2009-2012年化妆品行业市场研究及投资策略研究报告

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年化妆品行业市场研究及投资策略研究报告》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/8658586585.html

报告价格：电子版: 6500元　纸介版：6800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

目录

第一部分 发展现状与前景分析 1
第一章 全球化妆品行业发展分析 1
第一节 2008年全球化妆品市场分析 1
一、2008年全球化妆品市场回顾 1
二、2008年全球化妆品市场环境 2
三、2008年全球化妆品销售分析 4
四、2008年全球化妆品研发分析 7
第二节 2009年全球化妆品市场分析 9
一、2009年全球化妆品研发分析 9
二、2009年全球化妆品品牌分析 11
三、2009年中外化妆品市场对比 12
第三节 部分国家地区化妆品行业发展状况 13
一、2008-2009年美国化妆品行业发展分析 13
二、2008-2009年欧洲化妆品行业发展分析 15
三、2008-2009年日本化妆品行业发展分析 16
四、2008-2009年韩国化妆品行业发展分析 18
第二章 我国化妆品行业发展现状 25
第一节 中国化妆品行业发展概述 25
一、中国化妆品行业发展历程 25
二、中国化妆品行业发展面临问题 31
三、中国化妆品行业技术发展现状及趋势 31
第二节 我国化妆品行业发展状况 35
一、2008年中国化妆品行业发展回顾 35
二、2008年化妆品行业发展情况分析 35
三、2008年我国化妆品市场特点分析 36
四、2009年我国化妆品市场发展分析 38
第三章 中国化妆品市场 41
第一节 中国化妆品市场的概况 41
一、中国化妆品行业的特征分析 41
二、中国化妆品市场的回顾 42
三、化妆品市场发展的总体概述 48
四、国内化妆品市场结构分析 50

第二节 中国化妆品市场现状分析 52
一、2006年中国化妆品市场的特点 52
二、2007年中国化妆品市场的特点 56
三、2007年7月中国化妆品产业新规出台 57
四、国内西部地区化妆品市场分析 58
五、中国牙膏产业归类于化妆品产业 59
第三节 化妆品市场消费分析 61
一、化妆品市场消费者的构成 61
二、化妆品市场消费的特点 63
三、化妆品市场居民消费的构成 65
四、中国24省市美容化妆品市场的消费状况分析 66
五、女性化妆品购买心理因素研究 75
第四节 化妆品包装 79
一、化妆品包装的特性 79
二、国内美容化妆品包装现状分析 81
三、化妆品包装需标注所有成分 83
四、中草药成为化妆品包装禁用语惹争端 84
五、美容化妆品包装的发展走向 84
第五节 中国化妆品市场存在的问题 86
一、中国化妆品市场面临的难题 86
二、国内美容化妆品市场薄弱的6个方面 88
三、中国化妆品市场水货横行质量堪忧 90
第六节 金融危机下的化妆品发展趋势 91
一、化妆品市场危机四起 91
二、国家救市政策出台 92
三、国内化妆品后续的发展趋势 92
四、国内化妆品渠道定位的趋势 93
第七节 中国化妆品市场发展的对策 94
一、中国化妆品市场发展的建议 94
二、国内化妆品市场的发展对策 95
三、化妆品企业发展要集体补标识规范课 96
四、化妆品行业地位提升的对策探讨 98
第四章 中国化妆品行业经济运行分析 103
第一节 2009年化妆品行业运行情况分析 103
一、2009年化妆品行业经济指标分析 103

