艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年彩妆行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

艾凯咨询网
www.icandata.com

一、调研说明

《2009-2012年彩妆行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/125256.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

2009年，全球化妆品销售仍趋于平稳，并小幅下滑，在一些看起来理应不该受到影响的地区，例如中东，销售额甚至也遭遇下坡。经济危机渗透到了各个角落，在一些国家和地区，比如阿拉伯国家，消费者即便有钱，也不会想到要随随便便花掉，相反，他们会想要攒起来，或者选择投资。美国化妆品销售将意外的走出先前经济萧条所带来的低谷。调查数据显示，化妆品市场将会迎接10%的增长。现如今的波动也对一些欧洲公司带来许多负面影响。全球彩妆行业现在的情势相当富有戏剧性。一方面，供货商都面临着库存积压问题。另一方面，商场却没有货品。提到彩妆，不得不提的是中国仍旧具有很大的潜力。中国彩妆行业从开始萌芽到进入黄金发展时期，已经有20多年的时间，但这20年是中国实施改革开放战略，经济全面发展，生活水平大幅上升的时期。经济的快速发展使人们的消费能力得到了大幅度的提升，大批70、80年代出生的年轻人获得了经济独立，他们的消费特点具有潮流化、时尚化的特点，容易受厂家广告和身边朋友的影响，从前仅仅涂点雪花膏的化妆方式换成了花样翻新的各种彩妆产品，这也是彩妆市场获得高速发展的市场基础和动力。但中国彩妆市场的发展相对于国外市场的发展，仍然显得落后，特别是彩妆企业对时尚潮流的嗅觉敏感度、新产品开发能力和策略、产品市场推广策略等，存在很大的差距。因此，利润最丰厚，属于兵家必争之地的高端彩妆产品仍然由外资企业掌控，外资企业放手中低端彩妆产品市场让本土企业占领，但是牢牢占据着高端彩妆产品这一战略高地。CD、雅诗兰黛、伊丽莎白•雅顿、兰蔻、倩碧、资生堂、娇兰、欧莱雅等高端品牌不但享受着高利润的滋润日子，而且还威胁和挤压着众多本土彩妆企业的生存空间，碰上哪个品牌发展起来了，还可以通过收购的方式占为己有。所以很多本土彩妆企业都在觊觎着这一领域，希望与外资品牌分一杯羹。

无论采取何种策略决战市场，竞争的起点永远是产品，谁的产品起点高，谁就占有先手。开发适合东方人肌肤特点的彩妆，一定要符合东方人对安全、健康和偏爱保养的心理需求。彩妆产业与顾客消费观念密切相关，顾客对彩妆的需求极易受明星、广告和时装、化妆品及发型潮流发布会这些时尚因素的影响，所以企业必须建立一支强大的技术研发队伍，能快速地根据市场的发展变化推出引领时尚潮流的新产品。消费者越来越倾向于选择具有护肤功能的彩妆产品，只要是与皮肤接触的化妆品，都应该有保护皮肤的功能，其实植物精华彩妆本身就是具有护肤功能彩妆产品的一种衍生。因为它的天然精纯以及良好的亲肤性可以带给肌肤更加安全的呵护。彩妆还可以考虑在原料取材方面体现出它的绿色环保。这也是今后彩妆发展的大势所趋。目前中国内地市场的大型百货店化妆品业态出现两大改变趋势：第一是进口化妆品消费主流逐渐变化，进口高端化妆品的消费群体趋于年轻化：第二是女性化妆品使用频率日益提升，高档化妆品基本都在以平均高于130%的速度增长。但目前的彩妆市场，外资品牌在高端市场一枝独秀，鲜有可与之竞争的本土品牌，本土的彩妆生产厂家，绝大多数

都停留在以价格竞争市场的层次，产品价格远远低于外资大品牌，销售渠道上也以传统的批发流通或出口为主。中国本土彩妆品牌如何占领高端市场去同国外成熟品牌在市场上竞争，扩大占市场有率，提升自己本身品牌价值，是一个现实而又残酷的问题。国内很多彩妆生产企业已经具备了一定产品研发能力和生产能力，但对品牌高端化的培养意识还不够，对销售渠道的建设和规划，暂时也鲜有成功的模式，产品的定位和渠道的定位仍旧是彩妆瓶颈关键所在。随着人们生活水平的发展和提高，对高端品牌的需求肯定会加大，高端彩妆产品是未来的发展趋势。

