2009年中国化妆品行业市场分析及投资趋势展望报告

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国化妆品行业市场分析及投资趋势展望报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/3190231902.html

报告价格：电子版: 6800元　纸介版：7000元　电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

第一章 2008年中国经济发展环境分析
一、2008年前三季度经济运行情况
二、全球金融危机对中国产业格局影响
三、中国应对金融危机的措施
（一）财政和货币政策调整
（二）扩大内需
（三）鼓励出口
第二章 2008年全球化妆品行业市场发展环境解析
一、2008年中国化妆品行业相关标准分析
（一）化妆品新规出台实施标准
（二）化妆品卫生标准制"十一五"规划
二、2008年部分国家地区有关化妆品规定
（一）美日欧盟就化妆品成分标注的规定
（二）美国对化妆品标签管理所做的有关规定
（三）欧盟的化妆品法规与管理
三、2008年消费税调整对化妆品行业的影响
（一）消费税调整对化妆品品牌影响
（二）三四级市场将成日化企业新战场
（三）护肤护发品免税不降价
第三章2008年中国化妆品市场运行态势剖析
一、2008年国内化妆品市场发展现状分析
（一）中国化妆品市场需求分析
（二）中国化妆品行业消费结构分析
（三）中国化妆品企业发展分析
（四）化妆品外资品牌分析
（五）中国化妆品年销售情况分析
二、2008中国化妆品市场用户与品牌调查分析
（一）中国化妆品渗透率分析
（二）不同化妆品品牌市场占有率分析
（三）化妆品用户特征与结构分析
三、2008全球化妆品最新咨讯
（一）欧莱雅开辟化妆品业新领域
（二）价值塑造能否走出化妆业新出路

第四章 2008年中国化妆品市场营销状况解析
一、2008年中国化妆品行业营销渠道概述
（一）营销渠道的概念
（二）营销渠道的特征
（三）营销渠道的功能
（四）营销渠道的分类
二、2008年中国化妆品行业的典型渠道模式
（一）百货商场专柜渠道
（二）大型连锁超市渠道
（三）连锁加盟店和专卖店渠道
（四）药房渠道
（五）美容院渠道
（六）互联网渠道
三、2008年中国化妆品营销渠道主要成员分析
（一）化妆品营销渠道主要成员的构成
（二）化妆品渠道主要成员存在的问题
四、2008年中国化妆品行业营销渠道存在的问题
（一）中国化妆品行业营销渠道存在的问题
（二）原因分析
五、化妆品梯度营销渠道的策略
（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
第五章 2008年中国化妆品业内热点产品发展态势
一、香水
（一）欧洲最大的香水连锁店拟进入中国市场
（二）香水市场发展的概述
（三）香水市场存在的无序竞争导致利润下降
（四）香水市场消费新的走势
（五）香水市场的发展方向
二、护体化妆品
（一）美体产品的作用
（二）全球最具代表的护体化妆品市场
（三）护体化妆品市场的品牌概述
（四）护体化妆品市场顾客消费走向成熟

三、纳米化妆品
（一）纳米技术在化妆品中的应用
（二）纳米化妆品具有的优势
（三）纳米美容化妆品的开发概况
第六章 2008年中国化妆品市场消费者调查分析情况分析
一、2008年中国化妆品市场消费者概况调查分析
（一）消费者使用化妆品行为习惯的调查（使用次数、性价要求等）
（二）消费者收入情况与化妆品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
二、2008年中国化妆品市场消费者偏好及消费意识调查
（一）消费者最喜欢用的化妆品品牌分析
（二）消费者对化妆品的关心程度分析
（三）消费者购买化妆品考虑的因素分析
（四）消费者购买化妆品的场所分布
三、2008年中国化妆品市场消费认知情况调查分析
（一）消费者对国产品牌化妆品性价比认可情况分析
（二）消费者对欧美系化妆品性价比认可情况分析
（三）消费者对韩系化妆品性价比认可情况分析
（四）消费者对日系化妆品性价比认可情况分析
（五）消费者对国产品牌化妆品安全性认可情况分析
（六）消费者对欧美系化妆品安全性性认可情况分析
（七）消费者对韩系化妆品安全性认可情况分析
（八）消费者对日系化妆品安全性认可情况分析
第七章 2008年中国化妆品行业的竞争格局分析与探讨
一、2008年中国化妆品产业竞争现状
（一）化妆品巨大市场的抢夺
（二）中国内地化妆品市场的渠道之争升级
（三）国产化妆品市场的竞争分析
二、2008年中国化妆品企业体制改革与战略分析
（一）体制改革与结构调整
（二）高科技发展战略
（三）企业创新战略
（四）市场营销策略
三、2008年中国化妆品企业品牌战略分析

