

# 2012-2016年中国眼霜行业 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年中国眼霜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/rihua1204/W3504376M6.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-04-18

【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年中国眼霜行业深度调研与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了眼霜相关概述、中国眼霜市场运行环境等，接着分析了中国眼霜市场发展的现状，然后介绍了中国眼霜行业市场竞争格局。随后，报告对眼霜行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国眼霜市场发展前景与投资战略。您若想对眼霜产业有个系统的了解或者想投资眼霜行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国眼霜行业深度调研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。

眼霜，护肤类化妆产品之一。有滋润的功效，除了可以减低黑眼圈、眼袋的问题外，同时也具备改善皱纹、细纹的功效。眼霜是用来保护眼睛周围比较薄的这一层皮肤的，对眼袋、黑眼圈、鱼尾纹等都有一定的效用，但是不同的眼霜有不同的主要作用。眼霜的种类很多大致分为眼膜、眼胶、眼霜等；从功能上分为滋润眼霜、紧实眼霜、抗老化眼霜、抗敏眼霜等等。

## 第一章 眼霜相关概述

### 第一节 护肤品简述

#### 一、护肤品的分类及作用

#### 二、护肤品的历史沿革

#### 三、各种护肤品理化指标

### 第二节 眼霜基础阐述

#### 一、眼霜的成份

#### 二、眼霜的分类

##### 1、眼部卸妆产品

##### 2、眼部基础护理产品

##### 3、眼部特殊护理

### 第三节 眼霜品种

#### 一、眼膜

## 二、眼胶

## 三、眼霜

### 第二章 2011-2012年世界眼霜市场运行态势分析

#### 第一节 2011-2012年世界护肤品业运行概况

##### 一、国际护肤品市场品牌分析

##### 二、护肤品市场呈现两大新潮流

#### 第二节 2011-2012年世界眼霜市场动态分析

##### 一、眼霜全球化背景下的新探索

##### 二、全球热卖：医生品牌抗过敏眼霜效果评测

##### 三、妮维雅掀起高性价比眼霜的购买热潮

#### 第三节 2011-2012年主要国家及地区眼霜行业发展现状分析

##### 一、美国

##### 二、欧洲

##### 三、日本

##### 四、韩国

#### 第四节 2012-2016年世界眼霜行业发展趋势分析

### 第三章 2011-2012年中国眼霜市场运行环境分析

#### 第一节 2011年中国宏观经济环境分析

##### 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 2011-2012年中国社会环境分析

#### 第三节 2011-2012年中国眼霜市场相关政策分析

##### 一、眼霜市场政策监管

##### 二、护肤品产业政策分析

##### 三、化妆品产业政策分析

##### 四、其它相关法律法规

#### 第四节 2011-2012年中国眼霜工艺技术分析

### 第四章 2011-2012年中国护肤品产业运行态势分析

## 第一节 中国护肤品市场品牌发展历程分析

- 一、第一阶段：上海品牌垄断国内市场
- 二、第二阶段：跨国公司抢滩中国，土洋品牌泾渭分明
- 三、第三阶段：本土品牌专业细分市场突围
- 四、第四阶段：跨国品牌中低端延伸，本土品牌中高端跨越

## 第二节 2011-2012年中国护肤品市场发展概况分析

- 一、医学护肤品市场扩大
- 二、护肤品市场寻求品牌突围
- 三、植物护肤品市场潜力无限

## 第三节 2011-2012年中国护肤品市场的发展态势分析

- 一、众多品牌瓜分市场
- 二、市场细分已成必然
- 三、专业护肤品企业出现
- 四、高档护肤品发展迅速

## 第四节 2011-2012年中国的护肤品市场发展特点分析

- 一、男士护肤品市场发展迅猛，但市场培育成熟还需要时间
- 二、“无添加、有机化妆品”成为主流概念之一
- 三、连锁专卖店成为护肤品销售的主流渠道之一
- 四、老年护肤品潜力尚未开发
- 五、防晒、美白等基础护肤出现新的发展趋势

