



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

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 ——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 ——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Lancôme

(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——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——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：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

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）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提供专业投资咨询报告、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。