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、中国经济景气监测中心、《中国化妆品》、《化妆品报》、《化妆品行业信息》、《美容时尚报》等国内外相关报刊杂志的基础信息以及彩妆行业研究单位等公布和提供的大量资料和基础数据，主要分析了全球彩妆市场现状、我国彩妆市场状况、金融风暴对行业的影响、彩妆的销售渠道、市场竞争格局、进出口状况、彩妆领域领先企业以及当前北京、上海、广州等各大城市消费者消费心理。对中国彩妆行业的投资前景、企业应对策略、行业发展趋势进行了研究预测。报告还对国家彩妆相关产业政策进行了介绍和政策趋向研判，是彩妆生产业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前彩妆行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状
第一章 彩妆行业发展概述
第一节 彩妆的定义及分类
一、彩妆的定义
二、彩妆的分类
第二节 彩妆产业链分析
一、行业经济特性
二、产业链结构分析
第三节 彩妆行业发展成熟度分析
一、行业发展周期分析
二、行业中外市场成熟度对比
三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球彩妆市场发展分析
第一节 2008年全球彩妆市场分析
一、2008年全球彩妆市场回顾
二、2008年全球彩妆市场环境
三、2008年全球彩妆销售分析
四、2008年全球彩妆技术分析
第二节 2009年全球彩妆市场分析
一、2009年全球彩妆需求分析
二、2009年亚洲彩妆需求分析
三、2009年彩妆技术发展分析
四、2009年中外彩妆市场对比
第三节 主要国家地区彩妆市场分析
一、2008-2009年美国彩妆市场分析
二、2008-2009年欧洲彩妆市场分析
三、2008-2009年日本彩妆市场分析
四、2008-2009年韩国彩妆市场分析
五、2008-2009年其他国家彩妆市场

第三章 我国彩妆行业发展现状
第一节 我国彩妆行业发展现状
一、中国彩妆市场的发展特点
二、中国彩妆市场驶入快车道
三、国内彩妆市场的可喜变化
四、高档彩妆产品渐走俏市场
第二节 金融危机对彩妆市场的影响
一、金融危机带给彩妆业的机遇
二、金融危机对彩妆品牌的影响
三、金融危机下彩妆的发展趋势
第三节 2007-2009年彩妆业发展情况分析
一、2007年彩妆行业发展情况分析
二、2008年彩妆行业发展情况分析
三、2009年彩妆行业发展特点分析

