

2012-2016年化妆品行业市场深度调研与趋势预测 分析研究报告

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《2012-2016年化妆品行业市场深度调研与趋势预测分析研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/127783127783.html>

报告价格：电子版: 8500元 纸介版：8500元 电子和纸介版: 9000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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。

二、报告目录及图表目录

→ 内容简介

中国美容化妆品行业是全世界最大的新兴市场，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、明茎等为代表的优秀民族化妆品品牌。“十一五”期间，中国化妆品行业得到了长足进步。从2006年开始，我国化妆品销售额达到了每年1000亿元人民币以上，即便在全球金融危机的恶劣环境下，依然保持着持续平稳增长。中国香料香精化妆品工业协会统计数据显示，2010年全国化妆品销售总额达到1530亿元，与2005年的960亿元相比，每年平均增长近10%，五年来无论是国内消费还是出口市场都保持稳定增长，化妆品行业逐渐融入世界。

随着化妆品品牌的增多，消费群体的细分更加明确。不论是在哪个细分市场中，奢侈品与高价位产品的消费数量是暴涨，预示了中国消费者高消费时代的到来。中国化妆品业市场一直被人比喻为“暴利下的围城”，直面中国的化妆品业，高端市场已被欧莱雅、雅诗兰黛、资生堂等外资品牌占领，中国化妆品市场的销售额平均以每年13%的速度在递增。目前，国际知名化妆品生产企业已凭借品牌、产品质量优势，占据了国内化妆品高端市场，并向二三线市场渗透。外资化妆品产品已占据了国内市场40%的销售份额。国内化妆品品牌主要占据中低端市场，产品附加值低。隆力奇尽管销量惊人，但是市场定位还是低端产品；尽管欧莱雅也有低端产品，但是消费者对它的定位是国际知名品牌。品牌积累很重要，但只是一个过程，从中国目前的情况看，先从低端入手，完成原始积累，品牌不是靠广告，需要消费者认可。

2010年开始我国化妆品市场销售总额增长速度,每年将以13%的平均递增速度快速推进,限额以上批发零售贸易企业化妆品零售额将以15%以上的速度递增。“十二五”期间，我国化妆品行业将通过优化产业结构、增强创新能力、培育自主品牌等措施，力争敲开2300亿元的销售市场、培育2-3个具有国际知名度和竞争力的品牌及更多的名牌产品、出口额力争达到25亿美元左右。国内外化妆品生产已采用了多项高新技术，像生物技术、植物萃取技术等，低碳、环保等高新技术也与化妆品生产相伴，企业在产品研发和生产上应从高科技、健康入手，加大资源整合力度，注重节能降耗和清洁生产，提高核心竞争力。

本研究咨询报告领衔撰写，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 4

一、古代化妆品 4

二、现代化妆品 4

第三节 化妆品产业特性分析 5

一、化妆品的产品特性 5

二、中国化妆品的监督管理特性 7

第二章 2011年国际化妆品市场营运形势分析 9

第一节 2011年国际化妆品市场的总体概况分析 9

一、国际化妆品的区域市场发展综述 9

二、国际化妆品原料市场的新趋势 9

三、国际化妆品产品研发潮流 11

第二节 美国 14

一、美国化妆品市场综述 14

二、美国化妆品销售市场发展近况 14

三、美国化妆品市场规模及发展趋势分析 15

四、美国化妆品行业法规管理概述 16

五、美国对化妆品标签有着严格要求 20

第三节 欧洲 22

一、欧洲化妆品市场总体发展状况 22

二、欧盟化妆品行业的新法规解读 23

三、德国化妆品行业天然产品发展态势良好 26

四、法国化妆品行业发展分析 26

五、俄罗斯化妆品市场容量分析 27

第四节 日本 27

- 一、日本化妆品市场的总体概况 27
- 二、日本化妆品企业大力开拓中老年消费市场 30
- 三、日本化妆品的政府管制概述 31
- 四、日本化妆品行业的发展趋势 32

第五节 韩国 34

- 一、韩国化妆品行业发展概述 34
- 二、韩国化妆品企业加快在中国的发展 36
- 三、韩国天然化妆品产业发展势头强劲 37

第三章 2011年中国化妆品市场发展格局分析 39

第一节 2011年中国化妆品行业总体概况分析 39

- 一、“十一五”期间中国化妆品行业发展综述 39
- 二、我国化妆品行业OEM生产节奏加快 39
- 三、我国化妆品零售终端市场呈现新特点 40

第二节 2009-2011年中国化妆品市场发展分析 41

- 一、2009年中国化妆品行业销售状况分析 41
- 二、2010年我国化妆品市场掀起营养护肤新潮 42
- 三、2010年国内药店化妆品市场生存现状 44
- 四、2011年国内外企业争相布局有机化妆品市场 47

