

2012-2016年中国洗面奶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

《2012-2016年中国洗面奶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/rihua1205/E547750J97.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】2012-05-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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年中国洗面奶行业现状分析及投资前景研究报告》共十六章。首先介绍了洗面奶相关概述、中国洗面奶行业市场发展环境等，接着分析了中国洗面奶市场发展的现状，然后介绍了中国洗面奶市场竞争格局。随后，报告对中国洗面奶做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国洗面奶市场发展趋势与投资预测。您若想对洗面奶产业有个系统的了解或者想投资洗面奶行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国洗面奶行业现状分析及投资前景研究报告》，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。

洗面奶是一种高级洗脸剂。品质优良的洗面奶应该具有清洁、营养、保护皮肤的功效。一般来说，普通洗面奶是不具有美白效果的。若在优质洗面奶中再添加适量的皮肤美白剂（如香白芷、熊果苷、V衍生物、胎盘提取物、曲酸及其衍生物等），久用是会有美白功效的。

第一章 洗面奶相关概述

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、控油护肤品成分解析

四、各种护肤品理化指标

第二节 护肤品相关阐述

一、洗面奶的pH值与皮肤健康

二、洗面奶在清洁类化妆品中地位

三、洗面奶的种类

1、泡沫型洗面奶

2、溶剂型

3、无泡型洗面奶

四、洗面奶的功效

第三节 洗面奶的主要成分

- 一、曲酸棕榈酸酯
- 二、烷基糖苷（APG）
- 三、天然海洋多糖
- 四、护肤剂

第二章 2011年中国洗面奶行业市场发展环境分析

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年中国洗面奶市场政策环境分析

- 一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析
- 二、化妆品生产企业卫生规范
- 三、进出口化妆品监督检查管理办法
- 四、化妆品标识管理规定
- 五、化妆品广告管理办法

第三节 2011年中国洗面奶市场社会环境分析

第三章 2011年国际洗面奶市场运行态势分析

第一节 2011年国际护肤品市场运行概况

- 一、护肤品市场呈现两大新潮流
- 二、国际护肤品市场品牌分析
- 三、世界茶护肤品渐热
- 四、“汉方”中药美肤护肤品风靡全球

第二节 2011年国际品牌洗面奶市场销售状况分析

- 一、国际主要洗面奶品牌市场占有率分析
- 二、国际洗面奶产品分类销售情况分析
- 三、国际洗面奶主要产品价格走势分析

第三节 2011年全球部分国家洗面奶市场运行分析

- 一、美国
- 二、日本
- 三、韩国

四、法国

第四章 2011年中国护肤品行业运行新形势分析

第一节 中国护肤品市场品牌发展历程分析

第二节 2011年中国护肤品行业发展概况

- 一、中国护肤品产品定位分析
- 二、中国护肤品品牌发展的四个阶段
- 三、中小护肤品企业发展对策分析

第三节 2011年中国护肤品市场运行分析

- 一、中国护肤品市场总体概况
- 二、中国护肤品市场销售简况
- 三、中国护肤品市场热点透析

第四节 2011年中国护肤品包装市场分析

- 一、现代护肤品包装业分析
- 二、护肤品包装玻璃材质仍占主流
- 三、四大城市护肤品包装消费心理分析
- 四、儿童护肤品包装兴起卡通热潮

第五章 2010-2012年中国护肤品制造行业主要数据监测分析

第一节 2010-2012年中国护肤品制造行业总体数据分析

- 一、2010年中国护肤品制造行业全部企业数据分析
- 二、2011年中国护肤品制造行业全部企业数据分析
- 三、2012年1-6月中国护肤品制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国护肤品制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国护肤品制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国护肤品制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2012年1-6月中国护肤品制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国护肤品制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国护肤品制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国护肤品制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2012年1-6月中国护肤品制造行业不同所有制企业数据分析