四、2009年1-5月彩妆行业发展情况

第四节 2008-2009年彩妆行业运行分析

一、2008-2009年彩妆业产销存运行分析

二、2008-2009年彩妆行业利润情况分析

三、2008-2009年彩妆行业发展周期分析

四、2009-2012年彩妆行业发展机遇分析

五、2009-2012年彩妆行业利润增速预测

第五节 2009年1季度彩妆市场消费格局

一、2009年1季度顶端品牌消费格局

二、2009年1季度高端品牌消费格局

三、2009年1季度中端品牌消费格局

四、2009年1季度中低端品牌消费格局

五、2009年1季度低端品牌消费格局

第四章 我国彩妆市场发展研究

第一节 2008年我国彩妆市场发展研究

一、2008年1季度我国彩妆市场研究

二、2008年2季度我国彩妆市场研究

三、2008年3季度我国彩妆市场研究

四、2008年4季度我国彩妆市场研究

第二节 2009年我国彩妆市场情况

一、2009年1-5月我国彩妆产销情况

二、2009年1-5月我国彩妆市场价格情况

三、2009年1-5月重点城市彩妆市场发展情况

四、2009年1-5月我国彩妆市场发展情况

第三节 2009年我国彩妆市场结构和价格走势分析

一、2009年Q1我国彩妆市场结构和价格走势概述

二、2009年Q1我国彩妆市场结构分析

三、2009年Q1我国彩妆市场价格走势分析

四、2009年1-5月我国彩妆市场结构和价格走势概述

五、2009年1-5月我国彩妆市场结构分析

六、2009年1-5月我国彩妆市场价格走势分析

第四节 2009年我国彩妆业市场发展特点分析
一、2009年Q1我国彩妆市场格局特点
二、2009年Q1我国彩妆产品创新特点
三、2009年Q1我国彩妆市场服务特点
四、2009年Q1我国彩妆市场品牌特点
第五节 2008-2009年最佳彩妆类产品研究
一、最佳时尚睫毛膏：Lancome 魔法睛彩睫毛膏
二、最佳时尚粉底：Dior 凝脂粉底液
三、最佳时尚眼影：Estee Lauder纯色晶亮眼影
四、最佳时尚指甲油：Guerlain 亮彩指甲油
五、最佳功能性睫毛膏：HR 无限浓密睫毛膏
六、最佳时尚唇膏：YSL我的口红
七、最佳中档粉底：Aupres 美肌活现乳粉SPF15
八、最佳中档唇彩：L’oreal液体唇膏
九、最佳中档口红：羽西流光溢彩唇膏
十、最佳年轻粉底：Maybelline 净柔粉底

第五章 我国彩妆市场调查分析
第一节 2008年我国彩妆市场调查分析
一、主要观点
二、市场结构分析
三、价格走势分析
四、厂商分析
第二节 2009年1季度我国彩妆市场调查分析
一、主要观点
二、整体市场调查
三、产品关注度调查
四、市场价格调查
第三节 2009年4月份中国彩妆市场调查分析
一、整体市场关注度
二、品牌关注度格局
三、产品关注度调查

四、不同价位关注度
第四节 2009年5月份中国彩妆市场调查分析
一、整体市场关注度
二、品牌关注度格局
三、产品关注度调查
四、不同价位关注度

第六章 彩妆行业经济运行分析
第一节 2008-2009年彩妆产量分析
一、2008年彩妆产量分析
二、2009年1-5月彩妆产量分析
第二节 2008-2009年彩妆行业主要经济指标分析
一、销售收入前十家企业分析
二、2008年彩妆行业主要经济指标分析
三、2009年1-5月彩妆行业主要经济指标分析
第三节 2008-2009年我国彩妆行业绩效分析
一、2008-2009年行业产销情况
二、2008-2009年行业规模情况
三、2008-2009年行业盈利能力
四、2008-2009年行业经营发展能力
五、2008-2009年行业偿债能力分析

第七章 我国彩妆行业进出口分析
第一节 我国彩妆进口分析
一、2008年进口总量分析
二、2008年进口结构分析
三、2008年进口区域分析
第二节 我国彩妆出口分析
一、2008年出口总量分析
二、2008年出口结构分析
三、2008年出口区域分析
第三节 我国彩妆进出口预测

一、2009年1季度进口分析
二、2009年1季度出口分析
三、2009年彩妆进口预测
四、2009年彩妆出口预测

第八章 彩妆细分市场情况分析
第一节 颊部彩妆市场分析
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析
第二节 唇部彩妆市场分析
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析
第三节 眼部彩妆市场分析
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析
第四节 美甲用品发展分析
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析

第九章 彩妆区域市场情况分析
第一节 华北地区
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析
第二节 东北地区
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析
第三节 华东地区
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析
第四节 华南地区
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 中南地区
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析
第六节 西南地区
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析
第七节 西北地区
一、2008-2009年行业发展现状分析
二、2008-2009年市场需求情况分析
三、2008-2009年市场规模情况分析
四、2008-2009年行业竞争格局分析
五、2008-2009年消费者的偏好分析
六、2009-2012年行业发展趋势分析

第十章 中国彩妆行业消费市场分析
第一节 中国彩妆消费者收入分析
一、中国人口、人民生活分析
二、2008-2009年消费者收入水平
三、2009年消费者信心指数分析
第二节 彩妆行业产品目标客户群体调查
一、不同收入水平消费者偏好调查
二、不同年龄的消费者偏好调查
三、不同地区的消费者偏好调查
第三节 彩妆市场消费需求分析

一、彩妆市场的消费需求变化

二、彩妆行业的需求情况分析

三、2009年彩妆品牌市场消费需求分析

第四节 彩妆消费市场状况分析

一、彩妆行业消费特点

二、彩妆消费者分析

三、彩妆消费结构分析

四、彩妆消费的市场变化

五、彩妆市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 彩妆行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、彩妆行业品牌忠诚度调查

