

2010-2015年中国护肤品行业投资策略分析及竞争 战略研究咨询报告

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年中国护肤品行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/7887778877.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

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

纵观中国美容护肤品行业，产品品质参差不齐，普遍存在产品安全问题。行业内SK-II被查出含有禁用成分的事件还让消费者记忆犹新。消费者对美容护肤品非常重视，已经是决定他们是否购买的重要因素之一。根据调查显示，消费者选购化妆品时首先想要知道的信息是产品是否安全。不同的女性对美容护肤品的产品功能有不同的要求。大多数的女性都很注重对肌肤的保湿补水的功能。偏老一点的女性会喜欢用抗衰老的产品，而年轻一点的女孩会比较看重美白类的产品。其它一些特别护理的需求，如防晒、治痘和祛斑等。

近几年，护肤品市场出现了崭新的亮点，其引领了护肤品的全新时尚趋势，特别是抗老化的护肤品有了新的发展速度，并且持续走俏，这是最值得关注的事件。未来中国护肤品、润肤品市场将有更大的发展空间，竞争也将更加激烈，而且主要集中在消费者细分、产品功能诉求和渠道建设上。随着跨国公司利用中国基地进一步占领市场以实现全球扩张战略目标以及欧莱雅、联合利华、宝洁、雅芳等的进入，已经大大冲击了国内护肤品产业，特别是随着中国直销法的出台，未来将会有更多的国外护肤品企业进入中国市场。护肤品市场的重要特征是进入企业多，竞争白热化，资金投入高，市场更新快。各品牌无所不用其极。护肤品是化妆品市场中发展最快的一个分类市场。由于产品的新概念不断涌现，产品细分化进程加快，目前，市场处于多品牌竞争状态，品牌起伏较大；中档产品的市场份额有较大幅度上升，表现出较佳的市场前景。外资品牌要更大地赢得市场，除了保持销售高档产品外，要实现更大的利润，就必须在销售规模上取得突破。国内品牌如果丧失价格优势，中国化妆品业界将重新进行一次洗牌过程。事实上面对激烈的市场竞争，业内知名企业都更加注重企业的管理、品牌塑造、渠道建设、人力资源、企业文化等各个方面，以获得更卓越的赢利能力、更迅猛的增长速度与更持续的竞争力。护肤品作为化妆品市场中发展最快的一个分类市场，由于新概念不断涌入，产品细分化进程加快，相应的市场规模平均以每年23.8%的速度增长，最大的增长幅度甚至达到了41%。到2010年，国内护肤品的市场规模将达380-400亿元左右，与美容产品两分化妆品市场。护肤品具有巨大的发展潜力，护肤品市场的前景看好，应该切实地建立长期品牌战略，强化高科技在护肤品中的应用，开发出“原料独特、功效突出”的新型产品。中国是一个人口众多的国家，而且具有使用护肤品的传统习俗，在这样的国度里生产和销售护肤品前途似锦。

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、《中国化妆品》、化妆品行业信息网等国内外相关报刊杂志的基础信息以及化妆品行业研究单位等公布和提供的大量资料和基础数据，主要分析了全球护肤品市场现状、我国护肤品市场状况、护肤品细分市场发展状况、护肤品进出口市场状况、市场竞争格局、市场营销策略、护肤品领域领先企业和竞争策略等，最后总结出未来护肤品市场的发展趋势，用数字说话，图文并茂。报告还对中

国护肤品产业政策进行了分析及探讨，是护肤品生产企业、渠道商、科研机构、零售企业等单位准确了解目前护肤品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 行业市场发展现状

