

2008年中国化妆品市场研究报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2008年中国化妆品市场研究报告》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/fangzhi/2860528605.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：6500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

引言在中国宏观经济快速发展的环境下，化妆品及美容行业在中国得到迅速发展，近年来一直保持着快速增长，预计2008年中国化妆品市场规模将达到800亿元左右，并且同时会出现以下新格局：天然化妆品市场备受青睐，中老年化妆品市场需求巨大，专业化妆品市场一触即发，儿童化妆品市场方兴未艾，运动用化妆品市场前景广阔。预计到了2010年全球化妆及美容化学品市场需求将达到1900亿美元，年均增速为5%。由于世界经济持续走强，用于化妆及美容品的化学活性剂需求稳步增长，特别是发展中国家需求增长更快，因为发达国家市场已基本趋于成熟。2007年，化妆品市场主要的增长力量来自于护肤品和彩妆，这些产品的主要目标对象是白领女性，但男士化妆品经过几年的酝酿后将有很好的发展潜力。整个化妆品市场的最看好的发展潜力将来自男士化妆品，经过几年市场的培育，预计2008年将会受到更多的关注，市场表现将令人欣喜。2007年，药妆市场逐渐升温，众多医药界巨头都纷纷涉足，但药妆连锁新模式有待于在未来两三年内接受市场考验。而化妆品连锁店也将快速扩张，国内外机构投资者迅速抢占市场，意图全国连锁品牌。但如何认清市场竞争态势，迅速占有市场，形成品牌优势则是更加值得投资者思考的问题。从2007年8月1日起，海关执行新的《入境旅客行李物品和个人邮递物品进口税税则归类表》及《入境旅客行李物品和个人邮递物品完税价格表》，一些奢侈品的税率将会大幅提高。变动最大的是化妆品，税率由原先的20%提高到50%。与国外化妆品巨头相比，国内化妆品工业的原料少、品种少、质量低，大多数中小企业生产装备水平低，科研水平低，产品科技含量低，科学配方研制和开发目前仍处于仿效阶段，在国际上，中国化妆品品牌尚未形成。在一些国际知名品牌陆续进入中国市场以后，外资企业并购国内企业将更加普遍。本报告依据国家统计局、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国香料香精化妆品工业协会等提供的大量资料，对我国化妆品市场的政策环境、国际市场、细分市场、竞争格局、重点企业、发展趋势及对策等进行了深入分析。在对我国化妆品业整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国化妆品行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

目录第一章 2006-2007年中国化妆品行业政策环境第一节 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”规划第二节 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第三节 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四节 化妆品企业应对出口退税政策第二章 中国化妆品行业原料与技术环境分析第一节 全球化妆品原料市场的流行新趋势一、今后世界化妆品原料市场主导原料二、化妆品的新型研发材料第二节 21世纪美容化妆品新技术与新原料一、21世纪美容化妆品高新技术二、21世纪美容化妆品的新原料第三节 化妆品包装技术市场分析一、全球化妆品包装设计呈现新趋势二、未来化妆品包装市场的发展趋势第三章 国际化妆品市场分析第一节 全球化妆品市场发展概

况一、世界各地美容院的发展规范及趋势二、化妆品国际巨头推广出新招三、全球化妆品市场容量四、2007年世界化妆品排行榜第二节 世界名牌化妆品概况一、国际主要化妆品品牌二、世界名牌化妆品的特点三、世界名牌化妆品销售策略第三节 主要国家化妆品市场现状一、美国化妆品市场二、德国化妆品市场三、日本化妆品市场四、法国化妆品市场五、韩国天然化妆品市场第四节 国际化妆品市场发展趋势第四章