二、2009年化妆品行业收入前十家企业 105
第二节 2009年化妆品行业产量分析 106
第三节 2009年化妆品行业进出口分析 106
一、2009年化妆品行业进口总量及价格 106
二、2009年化妆品行业出口总量及价格 106
三、2009年化妆品行业进出口数据统计 107
第五章 中国化妆品消费市场分析 108
第一节 化妆品行业产品目标客户群体调查 108
一、不同收入水平消费者偏好调查 108
二、不同年龄的消费者偏好调查 108
三、不同地区的消费者偏好调查 109
第二节 化妆品市场消费需求分析 110
一、化妆品市场的消费需求变化 110
二、化妆品行业的需求情况分析 111
三、2009年化妆品市场消费需求分析 111
第三节 化妆品消费市场状况分析 112
一、化妆品行业消费特点 112
二、化妆品消费结构分析 112
三、化妆品消费的市场变化 115
四、化妆品市场的消费方向 115
第四节 化妆品行业产品的品牌市场调查 116
一、消费者对行业品牌认知度宏观调查 116
二、消费者对行业产品的品牌偏好调查 116
三、消费者经常购买的品牌调查 116
四、化妆品行业品牌忠诚度调查 117
五、化妆品行业品牌市场占有率调查 117
六、消费者的消费理念调研 118
第六章 化妆品细分市场情况分析 119
第一节 美白护肤市场分析 119
一、2008-2009年行业发展现状分析 119
二、2008-2009年市场需求情况分析 119
三、2008-2009年市场规模情况分析 119
四、2008-2009年行业竞争格局分析 120
五、2008-2009年消费者的偏好分析 122
六、2009-2012年行业发展趋势分析 122

第二节 防晒用品市场分析 123
一、2008-2009年行业发展现状分析 123
二、2008-2009年市场需求情况分析 123
三、2008-2009年市场规模情况分析 124
四、2008-2009年行业竞争格局分析 124
五、2008-2009年消费者的偏好分析 124
六、2009-2012年行业发展趋势分析 125
第三节 天然化妆品市场分析 126
一、2008-2009年行业发展现状分析 126
二、2008-2009年市场需求情况分析 126
三、2008-2009年市场规模情况分析 127
四、2008-2009年消费者的偏好分析 127
五、2009-2012年行业发展趋势分析 127
第四节 香水市场发展分析 127
一、2008-2009年行业发展现状分析 127
二、2008-2009年市场需求情况分析 128
三、2008-2009年市场规模情况分析 128
四、2008-2009年行业竞争格局分析 128
五、2008-2009年消费者的偏好分析 129
六、2009-2012年行业发展趋势分析 129
第五节 彩妆市场发展分析 129
一、2008-2009年行业发展现状分析 129
二、2008-2009年市场需求情况分析 130
三、2008-2009年市场规模情况分析 130
四、2008-2009年行业竞争格局分析 130
五、2008-2009年消费者的偏好分析 131
六、2009-2012年行业发展趋势分析 131
第六节 个人护理市场发展分析 132
一、2008-2009年行业发展现状分析 132
二、2008-2009年市场需求情况分析 133
三、2008-2009年市场规模情况分析 133
四、2008-2009年行业竞争格局分析 133
五、2008-2009年消费者的偏好分析 134
六、2009-2012年行业发展趋势分析 134
第七节 洗发护发市场发展分析 135

一、2008-2009年行业发展现状分析 135
二、2008-2009年市场需求情况分析 135
三、2008-2009年市场规模情况分析 135
四、2008-2009年行业竞争格局分析 135
五、2008-2009年消费者的偏好分析 136
六、2009-2012年行业发展趋势分析 136
第七章 化妆品行业投资与发展前景分析 137
第一节 2009年上半年化妆品行业投资情况分析 137
一、2009年上半年总体投资及结构 137
二、2009年上半年投资规模情况 137
三、2009年上半年投资增速情况 138
四、2009年上半年分行业投资分析 138
五、2009年上半年分地区投资分析 142
六、2009年上半年外商投资情况 144
第二节 化妆品行业投资机会分析 145
一、化妆品行业的投资特性 145
二、化妆品行业投资情况回顾 146
第三节 化妆品行业发展前景分析 147
一、化妆品市场发展前景分析 147
二、我国化妆品市场蕴藏的商机 148
三、金融危机下化妆品市场的发展前景 149
第八章 化妆品行业竞争格局分析 151
第一节 化妆品行业集中度分析 151
一、化妆品市场集中度分析 151
二、化妆品企业集中度分析 151
三、化妆品区域集中度分析 152
第二节 化妆品行业主要企业竞争力分析 152
一、重点企业资产总计对比分析 152
二、重点企业从业人员对比分析 153
三、重点企业全年营业收入对比分析 153
四、重点企业利润总额对比分析 154
五、重点企业综合竞争力对比分析 154
第三节 化妆品行业竞争格局分析 155
一、2008年化妆品行业竞争分析 155
二、2008年中外化妆品产品竞争分析 155