第一章 护肤品行业发展概述 1

第一节 护肤品的定义及分类 1

一、护肤品的定义 1

二、护肤品的分类 2

第二节 护肤品的使用类型及成分 2

一、护肤品的使用类型 2

二、护肤品的成分分析 3

第二章 全球护肤品市场发展分析 8

第一节 全球护肤品市场分析 8

一、茶护肤品在全球发展分析 8

二、全球护肤市场趋势分析 9

三、全球天然护肤品需求量分析 12

第二节 主要国家护肤品市场分析 13

一、韩国护肤品市场分析 13

二、法国护肤品市场分析 17

三、俄罗斯护肤品市场分析 17

四、日本护肤品市场分析 19

第三节 主要地区化妆品市场分析 20

一、拉美护化妆品市场分析 20

二、欧洲化妆品市场 21

三、亚太地区化妆品市场 26

四、非洲化妆品市场 28

第四节 国际护肤品市场发展趋势 28

一、金融风暴下护肤品需求预测 28

二、2010年全球化妆品市场发展趋势 29

三、2010年全球天然化妆品市场销售额预测 34

第三章 我国护肤品行业发展现状 36

第一节 我国护肤品行业发展现状 36

一、护肤品行业品牌发展现状 36

- 二、护肤产品发展现状 37
- 三、中国护肤品市场特征分析 40
- 第二节 护肤品市场消费格局 43
 - 一、顶端品牌消费格局 43
 - 二、高端品牌消费格局 43
 - 三、中端品牌消费格局 43
 - 四、中低端品牌消费格局 44
 - 五、低端品牌消费格局 44
- 第三节 护肤品行业发展情况分析 44
 - 一、2009年品牌发展分析 44
 - 二、2010中国护肤品发展分析 46
 - 三、护肤品消费群结构分析 47
- 第四章 护肤品行业经济运行分析 49
- 第一节 2009年护肤品用香料产量分析 49
 - 一、2009年香料产业产值 49
 - 二、2009年香料产品产量 49
- 第二节 护肤品行业进出口分析 49
 - 一、护肤品行业进出口分析 49
 - 二、护肤品行业进口分析 54
 - 三、护肤品行业出口分析 58
- 第三节 护肤品行业主要经济指标分析 63
 - 一、2008年日用化学产品制造业经济指标 63
 - 二、2009年日用化学产品制造业经济指标 65
- 第五章 护肤品细分市场情况分析 66
- 第一节 面膜市场分析 66
 - 一、面膜市场的现状分析 66
 - 二、面膜市场产品概念和包装分析 67
 - 三、面膜市场竞争分析 69
 - 四、面膜品牌消费偏好分析 71
 - 五、面膜市场发展态势分析 71
- 第二节 美白护肤市场分析 74
 - 一、美白护肤市场发展概况 74
 - 二、美白护肤市场消费结构分析 76
 - 三、美白护肤品牌消费偏好分析 77
 - 四、美白护肤市场发展趋势分析 77

五、美白护肤市场竞争态势分析	78
第三节 防晒护肤品市场分析	79
一、防晒护肤品发展现状分析	79
二、防晒护肤市场竞争分析	81
三、防晒护肤产品消费偏好分析	83
四、防晒护肤市场发展趋势分析	83
五、防晒护肤产品发展态势分析	84
第四节 膏霜类护肤品发展分析	87
一、膏霜类护肤品发展概况	87
二、膏霜是护肤品市场分析	89
三、膏霜市场销售渠道分析	90
第五节 抗衰老产品市场发展分析	91
一、抗衰老产品市场分析	91
二、抗衰老产品分析	92
三、品牌销售策略分析	92
四、抗衰老产品市场容量分析	93
五、抗衰老产品市场潜力分析	94
第六章 重点消费人群护肤品市场分析	98
第一节 女性护肤品市场	98
一、女性对护肤品的要求分析	98
二、女性防晒护肤调查分析	99
三、女性对护肤品包装选择分析	103
第二节 男性护肤品市场	106
一、男性护肤品市场分析	106
二、男性护肤品消费结构分析	109
三、男士护肤品市场竞争分析	112
四、男性护肤品的发展方向分析	113
五、男士护肤品市场前景分析	114
第三节 中老年人护肤品市场	116
一、老人护肤品市场概况	116
二、老年化妆品市场的开拓前景	116
三、中老年女性对抗衰老化妆品的需求	119
第四节 儿童及婴幼儿用护肤品市场	120
一、儿童护肤品市场分析	120
二、婴幼儿护理用品种类分析	121