第六章 2011年中国洗面奶市场发展现状分析

第一节 2011年中国洗面奶市场运营情况

一、中国洗面奶市场销售情况分析

二、中国洗面奶市场需求分析

三、中国洗面奶市场供需平衡分析

第二节 2011年中国洗面奶细分市场运行分析

一、女士

二、男士

三、儿童

第三节 2011年中国细分类型洗面奶市场销售情况

一、美白洗面奶

二、祛痘洗面奶

第七章 2011年中国洗面奶市场消费者调查分析情况分析

第一节 2011年中国洗面奶市场消费者概况调查分析

一、消费者使用洗面奶行为习惯的调查（使用次数、性价要求等）

二、消费者收入情况与洗面奶产品消费的关联调查

三、国内各地区购买力情况分析

四、消费者年龄层次分析

第二节 2011年中国洗面奶市场消费者偏好及消费意识调查

一、消费者最喜欢用的洗面奶品牌分析

二、消费者对洗面奶产品的关心程度分析

三、消费者对洗面奶产品香味偏好分析

四、消费者购买洗面奶考虑的因素分析

五、消费者购买洗面奶渠道分析

第三节 2011年中国消费者对洗面奶新产品建议

一、功能

二、价格

三、包装

第八章 2011年中国洗面奶市场营销策略分析

第一节 2011年中国洗面奶市场构建定位分析

一、一级市场

二、二、三级市场

第二节 2011年中国洗面奶市场营销策略分析

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年中国新型洗面奶行销策略分析

一、高度差异化的定位、

二、迅速提升延伸产品的知名度

三、提高终端铺货率、强化终端生动化工作

四、建立专门的销售队伍与科学考核体系

第九章 2011年中国洗面奶市场竞争格局分析

第一节 2011年中国护肤品行业整体竞争格局分析

一、国内主要护肤品竞争手段分析

二、外资护肤品抢滩中低端市场

三、男性护肤品市场竞争日渐升温

四、品牌成为护肤品竞争突破点

第二节 2011年中国洗面奶市场竞争分析

一、洗面奶品牌竞争分析

二、洗面奶价格竞争

三、洗面奶营销方式竞争

四、洗面奶替代产品竞争分析

第三节 2011年中国洗面奶集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第四节 2012-2016年中国洗面奶市场竞争焦点分析

一、消费者细分

二、产品功能诉求

三、销售渠道建设

第五节 2012-2016年中国洗面奶竞争趋势分析

第十章 2011年国际品牌洗面奶生产企业运营状况分析

第一节 旁氏

- 一、公司基本概况
- 二、产品在华销售情况分析
- 三、品牌渗透率分析
- 四、公司竞争优势分析
- 五、公司国际化战略发展分析

第二节 妮维亚

- 一、公司基本概况
- 二、产品在华销售情况分析
- 三、品牌渗透率分析
- 四、公司竞争优势分析
- 五、公司国际化战略发展分析

第三节 玉兰油

- 一、公司基本概况
- 二、产品在华销售情况分析
- 三、品牌渗透率分析
- 四、公司竞争优势分析
- 五、公司国际化战略发展分析

第四节 资生堂

- 一、公司基本概况
- 二、产品在华销售情况分析
- 三、品牌渗透率分析
- 四、公司竞争优势分析
- 五、公司国际化战略发展分析

第五节 L G 竹盐

- 一、公司基本概况
- 二、产品在华销售情况分析
- 三、品牌渗透率分析
- 四、公司竞争优势分析
- 五、公司国际化战略发展分析

第六节 ZA 姬芮(真皙)

- 一、公司基本概况
- 二、产品在华销售情况分析
- 三、品牌渗透率分析
- 四、公司竞争优势分析
- 五、公司国际化战略发展分析

第七节 雅芳AVON

- 一、公司基本概况
- 二、产品在华销售情况分析
- 三、品牌渗透率分析
- 四、公司竞争优势分析
- 五、公司国际化战略发展分析

第八节 卡尼尔Garnier

- 一、公司基本概况
- 二、产品在华销售情况分析
- 三、品牌渗透率分析
- 四、公司竞争优势分析
- 五、公司国际化战略发展分析

第九节 欧莱雅L'OREAL

- 一、公司基本概况
- 二、产品在华销售情况分析
- 三、品牌渗透率分析
- 四、公司竞争优势分析
- 五、公司国际化战略发展分析

第十节 露得清Neutrogena

- 一、公司基本概况
- 二、产品在华销售情况分析
- 三、品牌渗透率分析
- 四、公司竞争优势分析
- 五、公司国际化战略发展分析

第十一章 2011年中国洗面奶生产企业品牌竞争力分析

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 联合利华（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

第四节 北京大宝化妆品有限公司

- 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

第五节 丁家宜生化有限公司

- 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 BDF(拜尔斯道夫)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 资生堂(中国)投资有限公司

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 欧莱雅(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