2006-2007年中国化妆品行业运行状况分析第一节 2006年我国化妆品市场销售情况分析一、2005年化妆品市场特点二、2006年我国化妆品销售分析三、化妆品市场品牌监测分析四、我国化妆品行业的发展趋势第二节 中国化妆品市场现状分析一、中国化妆品进入整合时代二、海关实施新规将利好高档化妆品三、化妆品市场迎来新一轮渠道角力四、2007年十二种最流行的化妆品五、2007中国化妆品制造企业十强六、2007年新规范化妆品增禁用物质400多种第三节 中国化妆品业的OEM状况分析一、现状分析二、OEM市场潜在的问题三、OEM在国外状况分析四、中国OEM企业的发展趋势第四节 我国化妆品市场问题分析一、我国化妆品行业面临的主要问题二、美容化妆品质量服务规范亟待完善三、中外日化用品企业的差距分析第五节 2006-2007年全国中国化妆品行业运行数据分析一、2006—2007年日用化学品行业产值变化及趋势分析二、2006—2007年日用化学品企业数量变化及趋势分析三、2006—2007年日用化学品企业利润、销售收入情况分析四、2006—2007年日用化学品企业资本负债率变化及趋势分析五、2006—2007年日用化学品企业资金利润率变化及趋势分析六、2006—2007年日用化学品企业成本费用利润率变化七、2006—2007年日用化学品行业人均销售率变化及趋势分析八、2006—2007年日用化学品企业产成品资金占用率变化第六节 化妆品企业案例分析一、“丽立美”创新突围二、姗拉娜广告危机管理三、隆力奇营销策略分析四、佰草集“中国概念”分析第七节

我国化妆品的投资分析一、中国渐成化妆品投资热土二、化妆品行业风险分析第八节 重点区域化妆品市场分析一、广东化妆品企业的现状和发展趋势二、上海化妆品市场分析三、北京化妆品市场分析第九节 2006-2007年分地区中国化妆品行业运行数据分析（一）北京地区一、2006—2007年北京日用化学品行业产值变化及趋势分析二、2006—2007年北京日用化学品企业数量变化及趋势分析三、2006—2007年北京日用化学品企业利润、销售收入情况分析四、2006—2007年北京日用化学品企业资本负债率变化及趋势分析五、2006—2007年北京日用化学品企业资金利润率变化及趋势分析六、2006—2007年北京日用化学品企业成本费用利润率变化七、2006—2007年北京日用化学品行业人均销售率变化及趋势分析八、2006—2007年北京日用化学品企业产成品资金占用率变化（二）上海地区一、2006—2007年上海日用化学品行业产值变化及趋势分析二、2006—2007年上海日用化学品企业数量变化及趋势分析三、2006—2007年上海日用化学品企业利润、销售收入情况分析四、2006—2007年上海日用化学品企业资本负债率变化及趋势分析五、2006—2007年上海日用化学品企业资金利润率变化及趋势分析六、2006—2007年上海日用化学品企业成本费用利润率变化七、2006—2007年上海日用化学品行业人均销售率变化及趋势分析八、2006—2007年上