## 第五章 2011-2012年中国眼霜市场动态分析

### 第一节 2011-2012年中国眼霜行业市场新亮点呈现

- 一、眼霜种类繁多
- 二、眼霜价格两极分化严重
- 三、眼霜行业地区发展水平不平衡

### 第二节 2011-2012年中国眼霜行业价格水平分析

- 一、低价位
- 二、中高价位

### 第三节 2011-2012年中国眼霜消费人群分析

### 第四节 2011-2012年中国消费者对眼霜需求要素

- 一、基础需求

## 二、特殊需求

## 第六章 2011-2012年中国眼霜品牌市场营销态势分析

### 第一节 雅诗兰黛

#### 一、产品性价比分析

#### 二、产品主流消费群体

#### 三、口碑评价

#### 四、营销策略

#### 五、市场销售情况

### 第二节 欧莱雅

### 第三节 玉兰油

### 第四节 兰蔻

### 第五节 倩碧

### 第六节 雅芳

### 第七节 大宝

### 第八节 相宜本草

### 第九节 玫琳凯

### 第十节 薇姿

## 第七章 2011-2012年中国眼霜市场消费调研

### 第一节 2011-2012年中国消费者心理调研

#### 一、女性消费者消费心理与行为分析

#### 二、男性消费者心理与行为分析

#### 三、消费者对眼霜需求因素分析

##### 1、眼霜基础需求

##### 2、眼霜特殊需求

### 第二节 2011-2012年中国眼霜市场划分及消费者分布研究

#### 一、高端市场：以价格较高的国外产品为主，消费者主要是高收入消费者

#### 二、中端市场：主要产品是价格相对较高的合资产品，消费群集中在中低收入消费者

#### 三、低端市场：消费群基本上是低收入或无收入（学生）的消费者

### 第三节 2011-2012年中国眼霜消费者消费行为调研

#### 一、中国消费者对眼霜认知情况调研

- 二、消费者购买眼霜渠道分布
- 三、消费者对眼霜品牌忠诚度分析
- 四、消费者对眼霜价格敏感度分析
- 五、中国重点城市前五大品牌构成
- 六、影响消费者选购护眼霜考虑因素分析
- 七、消费者对眼霜功能关注及占比（滋润、紧实、抗老化、抗敏）

## 第八章 2011-2012年中国眼霜行业市场竞争格局分析

### 第一节 2011-2012年中国护肤品行业整体竞争格局分析

- 一、激烈竞争导致行业集中度下滑
- 二、国内主要护肤品竞争手段分析
- 三、外资护肤品抢滩中低端市场
- 四、男性护肤品市场竞争日渐升温
- 五、品牌成为护肤品竞争突破点

### 第二节 2011-2012年中国眼霜市场竞争分析

- 一、眼霜新产品性价格分析
- 二、国内外品牌竞争力分析
- 三、生产工艺竞争

### 第三节 2011-2012年中国眼霜市场集中度分析

### 第四节 2012-2016年中国眼霜竞争趋势分析

## 第九章 2011-2012年全球十大品牌眼霜运行浅析

### 第一节 欧莱雅

- 一、企业概况
- 二、眼霜占企业份额
- 三、企业发展战略分析

### 第二节 雅芳公司

### 第三节 OLAY

### 第四节 雅诗兰黛

### 第五节 LANC&Ocirc;ME

### 第六节 CLINIQUE（倩碧）

### 第七节 VICHY（薇姿）

## 第八节 Neutrogena

## 第九节 丸美

## 第十章 2011-2012年中国眼霜行业主要国产品牌竞争力分析

### 第一节 普兰娜眼霜

### 第二节 兰亭的果酸/螺旋藻眼霜

### 第三节 大宝的眼袋霜

### 第四节 相宜中药舒缓眼膜

### 第五节 美目水晶

### 第六节 家化的玉泽眼贴膜

### 第七节 可采眼贴膜

### 第八节 一朵眼膜

### 第九节 佰草集

### 第十节 北海黑珍珠海洋生物科技有限公司

#### 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

## 第十一章 2012-2016年中国眼霜市场前景展望与趋势预测分析

### 第一节 2012-2016年中国护肤品产品市场发展方向分析

#### 一、向高端产品方向渗透

#### 二、向终端市场方向渗透

#### 三、从价格优势竞争转向研发、渠道的竞争

### 第二节 2012-2016年中国眼霜市场预测分析

#### 一、眼霜市场供给情况预测分析

#### 二、眼霜品牌消费情况预测分析

### 第三节 2012-2016年中国眼霜市场盈利预测分析

## 第十二章 2012-2016年中国眼霜市场投资战略研究

## 第一节 2012-2016年中国眼霜行业投资概况

### 一、眼霜行业投资特性

### 二、眼霜具有良好的投资价值

### 三、眼霜投资环境分析

## 第二节 2012-2016年中国眼霜投资机会分析

### 一、眼霜投资热点

### 二、眼霜投资吸引力分析

## 第三节 2012-2016年中国眼霜投资风险及防范

### 一、竞争风险分析

### 二、金融风险分析

### 三、政策风险分析

## 第四节 专家投资建议

## 图表目录：（部分）

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011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：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011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：北海黑珍珠海洋生物科技有限公司主要经济指标走势图

图表：北海黑珍珠海洋生物科技有限公司经营收入走势图

图表：北海黑珍珠海洋生物科技有限公司盈利指标走势图

图表：北海黑珍珠海洋生物科技有限公司负债情况图

图表：北海黑珍珠海洋生物科技有限公司负债指标走势图

图表：北海黑珍珠海洋生物科技有限公司运营能力指标走势图

图表：北海黑珍珠海洋生物科技有限公司成长能力指标走势图

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家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/rihua1204/W3504376M6.html>