- 三、婴幼儿护肤品选择分析 123
- 四、儿童护肤品牌发展机遇分析 124
- 五、儿童护肤品发展态势分析 127
- 六、儿童护肤品的发展趋势分析 129
- 第七章 中国护肤品行业消费市场分析 130
 - 第一节 中国护肤品消费者收入分析 130
 - 一、我国居民收入水平 130
 - 二、我国消费者信心指数分析 132
 - 第二节 护肤品行业产品目标客户群体调查 135
 - 一、不同收入水平消费者偏好调查 135
 - 二、不同年龄的消费者偏好调查 135
 - 三、不同地区的消费者偏好调查 136
 - 第三节 护肤品消费市场状况分析 136
 - 一、我国高校化妆品市场特征 136
 - 二、高校学生对护肤品牌的态度分析 137
 - 三、美容化妆品市场消费状况调查 151
 - 第四节 不同客户购买相关的态度及影响分析 159
 - 一、价格敏感程度 159
 - 二、品牌的影响 159
 - 三、购买方便的影响 159
 - 四、包装的影响程度 160
 - 第五节 护肤品行业产品的品牌市场调查 160
 - 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查 160
 - 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查 160
 - 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道 161
 - 四、护肤品行业品牌忠诚度调查 161
 - 五、消费者的消费理念调研 162
- 第八章 护肤品市场营销分析 166
 - 第一节 中小型化妆品公司护肤品的对策分析 166
 - 一、护肤品的产品定位及市场定位 166
 - 二、中小型化妆品公司护肤品的战略分析 166
 - 第二节 护肤品营销形态分析 169
 - 一、护肤品三级市场分类形态 169
 - 二、护肤品的促销要领 171
 - 三、护肤品销售新模式探讨 173