六、彩妆行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第十一章 彩妆市场营销分析

第一节 2008-2009年中国化妆品营销策略

一、目标营销策略

二、不同渠道营销

三、服务营销策略

四、包装营销策略

五、保健式营销策略

六、俱乐部营销策略

第二节 重点彩妆品牌营销案例
一、美宝莲与娥佩兰的营销对比分析
二、卡姿兰彩妆的市场营销法宝
三、贝优婷市场营销经验解析
四、中国丽立美彩妆品牌营销成功启示
第三节 2008-2009年中国彩妆活动促销的注意事项
一、活动促销对彩妆品牌发展的意义
二、保障彩妆活动促销成功的条件
三、吸引顾客的法则
四、促使活动成功的三要素
第三节 2008-2009年中国彩妆业营销的问题及策略
一、厂商利用护肤品渠道做彩妆存在的问题
二、彩妆市场营销战略
三、化妆品专卖店彩妆营销策略

第二部分 行业竞争格局
第十二章 彩妆行业竞争格局分析
第一节 行业竞争结构分析
一、现有企业间竞争
二、潜在进入者分析
三、替代品威胁分析
四、供应商议价能力
五、客户议价能力
第二节 行业集中度分析
一、市场集中度分析
二、企业集中度分析
三、区域集中度分析
第三节 中国彩妆行业竞争格局综述
一、2008年彩妆行业集中度
二、2008年彩妆行业竞争程度
三、2008年彩妆企业与品牌数量
四、2008年彩妆行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年彩妆行业竞争格局分析
一、2008-2009年国内外彩妆竞争分析
二、2008-2009年我国彩妆市场竞争分析
三、2008-2009年我国彩妆市场集中度分析
四、2009-2012年国内主要彩妆企业动向
五、2009年国内彩妆拟在建项目分析

第十三章 彩妆企业竞争策略分析
第一节 彩妆市场竞争策略分析
一、2009年彩妆市场增长潜力分析
二、2009年彩妆主要潜力品种分析
三、现有彩妆产品竞争策略分析
四、潜力彩妆品种竞争策略选择
五、典型企业产品竞争策略分析
第二节 彩妆企业竞争策略分析
一、金融危机对彩妆行业竞争格局的影响
二、金融危机后彩妆行业竞争格局的变化
三、2009-2012年我国彩妆市场竞争趋势
四、2009-2012年彩妆行业竞争格局展望
五、2009-2012年彩妆行业竞争策略分析
六、2009-2012年彩妆企业竞争策略分析

第十四章 国内彩妆品牌企业竞争分析
第一节 欧莱雅（L'Orea）
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2008-2009年经营状况
四、2009-2012年发展战略
第二节 丝芙兰（Sephora）
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略
第三节 雅诗兰黛（Esteelauder）
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2008-2009年经营状况
四、2009-2012年发展战略
第四节 广州宝洁有限公司（P&G）
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2008-2009年经营状况
四、2009-2012年发展战略
第五节 资生堂丽源化妆品有限公司（SHISEIDO）
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2008-2009年经营状况
四、2009-2012年发展战略
第六节 雅芳（中国）有限公司（AVON）
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2008-2009年经营状况
四、2009-2012年发展战略
第七节 汕头市一芙化妆品有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、2008-2009年经营状况
四、2009-2012年发展战略
第八节 其他彩妆品牌
一、植村秀（Shu uemura）
二、爱丽（ETUDE）
三、天使色彩
四、色彩地带

第三部分 行业前景预测
第十五章 彩妆行业发展趋势分析
第一节 我国彩妆行业前景与机遇分析
一、我国彩妆行业发展前景
二、我国彩妆发展机遇分析
三、2009年彩妆的发展机遇分析
四、金融危机对彩妆行业的影响分析
第二节 2009-2012年中国彩妆市场趋势分析
一、2008-2009年彩妆市场趋势总结
二、2009-2012年彩妆发展趋势分析
三、2009-2012年彩妆市场发展空间
四、2009-2012年彩妆产业政策趋向
五、2009-2012年彩妆技术革新趋势
六、2009-2012年彩妆价格走势分析
七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十六章 未来彩妆行业发展预测
第一节 未来彩妆需求与消费预测
一、2009-2012年彩妆产品消费预测
二、2009-2012年彩妆市场规模预测
三、2009-2012年彩妆行业总产值预测
四、2009-2012年彩妆行业销售收入预测
五、2009-2012年彩妆行业总资产预测
第二节 2009-2012年中国彩妆行业供需预测
一、2008-2012年中国彩妆供给预测
二、2009-2012年中国彩妆产量预测
三、2009-2012年中国彩妆需求预测
四、2009-2012年中国彩妆供需平衡预测
五、2009-2012年中国彩妆产品价格预测
六、2009-2012年主要彩妆产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十七章 彩妆行业投资现状分析

