、采乐挖掘药物洗发水首桶金
- 二、谁将挖掘药物洗发水的下一桶金
- 三、提神醒脑药物洗发水潜力大

### 第二节 2011年中国防脱洗发水产业发展格局分析

- 一、中国防脱洗发水现状分析
- 二、防脱洗发水品牌简析
- 三、“防脱”市场竞争激烈
- 四、忠诚度是防脱洗发水竞争的关键
- 五、“防脱”产品发展新动向

### 第三节2011年中国去屑洗发水行业营运态势分析

- 一、去屑洗发水推出新产品
- 二、真正的去屑洗发水在中国还未成熟
- 三、洗发水去屑战争升级
- 四、清扬去屑洗发水全面出击

## 第七章2011年中国洗发水品牌分析

### 第一节2011年中国洗发水品牌总体概述

- 一、洗发水品牌发展回顾
- 二、国内洗发水主要品牌阐述
- 三、主要品牌成功关键因素分析

### 第二节2011年中国国产洗发水品牌分析

- 一、国产洗发水品牌存在的问题
- 二、国内成功品牌的有益启示
- 三、创造品牌核心价值
- 四、品牌规划与品牌资产层面的思考
- 五、国产洗发水品牌的未来局面

### 第三节2011年中国洗发水主要地区品牌分析

- 一、珠三角市场洗发水品牌状况
- 二、广东洗发水品牌困境透析
- 三、江西洗发水品牌消费及广告投放分析

### 第四节2011年中国洗发水品牌案例解析

- 一、飘柔品牌管理分析
- 二、舒蕾品牌战略分析
- 三、风影洗发水品牌发展战略
- 四、拉芳品牌变革的得失

## 第八章 2011年中国染发剂行业市场运行态势剖析

### 第一节 2009-2011年中国染发剂行业发展现状分析

- 一、中国染发剂行业运行特点分析
- 二、中国染发剂品牌综述
- 三、中国的传统染发群与时髦染发群大有并驾齐驱之势

#### 四、染发剂已逐渐赶上发达国家的水平

#### 第二节 2011年中国染发剂市场运营格局剖析

##### 一、市场供需情况分析

##### 二、市场价格走势分析

#### 第三节 2011年中国染发剂市场存在的问题

### 第九章 2011年中国染发剂生产工艺及技术进展研究

#### 第一节 染发剂生产方法

##### 一、有机合成染料：包括氧化染料、还原染料和仿天然黑素染料

##### 二、金属染料

##### 三、天然染料

#### 第二节 不同染发剂工业生产方法对比

#### 第三节 中国染发剂生产技术特点

#### 第四节 染发剂质量指标

### 第十章 2007-2011年中国化妆品制造行业数据监测分析

#### 第一节 2007-2011年中国化妆品制造行业规模分析

##### 一、企业数量增长分析

##### 二、从业人数增长分析

##### 三、资产规模增长分析

#### 第二节 2011年三季度中国化妆品制造行业结构分析

##### 一、企业数量结构分析

###### 1、不同类型分析

###### 2、不同所有制分析

##### 二、销售收入结构分析

###### 1、不同类型分析

###### 2、不同所有制分析

#### 第三节 2007-2011年中国化妆品制造行业产值分析

##### 一、产成品增长分析

##### 二、工业销售产值分析

##### 三、出口交货值分析

#### 第四节 2007-2011年中国化妆品制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2007-2011年中国化妆品制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第十一章 2011年中国发用化妆品市场竞争格局分析

第一节 2011年中国发用化妆品品牌格局分析

一、中国发用化妆品品牌格局现状

二、国内发用化妆品品牌竞争特征

三、小品牌洗发水挑战宝洁

第二节 2011年中国洗发水市场竞争格局分析

一、中国洗发水市场竞争激烈

二、国产洗发水将反战进行到底

三、国产洗发水与宝洁的对峙

四、中药汉方日化市场各领风骚

第三节 2011年中国发用化妆品企业竞争分析

第十二章 2011年中国发用化妆品行业市场营销策略分析

第一节 2011年中国发用化妆品市场构建定位分析

一、一级市场

二、二、三级市场

第二节 2011年中国发用化妆品市场营销策略分析

一、专柜陈列策略

二、媒体策略

三、促销活动策略

四、终端物料策略

第三节 2011年中国发用化妆品市场竞争策略分析

一、发展触手可及的销售渠道

二、明星：品牌形象助推器

三、整体提升品牌价值



## 第十三章 2011年中国发用化妆品行业优势企业关键性数据分析

### 第一节 索芙特股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第二节 上海家化联合股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第三节 丝宝精细化工(武汉)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第四节 脱普日用化学品(中国)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第五节 广州市好迪化妆品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第六节 中山市嘉丹婷日用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第七节 澳宝化妆品(惠州)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第八节 天津宝洁工业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

#### 第九节 沈阳东联日用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第十节 上海华银日用品有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业主要经济指标分析

### 三、企业盈利能力分析

### 四、企业偿债能力分析

### 五、企业运营能力分析

### 六、企业成长能力分析

## 第十一节 略&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

## 第十四章 2012-2016年中国发用化妆品市场发展趋势预测分析

### 第一节 2012-2016年中国发用化妆品销售市场趋势预测分析

#### 一、产品发展趋势分析

#### 二、价格变化趋势分析

#### 三、渠道发展趋势分析

#### 四、用户需求趋势分析

### 第二节 2012-2016年中国发用化妆品市场运行势态预测分析

#### 一、市场规模预测分析

#### 二、市场结构预测分析

### 第三节 2012-2016年中国发用化妆品市场盈利预测分析

## 第十五章 2012-2016年中国发用化妆品市场投资前景及发展策略分析

### 第一节 2012-2016年中国发用化妆品市场投资机会分析

#### 一、我国美发产业机遇与挑战共存

#### 二、养发馆是正在兴起的新商机

### 第二节 2012-2016年中国发用化妆品市场投资风险分析

#### 一、市场风险分析

#### 二、竞争风险分析

#### 三、原材料风险分析

#### 四、其他风险分析

### 第三节 2012-2016年中国发用化妆品行业发展策略分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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/rihua1112/G716510Z36.html>