



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2009年中国润唇膏市场分 析及发展前景预测报告

## 一、调研说明

《2008-2009年中国润唇膏市场分析及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/10154.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

### 第一章 2008年中国润唇膏行业发展环境分析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008年中国润唇膏行业发展政策环境分析

#### 三、2008年中国润唇膏行业发展社会环境分析

- (一) 居民消费水平提高
- (二) 居民的消费意识

### 第二章 2008年中国润唇膏市场供给分析

#### 一、2008年中国润唇膏市场供给整体状况分析

- (一) 行业供给规模分析
- (二) 润唇膏市场存在产品性价比差异较大的现象
- (三) 市场价格构成及变化态势分析
- (四) 国家行业调整与市场供给分析

#### 二、2008年中国润唇膏主要品种市场供给分析

- (一) 滋润型润唇膏
- (二) 保湿型润唇膏

#### 三、2008年中国润唇膏包装市场分析

- (一) 2008年中国润唇膏包装技术的发展分析
- (二) 2009-2012年中国润唇膏包装市场的发展趋势分析

### 第三章 2008年中国润唇膏市场需求分析

#### 一、2008年中国润唇膏市场销售态势分析

- (一) 2007-2008年中国化妆品整体销售状况分析
- (二) 越来越多消费者选择国产化妆品
- (三) 2008年中国滋润型润唇膏销售状况分析
- (四) 2008年中国保湿型润唇膏销售状况分析