第一节 2008年彩妆行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月彩妆行业投资情况分析

一、2009年1-5月总体投资及结构

二、2009年1-5月投资规模情况

三、2009年1-5月投资增速情况

四、2009年1-5月分行业投资分析

五、2009年1-5月分地区投资分析

六、2009年1-5月外商投资情况

第十八章 彩妆行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年彩妆行业政策环境分析

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

一、国内彩妆技术现状

二、2009年彩妆技术发展分析

三、2009-2012年彩妆技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析
第五节 化工行业振兴规划
一、化工行业振兴规划概述
二、化工行业振兴规划细则
三、化工行业振兴规划主要任务
四、化工行业振兴规划主要工程
五、化工行业振兴规划主要措施
六、化工行业振兴规划的意义与作用
七、化工行业振兴规划对彩妆行业的影响

第十九章 彩妆行业投资机会与风险
第一节 行业活力系数比较及分析
一、2009年相关产业活力系数比较
二、2007-2008行业活力系数分析
第二节 行业投资收益率比较及分析
一、2009年相关产业投资收益率比较
二、2007-2008行业投资收益率分析
第三节 彩妆行业投资效益分析
一、2008-2009年彩妆行业投资状况分析
二、2009-2012年彩妆行业投资效益分析
三、2009-2012年彩妆行业投资趋势预测
四、2009-2012年彩妆行业的投资方向
五、2009-2012年彩妆行业投资的建议
六、新进入者应注意的障碍因素分析
第四节 影响彩妆行业发展的主要因素
一、2009-2012年影响彩妆行业运行的有利因素分析
二、2009-2012年影响彩妆行业运行的稳定因素分析
三、2009-2012年影响彩妆行业运行的不利因素分析
四、2009-2012年我国彩妆行业发展面临的挑战分析
五、2009-2012年我国彩妆行业发展面临的机遇分析
第五节 彩妆行业投资风险及控制策略分析
一、2009-2012年彩妆行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年彩妆行业政策风险及控制策略
三、2009-2012年彩妆行业经营风险及控制策略
四、2009-2012年彩妆行业技术风险及控制策略
五、2009-2012年彩妆行业同业竞争风险及控制策略
六、2009-2012年彩妆行业其他风险及控制策略

第二十章 彩妆行业投资战略研究
第一节 彩妆行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划
第二节 对我国彩妆品牌的战略思考
一、企业品牌的重要性
二、彩妆实施品牌战略的意义
三、彩妆企业品牌的现状分析
四、我国彩妆企业的品牌战略
五、彩妆品牌战略管理的策略
第三节 彩妆企业经营管理策略
一、成本控制策略
二、定价策略
三、竞争策略
四、并购重组策略
五、营销策略
六、人力资源
七、财务管理
八、国际化策略
第四节 彩妆行业投资战略研究
一、2009年化妆品行业投资战略

二、2009年彩妆行业投资战略
三、2009-2012年彩妆行业投资战略
四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：彩妆产业链分析
图表：国际彩妆市场规模
图表：国际彩妆生命周期
图表：2003-2008年中国彩妆行业市场规模
图表：2002-2008年全球彩妆产业市场规模
图表：2006-2008年彩妆重要数据指标比较
图表：2003-2008年中国彩妆行业销售情况分析
图表：2003-2008年中国彩妆行业利润情况分析
图表：2003-2008年中国彩妆行业资产情况分析
图表：2007-2008年中国彩妆发展能力分析
图表：2007-2008年中国彩妆竞争力分析
图表：2009-2012年中国彩妆产能预测
图表：2009-2012年中国彩妆消费量预测
图表：2009-2012年中国彩妆市场前景预测
图表：2009-2012年中国彩妆市场价格走势预测
图表：2009-2012年中国彩妆发展前景预测
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量全国合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量北京市合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量天津市合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量河北省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量山西省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量辽宁省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量吉林省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量黑龙江合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量上海市合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量江苏省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量浙江省合计