三、2008-2009年我国化妆品市场竞争分析 155
四、2008-2009年我国化妆品市场集中度分析 155
五、2009-2012年国内主要化妆品企业动向 157
第九章 2009-2012年中国化妆品行业发展形势分析 159
第一节 化妆品行业发展概况 159
一、化妆品行业发展特点分析 159
二、化妆品行业总产值分析 159
三、化妆品行业技术发展分析 160
第二节 2008-2009年化妆品行业市场情况分析 160
一、化妆品行业市场发展分析 160
二、化妆品市场存在的问题 160
三、化妆品市场规模分析 162
第三节 产品发展趋势预测 163
一、产品发展新动态 163
二、技术新动态 163
三、产品发展趋势预测 163
第十章 中国化妆品行业整体运行指标分析 164
第一节 2009年中国化妆品行业总体规模分析 164
一、企业数量结构分析 164
二、行业生产规模分析 165
第二节 2009年中国化妆品行业产销分析 165
一、行业产成品情况总体分析 165
二、行业产品销售收入总体分析 166
第三节 2009年中国化妆品行业财务指标总体分析 166
一、行业盈利能力分析 166
二、行业偿债能力分析 166
三、行业营运能力分析 167
四、行业发展能力分析 167
第十一章 化妆品行业赢利水平分析 168
第一节 产销运存分析 168
一、2008-2009年化妆品行业产销情况 168
二、2008-2009年化妆品行业资金周转情况 168
第二节 盈利水平分析 169
一、2008-2009年化妆品行业价格走势 169
二、2008-2009年化妆品行业营业收入情况 170

三、2008-2009年化妆品行业毛利率情况 170
四、2008-2009年化妆品行业赢利能力 171
五、2008-2009年化妆品行业赢利水平 171
六、2009-2012年化妆品行业赢利预测 172
第十二章 化妆品行业盈利能力分析 173
第一节 2009年中国化妆品行业利润总额分析 173
一、利润总额分析 173
二、不同规模企业利润总额比较分析 173
三、不同所有制企业利润总额比较分析 174
第二节 2009年中国化妆品行业销售利润率 174
一、销售利润率分析 174
二、不同规模企业销售利润率比较分析 174
三、不同所有制企业销售利润率比较分析 175
第三节 2009年中国化妆品行业总资产利润率分析 176
一、总资产利润率分析 176
二、不同规模企业总资产利润率比较分析 176
三、不同所有制企业总资产利润率比较分析 176
第十三章 化妆品重点企业发展分析 178
第一节 美国玫琳凯化妆品有限公司 178
一、企业概况 178
二、2009年经营状况 178
第二节 日本资生堂有限公司 181
一、企业概况 181
二、2009年经营状况 182
第三节 美国雅芳化妆品有限公司 185
一、企业概况 185
二、2009年经营状况 186
第四节 美国宝洁公司 189
一、企业概况 189
二、2009年经营状况 189
第五节 美国安利公司 193
一、企业概况 193
二、2009年经营状况 194
第六节 英国联合利华有限公司 197
一、企业概况 197

二、2009年经营状况 200
第七节 索芙特股份有限公司 203
一、企业概况 203
二、2008-2009年经营状况 204
第八节 上海家化联合股份有限公司 209
一、企业概况 209
二、2008-2009年经营状况 211
第九节 台湾自然美 216
一、企业概况 216
二、2009年经营状况 217
第十节 上海郑明明化妆品有限公司 220
一、企业概况 220
二、2009年经营状况 221
第十一节 北京大宝化妆品有限公司 224
一、企业概况 224
二、2009年经营状况 225
第十二节 天津郁美净集团有限公司 229
一、企业概况 229
二、2009年经营状况 229
第十三节 广州市采诗化妆品有限公司 233
一、企业概况 233
二、2009年经营状况 235
第十四节 法国欧莱雅集团有限公司 238
一、企业概况 238
二、欧莱雅发展中国市场的营销策略综述 238
三、欧莱雅发展超市渠道四品牌首先进入 243
第十五节 美国雅诗兰黛国际集团有限公司 246
一、企业概况 246
二、营销与销售渠道 247
三、品牌组合 248
第十六节 珠海姗拉娜化妆品有限公司 251
一、企业概况 251
二、主营产品 254
三、姗拉娜品牌 254
第二部分 投资策略与风险预警 256