海日用化学品企业产成品资金占用率变化（三）广东地区一、2006—2007年广东日用化学品行业产值变化及趋势分析二、2006—2007年广东日用化学品企业数量变化及趋势分析三、2006—2007年广东日用化学品企业利润、销售收入情况分析四、2006—2007年广东日用化学品企业资本负债率变化及趋势分析五、2006—2007年广东日用化学品企业资金利润率变化及趋势分析六、2006—2007年广东日用化学品企业成本费用利润率变化七、2006—2007年广东日用化学品行业人均销售率变化及趋势分析八、2006—2007年广东日用化学品企业产成品资金占用率变化第五章 2006-2008中国化妆品市场进出口及降税分析第一节 2006-2007年中国化妆品进出口数据统计一、2006年中国化妆品进出口数据统计二、2007年中国化妆品进出口数据统计第二节 2007-2008中国东盟化妆品贸易及降税分析一、中国与东盟化妆品贸易情况二、中国与东盟化妆品贸易主要特点三、2005-2010降税情况第三节 非洲化妆品市场贸易需求分析第六章 中国化妆品消费者分析第一节 我国化妆品消费市场主要特征一、一批品牌深入人心二、女性使用洁肤护肤品各有偏好三、年龄和收入影响品牌的选择四、品牌地域特色明显五、适合自己的肤质最重要六、三分之一女性近一年更换过洁肤护肤品牌第二节 女性化妆品购买心理分析一、女性的购买心理特点与化妆品的特性二、女性化妆品购买心理特性三、化妆品对女性心理产生影响第三节 男士化妆品消费市场一、男性化妆品市场分析二、男性化妆品使用情况调查与分析三、男性化妆品市场的开发四、男士化妆品消费前景分析第四节 防晒化妆品消费者分析一、全国五城市女性防晒意识调查二、全国五城市女性对防晒护肤品的认知度三、消费者购买防晒护肤品注重的细节第五节 儿童化妆品消费者分析一、消费者分析二、消费者心目中的婴儿护肤产品特征第六节 洗发水和染发类产品消费者分析第七节 美容化妆品消费者分析第七章 中国化妆品市场营销分析第一节 化妆品专业线渠道模式分析一、传统区域代理模式二、控制渠道的自建渠道模式三、不设代理商的扁平化模式四、厂商结盟的“利益共同体”模式五、连锁经营模式第二节 化妆品新品营销分析一、海量派发试用装二、做会议营销三、对顾客进行持续长期的服务第三节 化妆品的跨界Crossover营销一、跨界Crossover研发策划二、跨界Crossover渠道拓展三、跨界Crossover营销传播四、跨界Crossover学习渗透第四节 化妆品营销策略分析一、专柜营销策略二、药店营销策略三、服务营销策略四、包装营销策略五、直销经营策略六、保健式营销策略七、俱乐部营销策略八、连锁式营销策略第五节 化妆品营销战略的转型 一、个性化消费时代与新的价值创造体系二、整合通路终端打造黄金网络三、化妆品营销必由之路与通路结盟第八章 护肤品市场分析第一节 美白护肤市场分析一、纳米护肤品的优势二、十大品牌美容化妆品的美白护肤效果排名三、2007年护肤品是化妆品市场的绝对主角四、护肤化妆品发展趋势第二节 防晒用品市场分析一、知名防晒化妆品比较二、2007年夏季防晒产品市场走势三、中国城市防晒护肤品市场渗透率四、防晒研究新动向第三节 天然化妆品市场现状分析一、全球天然化妆品市场分析二、天然活性化妆品的开发三、纯天然化妆品的安全性第四节 2008年护肤品市场热点预测第九章 化妆品其它产品分析第一节 香水市场一、香水行业的发展与困境二、国产香水市场分析三

、香精香料未来增长分析四、香水行业市场的发展趋势第二节 彩妆市场一、中国女性彩妆行为调查结果分析二、彩妆品牌发展之困三、中国彩妆市场新一轮品牌竞争分析四、美妆市场并喷考验民族品牌耐力五、彩妆品牌整体评价第三节 个人护理市场一、美容小仪器等个人护理用品走俏市场二、男士个人护理品牌市场分析三、个人护理市场的未来商机第四节 其它品种化妆品一、基因化妆品诞生欧洲二、药妆市场潜力巨大三、祛痘市场现状分析四、抗衰老产品市场现状分析五、我国祛斑产品市场的现状及发展趋势第十章

发用品市场分析第一节

发用品市场现状分析一、护发品转向高端市场二、染发剂产品国内市场有待创新第二节 防脱洗发水市场现状分析一、防脱洗发水现状二、防脱洗发水竞争分析三、防脱洗发水未来分析第三节 洗发水品牌营销分析一、洗发水品牌营销的层面分析二、未来品牌发展趋势三、洗发水品牌档案第四节 我国洗发水市场的发展及趋势一、我国洗发水市场的发展现状二、洗发水市场发展趋势第十一章 不同年龄段化妆品市场分析第一节 儿童化妆品市场分析一、儿童化妆品主要特点及现状二、国内儿童化妆品市场分析三、品牌分析四、竞争分析五、营销组合分析第二节 中老年人化妆品市场一、日本化妆品商开攻50岁市场二、中老年女性对抗衰老化妆品情有独钟三、老年化妆品市场有待开拓第十二章

中国化妆品市场竞争格局分析第一节

中国化妆品行业的SWOT分析一、优势二、劣势三、机会四、威胁第二节 本土化妆品企业在国际竞争中的优劣分析一、中国本土化妆品企业的弊端二、中国本土化妆品企业的优势三、综观利弊第三节 中国化妆品行业三巨头竞争格局一、宝洁、欧莱雅、雅芳竞争格局二、欧莱雅：压力下的优雅三、雅芳的选择四、战略群体的特征第四节 我国化妆品市场格局一、杭州化妆品零售市场竞争火热二、化妆品竞争大众品牌升级高档牌三、日本化妆品业巨头开拓中国市场第五节 中小化妆品企业竞争战略一、化妆品行业已经处在变革的边缘二、透过市场成熟表象背后蕴藏的商业规律三、新格局影响营销战略决策的形成四、发掘化妆品市场竞争的新机会点五、中小企业面临的战略决策第六节