第三节 2011年中国化妆品市场消费分析 49

- 一、化妆品市场消费者的构成 49
- 二、女性购买化妆品的心理因素研究 49
- 三、化妆品网络消费者的类型及购买行为 53
- 四、2010年化妆品网络消费状况透析 55
- 五、化妆品消费的新趋势分析 57

第四节 2011年中国化妆品包装发展分析 58

- 一、化妆品包装的特性 58
- 二、国内美容化妆品包装分析 61
- 三、化妆品包装需标注所有成分 61
- 四、美容化妆品包装的发展走向 62

第五节 2011年中国化妆品市场存在的问题分析 64

- 一、中国化妆品市场面临的难题 64
- 二、国内美容化妆品市场的薄弱方面 65
- 三、国内化妆品市场亟待整合 67
- 四、本土化妆品企业存在的深层次问题 68

第六节 2011年中国化妆品市场发展的对策分析 70

- 一、中国化妆品市场发展的建议 70
- 二、国内化妆品市场的发展对策 72
- 三、化妆品企业发展要集体补标识规范课 74
- 四、化妆品行业地位提升的对策探讨 76

第二部分 国内行业市场分析

第四章 2007-2011年中国化妆品制造行业主要数据监测分析 81

第一节 2007-2011年中国化妆品制造行业规模分析 81

- 一、企业数量增长分析 81
- 二、从业人数增长分析 81
- 三、资产规模增长分析 81

第二节 2007-2011年中国化妆品制造行业产值分析 82

- 一、产成品增长分析 82
- 二、工业销售产值分析 82
- 三、出口交货值分析 83

第三节 2007-2011年中国化妆品制造行业成本费用分析 84

- 一、销售成本分析 84
- 二、费用分析 84

第四节 2007-2011年中国化妆品制造行业盈利能力分析 85

- 一、主要盈利指标分析 85
- 二、资产规模增长分析 85

第五节 我国化妆品行业进出口数据分析 86

- 一、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 86
- 二、2009年1-12月我国香水及花露水的进出口数据分析 89
- 三、2009年1-12月我国护发品的进出口数据分析 93

第五章 中国化妆品网络市场调查分析 98

第一节 2009年我国化妆品网络市场调查状况 98

- 一、总体分析 98
- 二、化妆品品牌属性与品牌等级情况 98
- 三、化妆品产品分类情况 98
- 四、化妆品网民特征透析 101

第二节 2010年我国化妆品网络市场调查状况 103

- 一、总体分析 103
- 二、化妆品品牌等级情况 103
- 三、化妆品网民特征透析 103

第三节 2011年我国化妆品网络市场调查状况	104
一、总体分析	104
二、化妆品品牌等级情况	105
三、化妆品产品分类情况	105
第六章 2011年中国护肤品市场发展态势分析	108
第一节 2011年中国护肤品行业营运综述	108
一、中国护肤品品牌发展的四个阶段	108
二、中国护肤品市场总体概况	109
三、国产“老字号”护肤品市场销售现况	112
四、中小护肤品企业发展对策分析	114
第二节 2009-2011年中国护肤品市场走势分析	115
一、2009年我国护肤品市场发展形态分析	115
二、2010年我国护肤品市场持续快速增长	116
三、2011年护肤品市场植物护肤品异军突起	119
四、2011年精油护肤品市场呈火爆发展态势	121
五、2008-2009年护肤品进出口分析	121
第三节 2011年中国护肤品市场竞争格局分析	150
一、我国护肤品市场竞争态势分析	150
二、国内主要护肤品竞争手段分析	152
三、2011年中国高端特殊护肤品市场竞争激烈	154
四、品牌成为护肤品竞争突破点	156
第四节 2011年中国护肤品市场营销分析	157
一、国内护肤品销售渠道分析	157
二、国内护肤品营销策略分析	158
三、护肤品营销模式创新	161
四、星纯护肤品的营销案例解析	164
第五节 2012-2015年中国护肤品行业发展前景分析	166
一、绿色生态护肤品市场前景看好	166
二、花朵美容护肤品有望成为新宠	168
三、茶护肤品发展前景分析	168
四、未来最有潜力的护肤品市场	170
第七章 2011年中国防晒用品市场运行格局分析	171
第一节 防晒用品的概述	171
一、防晒化妆品的常识综述	171
二、防晒化妆品的种类	173

