2010-2015年中国化妆品行业投资分析及深度研究咨询报告

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《2010-2015年中国化妆品行业投资分析及深度研究咨询报告》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/8765187651.html

报告价格：电子版: 5600元　纸介版：6100元　电子和纸介版: 6600

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

→内容简介

被称为“美丽经济”的中国美容化妆品市场，经过20多年的迅猛发展，现今已经取得了前所未有的成就。中国的化妆品市场是全世界最大的新兴市场，在短短的20多年里，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了一个初具规模、极富生机活力的产业大军。化妆品企业如雨后春笋般越来越多，名目繁多的化妆品品牌层出不穷，市场竞争愈演愈烈。国内亦涌现出一批以美加净、六神、郁美净、隆力奇等为代表的优秀民族化妆品品牌。

我国已领取化妆品生产许可证的企业主要分布在香港、广东、上海、江苏、北京、山东等地区，其中广东地区占有超过70%的生产厂家，遥遥领先于其他地区。改革开放30多年来，中国化妆品工业呈现出前所未有的高速发展态势。化妆品市场销售额平均以每年20%以上的速度增长，最高的年份达41%，增长速度远远高于国民经济的平均增长速度，且具有相当大的发展潜力。中国已成为亚洲第二大、世界第八大化妆品市场，行业品牌化竞争格局已经形成。目前在中国化妆品市场上，中高端市场基本被外资、合资企业所占据，欧莱雅、宝洁、资生堂、雅诗兰黛等几家国际巨头形成了寡头竞争之势。虽然受08年全球经济放缓和金融危机影响，但09年我国化妆品市场销售总额仍高达800亿元左右。这些产品的主要目标对象直指白领阶层，其中主要的增长力量来自于护肤品和彩妆。

中国的化妆品产业发展势头迅猛，已经成为新的消费热点。由于中国已经放开对进口化妆品的限制，国际化妆品巨头正在加速拓展中国市场，本土品牌经受着来自外部的巨大冲击。在中国美容化妆品市场中，外资或合资企业所占的市场份额已接近80%，而国内化妆品生产只有通过中外合资，推出中低档产品才能迎合中国消费者的需求。这实在是一个令人忧心的现实。中国本土企业应该制定整体发展战略，如此才能从容应对挑战并不断保持竞争力。国家标准化管理委员会新修订的《消费品使用说明化妆品通用标签》自2009年10月1日起正式实施。说明国家对化妆品的管理法规越来越完善，尤其是对原料的管理更加严格，比如新规要求化妆品在选择和使用化工原料时更注重其纯度。对于原料的提供者化工企业来说，禁用化工原料的增加对于他们的生产会有不同程度的影响。可以预料，部分化工产品将会因此失去传统市场。而对整个精细化工领域来说，开发新的高效、环保产品将是必然趋势。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国香料香精化妆品工业协会、以及国内外行业杂志等提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国化妆品市场进行了分析研究。报告对我国化妆品行业的需求、市场竞争格局、行业结构情况作了详细的分析，报告还详细研究了我国重点化妆品企业的发展状况，以及化妆品市场发展趋势和竞争格局。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为化妆品投资与生产者在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。报告同时对于产业研究规律、产

业政策制定和欲进入的投资集团提供了准确的情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状
第一章 化妆品的相关概述 1
第一节 化妆品的介绍 1
一、化妆品的定义 1
二、化妆品的主要作用 1
三、化妆品的分类 2
第二节 中国化妆品行业的发展沿革 5
一、古代化妆品 5
二、现代化妆品 6
第三节 化妆品产业特性分析 7
一、化妆品的产品特性 7
二、中国化妆品的监督管理特性 8
第二章 国际化妆品市场 9
第一节 国际化妆品市场的总体概况 9
一、国际化妆品原料市场的新趋势 9
二、国际化妆品市场发展趋势 10
第二节 美国 14
一、美国化妆品市场综述 14
二、美国化妆品法规概述 15
三、美国对化妆品标签有着严格要求 16
第三节 欧洲 17
一、欧洲化妆品市场总体发展状况 17
二、2009年欧盟提高化妆品生产标准 19
三、欧洲美容化妆品市场需求分析 20
第四节 日本 23
一、日本化妆品市场的总体概况 23
二、日本诸多行业进军化妆品市场 25
三、日本化妆品的政府管制概述 25
四、日本化妆品市场发展趋势 27
第五节 韩国 29