第九节 宝洁(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

第十节 佛山市安安化妆品有限公司

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

第十二章 2011年中国洗面奶相关产品市场运行分析

第一节 无泡洁面膏

- 一、与常规洗面奶的区别
- 二、市场需求分析
- 三、市场供给能力分析
- 四、价格走势分析
- 五、市场占有率分析

第二节 洁面皂

第三节 洁面粉

第四节 洁面凝胶

第五节 洁面摩丝

第十三章 中国洗面奶行业发展趋势分析

第一节 2012-2016年中国洗面奶市场发展方向分析

- 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 对洗面奶市场发展预测

- 一、2012-2016年洗面奶市场供给预测
- 二、2012-2016年洗面奶市场销量预测
- 三、2012-2016年洗面奶市场规模预测

第三节 2012-2016年洗面奶市场发展趋势

- 一、2012-2016年洗面奶行业发展趋势
- 二、2012-2016年洗面奶市场发展潜力分析
- 三、2012-2016年洗面奶市场发展前景分析

第十四章 洗面奶整体行业发展规划分析

第一节 2012-2016年纺织行业发展规划分析

一、化妆品行业发展机会分析

二、化妆品行业发展机遇分析

三、化妆品行业发展规划分析

第二节 2012-2016年洗面奶行业发展规划分析

一、洗面奶行业发展机会分析

二、洗面奶行业发展机遇分析

三、洗面奶行业发展规划分析

第十五章 中国洗面奶行业投资分析

第一节 2012-2016年洗面奶行业投资分析

一、洗面奶市场投资现状

二、洗面奶市场投资机会分析

三、对洗面奶市场投资分析

第二节 2012-2016年洗面奶行业投资风险分析

一、2012-2016年洗面奶行业市场风险预测

二、2012-2016年洗面奶行业政策风险预测

三、2012-2016年洗面奶行业经营风险预测

四、2012-2016年洗面奶行业竞争风险预测

五、2012-2016年洗面奶行业其他风险预测

第三节 2012-2016年洗面奶行业投资战略分析

一、洗面奶市场投资策略分析

二、洗面奶细分市场投资策略分析

三、对洗面奶行业的投资建议

第十六章 中国洗面奶行业发展战略研究

第一节 市场策略分析

一、洗面奶价格策略分析

二、洗面奶渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 对我国洗面奶品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、洗面奶实施品牌战略的意义

三、洗面奶企业品牌的现状分析

四、我国洗面奶企业的品牌战略

五、洗面奶品牌战略管理的策略

图表目录

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：2011年我国护肤品制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2011年我国护肤品制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2011年我国护肤品制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2011年我国护肤品制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：索芙特股份有限公司主要经济指标走势图

图表：索芙特股份有限公司经营收入走势图

图表：索芙特股份有限公司盈利指标走势图

图表：索芙特股份有限公司负债情况图

图表：索芙特股份有限公司负债指标走势图

图表：索芙特股份有限公司运营能力指标走势图

图表：索芙特股份有限公司成长能力指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司经营收入走势图

图表：上海家化联合股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司负债情况图

图表：上海家化联合股份有限公司负债指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司成长能力指标走势图

图表：联合利华（中国）有限公司主要经济指标走势图

图表：联合利华（中国）有限公司经营收入走势图

图表：联合利华（中国）有限公司盈利指标走势图

图表：联合利华（中国）有限公司负债情况图

图表：联合利华（中国）有限公司负债指标走势图

图表：联合利华（中国）有限公司运营能力指标走势图

图表：联合利华（中国）有限公司成长能力指标走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司主要经济指标走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司经营收入走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司盈利指标走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司负债情况图

图表：北京大宝化妆品有限公司负债指标走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司运营能力指标走势图

图表：北京大宝化妆品有限公司成长能力指标走势图

图表：丁家宜生化有限公司主要经济指标走势图

图表：丁家宜生化有限公司经营收入走势图

图表：丁家宜生化有限公司盈利指标走势图

图表：丁家宜生化有限公司负债情况图

图表：丁家宜生化有限公司负债指标走势图

图表：丁家宜生化有限公司运营能力指标走势图

图表：丁家宜生化有限公司成长能力指标走势图

图表：2012-2016年中国洗面奶市场预测分析

图表：2012-2016年中国洗发护发品市场盈利预测分析

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/rihua1205/E547750J97.html>