三、防晒化妆品的识别及应用	174
第二节 各类防晒产品主要成分分析	175
一、化学性防晒成分（含紫外线吸收剂）	175
二、物理性防晒成分（含紫外线散乱剂）	176
三、纯天然防晒成分	178
第三节 2011年全球防晒品市场的发展分析	179
一、全球防晒品市场发展概述	179
二、2011年美国出台实施防晒品监管新规	183
三、韩国市场防晒霜受消费者青睐	184
第四节 2011年中国防晒品市场的发展分析	186
一、夏防晒品市场终端分析	186
二、防晒化妆品市场发展状况	186
三、2011年防晒品终端市场竞争激烈	188
四、未来防晒护肤品发展趋势	190
五、专用防晒化妆品市场发展潜力分析	191
第八章 2011年中国洗面奶和美白用品市场分析	193
第一节 洗面奶市场	193
一、洗面奶相关介绍	193
二、中国洗面奶零售渠道分析	193
第二节 美白产品市场	193
一、美白用品市场的特点	193
二、2011年美白产品销售热潮提前到来	194
第三节 祛斑产品市场	196
一、祛斑护肤品主要特点	196
二、中国祛斑产品市场发展的三大趋势	197
三、祛斑护肤品消费者购买因素分析	197
第九章 2011年中国发用化妆品市场发展分析	199
第一节 2011年中国发用品产业总体概述	199
一、护发品定义及类别	199
二、洗发护发销售特点及趋势变化	200
三、中药洗护发产品成市场竞争新热点	203
四、新兴护发用品市场发展前景展望	205
第二节 洗发水	207
一、洗发水市场步入繁荣阶段	207
二、中国高端洗发水市场的发展形态剖析	208

三、洗发水市场细分以及定位策略 209

四、洗发水市场品牌营销分析 210

五、我国洗发水市场本土品牌突破实例分析 211

六、洗发水市场的发展方向 212

第三节 护发素 213

一、护发素的介绍 213

二、护发化妆品的总体概况 213

三、护发素市场的品牌分析 214

第四节 染发剂 215

一、中国染发剂市场概况 215

二、中国染发剂产品市场有待创新 215

三、染发剂市场发展趋势的特点 216

第十章 2011年中国男士化妆品市场营运局势分析 218

第一节 2011年中国男士化妆品的市场概况分析 218

一、催生男士化妆品发展的三大要素 218

二、男性化妆品市场进入快速增长期 219

三、男士化妆品市场发展的趋势剖析 221

四、本土企业在男士专用化妆品市场有机可寻 222

第二节 2011年中国男士化妆品开发分析 223

一、开发男士化妆品对企业的意义 223

二、男士化妆品开发的可能性 224

三、男士化妆品品种开发设想 225

四、男士化妆品品牌开发 225

第三节 2011年中国男士化妆品市场营销分析 228

一、中国男士化妆品消费者的心理与行为特征 228

二、中国男士化妆品市场营销的问题分析 230

三、针对我国男士心理与行为特点的化妆品营销策略 232

第十一章 2011年中国儿童化妆品市场发展局势分析 234

第一节 儿童化妆品市场产品介绍 234

一、个人护理用品 234

二、按摩油系列 234

三、其他儿童化妆品 235

第二节 2011年中国儿童化妆品市场发展概况分析 236

一、儿童化妆品市场成长缓慢的原因分析 236

二、中国儿童化妆品市场逐渐走向繁荣 236

三、儿童化妆品消费趋势特点	237
四、儿童化妆品市场的产品和营销攻略	237
第三节 2012-2015年中国儿童化妆品市场趋势分析	239
一、中国儿童化妆品市场发展潜力大	239
二、儿童化妆品市场前景展望	239
三、未来儿童化妆品市场生机勃勃	240
四、中国儿童化妆品的渠道趋势	241
第十二章 2011年中国中老年化妆品市场营运分析	243
第一节 2011年中国中老年人化妆品市场发展概况分析	243
一、老年化妆品的种类	243
二、老年人化妆品市场发展综述	244
三、抗衰老化妆品受中老年女性的青睐	244
四、老年化妆品市场有待发展开拓	246
第二节 2011年中国中老年人化妆品市场的问题及对策分析	246
一、老年人化妆品市场发展的制约因素分析	246
二、我国老年专用护肤品市场存在空白	248
三、开发老年人化妆品市场的对策建议	248
四、中老年人化妆品的广告营销策略	250
第三部分 行业竞争与市场营销分析	
第十三章 2011年中国天然化妆品市场运行格局分析	253
第一节 2011年国际天然化妆品市场发展概况分析	253
一、全球四大天然化妆品品牌介绍	253
二、全球天然有机化妆品市场发展状况	253
三、美国天然化妆品进入标准化时代	254
第二节 2011年中国绿色化妆品发展概述	254
一、绿色化妆品的介绍	254
二、建立并完善绿色化妆品产业制度的意义	255
三、中国绿色化妆品产业法律制度完善的建议	255
第三节 2012-2015年中国天然化妆品市场发展趋势分析	258
一、天然成分化妆品市场的发展趋势	258
二、绿色化妆品在中国大有市场	259
三、绿色化妆品专卖店投资前景可观	259
第十四章 2011年中国其他热点化妆品市场发展分析	261
第一节 香水	261
一、中国香水市场发展现状分析	261