（一）品牌在市场营销中的功能
（二）品牌化经营是化妆品企业生存根本之道
（三）中国化妆品企业的品牌战略
（四）商标是创造品牌的关键
四、2008年中国化妆品的包装策略分析
（一）化妆品的心理价位
（二）消费者的购买行为方式
（三）化妆品包装策略
五、2008年中小化妆品企业竞争战略分析
（一）中小企业的市场策略
（二）中小企业产品开发策略
（三）中小企业发展策略
第八章 2008年中国主要地区化妆品市场运营状况分析
一、广东
（一）广东化妆品企业的发展现况
（二）广东率先开创化妆品GMP管理模式
（三）广东省预成为全球化妆品OEM基地
二、上海
（一）上海美容展“纯净天然”仍是主潮流
（二）奥尔莱薇落户上海
（三）2008年初上海进口化妆品价格上涨
三、北京
（一）北京护肤品市场
（二）北京美发品市场
（三）北京香水市场
第九章 国际化妆品品牌企业分析
一、法国欧莱雅（Loreal）
（一）公司概况
（二）欧莱雅发展中国市场的营销策略综述
（三）欧莱雅发展超市渠道四品牌首先进入
二、美国宝洁公司（Procter&Gamble）
（一）公司概况
（二）美国宝洁舍小利而得大益的发展策略
（三）宝洁公司在中国的乡村化策略
三、美国安利公司（Amway）

（一）公司概况
（二）安利在中国的市场营销策略概述
（三）安利公司的制胜之道
四、美国雅芳（AVON）
（一）公司概况
（二）雅芳将中国市场作为独立的业务区
（三）雅芳营销转型后的发展概况
五、日本资生堂（Shiseido）
（一）公司概况
（二）资生堂发展中国男士化妆品市场
（三）资生堂全面抢占中国市场
六、英国联合利华（Unilever）
（一）公司概况
（二）联合利华用中国品牌攻占中国市场
第十章 中国化妆品生产企业分析
一、资生堂丽源化妆品有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营状况分析
（三）企业竞争力分析
二、玫琳凯(中国)化妆品有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营状况分析
（三）企业竞争力分析
三、宁波美的化妆品有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营状况分析
（三）企业竞争力分析
四、浙江欧诗漫集团有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营状况分析
（三）企业竞争力分析
五、义乌市欧雅化妆品有限公司
（一）企业概况
（二）企业经营状况分析
（三）企业竞争力分析

第十一章 2008年中国化妆品原料与成分分析
一、化妆品原料构成
（一）油性原料（油、脂、蜡）
（二）表面活性剂
（三）保湿剂
（四）香精
（五）防腐剂
二、化妆品成份简析
（一）化妆品成分概述
（二）应当避免的化妆品成份
（三）质量好的化妆品应含有的成份
三、化妆品成分安全性研究
（一）除皱产品主打成分
（二）美白产品主打成分
第十二章 2009-2012年中国化妆品行业市场发展及投资分析
一、2009-2012年中国化妆品的前景分析
（一）祛斑化妆品的配方设计和应用前景
（二）芦荟化妆品的前景和开发
（三）美甲在中国的发展前景
（四）原生态植物化妆品市场的发展前景广阔
（五）新概念化妆品市场前景广阔
二、2009-2012年中国化妆品行业化妆品发展方向
（一）男性护肤品市场比例上升
（二）功能性护肤品概念加强
（三）奢华保养品呈大热姿态
（四）环保安全的化妆品依然是主流
（五）化妆品功效更加细分
（六）纳米化妆品逐步升温
（七）包装精美的产品是后续发展趋势
三、2009-2012年中国化妆品行业投资机会分析
（一）国内洗涤化妆品市场的年递增预计达到13%
（二）化妆品市场投资存在的商机
（三）本土化妆品具有的八大机会透析
（四）全球化妆品包装设计呈现新趋势
四、2009-2012年中国化妆品行业投资风险分析

五、2009-2012年中国化妆品行业应对冲击谋求发展策略解析
（一）建立中国企业的品牌运营意识
（二）化妆品品牌的本土化和全球化战略
（三）化妆品品牌形象提升策略
（四）化妆品品牌标志策划
（五）化妆品品牌形象战略
图表目录（部分）：
图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况
图表：2008年前三季度中国三大产业结构
图表：2003-2008年中国工业增加值增长率
图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况
图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势
图表：2008年1-9月中国外贸增长情况
图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）
图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）
图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）
图表：近期公布的刺激经济的政策一览表
图表：提高出口退税率的商品清单
图表：略……
更多图表见报告正文

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/3190231902.html