#### 二、2008年中国润唇膏市场消费者构成分析

- (一) 妇女

(二) 儿童

(三) 男士

(四) 老人

### 三、2008年中国润唇膏市场消费特点分析

(一) 润唇膏品牌已深入人心

(三) 生活态度影响品牌选择

(四) 季节需求明显

(五) 品牌地域特色明显

### 四、2008年中国润唇膏市场消费构成分析

(一) 消费转型：由生存型向发展型、享受型转变

(二) 润唇膏消费构成调查

### 五、2008年中国润唇膏市场消费者心理分析

(一) 不同性别消费者的购买心理分析

(二) 不同年龄层次消费者的购买心理分析

(三) 不同收入层次消费者的购买心理分析

## 第四章 2008年中国润唇膏行业市场调查分析

### 一、2008年中国润唇膏市场消费人群市场需求分析

(一) 女性润唇膏市场需求分析

(二) 男性润唇膏市场需求分析

(三) 儿童润唇膏市场需求分析

(四) 婴幼儿润唇膏市场需求分析

(五) 老年人润唇膏市场需求分析

### 二、2008年中国润唇膏消费者偏好和消费意识分析

(一) 消费者最喜欢用的润唇膏品牌分析

(二) 消费者对润唇膏的关心程度分析

(三) 消费者周围消费群对润唇膏的关心程度分析

### 三、2008年中国消费者购买润唇膏时首要考虑的因素分析

(一) 滋润度

(二) 持久性

(三) 保湿性

(四) 水油度

- (五) 性价比
- (六) 品牌效应
- (七) 包装
- (八) 添加的成分
- (九) 持色度

#### 四、2008年中国消费者购买润唇膏类型分析

- (一) 有色
- (二) 无色
- (三) 无味
- (四) 水果味
- (五) 草本植物香型
- (六) 其他

#### 五、2008年中国消费者购买润唇膏的场所调查分析

- (一) 超市
- (二) 专柜
- (三) 网购
- (四) 其他

### 第五章 2008年中国润唇膏市场销售渠道分析

#### 一、2008年全球润唇膏销售形态分析

#### 二、2008年中国润唇膏的营销渠道分析

- (一) 中国化妆品营销的通路
- (二) 广告对消费者的消费引导
- (三) 新闻及相关报道对消费者的影响
- (四) 促销直销
- (五) 其它渠道

#### 三、2008年中国润唇膏销售渠道与销售方式变化分析

- (一) 数据库营销和电子商务方式
- (二) 药房专销全新概念
- (三) 专业销售市场的发展

#### 四、2008年中国润唇膏销售渠道分析

- (一) 超市

- (二) 专柜
- (三) 网购
- (四) 其他

## 第六章 2008年中国润唇膏行业竞争状况分析

### 一、2008年中国润唇膏行业整体竞争格局分析

- (一) 进入者的威胁
- (二) 主要原料的供应情况分析
- (三) 行业内企业竞争状况

### 二、2008年中国润唇膏市场竞争表现特点分析

- (一) 全球品牌竞争力最强，合资品牌紧随其后
- (二) 激烈竞争导致行业集中度下滑

### 三、2008年中国润唇膏市场竞争行为分析

- (一) 中国润唇膏市场价格竞争状况分析
- (二) 中国润唇膏市场渠道竞争状况分析
- (三) 中国润唇膏市场品牌竞争状况分析

### 四、2008年中国润唇膏主要品牌竞争手段分析

- (一) 曼秀雷敦
- (二) 妮维雅
- (三) 什果冰

### 五、2008年中国润唇膏重点城市市场分析

- (一) 北京
- (二) 上海
- (三) 广州

## 第七章 中国润唇膏行业著名品牌分析

### 一、美宝莲Maybelline &mdash;&mdash;法国欧莱雅集团旗下品牌

- (一) 公司基本概况
- (二) 公司在华销售情况
- (三) 公司竞争优势分析

### 二、曼秀雷敦

- (一) 公司基本概况

(二) 公司在华销售情况

(三) 公司竞争优势分析

### 三、欧莱雅L'OREAL

(一) 公司基本概况

(二) 公司在华销售情况

(三) 公司竞争优势分析

### 四、雅芳AVOU

(一) 公司基本概况

(二) 公司在华销售情况

(三) 公司竞争优势分析

### 五、Dior迪奥 &mdash;&mdash;Christian Dior

(一) 公司基本概况

(二) 公司在华销售情况

(三) 公司竞争优势分析

### 六、兰蔻Lanc&ocirc;me

(一) 公司基本概况

(二) 公司在华销售情况

(三) 公司竞争优势分析

### 七、羽西Yuesai&mdash;&mdash;欧莱雅集团

(一) 公司基本概况

(二) 公司在华销售情况

(三) 公司竞争优势分析

### 八、安娜苏Anna Sui

(一) 公司基本概况

(二) 公司在华销售情况

(三) 公司竞争优势分析

### 九、倩碧Clinique&mdash;&mdash;雅诗兰黛品牌

(一) 公司基本概况

(二) 公司在华销售情况

(三) 公司竞争优势分析

### 十、露华浓Revlon

(一) 公司基本概况

(二) 公司在华销售情况

(三) 公司竞争优势分析

#### 十一、CarMax樱桃润唇膏

(一) 公司基本概况

(二) 公司在华销售情况

(三) 公司竞争优势分析

### 第八章 2009-2012年中国润唇膏行业企业发展战略分析

#### 一、2009-2012年中国中小化妆品企业市场趋势分析

(一) 中低档化妆品的发展趋势

(二) 中低档化妆品的竞争策略

(三) 中低档化妆品的热点与趋势

#### 二、2009-2012年中国润唇膏行业企业创新战略分析

(一) 技术的创新

(二) 企业文化观念的创新

(三) 企业管理模式的创新

(四) 企业的“核心能力”创新

(五) 企业经营方式的创新

(六) 标准化产品策略

#### 三、2009-2012年中国润唇膏行业企业品牌战略分析

(一) 品牌在市场营销中的功能

(二) 品牌化经营：化妆品企业生存根本之道

(三) 中国企业的品牌战略

(四) 商标：创造品牌的关键

#### 四、2009-2012年中国润唇膏行业市场营销策略分析

(一) 功能细分市场上的机会

(二) 抢占中低档市场空缺

(三) 区域市场，特别是二三级区域市场

(四) 渠道扁平化、网络化

### 第九章 2009-2012年中国润唇膏行业发展及投资分析

#### 一、2009-2012年全球润唇膏行业趋势分析



- (一) 全球润唇膏产品研发潮流分析
- (二) 全球润唇膏市场发展趋势分析
- (三) 全球天然润唇膏市场透析
- 二、2009-2012年中国润唇膏行业趋势分析
  - (一) 中国润唇膏产品的发展潮流分析
  - (二) 中国润唇膏市场发展趋势分析
  - (三) 中国润唇膏行业走势与消费热点分析
- 三、2009-2012年中国润唇膏市场消费趋势与需求预测分析
  - (一) 中国润唇膏市场供需状况趋势分析
  - (二) 中国农村市场将逐渐成为重要的需求来源
  - (三) 中国润唇膏消费需求类别的变化
- 四、2009-2012年中国润唇膏行业投资分析
  - (一) 中国润唇膏行业投资环境分析
  - (二) 中国润唇膏行业投资机会分析
  - (三) 中国润唇膏行业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10154.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。