第十四章 化妆品行业投资策略分析 256
第一节 行业发展特征 256
一、行业的周期性 256
二、行业的区域性 256
三、行业的上下游 257
四、行业经营模式 257
第二节 行业投资形势分析 261
一、行业发展格局 261
二、行业SWOT分析 262
三、行业五力模型分析 266
第三节 化妆品行业投资策略研究 268
一、2008年化妆品行业投资策略 268
二、2009年化妆品行业投资策略 270
三、2009-2012年化妆品行业投资策略 272
四、2009-2012年化妆品细分行业投资策略 272
第十五章 化妆品行业投资风险预警 274
第一节 影响化妆品行业发展的主要因素 274
一、2009年影响化妆品行业运行的有利因素 274
二、2009年影响化妆品行业运行的稳定因素 274
三、2009年影响化妆品行业运行的不利因素 275
四、2009年我国化妆品行业发展面临的挑战 275
五、2009年我国化妆品行业发展面临的机遇 276
第二节 化妆品行业投资风险预警 278
一、2009-2012年化妆品行业市场风险预测 278
二、2009-2012年化妆品行业政策风险预测 279
三、2009-2012年化妆品行业经营风险预测 279
四、2009-2012年化妆品行业技术风险预测 280
五、2009-2012年化妆品行业竞争风险预测 280
第三部分 发展趋势与规划建议 282
第十六章 化妆品行业发展趋势分析 282
第一节 2009-2012年中国化妆品市场趋势分析 282
一、2008-2009年我国化妆品市场趋势总结 282
二、2009-2012年我国化妆品发展趋势分析 283
第二节 2009-2012年化妆品产品发展趋势分析 285
一、2009-2012年化妆品产品技术趋势分析 285

二、2009-2012年化妆品产品价格趋势分析 286
第三节 2009-2012年化妆品行业规划建议 286
一、化妆品行业“十一五”整体规划 286
二、化妆品行业“十一五”发展预测 287
三、2009-2012年化妆品行业规划建议 287
第十七章 中国化妆品市场营销分析 289
第一节 我国化妆品的流通业态 289
一、我国化妆品主要流通业态 289
二、国外化妆品的渠道营销策略 291
三、国内化妆品各类业态形式规模分析 291
第二节 2008年中国化妆品行业的典型渠道模式 292
一、零售终端市场 292
二、专业市场 294
第三节 化妆品渠道营销策略 294
一、专柜营销策略 294
二、药店营销策略 296
三、直销经营策略 298
四、保健营销策略 300
五、俱乐部营销策略 302
六、连锁式营销策略 304
第四节 我国化妆品的专柜调查 307
一、普查商场总体的概况 307
二、专柜品牌总体的概况 308
三、主要品牌的铺货率变化分析 312
第五节 化妆品直复营销与网络营销 314
一、直复营销的概念 314
二、化妆品网络营销的特征和优势 314
三、网络营销理论 316
四、化妆品网络营销的现状 322
第六节 化妆品直销 324
一、化妆品直销的概述 324
二、欧瑞莲化妆品成为中国第9家获得直销牌照的企业 325
三、中国化妆品直销发展存在的瓶颈 325
第七节 化妆品专卖店经营 327
一、美容化妆品业连锁特许经营的简析 327

二、化妆品专卖店经营面临的挑战及经营策略 339
三、化妆品行业连锁经营的发展趋势 342
第八节 化妆品梯度营销渠道的策略 346
一、化妆品实行梯度营销的必要性 346
二、渠道梯度 347
三、目标消费者梯度 351
第十八章 中国化妆品企业的投资及竞争分析 358
第一节 化妆品产业竞争现状 358
一、化妆品巨大市场的抢夺 358
二、中国内地化妆品市场的渠道之争升级 358
三、国产化妆品市场的竞争分析 360
第二节 中国化妆品企业体制改革与战略分析 362
一、体制改革与结构调整 362
二、高科技发展战略 363
三、企业创新战略 363
四、市场营销策略 364
第三节 化妆品企业品牌战略 364
一、品牌在市场营销中的功能 364
二、品牌化经营是化妆品企业生存根本之道 366
三、中国化妆品企业的品牌战略 367
四、商标是创造品牌的关键 368
第四节 化妆品的包装策略 372
一、化妆品的心理价位 372
二、消费者的购买行为方式 374
三、化妆品包装策略 377
第五节 中小化妆品企业竞争战略 379
一、中小企业的市场策略 379
二、中小企业产品开发策略 380
三、中小企业发展策略 380
第六节 投资背景 382
一、化妆品行业的投资特性 382
二、化妆品行业投资情况回顾 383
三、化妆品行业的供给规模 384
第七节 投资机会 384
一、国内洗涤化妆品市场的年递增预计达到13% 384

