

# 2012-2016年中国天然化妆品行业市场分析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年中国天然化妆品行业市场分析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/yiqishichang1201/l991651D7A.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】2012-01-01

【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年中国天然化妆品行业市场分析与投资前景研究报告》侧重对天然化妆品行业运行环境、市场格局、产品市场供需、企业竞争的研究和行业发展趋势及市场规模增长的预测。通过研究天然化妆品行业市场的特征、竞争态势、市场现状及预测，使企业和投资者对天然化妆品行业整个市场的脉络更为清晰，从而保证投资者做出更为正确的决策。

通过《2012-2016年中国天然化妆品行业市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

天然化妆品是一种新型化妆品，是来自动、植物或矿物的有效元素的提取物。由于其具有无刺激性，含多种维生素等人体所需的成份以及取材新鲜等优点而倍受使用者亲睐。

## 第一章2012-2016年中国天然化妆品行业发展环境分析

### 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 中国天然化妆品行业政策环境分析

## 第二章 2010-2011年中国化妆品市场发展状况分析

### 第一节 2010-2011年中国化妆品市场总体概况

- 一、中国化妆品市场发展回顾
- 二、化妆品市场发展的总体概述
- 三、国内化妆品市场结构分析
- 四、化妆品网购市场

### 第二节 2010-2011年中国化妆品市场消费分析

- 一、化妆品市场消费者的构成
- 二、化妆品市场消费的特点
- 三、化妆品市场居民消费的构成

四、美容化妆品市场的消费状况调查

五、女性购买化妆品的心理因素研究

第三节 2010-2011年中国化妆品包装行业运行情况分析

一、化妆品包装的特性

二、国内美容化妆品包装分析

三、化妆品包装需标注所有成分

四、中草药成为化妆品包装禁用语惹争端

五、美容化妆品包装的发展走向

第四节 2010-2011年中国化妆品市场存在的问题分析

一、中国化妆品市场面临的难题

二、国内美容化妆品市场的薄弱方面

三、中国化妆品市场产品质量堪忧

四、国内化妆品市场亟待整合

第五节 2010-2011年中国化妆品市场发展的对策分析

一、中国化妆品市场发展的建议

二、国内化妆品市场的发展对策

三、化妆品企业发展要集体补标识规范课

四、化妆品行业地位提升的对策探讨

第三章 2010-2011年国际天然化妆品市场运行态势透析

第一节 2010-2011年国际天然化妆品市场

一、天然化妆品概述

二、全球天然化妆品品牌格局概述

三、全球天然化妆品茶品结构简析

四、国外天然化妆品销售方式分析

第二节 2010-2011年全球天然化妆品产业区域市场格局分析

一、欧洲

二、美国

三、日本

四、韩国

第三节 2012-2016年世界天然化妆品行业发展前景预测分析

## 第四章 2010-2011年全球天然化妆品品牌运营分析

### 第一节 德国世家Dr.Hauschka

- 一、企业概况
- 二、产品特性分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业在华投资动态分析

### 第二节 纽约曼哈顿的Kiehl's

- 一、企业概况
- 二、产品特性分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业在华投资动态分析

### 第三节 法国拉斐特的Caudalie

- 一、企业概况
- 二、产品特性分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业在华投资动态分析

### 第四节 Origins品木宣言

- 一、企业概况
- 二、产品特性分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业在华投资动态分析

## 第五章 2010-2011年中国天然化妆品行业运行形势分析

### 第一节 2010-2011年中国天然化妆品产业运行现状

- 一、中国天然化妆品行业规模分析
- 二、国内天然化妆品行业动态分析
- 三、中国天然化妆品技术工艺分析

### 第二节 2010-2011年中国绿色化妆品产业发展情况分析

- 一、绿色化妆品概况
- 二、绿色化妆品产业的特点
- 三、建立并完善绿色化妆品产业制度的意义
- 四、中国绿色化妆品产业法律制度完善的建议

### 第三节 2010-2011年中国天然化妆品行业发展存在的问题分析

## 第六章 2010-2011年中国天然化妆品市场运营态势分析

### 第一节 2010-2011年中国天然化妆品市场运行概况

- 一、国内天然化妆品市场现状
- 二、天然、有机和绿色将成化妆品的潮流
- 三、亚洲化妆品生产企业青睐天然有机标准

### 第二节 2010-2011年中国天然化妆品市场发展格局分析

- 一、中国天然化妆品生产情况分析
- 二、国内天然化妆品市场需求分析
- 三、中国天然化妆品销售现状分析

### 第三节 2010-2011年中国天然化妆品市场价格走势分析

- 一、产品市场价格行情分析
- 二、市场价格影响因素分析
- 三、2012-2016年价格走势预测分析

## 第七章 2009-2011年中国化妆品制造行业主要数据监测分析

### 第一节 2009-2011年中国化妆品制造行业总体数据分析

- 一、2009年中国化妆品制造行业全部企业数据分析
- 二、2010年中国化妆品制造行业全部企业数据分析
- 三、2011年中国化妆品制造行业全部企业数据分析

### 第二节 2009-2011年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2009年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2010年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2011年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2009-2011年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2009年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2010年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2011年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

