

2009-2012年中国面膜行业市场深度研究及投资前景分析报告

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《2009-2012年中国面膜行业市场深度研究及投资前景分析报告》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/6340163401.html>

报告价格：电子版：6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版：7000

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 面膜产品概述 8

一、面膜概念 9

二、面膜的原理及特点 9

三、面膜的发展历史 11

四、面膜产品的分类及功能 11

第二章 2007-2009年重点合资企业面膜在华投资运营分析 12

一、联合利华 13

(一) 产品介绍 13

(二) 价格定位 13

(三) 市场营销模式 13

(四) 产品销售及竞争能力分析 14

二、P&G(宝洁) 20

(一) 产品介绍 20

(二) 价格定位 20

(三) 营销模式 20

(四) 产品销售及竞争能力分析 21

三、雅芳公司 28

(一) 产品介绍 28

(二) 价格定位 30

(三) 产品销售及竞争能力分析 31

四、欧莱雅公司 36

(一) 产品介绍 36

(二) 价格定位 37

(三) 市场营销模式 37

(四) 产品销售及竞争能力分析 40

第三章 2007-2009年中国面膜行业运行环境分析 45

一、2007-2009年中国面膜经济环境分析 45

(一) GDP分析 45

(二) 物价分析 47

(三) 进出口贸易分析 48

二、2007-2009年中国面膜行业社会环境分析 51

(一) 零售市场分析 51

(二) 居民消费水平分析 52

第四章 2007-2009年中国面膜的发展现状分析 56

一、 2007-2009年中国面膜生产工艺现状分析 56

(一) 天然面膜配比 56

(二) 中药面膜配比 57

(三) 绿色面膜配比 59

(四) 褐斑美白面膜配比 60

(五) 水果面膜配比 61

二、 2007-2009年中国面膜营销模式分析 62

(一) 网络营销 62

(二) 品牌营销 63

(三) 连锁营销 64

第五章 2007-2009年中国各类面膜的供需平衡分析 66

一、 2007-2009年中国各类面膜市场需求分析 66

(一) 深层洁净面膜 66

(二) 保湿面膜 66

(三) 美白面膜 66

(四) 排毒面膜 66

(五) 防晒面膜 67

二、 2007-2009年中国各类面膜市场供应情况 67

(一) 深层洁面面膜 67

(二) 保湿面膜 68

(三) 美白面膜 69

(四) 排毒面膜 70

(五) 防晒面膜 70

第六章 2007-2009年中国面膜市场消费者调查 71

一、 不同性别消费者市场调查 71

(一) 女性面膜 71

(二) 男性面膜 71

二、 不同年龄面膜消费者市场调查 72

(一) 青年消费者 72

(二) 中年消费者 73

(三) 老年消费者 74

三、 不同地区消费者市场调查 75

(一) 北京 75

(二) 上海 76

(三) 广州 76

(四) 成都 77

四、不同收入水平消费者调查 77

第七章 2007-2009年中国面膜市场竞争格局 79

一、2007-2009年中国面膜市场占有率 79

二 2007-2009年中国面膜市场竞争现状 82

(一) 产品价格竞争 82

(二) 品牌竞争 83

(三) 生产工艺 84

三、2007-2009年中国各地区面膜竞争格局 85

(一) 上海 85

(二) 北京 87

(三) 广东 88

(四) 南京 90

第八章 2007-2009年中国面膜重点企业发展现状分析 92

一、上海家化 92

(一) 企业概况 92

(二) 企业收入及盈利指标 92

(三) 企业资产状况分析 93

(四) 企业产品分析 94

二、北京大宝 94

(一) 企业概况 94

(二) 企业销售收入及盈利水平分析 95

(三) 企业资产及负债情况分析 97

(四) 企业成本费用情况 98

(五) 企业产品情况 99

三、雅丽洁(广东)精细化工有限公司 101

(一) 产品分析 101

(二) 营销策略分析 101

(三) 发展战略分析 102

四、自然美 102

(一) 企业概况 102

(二) 企业销售收入及盈利水平分析 103

(三) 企业资产及负债情况分析 104

(四) 企业成本费用情况 106

(五)企业产品情况 106

第九章 2009-2012年中国面膜行业发展前景预测分析 108

一、2009-2012年中国面膜的技术发展趋势分析 108

二、2009-2012年中国面膜的营销策略趋势分析 108

(一)网络营销 108

(二)品牌营销 108

(三)连锁营销 109

三、2009-2012年中国面膜的产品趋势分析 110

(一)面膜产品种类齐全 110

(二)面膜产品不断创新 111

(三)面膜功效不断增强 112

(四)面膜产品市场进一步细分 113

【图表目录】

图表 1 2009年中国美白护肤类产品市场不同品牌份额情况 2

图表 2 2006-2007年联合利华(中国)有限公司销售收入情况 14

图表 3 2006-2007年联合利华(中国)有限公司盈利指标情况 14