第三节 护肤品营销策略分析 175

一、补水护肤品广告心理策略分析 175

二、护肤品广告市场分析 180

三、护肤品包装色彩营销 182

第二部分 行业竞争格局

第九章 护肤品行业竞争格局分析 185

第一节 行业竞争结构分析 185

一、现有企业间竞争 185

二、潜在进入者分析 188

三、替代品威胁分析 191

四、供应商议价能力 193

五、客户议价能力 194

第二节 行业集中度分析 194

一、市场集中度分析 194

二、企业集中度分析 195

三、区域集中度分析 195

第三节 护肤品行业SWOT分析 196

一、优势 196

二、劣势 196

三、机会 196

四、威胁 197

第十章 护肤品企业竞争策略分析 198

第一节 护肤品市场竞争策略分析 198

一、进行准确的市场定位 198

二、提高产品质量及加强品牌塑造 198

三、加强终端服务建设 198

四、市场营销策略 198

第二节 护肤品企业竞争策略分析 200

一、成本领先的非对称战略营销策略 200

二、研发领先的非对称战略营销策略 200

三、功效领先的非对称战略营销策略 201

四、渠道领先的非对称战略营销策略 202

五、传播领先的非对称战略营销策略 203

六、服务领先的非对称战略营销策略 203

第十一章 国际护肤品企业竞争分析 205

第一节 美国玫琳凯化妆品有限公司 205

一、企业概况 205

二、2009年经营状况 206

三、公司发展动态 207

第二节 法国欧莱雅集团有限公司 207

一、企业概况 207

二、2009年经营状况 208

三、2009-2012年发展战略 208

第三节 日本资生堂有限公司 211

一、企业概况 211

二、2009年经营状况 211

三、2009-2012年发展战略 212

第四节 美国雅芳化妆品有限公司 213

一、企业概况 213

二、2009年经营状况 214

三、公司直销转型分析 215

第五节 美国宝洁公司 219

一、企业概况 219

二、2009年经营状况 221

三、公司品牌战略 223

第六节 美国雅诗兰黛国际集团有限公司 225

一、企业概况 225

二、2009年经营状况 226

三、2009-2012年发展战略 226

第七节 美国安利公司 227

一、企业概况 227

二、竞争优势分析 228

三、2008-2009年经营状况 229

第八节 英国联合利华有限公司 230

一、企业概况 230

二、2009年经营状况 231

三、公司发展动态 231

第十二章 国内护肤品企业竞争分析 233

第一节 索芙特股份有限公司 233

一、企业概况 233

二、2008-2009年财务分析	234
三、公司经营情况分析	238
四、公司发展动态	239
第二节 上海家化联合股份有限公司	240
一、企业概况	240
二、2008-2009年财务分析	242
三、公司经营情况分析	246
四、2009年公司发展动态	246
第三节 台湾自然美	247
一、企业概况	247
二、2009年经营状况	248
三、公司发展动态	249
第四节 珠海姗拉娜化妆品有限公司	250
一、企业概况	250
二、姗拉娜的品牌授权策略	251
三、品牌对于姗拉娜的意义	253
四、品牌授权所关注的问题	254
第五节 上海郑明明化妆品有限公司	255
一、企业概况	255
二、公司发展动态	256
三、公司经营状况	257
第六节 北京大宝化妆品有限公司	257
一、企业概况	257
二、公司经营状况	259
三、公司发展状况	259
第七节 天津郁美净集团有限公司	260
一、企业概况	260
二、企业发展状况	261
三、公司经营状况	266
第八节 广州市采诗化妆品有限公司	273
一、企业概况	273
二、企业优势	276
第三部分 行业前景预测	
第十三章 护肤品行业发展趋势及预测分析	277
第一节 2009-2012年护肤趋势分析	277

- 一、男性专业护肤品流行趋势 277
- 二、抗衰老护肤品发展趋势 278
- 三、护肤品包装发展趋势 282
- 第二节 2009-2012年护肤预测分析 284
 - 一、护肤产品预测 284
 - 二、护肤品市场预测 286
- 第四部分 投资战略研究
- 第十四章 我国护肤品投资环境分析 289
 - 第一节 技术环境 289
 - 一、美罗国际护肤品三大技术 289
 - 二、AMX专利生物渗透活肤技术 291
 - 三、多功能海藻美容护肤品生产技术 293
 - 四、美白护肤品研发技术 293
 - 五、瞬效透肌技术 294
 - 六、护肤品技术发展方向 296
 - 第二节 经济环境 300
 - 一、2009年中国GDP分析 300
 - 二、2009年城乡居民家庭人均可支配收入 302
 - 三、恩格尔系数 303
 - 四、2009年存贷款利率变化 305
 - 第三节 社会环境 307
 - 一、人口规模分析 307
 - 二、年龄结构分析 310
 - 三、学历结构分析 311
- 第十五章 护肤品行业投资分析 313
 - 第一节 护肤品市场投资分析 313
 - 一、投资机遇 313
 - 二、投资项目分析 315
 - 第二节 护肤品行业投资前景分析 320
 - 一、行业存在的问题 320
 - 二、投资前景判断 320
 - 三、行业未来发展趋势 321
 - 四、投资建议 321
- 第十六章 护肤品行业投资战略研究 323
 - 第一节 护肤品行业发展战略研究 323

一、技术开发战略	323
二、产业战略规划	326
三、业务组合战略	328
四、营销战略规划	331
五、区域战略规划	333
六、企业信息化战略规划	342
第二节 我国护肤品品牌的战略思考	345
一、品牌的基本含义	345
二、品牌战略在企业发展中的重要性	345
三、品牌的特性和作用	346
四、品牌的价值战略	347
五、我国品牌竞争趋势	347
六、企业品牌发展战略	348
第三节 护肤品企业经营管理策略	350
一、企业经营策略综述	350
二、企业产品经营策略	351
三、企业渠道经营策略	352
四、企业并购策略分析	353
五、经济危机下企业经营管理策略	355
图表目录：	
图表：2006-2010年全球化妆品市场所占比例	29
图表：2006-2010年全球各类产品零售额增长情况	31
图表：2006年十大公司占据全球市场50%以上的市场份额	32
图表：体用护理品品牌市场占有率	36
图表：中国化妆品发展阶段分析	40
图表：2008年1-12月我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额	49
图表：2008年1季度我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额	50
图表：2008年1月我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额	50
图表：2008年2月我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额	50
图表：2008年3月我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额	50
图表：2008年2季度我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额	50
图表：2008年4月我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额	50
图表：2008年5月我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额	50
图表：2008年6月我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额	50
图表：2008年3季度我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额	51