- 二、我国香水消费与国外消费存在差异 261
- 三、我国香水市场的发展建议 262
- 四、香水市场消费新的走势 264
- 五、香水市场的发展方向 265
- 第二节 护体化妆品 266
 - 一、美体产品的作用 266
 - 二、护体化妆品市场的品牌概述 267
- 第三节 纳米化妆品 268
 - 一、纳米技术在化妆品中的应用 268
 - 二、纳米化妆品具有的优势 268
 - 三、纳米美容化妆品的开发概况 270
- 第十五章 2011年中国化妆品原料与成分分析 271
 - 第一节 化妆品原料构成 271
 - 一、油性原料（油、脂、蜡） 271
 - 二、表面活性剂 271
 - 三、保湿剂 272
 - 四、香精 272
 - 五、防腐剂 272
 - 第二节 化妆品成分简析 272
 - 一、化妆品成分概述 272
 - 二、应当避免的化妆品成分 273
 - 三、质量好的化妆品应含有的成分 276
 - 第三节 化妆品成分安全性研究 278
 - 一、除皱产品主打成分 278
 - 二、美白产品主打成分 278
- 第十六章 2011年中国主要地区化妆品市场营运分析 280
 - 第一节 广东 280
 - 一、广东化妆品行业发展概述 280
 - 二、广东化妆品专营店竞争局势透析 281
 - 三、中山市强化化妆品产业监管 286
 - 四、广东化妆品业亟需出“大腕” 288
 - 第二节 浙江 290
 - 一、浙江省化妆品专营店发展迅猛 290
 - 二、杭州市化妆品行业发展概况 292
 - 三、义乌市化妆品行业发展势头迅猛 293