图表 4 2006-2007年联合利华(中国)有限公司盈利能力情况 15

图表 5 2006-2007年联合利华(中国)有限公司资产运行指标状况 16

图表 6 2006-2007年联合利华(中国)有限公司资产负债能力指标分析 16

图表 7 2006-2007年联合利华(中国)有限公司成本费用构成情况 17

图表 8 2006-2007年广州宝洁有限公司销售收入情况 20

图表 9 2006-2007年广州宝洁有限公司盈利指标情况 21

图表 10 2006-2007年广州宝洁有限公司盈利能力情况 22

图表 11 2006-2007年广州宝洁有限公司资产运行指标状况 23

图表 12 2006-2007年广州宝洁有限公司资产负债能力指标分析 23

图表 13 2006-2007年广州宝洁有限公司成本费用构成情况 24

图表 14 2006-2007年雅芳(中国)有限公司销售收入情况 31

图表 15 2006-2007年雅芳(中国)有限公司盈利指标情况 31

图表 16 2006-2007年雅芳(中国)有限公司盈利能力情况 32

图表 17 2006-2007年雅芳(中国)有限公司资产运行指标状况 32

图表 18 2006-2007年雅芳(中国)有限公司资产负债能力指标分析 33

图表 19 2006-2007年雅芳(中国)有限公司成本费用构成情况 34

图表 20 2003-2008年我国GDP总量及增长趋势图 44

图表 21 2008年中国各产业增加值及增速对比图 44

图表 22 1997-2009年中国CPI、PPI增长趋势图 45

- 图表 23 2008-2009年8月中国PPI与CPI指数月度走势图 46
图表 24 2009年居民消费价格比上年涨跌幅度 47
图表 25 2003-2009年中国社会消费品零售总额变化情况 50
图表 26 2003-2009年我国农村人均纯收入增长趋势图 51
图表 27 2003-2009年我国城镇居民可支配收入增长趋势图 51
图表 28 2003-2009年我国人均GDP增长趋势图 53
图表 29 2003-2009年中国居民人均消费性支出增长趋势图 53
图表 30 2009年市场深层洁净面膜品牌及价格 65
图表 31 2009年市场保湿面膜主要产品及价格 66
图表 32 2009年市场美白面膜主要品牌及价格 67
图表 33 女性面膜市场不同功能面膜市场需求调查 68
图表 34 男性面膜市场不同功能面膜市场需求调查 69
图表 35 青年消费者面膜市场不同功能面膜市场需求调查 70
图表 36 中年消费者面膜市场不同功能面膜市场需求调查 71
图表 37 老年消费者面膜市场不同功能面膜市场需求调查 72
图表 38 北京地区面膜市场不同功能面膜市场需求调查 73
图表 39 上海地区面膜市场不同功能面膜市场需求调查 74
图表 40 广州地区面膜市场不同功能面膜市场需求调查 74
图表 41 成都地区面膜市场不同功能面膜市场需求调查 75
图表 42 不同收入的消费者对于面膜市场价格的接受程度调查 76
图表 43 2009年中国美白护肤类产品市场不同品牌份额情况 77
图表 44 2009年东北主要城市美白护肤品牌份额情况 78
图表 45 2009年华北主要城市美白护肤品牌份额情况 79
图表 46 2009年上海生产面膜的主要化妆品公司竞争格局分析 单位：千元 84
图表 47 2009年北京生产面膜的主要化妆品公司竞争格局分析 单位：千元 86
图表 48 2009年广东生产面膜的主要化妆品公司竞争格局分析 单位：千元 87
图表 49 2009年南京生产面膜的主要化妆品公司竞争格局分析 单位：千元 88
图表 50 2005-2008年上海家化联合股份有限公司资产状况 90
图表 51 2005-2008年上海家化联合股份有限公司资产负债率状况 91
图表 52 2006-2008年北京大宝化妆品有限公司销售收入情况 93
图表 53 2006-2008年北京大宝化妆品有限公司盈利指标情况 94
图表 54 2006-2008年北京大宝化妆品有限公司盈利能力情况 94
图表 55 2006-2008年北京大宝化妆品有限公司资产运行指标状况 95
图表 56 2006-2008年北京大宝化妆品有限公司资产负债能力指标分析 96
图表 57 2006-2008年北京大宝化妆品有限公司成本费用构成情况 97

- 图表 58 北京大宝化妆品有限公司美容面膜 97
图表 59 北京大宝化妆品有限公司全国各地区专柜分布图 98
图表 60 2006-2008年上海自然美化妆品有限公司销售收入情况 101
图表 61 2006-2008年上海自然美化妆品有限公司盈利指标情况 101
图表 62 2006-2008年上海自然美化妆品有限公司盈利能力情况 102
图表 63 2006-2008年上海自然美化妆品有限公司资产运行指标状况 103
图表 64 2006-2008年上海自然美化妆品有限公司资产负债能力指标分析 103
图表 65 2006-2008年上海自然美化妆品有限公司成本费用构成情况 104
图表 66 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证 114
图表 67 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书 116
图表 68 公司业务相关资格证书-涉外社会调查许可证 117

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/6340163401.html>