- 图表：2008年7月我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额 51
- 图表：2008年8月我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额 51
- 图表：2008年9月我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额 51
- 图表：2008年4季度我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额 51
- 图表：2008年10月我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额 51
- 图表：2008年11月我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额 51
- 图表：2008年12月我国美容品或化妆品及护肤品进出口金额 51
- 图表：2008年1-12月我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 52
- 图表：2008年1季度我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 52
- 图表：2008年1月我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 52
- 图表：2008年2月我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 52
- 图表：2008年3月我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 52
- 图表：2008年2季度我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 52
- 图表：2008年4月我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 52
- 图表：2008年5月我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 52
- 图表：2008年6月我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 53
- 图表：2008年3季度我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 53
- 图表：2008年7月我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 53
- 图表：2008年8月我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 53
- 图表：2008年9月我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 53
- 图表：2008年4季度我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 53
- 图表：2008年10月我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 53
- 图表：2008年11月我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 53
- 图表：2008年12月我国美容品或化妆品及护肤品进出口数量 54
- 图表：2008年1-12月我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 54
- 图表：2008年1季度我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 54
- 图表：2008年1月我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 54
- 图表：2008年2月我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 54
- 图表：2008年3月我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 54
- 图表：2008年2季度我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 54
- 图表：2008年4月我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 55
- 图表：2008年5月我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 55
- 图表：2008年6月我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 55
- 图表：2008年3季度我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 55
- 图表：2008年7月我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 55

- 图表：2008年8月我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 55
- 图表：2008年9月我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 55
- 图表：2008年4季度我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 55
- 图表：2008年10月我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 56
- 图表：2008年11月我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 56
- 图表：2008年12月我国美容品或化妆品及护肤品进口金额 56
- 图表：2008年1-12月我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 56
- 图表：2008年1季度我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 56
- 图表：2008年1月我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 56
- 图表：2008年2月我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 56
- 图表：2008年3月我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 56
- 图表：2008年2季度我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 57
- 图表：2008年4月我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 57
- 图表：2008年5月我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 57
- 图表：2008年6月我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 57
- 图表：2008年3季度我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 57
- 图表：2008年7月我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 57
- 图表：2008年8月我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 57
- 图表：2008年9月我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 57
- 图表：2008年4季度我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 58
- 图表：2008年10月我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 58
- 图表：2008年11月我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 58
- 图表：2008年12月我国美容品或化妆品及护肤品进口数量 58
- 图表：2008年1-12月我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 58
- 图表：2008年1季度我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 58
- 图表：2008年1月我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 58
- 图表：2008年2月我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 59
- 图表：2008年3月我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 59
- 图表：2008年2季度我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 59
- 图表：2008年4月我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 59
- 图表：2008年5月我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 59
- 图表：2008年6月我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 59
- 图表：2008年3季度我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 59
- 图表：2008年7月我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 59
- 图表：2008年8月我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 60

- 图表：2008年9月我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 60
- 图表：2008年4季度我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 60
- 图表：2008年10月我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 60
- 图表：2008年11月我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 60
- 图表：2008年12月我国美容品或化妆品及护肤品出口金额 60
- 图表：2008年1-12月我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 60
- 图表：2008年1季度我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 60
- 图表：2008年1月我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 61
- 图表：2008年2月我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 61
- 图表：2008年3月我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 61
- 图表：2008年2季度我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 61
- 图表：2008年4月我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 61
- 图表：2008年5月我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 61
- 图表：2008年6月我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 61
- 图表：2008年3季度我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 61
- 图表：2008年7月我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 62
- 图表：2008年8月我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 62
- 图表：2008年9月我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 62
- 图表：2008年4季度我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 62
- 图表：2008年10月我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 62
- 图表：2008年11月我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 62
- 图表：2008年12月我国美容品或化妆品及护肤品出口数量 62
- 图表：2008年1-12月日用化学产品制造业经济指标全国合计 63
- 图表：2009年1-12月日用化学产品制造业经济指标全国合计 65
- 图表：2009年十大面膜品牌榜 71
- 图表：2009年十大美白品牌榜 77
- 图表：2009年十大防晒霜品牌榜 83
- 图表：2009年1月我国消费者信心指数 132
- 图表：2009年2月我国消费者信心指数 132
- 图表：2009年3月我国消费者信心指数 133
- 图表：2009年4月我国消费者信心指数 133
- 图表：2009年5月我国消费者信心指数 133
- 图表：2009年6月我国消费者信心指数 133
- 图表：2009年7月我国消费者信心指数 133
- 图表：2009年8月我国消费者信心指数 133