2008年“中国元素”主导化妆品营销格局第十三章 部分国外化妆品公司分析第一节 法国欧莱雅集团(L'OREAL)一、企业背景二、2006-2007年经营业绩分析三、欧莱雅在中国四、市场竞争状况五、欧莱雅集团的竞争策略六、欧莱雅集团竞争策略的分析第二节

美国宝洁公司(PROCTER&GAMBLE)一、企业背景二、2006-2007年经营业绩分析三、宝洁公司的中国战略四、企业品牌战略第三节 英国联合利华(UNILEVER)一、企业背景二、2006-2007年经营业绩分析三、在中国发展分析第四节

美国雅芳(AVON)一、企业背景二、2007年经营业绩分析三、进军中国保健品直销第五节 美国安利公司(AMWAY)一、企业背景二、2007年安利中国经营业绩分析三、安利雅芳的借鉴第六节

美国雅诗兰黛集团(Estee

Lauder)一、企业背景二、2007年经营业绩分析三、在中国市场策略第七节

日本资生堂(Shiseido)一、企业背景二、在华业绩三、进军二三级城市第十四章

部分国内化妆品企业第一节上海家化联合股份有限公司一、公司概况二、2006-2007年经营业绩分析三、发展动态第二节

江苏隆力奇生物科技股份有限公司一、公司概况二、发展动态第三节

索芙特股份有限公司一、公司概况二、2006-2007年经营业绩分析第四节其它企业一、上海郑明明化妆品有限公司二、姗拉娜化妆品公司三、广州好迪化妆品有限公司四、深圳珈依(丁家宜)化妆品有限公司五、普兰娜天然植物化妆品集团第十五章

中国化妆品行业发展趋势及对策分析第一节 化妆品的投资前景分析一、美容化妆业的奥运市场二、全球香料香精市场前景三、化妆品行业前景和地位提升分析第二节 化妆品行业发展趋势及预测一、我国化妆品行业的发展趋势二、化妆品行业品牌发展趋势三、化妆品行业连锁经营发展趋势四、2008年中国化妆品市场销售总额预测五、2009年中国化妆品市场将超美国六、未来一二十年化妆品发展趋势预测第三节 本土地化妆品企业制胜策略一、产业组合、学科交叉渗透的机会二、消费者购买行为变化的启示三、新兴市场的新商机四、重新认识销售渠道五、新原料突破口六、不断变化的新潮流七、抓住跨国企业的软肋八、走出去第四节 中国化妆品企业突破科技瓶颈策略一、扬长避短二、适度开展自主研发三、紧密跟踪高新技术四、争取反向控制上游资源五、积极申请专利技术第五节