四、2011年上半年丽水龙泉化妆品出口形势良好 294

第三节 上海 295

一、上海化妆品市场老牌产品受青睐 295

二、上海护肤品市场国货热销 295

三、上海男性化妆品市场份额不断扩大 297

四、上海出台管理规范促进化妆品专卖店发展 298

第四节 武汉 300

一、武汉化妆品市场中外顶级品牌扎堆 300

二、2011年夏季武汉欧美系高端化妆品小幅提价 301

三、武汉中高端化妆品市场发展空间广阔 302

第五节 其他地区 303

一、北京化妆品市场“一站式”零售探析 303

二、重庆化妆品市场消费形态分析 304

第十七章 2011年中国化妆品市场竞争格局分析 305

第一节 2011年中国化妆品市场竞争概况分析 305

一、同质化导致化妆品市场竞争日益激烈 305

二、化妆品行业竞争加剧挤压新品牌生存空间 307

三、我国化妆品专营店市场竞争格局解析 308

四、中国化妆品B2C市场竞争格局透析 309

第二节 2011年中国本土化妆品企业的SWOT分析 311

一、优势 311

二、劣势 311

三、机会 312

四、威胁 312

第三节 2011年中国化妆品企业品牌战略分析 313

一、品牌在市场营销中的功能 313

二、品牌化经营是化妆品企业生存根本之道 314

三、中国化妆品企业的品牌战略 316

第四节 2011年中国化妆品的包装策略分析 319

一、化妆品的心理价位 319

二、消费者的购买行为方式 320

三、化妆品包装策略 320

第五节 2011年中国中小化妆品企业竞争战略分析 320

一、中小企业的市场策略 320

二、中小企业产品开发策略 322

三、中小企业发展策略 323

第十八章 2011年中国化妆品市场营销分析 325

第一节 2011年中国化妆品行业主要市场渠道分析 325

一、批发市场 325

二、零售终端市场 325

三、专业市场 326

第二节 2011年中国化妆品市场营销概况分析 328

一、化妆品市场营销的十大趋势透析 328

二、化妆品市场微博营销悄然升温 332

三、迪彩创新体验营销模式成化妆品行业翘楚 334

四、化妆品软文营销的三大关键点 337

第三节 2011年中国化妆品网络营销分析 338

一、化妆品网络营销的特征和优势 338

二、中国化妆品网络营销发展概况 341

三、我国化妆品SNS社区营销异军突起 342

第四节 2011年中国化妆品直销分析 344

一、化妆品直销的概述 344

二、化妆品直销企业“反周期”规律深度思考 345

三、我国化妆品网上直销市场销售通路的主流趋势 347

第五节 2011年中国化妆品专卖店经营分析 348

一、中国化妆品专卖店市场发展现状 348

二、化妆品专卖店成行业发展新趋势 350

三、化妆品专卖店的运营策略探讨 352

四、化妆品专卖店发展的前景剖析 353

第六节 2011年中国化妆品梯度营销渠道的策略分析 355

一、化妆品实行梯度营销的必要性 355

二、渠道梯度 356

三、目标消费者梯度 358

第四部分 发展趋势及投资分析

第十九章 2012-2015年中国化妆品投资可行性分析 361

第一节 投资基本概况 361

一、化妆品的产业特性 361

二、化妆品产业的赢利模式剖析 362

三、化妆品项目投资的主要优势 362

四、中国渐成化妆品投资的热点市场 365

第二节 2012-2015年中国化妆品的投资前景分析 366

- 一、我国化妆品市场投资存在的商机 366
- 二、我国化妆品行业口服美容产品投资潜力大 367
- 三、药妆美护肤品市场投资前景看好 368
- 四、芦荟化妆品的前景和开发 370

第三节 2012-2015年中国化妆品投资面临的问题及建议分析 371

- 二、化妆品行业投资风险因素 371
- 三、化妆品企业投资经营策略 372
- 四、中药化妆品的投资策略 373

第二十章 2012-2015年中国化妆品行业发展前景预测分析 375

第一节 2012-2015年中国化妆品行业的发展趋势 375

- 一、全球化妆品市场的发展趋势探析 375
- 二、绿色与有机化妆品成未来发展方向 375
- 三、未来化妆品包装向环保化发展 376

第二节 2012-2015年中国化妆品市场的发展潜力及预测 377

- 一、农村市场将逐渐成为重要的需求来源 377
- 二、高校化妆品市场的发展潜力巨大 378
- 三、2012-2015年中国化妆品制造行业预测分析 380
- 四、“十二五”时期中国化妆品行业发展目标 381

第五部分 行业企业分析

第二十一章 2011年国外化妆品企业及品牌经营情况分析 383

第一节 法国欧莱雅（LOREAL） 383

- 一、集团简介 383
- 二、欧莱雅经营状况 384
- 三、卡尼尔 384
- 四、美宝莲 385
- 五、巴黎欧莱雅 385
- 六、兰蔻 386
- 七、薇姿 386