- 图表：2009年9月我国消费者信心指数 133
- 图表：2009年10月我国消费者信心指数 134
- 图表：2009年11月我国消费者信心指数 134
- 图表：2009年12月我国消费者信心指数 134
- 图表：2009年11月居民消费价格分类指数 134
- 图表：高校护肤品牌态度调研被调查的样本年龄分布图 137
- 图表：高校护肤品牌态度调研主要涉及29个护肤品品牌 137
- 图表：高校学生护肤品购买周期 138
- 图表：高校学生护肤品注重的功效调查 138
- 图表：高校学生护肤品购买影响因素 139
- 图表：高校学生护肤品购买价格 139
- 图表：高校学生护肤品购买价格 140
- 图表：高校学生护肤品品牌未提示第一提及率 140
- 图表：高校学生护肤品品牌未提示累计提及率 141
- 图表：高校学生护肤品品牌未提示加权提及率 141
- 图表：高校学生护肤品品牌提示后累计提及率 142
- 图表：高校学生护肤品品牌喜爱度 142
- 图表：高校学生护肤品品牌渗透率 143
- 图表：高校学生护肤品男生品牌预购率 143
- 图表：高校学生护肤品女生品牌预购率 144
- 图表：高校学生心目中护肤品品牌国际化大公司 144
- 图表：高校学生心目中护肤品品牌生产工艺先进公司 145
- 图表：高校学生心目中护肤品品牌极富创新精神企业 145
- 图表：高校学生心目中护肤品产品祛痘、祛皱效果好品牌 146
- 图表：高校学生心目中护肤品产品控油、补水效果好品牌 146
- 图表：高校学生心目中护肤品产品美白、防晒效果好品牌 147
- 图表：高校学生心目中护肤品包装设计最吸引人品牌 147
- 图表：高校学生心目中护肤品产品性价比最高品牌 148
- 图表：高校学生心目中护肤品产品售后服务最好品牌 148
- 图表：高校学生护肤品产品促销活动最让人心动的品牌调查 149
- 图表：高校学生护肤品产品消费者最新潮时尚的品牌调查 149
- 图表：高校学生护肤品产品消费者最自信的品牌调查 150
- 图表：高校学生护肤品产品消费者最实用至上的品牌调查 150
- 图表：高校学生护肤品产品消费者最接近大学生气质的品牌调查 151
- 图表：消费者对当前美容院开展的美容服务的总体评价 152

- 图表：消费者对当前化妆品使用效果的总体评价 152
- 图表：消费者对当前美容服务最不满意的方面 153
- 图表：消费者认为当前化妆品市场存在的最主要问题 154
- 图表：消费者看待名人代言的美容化妆品广告态度 155
- 图表：不同文化程度消费者认为纹眉等属于生活美容还是医疗美容调查 156
- 图表：消费者选购化妆品时首先想要知道的信息 157
- 图表：消费者对整顿和规范美容化妆品市场的首要问题的看法 158
- 图表：2009年上半年索芙特股份有限公司主营构成 234
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司每股指标 235
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司获利能力 235
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司经营能力 235
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司偿债能力 236
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司资本结构 236
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司发展能力 236
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司现金流量 236
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司主营业务收入 237
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司主营业务利润 237
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司营业利润 237
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司利润总额 238
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司净利润 238
- 图表：2009年上半年上海家化联合股份有限公司主营构成 242
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司每股指标 242
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司获利能力 243
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司经营能力 243
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司偿债能力 243
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司资本结构 243
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司发展能力 244
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司现金流量 244
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司主营业务收入 244
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司主营业务利润 244
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司营业利润 245
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司利润总额 245
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司净利润 246
- 图表：人民币存款利率表分析 305
- 图表：人民币贷款利率表 306

图表：外汇存款利率表 306

图表：中国人口结构估计 310

图表：1953-2007年中国人口年龄结构变化 311

图表：区域发展战略咨询流程图 339

图表：区域SWOT战略分析图 341

图表：企业经营策略层次分析 351

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/7887778877.html>