中国化妆品的发展对策第六节 美容化妆品市场细分策略第七节 化妆品经营策略一、现状分析二、模式制胜三、模式设计原则四、经营方案及理念五、模式设计总结

部分图表目录图表

2007中国化妆品制造企业十强图表

2007年1-11月精油；香膏；提取油树脂；上述产品相关制品出口统计图表

2007年1-11月精油；香膏；提取油树脂；上述产品相关制品进口统计图表

2007年1-11月香水及花露水出口统计图表

2007年1-11月香水及花露水进口统计图表

2007年1-11月美容品或化妆品及护肤品出口统计图表

2007年1-11月美容品或化妆品及护肤品进口统计图表 2007年1-11月护发品出口统计图表

2007年1-11月护发品进口统计图表

2005-2010年我国柑桔属果实的精油降税情况图表

2005-2010年我国薄荷油降税情况图表 2005-2010年我国香茅油及其他精油降税情况图表

2005-2010年我国工业香精食品或饮料工业用香精降税情况图表

2005-2010年我国其他工业香精降税情况图表 2005-2010年我国香水和花露水降税情况图表

2005-2010年我国化妆品唇用化妆品降税情况图表

2005-2010年我国指甲(趾甲)用化妆品(指甲油等)降税情况图表

2005-2010年我国香粉降税情况图表

2005-2010年我国其他美容化妆品降税情况图表

2005-2010年我国护发品洗发剂(香波)降税情况图表

2005-2010年我国烫发剂和定型剂降税情况图表

2005-2010年我国工业香精食品或饮料工业用香精降税情况图表

2005-2010年我国牙膏、牙粉等降税情况图表 2006与2011年各类化妆品销售额分析图表

2006年全球十大化妆品公司市场份额图表 1990-2006年化妆品行业销售额变动情况图表

2006年1-12月精油；香膏；提取油树脂；上述产品相关制品出口统计图表

2006年1-12月精油；香膏；提取油树脂；上述产品相关制品进口统计图表

2006年1-12月香水及花露水出口统计图表

2006年1-12月香水及花露水进口统计图表

2006年1-12月美容品或化妆品及护肤品出口统计图表

2006年1-12月美容品或化妆品及护肤品进口统计图表

2006年1-12月护发品出口统计图表

2006年1-12月护发品进口统计图表

2006年中国不同类别的化妆品销售情况图表

2006和2010年中国男士化妆品销售额预测图表

2006年1-12月全国日用化学品行业累计工业总产值（当年价格）图表

2006年1-12月全国日用化学品行业累计企业及亏损企业单位数图表

2006年1-12月全国日用化学品行业累计利润总额、销售收入图表

2006年1-12月全国日用化学品行业资产负债率图表

2006年1-12月全国日用化学品行业资金利润率图表

2006年1-12月全国日用化学品行业成本费用利润率图表

2006年1-12月全国日用化学品行业人均销售率图表

2006年1-12月全国日用化学品行业产成品资金占用率图表

2006年1-12月北京日用化学品行业累计工业总产值（当年价格）图表

2006年1-12月北京日用化学品行业累计企业及亏损企业单位数图表

2006年1-12月北京日用化学品行业累计利润总额、销售收入图表

2006年1-12月北京日用化学品行业资产负债率图表

2006年1-12月北京日用化学品行业资金利润率图表

2006年1-12月北京日用化学品行业成本费用利润率图表

2006年1-12月北京日用化学品行业人均销售率图表

2006年1-12月北京日用化学品行业产成品资金占用率图表

2006年1-12月上海日用化学品行业累计工业总产值（当年价格）图表

2006年1-12月上海日用化学品行业累计企业及亏损企业单位数图表

2006年1-12月上海日用化学品行业累计利润总额、销售收入图表

2006年1-12月上海日用化学品行业资产负债率图表

2006年1-12月上海日用化学品行业资金利润率图表

2006年1-12月上海日用化学品行业成本费用利润率图表

2006年1-12月上海日用化学品行业人均销售率图表

2006年1-12月上海日用化学品行业产成品资金占用率图表

2006年1-12月广东日用化学品行业累计工业总产值（当年价格）图表

2006年1-12月广东日用化学品行业累计企业及亏损企业单位数图表

2006年1-12月广东日用化学品行业累计利润总额、销售收入图表

2006年1-12月广东日用化学品行业资产负债率图表

2006年1-12月广东日用化学品行业资金利润率图表

2006年1-12月广东日用化学品行业成本费用利润率图表

2006年1-12月广东日用化学品行业人均销售率图表

2006年1-12月广东日用化学品行业产成品资金占用率图表

2007年1-11月全国日用化学品行业累计工业总产值（当年价格）图表