第二节 美国宝洁公司（PROCTER&GAMBLE） 387

- 一、公司简介 387
- 二、宝洁经营状况 387
- 三、玉兰油 388
- 四、SKII 388
- 五、沙宣 389

六、舒肤佳 389

第三节 美国安利公司 (AMWAY) 390

一、公司简介 390

二、雅姿 390

三、丝婷 390

四、雅蜜 391

第四节 雅诗兰黛 (ESTEELAUDER) 391

一、公司简介 391

二、雅诗兰黛旗下品牌 392

三、雅诗兰黛公司经营状况 394

第五节 美国雅芳 (AVON) 395

一、公司简介 395

二、雅芳经营状况 396

三、雅芳品牌在华销售情况分析 396

第六节 日本资生堂 (SHISEIDO) 396

一、公司简介 396

二、资生堂经营状况 397

三、欧珀莱 397

四、思魅欧珀莱 397

五、UNO (吾诺) 398

六、Za 398

七、URARA悠莱 398

第七节 爱茉莉集团 399

一、公司简介 399

二、爱茉莉集团经营状况 399

三、IOPE 400

四、兰芝 401

五、爱丽 401

六、雪花秀 402

第八节 英国联合利华 (UNILEVER) 402

一、公司简介 402

二、联合利华公司经营状况 403

三、旁氏 404

四、力士 404

第二十二章 2011年国内化妆品重点企业关键性数据分析 406

第一节 上海家化联合股份有限公司 406

一、企业概况 406

二、企业经营情况分析 407

三、企业成长能力分析 412

第二节 索芙特股份有限公司 413

一、企业概况 413

二、企业经营情况分析 414

三、企业成长能力分析 418

第三节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司 419

一、企业概况 419

二、企业经营情况分析 419

三、企业成长能力分析 420

第四节 雅芳（中国）有限公司 421

一、企业概况 421

二、企业经营情况分析 421

三、企业成长能力分析 422

第五节 天津郁美净集团有限公司 422

一、企业概况 422

二、企业经营情况分析 423

三、企业成长能力分析 423

第六节 妮维雅(上海)有限公司 424

一、企业概况 424

二、企业经营情况分析 425

三、企业成长能力分析 425

第七节 四川可采实业有限公司 426

一、企业概况 426

二、企业经营情况分析 426

三、企业成长能力分析 427

第八节 江苏东洋之花化妆品有限公司 428

一、企业概况 428

二、企业经营情况分析 428

三、企业成长能力分析 428

图表目录：

图表：消费购买行为分类 54

图表：中国化妆品制造行业从业人数 81

图表：2007-2011年我国化妆品制造行业产成品增长情况	82
图表：2007-2011年我国化妆品制造行业工业销售情况	82
图表：2008-2011年我国化妆品制造业总产值	82
图表：2008-2011年我国护肤品制造业总产值	83
图表：2007-2011年我国化妆品制造行业出口交货值	83
图表：2007-2011年我国化妆品制造行业销售成本	84
图表：2007-2011年我国化妆品制造行业费用分析	84
图表：2007-2011年我国化妆品制造行业主要盈利指标分析	85
图表：2007-2011年我国化妆品制造行业资产规模增长情况	85
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	86
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	86
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	86
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	86
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	86
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	87
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	87
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	87
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	87
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	87
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	87
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	87
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	88
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	88
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	88
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	88
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	88
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	88
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	89
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	89
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	89
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	89
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	89
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	89
图表：2009年1月我国香水及花露水的进口数据分析	90
图表：2009年2月我国香水及花露水的进口数据分析	90

图表：2009年3月我国香水及花露水的进口数据分析	90
图表：2009年4月我国香水及花露水的进口数据分析	90
图表：2009年5月我国香水及花露水的进口数据分析	90
图表：2009年6月我国香水及花露水的进口数据分析	90
图表：2009年7月我国香水及花露水的进口数据分析	90
图表：2009年8月我国香水及花露水的进口数据分析	91
图表：2009年9月我国香水及花露水的进口数据分析	91
图表：2009年10月我国香水及花露水的进口数据分析	91
图表：2009年11月我国香水及花露水的进口数据分析	91
图表：2009年12月我国香水及花露水的进口数据分析	91
图表：2009年1月我国香水及花露水的出口数据分析	91
图表：2009年2月我国香水及花露水的出口数据分析	92
图表：2009年3月我国香水及花露水的出口数据分析	92
图表：2009年4月我国香水及花露水的出口数据分析	92
图表：2009年5月我国香水及花露水的出口数据分析	92
图表：2009年6月我国香水及花露水的出口数据分析	92
图表：2009年7月我国香水及花露水的出口数据分析	92
图表：2009年8月我国香水及花露水的出口数据分析	92
图表：2009年9月我国香水及花露水的出口数据分析	93
图表：2009年10月我国香水及花露水的出口数据分析	93
图表：2009年11月我国香水及花露水的出口数据分析	93
图表：2009年12月我国香水及花露水的出口数据分析	93
图表：2009年1月我国护发品的进口数据分析	93
图表：2009年2月我国护发品的进口数据分析	93
图表：2009年3月我国护发品的进口数据分析	94
图表：2009年4月我国护发品的进口数据分析	94
图表：2009年5月我国护发品的进口数据分析	94
图表：2009年6月我国护发品的进口数据分析	94
图表：2009年7月我国护发品的进口数据分析	94
图表：2009年8月我国护发品的进口数据分析	94
图表：2009年9月我国护发品的进口数据分析	94
图表：2009年10月我国护发品的进口数据分析	95
图表：2009年11月我国护发品的进口数据分析	95
图表：2009年12月我国护发品的进口数据分析	95
图表：2009年1月我国护发品的出口数据分析	95

图表：2009年2月我国护发品的出口数据分析	95
图表：2009年3月我国护发品的出口数据分析	95
图表：2009年4月我国护发品的出口数据分析	96
图表：2009年5月我国护发品的出口数据分析	96
图表：2009年6月我国护发品的出口数据分析	96
图表：2009年7月我国护发品的出口数据分析	96
图表：2009年8月我国护发品的出口数据分析	96
图表：2009年9月我国护发品的出口数据分析	96
图表：2009年10月我国护发品的出口数据分析	96
图表：2009年11月我国护发品的出口数据分析	97
图表：2009年12月我国护发品的出口数据分析	97
图表：2009年护肤品牌搜索指数	99
图表：2009年护肤品牌关注度排行	99
图表：2009年TOP5护肤品牌分月检索量	100
图表：2009年护肤品产品类型关注排行	101
图表：2009年护肤品TOP5分月检索量	101
图表：原料厂商环节 企业分布情况	106
图表：2012-2015年中国护肤品行业工业总产值预测	109
图表：2008-2011年我国护肤品产量	109
图表：2011我国化妆品行业各分支比重数据	110
图表：2007-2011年中国化妆品市场销售额	110
图表：2006-2011年我国彩妆市场销售额	111
图表：2010-2011年护肤品牌TOP10市场份额	112
图表：2010-2011年中国彩妆品牌TOP10市场份额	112
图表：2008-2010年我国化妆品的市场零售额	116
图表：化妆品产业链的确定及各环节 企业分布情况	116
图表：2008年1-12月我国护肤品进出口金额	121
图表：2008年1季度我国护肤品进出口金额	122
图表：2008年1月我国护肤品进出口金额	122
图表：2008年2月我国护肤品进出口金额	122
图表：2008年3月我国护肤品进出口金额	122
图表：2008年2季度我国护肤品进出口金额	122
图表：2008年4月我国护肤品进出口金额	122
图表：2008年5月我国护肤品进出口金额	122
图表：2008年6月我国护肤品进出口金额	122