一、韩国化妆品行业发展的特点 29
二、韩国化妆品成功与影视文化密不可分 32
三、韩国化妆品发展与营销经验 34
第三章 我国化妆品市场发展分析 37
第一节 中国化妆品市场总体概况 37
一、我国化妆品行业发展基本状况及新变化 37
二、我国化妆品行业发展趋势 38
三、我国化妆品行业存在问题 39
四、我国化妆品行业发展的策略 40
第二节 2009-2010年中国化妆品市场的发展 42
一、2009年化妆品市场热点 42
二、2009年中国化妆品市场特点分析 45
三、2010年国家对化妆品监管趋势 46
第三节 化妆品市场消费分析 48
一、男士化妆品消费市场前景分析 48
二、女性化妆品市场消费特点分析 50
第四章 化妆品进出口数据分析 53
第一节 2009年1-12月我国美容品或化妆品及护肤品的进出口数据分析 53
一、进口数据分析 53
二、出口数据分析 55
第二节 2009年1-12月我国香水及花露水的进出口数据分析 57
一、进口数据分析 57
二、出口数据分析 59
第三节 2009年1-12月我国护发品的进出口数据分析 61
一、进口数据分析 61
二、出口数据分析 63
第二部分 行业细分市场分析
第五章 护肤品 65
第一节 护肤品的市场现状 65
一、抗脂产品分析 65
二、身体肌肤护理品分析 66
三、手部皮肤修复产品分析 67
四、脱毛产品分析 68
第二节 中国护肤品市场特征 68
一、中国化妆品发展阶段特征 68

二、众多品牌瓜分市场 69
三、市场细分分析 69
四、专业护肤品企业出现 70
五、高档护肤品发展迅速 70
第三节 护肤品发展趋势分析 71
第六章 防晒用品 73
第一节 防晒用品的概述 73
一、防晒化妆品的常识综述 73
二、防晒化妆品的种类 75
三、防晒化妆品的识别及应用 75
第二节 各类防晒产品主要成分分析 77
一、化学性防晒成分（含紫外线吸收剂） 77
二、物理性防晒成分（含紫外线散乱剂） 77
三、纯天然防晒成分 78
第三节 中国防晒品的市场分析 79
一、2009年防晒化妆品市场需求分析 79
二、未来防晒护肤品发展趋势 81
第七章 洗面奶和美白祛斑用品市场 85
第一节 洗面奶市场 85
一、洗面奶相关介绍 85
二、2010年十大洗面奶洁面乳品牌排名 86
三、2010年十大男士洗面奶品牌排名 87
第二节 美白祛斑产品市场 87
一、目前市场上祛斑产品主要特点 87
二、美白祛斑护肤品市场消费者分析 89
三、美白祛斑护肤品市场竞争分析 90
四、美白祛斑产品最新疗法研究进展分析 90
第八章 发用化妆品 92
第一节 洗发水的发展概述 92
一、洗发水的发展历程 92
二、洗发水市场产品分类 93
三、洗发水市场品牌现状与格局 94
四、洗发水市场品牌竞争特征 96
第二节 洗发水市场的发展趋势 97
一、未来产品发展趋势 97