二、化妆品市场投资存在的商机 385
三、本土化妆品具有的八大机会透析 386
第八节 化妆品的投资前景分析 390
一、祛斑化妆品的配方设计和应用前景 390
二、芦荟化妆品的前景和开发 401
三、美甲在中国的发展前景 406
四、原生态植物化妆品市场的发展前景广阔 407
五、新概念化妆品市场前景广阔 408
第十九章 化妆品企业管理策略建议 410
第一节 市场策略分析 410
一、化妆品价格策略分析 410
二、化妆品渠道策略分析 410
第二节 销售策略分析 413
一、媒介选择策略分析 413
二、产品定位策略分析 416
三、企业宣传策略分析 420
第三节 提高化妆品企业竞争力的策略 424
一、提高中国化妆品企业核心竞争力的对策 424
二、化妆品企业提升竞争力的主要方向 425
三、影响化妆品企业核心竞争力的因素及提升途径 427
第四节 对我国化妆品品牌的战略思考 427
一、化妆品实施品牌战略的意义 427
二、化妆品企业品牌的现状分析 428
三、我国化妆品企业的品牌战略 428
四、化妆品品牌战略管理的策略 429
附录 430
附录一：《化妆品生产企业卫生规范》 430
附录二：《化妆品卫生监督条例》 441
附录三：《化妆品卫生监督条例实施细则》 446
附录四：《进出口化妆品监督检验管理办法》 460
图表1：2006年1-10月份化妆品销售情况 52
图表2：2006年1-10月份护肤、彩妆类化妆品销售情况 53
图表3：2003年-2006年1-11月份全国重点商场前10位品牌中的本土品牌情况 54
图表4：对当前美容院开展的美容服务的总体评价（%） 67
图表5：对当前化妆品使用效果的总体评价（%） 67

图表6：对当前美容服务最不满意的方面（%） 68
图表7：当前化妆品市场存在的最主要问题 69
图表8：如何看待名人代言的美容化妆品广告（%） 70
图表9：纹眉、纹唇等属于生活美容还是医疗美容（%） 71
图表10：不同文化程度认为纹眉等属于生活美容还是医疗美容 71
图表11：选购化妆品时首先想要知道的信息 72
图表12：整顿和规范美容化妆品市场的首要问题 74
图表13：2009年化妆品行业经济指标单位：千元 103
图表14：2009年化妆品行业收入前十家企业 105
图表15：2009年1-11月肥(香)皂(吨)行业产量 106
图表16：2009年1-11月牙膏产量 106
图表17：2009年1-11月香精产量 106
图表18：2009年化妆品行业进口总量及价格 106
图表19：2009年化妆品行业出口总量及价格 106
图表20：2009年化妆品行业进出口数据统计 107
图表21：收入成为女性选择洁肤护肤品的主要影响因素 108
图表22：年龄和收入影响品牌的选择 108
图表23：品牌地域特色明显 109
图表24：一批品牌深入人心 116
图表25：中国互联网用户化妆品品牌战占有率 117
图表26：主要美白产品品牌分地区基本市场状况 120
图表27：2009年1-5月全国固定资产投资情况 137
图表28：2009年1-5月投资规模情况 137
图表29：2009年1-5月分行业投资分析 138
图表30：2009年1-5月全国分地区固定资产投资情况 142
图表31：2009年1-5月我国利用外资情况 144
图表32：化妆品企业集中度 151
图表33：化妆品区域集中度 152
图表34：2009年1-9月重点企业资产总计对比 152
图表35：2009年1-9月重点企业从业人员对比 153
图表36：2009年1-9月重点企业全年营业收入对比 153
图表37：2009年1-9月重点企业利润总额对比 154
图表38：2009年1-9月重点企业综合竞争力对比 154
图表39：2008年上半年中国消费者化妆品品牌占有率统计 155
图表40：2009年我国化妆品行业企业数量（大型） 164