图表：2008年3季度我国护肤品进出口金额 123

图表：2008年7月我国护肤品进出口金额 123

图表：2008年8月我国护肤品进出口金额 123

图表：2008年9月我国护肤品进出口金额 123

图表：2008年4季度我国护肤品进出口金额 123

图表：2008年10月我国护肤品进出口金额 123

图表：2008年11月我国护肤品进出口金额 123

图表：2008年12月我国护肤品进出口金额 123

图表：2008年1-12月我国护肤品进出口数量 124

图表：2008年1季度我国护肤品进出口数量 124

图表：2008年1月我国护肤品进出口数量 124

图表：2008年2月我国护肤品进出口数量 124

图表：2008年3月我国护肤品进出口数量 124

图表：2008年2季度我国护肤品进出口数量 124

图表：2008年4月我国护肤品进出口数量 124

图表：2008年5月我国护肤品进出口数量 124

图表：2008年6月我国护肤品进出口数量 124

图表：2008年3季度我国护肤品进出口数量 125

图表：2008年7月我国护肤品进出口数量 125

图表：2008年8月我国护肤品进出口数量 125

图表：2008年9月我国护肤品进出口数量 125

图表：2008年4季度我国护肤品进出口数量 125

图表：2008年10月我国护肤品进出口数量 125

图表：2008年11月我国护肤品进出口数量 125

图表：2008年12月我国护肤品进出口数量 125

图表：2008年1-12月我国护肤品进口金额 126

图表：2008年1季度我国护肤品进口金额 126

图表：2008年1月我国护肤品进口金额 126

图表：2008年2月我国护肤品进口金额 126

图表：2008年3月我国护肤品进口金额 126

图表：2008年2季度我国护肤品进口金额 126

图表：2008年4月我国护肤品进口金额 126

图表：2008年5月我国护肤品进口金额 127

图表：2008年6月我国护肤品进口金额 127

图表：2008年3季度我国护肤品进口金额 127

图表：2008年7月我国护肤品进口金额 127

图表：2008年8月我国护肤品进口金额 127

图表：2008年9月我国护肤品进口金额 127

图表：2008年4季度我国护肤品进口金额 127

图表：2008年10月我国护肤品进口金额 127

图表：2008年11月我国护肤品进口金额 128

图表：2008年12月我国护肤品进口金额 128

图表：2008年1-12月我国护肤品进口数量 128

图表：2008年1季度我国护肤品进口数量 128

图表：2008年1月我国护肤品进口数量 128

图表：2008年2月我国护肤品进口数量 128

图表：2008年3月我国护肤品进口数量 128

图表：2008年2季度我国护肤品进口数量 128

图表：2008年4月我国护肤品进口数量 129

图表：2008年5月我国护肤品进口数量 129

图表：2008年6月我国护肤品进口数量 129

图表：2008年3季度我国护肤品进口数量 129

图表：2008年7月我国护肤品进口数量 129

图表：2008年8月我国护肤品进口数量 129

图表：2008年9月我国护肤品进口数量 129

图表：2008年4季度我国护肤品进口数量 129

图表：2008年10月我国护肤品进口数量 130

图表：2008年11月我国护肤品进口数量 130

图表：2008年12月我国护肤品进口数量 130

图表：2008年1-12月我国护肤品出口金额 130

图表：2008年1季度我国护肤品出口金额 130

图表：2008年1月我国护肤品出口金额 130

图表：2008年2月我国护肤品出口金额 130

图表：2008年3月我国护肤品出口金额 131

图表：2008年2季度我国护肤品出口金额 131

图表：2008年4月我国护肤品出口金额 131

图表：2008年5月我国护肤品出口金额 131

图表：2008年6月我国护肤品出口金额 131

图表：2008年3季度我国护肤品出口金额 131

图表：2008年7月我国护肤品出口金额 131

图表：2008年8月我国护肤品出口金额	131
图表：2008年9月我国护肤品出口金额	132
图表：2008年4季度我国护肤品出口金额	132
图表：2008年10月我国护肤品出口金额	132
图表：2008年11月我国护肤品出口金额	132
图表：2008年12月我国护肤品出口金额	132
图表：2008年1-12月我国护肤品出口数量	132
图表：2008年1季度我国护肤品出口数量	132
图表：2008年1月我国护肤品出口数量	132
图表：2008年2月我国护肤品出口数量	133
图表：2008年3月我国护肤品出口数量	133
图表：2008年2季度我国护肤品出口数量	133
图表：2008年4月我国护肤品出口数量	133
图表：2008年5月我国护肤品出口数量	133
图表：2008年6月我国护肤品出口数量	133
图表：2008年3季度我国护肤品出口数量	133
图表：2008年7月我国护肤品出口数量	133
图表：2008年8月我国护肤品出口数量	134
图表：2008年9月我国护肤品出口数量	134
图表：2008年4季度我国护肤品出口数量	134
图表：2008年10月我国护肤品出口数量	134
图表：2008年11月我国护肤品出口数量	134
图表：2008年12月我国护肤品出口数量	134
图表：2008年1-12月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额	134
图表：2008年1季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额	135
图表：2008年1月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额	135
图表：2008年2月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额	135
图表：2008年3月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额	135
图表：2008年2季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额	135
图表：2008年4月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额	135
图表：2008年5月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额	135
图表：2008年6月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额	136
图表：2008年3季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额	136
图表：2008年7月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额	136
图表：2008年8月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额	136

图表：2008年9月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 136

图表：2008年4季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 136

图表：2008年10月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 136

图表：2008年11月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 137

图表：2008年12月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口金额 137

图表：2008年1-12月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 137

图表：2008年1季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 137

图表：2008年1月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 137

图表：2008年2月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 137

图表：2008年3月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 138