二、未来消费习惯、需求变化 98
三、洗发水品牌营销分析 99
四、洗发水未来品牌发展趋势 100
第三节 护发素 102
一、护发素的介绍 102
二、护发素的种类 103
三、护发素市场的发展趋势 105
第四节 染发剂 107
一、染发产品的分类 107
二、染发产品市场现状 107
三、染发产品的质量技术现状 108
四、关于染发剂毒性 109
五、发展趋势分析 109
第九章 不同年龄段化妆品市场 111
第一节 男士化妆品市场 111
一、男性化妆品市场的开发 111
二、男士化妆品消费市场分析 112
三、男士护肤品市场呈专柜专区发展 115
四、2010年男士化妆品市场份额预测 116
第二节 儿童化妆品市场分析 117
一、儿童化妆品市场前景分析 117
二、儿童化妆品市场发展现状 120
三、儿童化妆品的未来之路 123
第三节 中老年人化妆品市场 126
一、老年人化妆品市场发展前景 126
二、中老年女性对化妆品需求分析 129
第十章 其他热点化妆品 130
第一节 香水 130
一、中国香水市场的发展分析 130
二、香水市场发展瓶颈 133
三、中国香水市场的发展趋势 136
第二节 纳米化妆品 139
一、纳米技术在化妆品中的应用 139
二、纳米化妆品具有的优势 140
三、纳米美容化妆品的开发概况 140

第三部分 行业竞争与市场营销分析
第十一章 中国化妆品企业的竞争分析 143
第一节 化妆品产业竞争现状 143
一、化妆品巨大市场的竞争概况 143
二、中国化妆品品牌市场竞争分析 146
三、国产化妆品市场的竞争分析 147
第二节 化妆品企业品牌战略 149
一、品牌在市场营销中的功能 149
二、中国化妆品企业的品牌战略 150
三、商标是创造品牌的关键 152
第十二章 国外化妆品企业及品牌 153
第一节 法国欧莱雅 153
第二节 美国宝洁公司 155
一、营销策略 155
二、多品牌战略 155
三、宝洁在美国的广告策略 157
四、宝洁在中国的广告策略 161
五、从宝洁在中国的广告策略得到的启示 164
第三节 美国安利公司 166
一、公司介绍 166
二、营销模式 167
三、资产规模 167
四、先进技术 168
第四节 雅诗兰黛 169
一、发展简史 171
二、品牌动态 172
三、产品与服务 172
四、广告策略 178
第五节 美国雅芳 178
第六节 日本资生堂 179
一、资生堂历史 179
二、品牌大众路线 180
三、新高端领袖的塑造 181
四、缜密的渠道计划 182
五、超市里的价值营销 183

六、资生堂产品特点 183
第七节 爱茉莉集团 185
第八节 英国联合利华 186
一、联合利华集团简介 186
二、联合利华公司产品 188
三、HR数据库全球化 190
四、联合利华集中化战略 191
五、联合利华在中国 191
第十三章 国内化妆品企业及品牌 193
第一节 上海家化联合股份有限公司 193
一、公司简介 193
二、上海家化的发展历程 193
三、经营范围 195
四、品牌概况 195
五、2009-2010年财务分析 196
第二节 索芙特股份有限公司 203
一、公司简介 203
二、经营范围 204
三、企业发展策略 205
四、企业品牌策略 205
五、2009-2010年财务分析 205
第三节 伽蓝（集团）股份有限公司 211
一、公司简介 211
二、服务及产品简介 212
第四节 天津郁美净集团有限公司 212
一、公司简介 212
二、售后服务管理制度 213
三、广阔的发展前景 214
第五节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司 215
一、公司简介 215
二、主要经营产品 215
三、服务理念 215
第六节 重庆奥妮化妆品有限公司 216
一、公司简介 216
二、奥妮植物洗发的差异化路线 216