## 第八章 2010-2011年中国天然化妆品行业竞争格局分析

### 第一节 2010-2011年中国天然化妆品行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

第二节 2010-2011年中国天然化妆品市场竞争格局分析

一、品牌竞争格局分析

二、生产成本竞争分析

三、行业竞争力分析

第三节 2010-2011年中国天然化妆品行业竞争策略分析

第九章 中国天然化妆品行业优势企业关键性数据分析

第一节 玫琳凯(中国)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

第二节 雅芳(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

第三节 天津郁美净集团有限公司

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 妮维雅(上海)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 四川可采实业有限公司

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

#### 第六节 江苏东洋之花化妆品有限公司

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

### 第十章 2010-2011年中国化妆品市场营销分析

#### 第一节 2010-2011年中国化妆品行业市场渠道分析

一、批发市场

二、零售终端市场

三、专业市场

四、黑市对化妆品销售市场的影响

#### 第二节 2010-2011年中国化妆品直复营销与网络营销分析

一、直复营销的概念

二、化妆品网络营销的特征和优势

三、网络营销理论

四、化妆品网络营销的现状

#### 第三节 化妆品直销

一、化妆品直销的概述

二、欧瑞莲化妆品成为中国第9家获得直销牌照的企业

三、中国化妆品直销发展存在的瓶颈

#### 第四节 化妆品专卖店经营

一、美容化妆品业连锁特许经营的简析

二、化妆品专卖店经营面临的挑战及经营策略

三、化妆品行业连锁经营的发展趋势

#### 第五节 2010-2011年中国化妆品梯度营销渠道的策略解读

一、化妆品实行梯度营销的必要性

二、渠道梯度

三、目标消费者梯度

### 第十一章 2012-2016年中国天然化妆品行业投资机遇与建议分析

#### 第一节 2012-2016年中国化妆品行业投资前景分析

一、化妆品市场投资存在的商机

二、中药化妆品行业的投资前景分析

三、祛斑化妆品的配方设计和应用前景

四、芦荟化妆品的前景和开发

#### 第二节 2012-2016年中国天然化妆品行业投资机会分析

一、行业吸引力分析

二、区域投资潜力分析

三、与产业政策相关的投资机遇分析

#### 第三节 2012-2016年中国天然化妆品行业投资风险分析

一、市场风险

二、经营风险

三、技术风险

四、原材料风险

五、其它风险

### 第十二章 2012-2016年中国天然化妆品行业发展走向预测

#### 第一节 2012-2016年中国天然化妆品产业运行趋势展望

一、产品技术研发方向

## 二、行业走向预测

### 第二节 2012-2016年中国天然化妆品市场发展走势预测

#### 一、市场需求预测

#### 二、产品供给形势预测

#### 三、市场竞争格局预测分析

### 第三节 2012-2016年中国天然化妆品市场盈利能力预测分析

#### 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年三季度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：玫琳凯(中国)化妆品有限公司主要经济指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司经营收入走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司盈利指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司负债情况图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司负债指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司运营能力指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司成长能力指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司主要经济指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司经营收入走势图

图表：雅芳（中国）有限公司盈利指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司负债情况图

图表：雅芳（中国）有限公司负债指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司运营能力指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司成长能力指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司主要经济指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司经营收入走势图

图表：天津郁美净集团有限公司盈利指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司负债情况图

图表：天津郁美净集团有限公司负债指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司运营能力指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司成长能力指标走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司主要经济指标走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司经营收入走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司盈利指标走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司负债情况图

图表：妮维雅(上海)有限公司负债指标走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司运营能力指标走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司成长能力指标走势图

图表：四川可采实业有限公司主要经济指标走势图

图表：四川可采实业有限公司经营收入走势图

图表：四川可采实业有限公司盈利指标走势图

图表：四川可采实业有限公司负债情况图

图表：四川可采实业有限公司负债指标走势图

图表：四川可采实业有限公司运营能力指标走势图

图表：四川可采实业有限公司成长能力指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司主要经济指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司经营收入走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司盈利指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司负债情况图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司负债指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司运营能力指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司成长能力指标走势图

图表：略

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/yiqishichang1201/l991651D7A.html>