2007年1-11月全国日用化学品行业累计企业及亏损企业单位数图表

2007年1-11月全国日用化学品行业累计利润总额、销售收入图表

2007年1-11月全国日用化学品行业资产负债率图表

2007年1-11月全国日用化学品行业资金利润率图表

2007年1-11月全国日用化学品行业成本费用利润率图表

2007年1-11月全国日用化学品行业成本费用利润率图表

2007年1-11月全国日用化学品行业产成品资金占用率图表

2007年1-11月北京日用化学品行业累计工业总产值（当年价格）图表

2007年1-11月北京日用化学品行业累计企业及亏损企业单位数图表

2007年1-11月北京日用化学品行业累计利润总额、销售收入图表

2007年1-11月北京日用化学品行业资产负债率图表

2007年1-11月北京日用化学品行业资金利润率图表

2007年1-11月北京日用化学品行业成本费用利润率图表

2007年1-11月北京日用化学品行业人均销售率图表

2007年1-11月北京日用化学品行业产成品资金占用率图表

2007年1-11月上海日用化学品行业累计工业总产值（当年价格）图表

2007年1-11月上海日用化学品行业累计企业及亏损企业单位数图表

2007年1-11月上海日用化学品行业累计利润总额、销售收入图表

2007年1-11月上海日用化学品行业资产负债率图表

2007年1-11月上海日用化学品行业资金利润率图表

2007年1-11月上海日用化学品行业成本费用利润率图表

2007年1-11月上海日用化学品行业人均销售率图表

2007年1-11月上海日用化学品行业产成品资金占用率图表

2007年1-11月广东日用化学品行业累计工业总产值（当年价格）图表

2007年1-11月广东日用化学品行业累计企业及亏损企业单位数图表

2007年1-11月广东日用化学品行业累计利润总额、销售收入图表

2007年1-11月广东日用化学品行业资产负债率图表

2007年1-11月广东日用化学品行业资金利润率图表

2007年1-11月广东日用化学品行业成本费用利润率图表

2007年1-11月广东日用化学品行业人均销售率图表

2007年1-11月广东日用化学品行业产成品资金占用率图表 2006年欧莱雅销售额分析图表
2006年欧莱雅盈利分析图表 2006-2007年宝洁全球经营业绩分析图表
2007年第三季度雅芳经营业绩分析图表 2005-2007年安利经营业绩分析（人民币）图表
2006-2007年第三财季雅诗兰黛公司经营业绩分析图表
2004-2006年上海家化成长性分析图表 2004-2006年上海家化经营能力分析图表
2004-2006年上海家化盈利能力分析图表 2004-2006年上海家化偿债能力分析图表
2007年前三季度上海家化主营收入情况图表
2007年前三季度上海家化净利润和基本每股收益情况图表
2004-2006年索芙特成长性分析图表 2004-2006年索芙特经营能力分析图表
2004-2006年索芙特盈利能力分析图表 2004-2006年索芙特偿债能力分析图表
2007年前三季度索芙特主营收入情况图表
2007年前三季度索芙特净利润和基本每股收益情况图表 2003年化妆品巨头全球排名图表
1997-2003年欧莱雅中国业绩和销售增长图表
1997-2003年欧莱雅业绩和增长率（以人民币计算）图表
2003年12月全国化妆品平面媒体广告投放排行榜图表 全球化妆品市场各地区所占份额图表
北京、上海、广州三市化妆品品牌提及率排名图表
北京、上海、广州三市女性选择适合自己的化妆品品牌排名图表
北京、上海、广州三市不同年龄女性选择化妆品品牌排名图表
北京、上海、广州三市不同收入女性选择化妆品品牌排名图表
北京、上海、广州三市不同女性地域选择化妆品品牌排名图表
对当前美容院开展的美容服务的总体评价图表 对当前化妆品使用效果的总体评价图表
对当前美容服务最不满意的方面图表 当前化妆品市场存在的最主要问题图表
如何看待名人代言的美容化妆品广告图表 纹眉、纹唇等属于生活美容还是医疗美容图表
不同文化程度认为纹眉等属于生活美容还是医疗美容图表
选购化妆品时首先想要知道的信息图表 整顿和规范美容化妆品市场的首要问题图表
用户对护肤品的检索比例图表 23种防晒化妆品效果比较图表
防晒系列护肤品在不同年龄女性消费者中的渗透率图表
不同身份的人使用防晒系列护肤品比例图表
防晒系列护肤品的渗透率前五位的城市排名图表 洗发水品牌营销的层面分析图表
不同品牌洗发水形象代言人分类图表 儿童护肤品的品牌对比图表
儿童护肤品从品牌三度对比（品牌三度中，10分为最高分，0分为最低分）图表
不同品牌的儿童护肤品竞争策略对比图表 消费者心目中的婴儿护肤产品特征图表
化妆品公司制定价格的6个步骤图表 宝洁、欧莱雅、雅芳在中国市场的主要品牌分布

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2860528605.html>