三、奥妮品牌成功发展的道路 218
第七节 广州市浪奇实业股份有限公司 220
一、公司简介 220
二、经营范围 221
三、2009-2010年财务分析 221
第八节 其他 226
一、相宜本草 226
二、雅倩 229
三、珈侬生化 231
第十四章 中国化妆品市场营销分析 233
第一节 化妆品直复营销与网络营销 233
一、直复营销的概念 233
二、化妆品网络营销的特征和优势 236
三、网络营销理论 239
四、化妆品网络营销的现状 243
第二节 化妆品直销 246
一、化妆品直销的概述 246
二、2010年直销发展的三大新趋势 248
第三节 化妆品专卖店经营 251
一、美容化妆品业连锁特许经营的简析 251
二、化妆品行业连锁经营的发展趋势 263
第四节 化妆品梯度营销分析 268
一、化妆品实行梯度营销的必要性 268
二、渠道梯度 269
三、目标消费者梯度 273
四、品牌梯度 276
五、价格梯度 278
六、促销梯度 278
七、服务梯度 279
第四部分 发展趋势及投资分析
第十五章 中国化妆品投资分析 281
第一节 投资背景 281
一、化妆品项目投资的主要优势 281
二、化妆品企业如何吸引风险投资 288
第二节 化妆品的投资前景分析 290

一、化妆品市场投资存在的商机 290
二、中药化妆品行业的投资前景分析 291
三、芦荟化妆品的前景和开发 292
第三节 化妆品投资面临的问题及建议 297
一、化妆品成分新国标给技术型企业带来的影响分析 297
二、中药化妆品的投资分析 299
第十六章 化妆品的发展预测 301
第一节 化妆品行业的发展前景及趋势 301
一、金融危机形势下的化妆品行业发展趋势 301
二、未来十年化妆品市场发展趋势 305
三、药妆成为化妆品行业新趋势 312
四、未来化妆品包装的环保趋势 315
第二节 化妆品市场的发展潜力 317
一、中国化妆品市场潜力巨大 317
二、中国农村化妆品市场的发展趋势 320
图表目录：
图表：2009年1月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 53
图表：2009年2月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 53
图表：2009年3月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 53
图表：2009年4月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 53
图表：2009年5月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 53
图表：2009年6月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 54
图表：2009年7月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 54
图表：2009年8月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 54
图表：2009年9月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 54
图表：2009年10月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 54
图表：2009年11月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 54
图表：2009年12月我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析 54
图表：2009年1月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 55
图表：2009年2月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 55
图表：2009年3月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 55
图表：2009年4月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 55
图表：2009年5月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 55
图表：2009年6月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 55
图表：2009年7月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 56

图表：2009年8月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 56
图表：2009年9月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 56
图表：2009年10月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 56
图表：2009年11月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 56
图表：2009年12月我国美容品或化妆品及护肤品的出口数据分析 56
图表：2009年1月我国香水及花露水的进口数据分析 57
图表：2009年2月我国香水及花露水的进口数据分析 57
图表：2009年3月我国香水及花露水的进口数据分析 57
图表：2009年4月我国香水及花露水的进口数据分析 57
图表：2009年5月我国香水及花露水的进口数据分析 57
图表：2009年6月我国香水及花露水的进口数据分析 58
图表：2009年7月我国香水及花露水的进口数据分析 58
图表：2009年8月我国香水及花露水的进口数据分析 58
图表：2009年9月我国香水及花露水的进口数据分析 58
图表：2009年10月我国香水及花露水的进口数据分析 58
图表：2009年11月我国香水及花露水的进口数据分析 58
图表：2009年12月我国香水及花露水的进口数据分析 58
图表：2009年1月我国香水及花露水的出口数据分析 59
图表：2009年2月我国香水及花露水的出口数据分析 59
图表：2009年3月我国香水及花露水的出口数据分析 59
图表：2009年4月我国香水及花露水的出口数据分析 59
图表：2009年5月我国香水及花露水的出口数据分析 59
图表：2009年6月我国香水及花露水的出口数据分析 59
图表：2009年7月我国香水及花露水的出口数据分析 60
图表：2009年8月我国香水及花露水的出口数据分析 60
图表：2009年9月我国香水及花露水的出口数据分析 60
图表：2009年10月我国香水及花露水的出口数据分析 60
图表：2009年11月我国香水及花露水的出口数据分析 60
图表：2009年12月我国香水及花露水的出口数据分析 60
图表：2009年1月我国护发品的进口数据分析 61
图表：2009年2月我国护发品的进口数据分析 61
图表：2009年3月我国护发品的进口数据分析 61
图表：2009年4月我国护发品的进口数据分析 61
图表：2009年5月我国护发品的进口数据分析 61
图表：2009年6月我国护发品的进口数据分析 61