图表41：2009年我国化妆品行业企业数量（中型） 164
图表42：2009年我国化妆品行业企业数量（小型） 164
图表43：2009年我国化妆品行业企业数量（按企业所有制分） 165
图表44：2009年我国化妆品行业产成品情况 165
图表45：2009年我国化妆品行业产品销售收入情况 166
图表46：2009年我国化妆品行业盈利能力分析 166
图表47：2009年我国化妆品行业偿债能力分析 166
图表48：2009年我国化妆品行业营运能力分析 167
图表49：2009年我国化妆品行业发展能力分析 167
图表50：2008年我国化妆品行业产销情况 168
图表51：2009年我国化妆品行业产销情况 168
图表52：2008-2009年我国化妆品行业资金周转情况 168
图表53：2009年我国化妆品行业资金周转情况 168
图表54：2008年我国化妆品行业营业收入情况 170
图表55：2009年我国化妆品行业营业收入情况 170
图表56：2008年我国化妆品行业毛利率情况 170
图表57：2009年我国化妆品行业毛利率情况 170
图表58：2008年我国化妆品行业盈利能力情况 171
图表59：2009年我国化妆品行业盈利能力情况 171
图表60：2008年我国化妆品行业盈利水平情况 171
图表61：2009年我国化妆品行业盈利水平情况 171
图表62：2009-20012年我国化妆品行业盈利预测 172
图表63：2009年我国化妆品行业利润总额分析 173
图表64：2009年我国化妆品行业大型企业利润总额分析 173
图表65：2009年我国化妆品行业中型企业利润总额分析 173
图表66：2009年我国化妆品行业小型企业利润总额分析 173
图表67：2009年我国化妆品行业不同所有制企业利润总额分析 174
图表68：2009年我国化妆品行业销售利润率分析 174
图表69：2009年我国化妆品行业大型企业销售利润率分析 174
图表70：2009年我国化妆品行业中型企业销售利润率分析 175
图表71：2009年我国化妆品行业小型企业销售利润率分析 175
图表72：2009年我国化妆品行业不同所有制企业销售利润率分析 175
图表73：2009年我国化妆品行业总资产利润率分析 176
图表74：2009年我国化妆品行业大型企业总资产利润率分析 176
图表75：2009年我国化妆品行业中型企业总资产利润率分析 176

图表76：2009年我国化妆品行业小型企业总资产利润率分析 176
图表77：2009年我国化妆品行业不同所有制企业总资产利润率分析 176
图表78：2009年1-10月玫琳凯(中国)化妆品有限公司经营状况 单位：千元 178
图表79：2009年1-10月资生堂丽源化妆品有限公司经营状况 单位：千元 182
图表80：2009年1-10月雅芳（中国）有限公司经营状况 单位：千元 186
图表81：2009年1-10月广州宝洁有限公司经营状况 单位：千元 189
图表82：2009年1-10月安利（中国）日用品有限公司经营状况 单位：千元 194
图表83：2009年1-10月联合利华（中国）有限公司经营状况 单位：千元 200
图表84：2008-2009年索芙特资产负债表 单位：元 204
图表85：2008-2009年索芙特利润分配表 单位：元 206
图表86：2008-2009年索芙特财务分析指标表 207
图表87：2008-2009年上海家化资产负债表 单位：元 211
图表88：2008-2009年上海家化利润分配表 单位：元 213
图表89：2008-2009年上海家化财务分析指标表 214
图表90：2009年1-10月上海自然美化妆品有限公司经营状况 单位：千元 217
图表91：2009年1-10月上海郑明明化妆品有限公司经营状况 单位：千元 221
图表92：2009年1-10月北京大宝化妆品有限公司经营状况 单位：千元 225
图表93：2009年1-10月天津郁美净集团有限公司经营状况 单位：千元 229
图表94：2009年1-10月广州市采诗化妆品有限公司经营状况 单位：千元 235
图表95：我国化妆品的流通业态 289
图表96：面部色斑形成因素 394
图表97：面部穴位与十二经脉相关情况 399

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/8658586585.html