图表：2008年2季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 138

图表：2008年4月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 138

图表：2008年5月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 138

图表：2008年6月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 138

图表：2008年3季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 138

图表：2008年7月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 138

图表：2008年8月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 139

图表：2008年9月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 139

图表：2008年4季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 139

图表：2008年10月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 139

图表：2008年11月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 139

图表：2008年12月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进出口数量 139

图表：2008年1-12月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口金额 140

图表：2008年1季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口金额 140

图表：2008年1月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口金额 140

图表：2008年2月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口金额 140

图表：2008年3月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口金额 140

图表：2008年2季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口金额 140

图表：2008年4月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口金额 140

图表：2008年5月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口金额 141

图表：2008年6月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口金额 141

图表：2008年3季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口金额 141

图表：2008年7月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口金额 141

图表：2008年8月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口金额 141

图表：2008年9月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口金额 141

图表：2008年10月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口金额	147
图表：2008年11月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口金额	147
图表：2008年12月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口金额	147
图表：2008年1-12月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	147
图表：2008年1季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	147
图表：2008年1月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	148
图表：2008年2月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	148
图表：2008年3月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	148
图表：2008年2季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	148
图表：2008年4月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	148
图表：2008年5月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	148
图表：2008年6月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	148
图表：2008年3季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	149
图表：2008年7月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	149
图表：2008年8月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	149
图表：2008年9月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	149
图表：2008年4季度我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	149
图表：2008年10月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	149
图表：2008年11月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	149
图表：2008年12月我国精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数量	150
图表：2011年Q2男士化妆品日均检索量	227
图表：2011年男性肌肤问题关注度排行	227
图表：2011年男士护肤品牌关注度情况	227
图表：分销商环节 企业分布情况	282
图表：OEM厂商环节 企业分布情况	292
图表：化妆品厂商环节 企业分布情况	293
图表：上海家化联合股份有限公司偿债能力分析	408
图表：上海家化联合股份有限公司资本结构分析	408
图表：上海家化联合股份有限公司经营效率分析	409
图表：上海家化联合股份有限公司获利能力分析	409
图表：上海家化联合股份有限公司发展能力分析	410
图表：上海家化联合股份有限公司现金流量分析	410
图表：上海家化联合股份有限公司投资收益分析	411
图表：上海家化联合股份有限公司行业构成分析	411
图表：上海家化联合股份有限公司分地区业务分析	412

图表：2011年前三季度业绩情况 414

图表：索芙特股份有限公司偿债能力分析 414

图表：索芙特股份有限公司资本结构分析 415

图表：索芙特股份有限公司经营效率分析 415

图表：索芙特股份有限公司获利能力分析 416

图表：索芙特股份有限公司发展能力分析 416

图表：索芙特股份有限公司现金流量分析 417

图表：索芙特股份有限公司投资收益分析 417

图表：索芙特股份有限公司业务构成分析 417

图表：索芙特股份有限公司分地区业务分析 418

图表：索芙特股份有限公司业务产品构成 418

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/127783127783.html>