图表：2009年7月我国护发品的进口数据分析 62
图表：2009年8月我国护发品的进口数据分析 62
图表：2009年9月我国护发品的进口数据分析 62
图表：2009年10月我国护发品的进口数据分析 62
图表：2009年11月我国护发品的进口数据分析 62
图表：2009年12月我国护发品的进口数据分析 62
图表：2009年1月我国护发品的出口数据分析 63
图表：2009年2月我国护发品的出口数据分析 63
图表：2009年3月我国护发品的出口数据分析 63
图表：2009年4月我国护发品的出口数据分析 63
图表：2009年5月我国护发品的出口数据分析 63
图表：2009年6月我国护发品的出口数据分析 63
图表：2009年7月我国护发品的出口数据分析 64
图表：2009年8月我国护发品的出口数据分析 64
图表：2009年9月我国护发品的出口数据分析 64
图表：2009年10月我国护发品的出口数据分析 64
图表：2009年11月我国护发品的出口数据分析 64
图表：2009年12月我国护发品的出口数据分析 64
图表：2010年十大洗面奶洁面乳品牌排名 86
图表：2010年十大男士洗面奶品牌排名 87
图表：2009年1-4季度上海家化联合股份有限公司主营构成 196
图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司每股指标 199
图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司获利能力 199
图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司经营能力 200
图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司偿债能力 200
图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司资本结构 200
图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司发展能力 201
图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司现金流量 201
图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司主营业务收入 201
图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司主营业务利润 201
图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司营业利润 202
图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司利润总额 202
图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司净利润 203
图表：2009年1-4季度索芙特股份有限公司主营构成 205
图表：2009-2010年索芙特股份有限公司每股指标 207

图表：2009-2010年索芙特股份有限公司获利能力 208
图表：2009-2010年索芙特股份有限公司经营能力 208
图表：2009-2010年索芙特股份有限公司偿债能力 208
图表：2009-2010年索芙特股份有限公司资本结构 208
图表：2009-2010年索芙特股份有限公司发展能力 209
图表：2009-2010年索芙特股份有限公司现金流量 209
图表：2009-2010年索芙特股份有限公司主营业务收入 209
图表：2009-2010年索芙特股份有限公司主营业务利润 210
图表：2009-2010年索芙特股份有限公司营业利润 210
图表：2009-2010年索芙特股份有限公司利润总额 210
图表：2009-2010年索芙特股份有限公司净利润 211
图表：2009年1-4季度广州市浪奇实业股份有限公司主营构成 221
图表：2009-2010年广州市浪奇实业股份有限公司每股指标 222
图表：2009-2010年广州市浪奇实业股份有限公司获利能力 223
图表：2009-2010年广州市浪奇实业股份有限公司经营能力 223
图表：2009-2010年广州市浪奇实业股份有限公司偿债能力 223
图表：2009-2010年广州市浪奇实业股份有限公司资本结构 224
图表：2009-2010年广州市浪奇实业股份有限公司发展能力 224
图表：2009-2010年广州市浪奇实业股份有限公司现金流量 224
图表：2009-2010年广州市浪奇实业股份有限公司主营业务收入 224
图表：2009-2010年广州市浪奇实业股份有限公司主营业务利润 225
图表：2009-2010年广州市浪奇实业股份有限公司营业利润 225
图表：2009-2010年广州市浪奇实业股份有限公司利润总额 225
图表：2009-2010年广州市浪奇实业股份有限公司净利润 226

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/8765187651.html