图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量安徽省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量福建省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量江西省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量山东省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量河南省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量湖北省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量湖南省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量广东省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量广西区合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量海南省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量重庆市合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量四川省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量贵州省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量云南省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量陕西省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量甘肃省合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量新疆区合计
图表：2008年1-12月主要彩妆产品产量内蒙古合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量全国合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量北京市合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量天津市合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量河北省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量山西省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量辽宁省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量吉林省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量黑龙江合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量上海市合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量江苏省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量浙江省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量安徽省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量福建省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量江西省合计

图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量山东省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量河南省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量湖北省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量湖南省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量广东省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量广西区合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量海南省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量重庆市合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量四川省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量贵州省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量云南省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量陕西省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量甘肃省合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量新疆区合计
图表：2009年1-5月主要彩妆产品产量内蒙古合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标全国合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标北京市合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标天津市合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标河北省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标山西省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标内蒙古合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标辽宁省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标吉林省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标黑龙江合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标上海市合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标江苏省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标浙江省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标安徽省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标福建省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标江西省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标山东省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标湖北省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标湖南省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标广东省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标广西区合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标海南省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标重庆市合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标四川省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标贵州省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标云南省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标陕西省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标甘肃省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标青海省合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标宁夏区合计
图表：2008年1-12月彩妆行业经济指标新疆区合计
图表：2008年2月彩妆行业收入前十家企业
图表：2008年5月彩妆行业收入前十家企业
图表：2008年8月彩妆行业收入前十家企业
图表：2008年11月彩妆行业收入前十家企业
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标全国合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标北京市合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标天津市合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标河北省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标山西省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标内蒙古合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标辽宁省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标吉林省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标黑龙江合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标上海市合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标江苏省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标浙江省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标安徽省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标江西省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标山东省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标河南省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标湖北省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标湖南省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标广东省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标广西区合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标海南省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标重庆市合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标四川省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标贵州省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标云南省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标陕西省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标甘肃省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标青海省合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标宁夏区合计
图表：2009年1-5月彩妆行业经济指标新疆区合计
图表：2008年1-12月彩妆进口数据
图表：2008年1季度彩妆进口数据
图表：2008年1月彩妆进口数据
图表：2008年2月彩妆进口数据
图表：2008年3月彩妆进口数据
图表：2008年2季度彩妆进口数据
图表：2008年4月彩妆进口数据
图表：2008年5月彩妆进口数据
图表：2008年6月彩妆进口数据
图表：2008年3季度彩妆进口数据
图表：2008年7月彩妆进口数据
图表：2008年8月彩妆进口数据
图表：2008年9月彩妆进口数据
图表：2008年4季度彩妆进口数据
图表：2008年10月彩妆进口数据

图表：2008年11月彩妆进口数据
图表：2008年12月彩妆进口数据
图表：2008年1-12月彩妆出口数据
图表：2008年1季度彩妆出口数据
图表：2008年1月彩妆出口数据
图表：2008年2月彩妆出口数据
图表：2008年3月彩妆出口数据
图表：2008年2季度彩妆出口数据
图表：2008年4月彩妆出口数据
图表：2008年5月彩妆出口数据
图表：2008年6月彩妆出口数据
图表：2008年3季度彩妆出口数据
图表：2008年7月彩妆出口数据
图表：2008年8月彩妆出口数据
图表：2008年9月彩妆出口数据
图表：2008年4季度彩妆出口数据
图表：2008年10月彩妆出口数据
图表：2008年11月彩妆出口数据
图表：2008年12月彩妆出口数据
图表：2009年1-5月彩妆进口数据
图表：2009年1季度彩妆进口数据
图表：2009年1月彩妆进口数据
图表：2009年2月彩妆进口数据
图表：2009年3月彩妆进口数据
图表：2009年2季度彩妆进口数据
图表：2009年4月彩妆进口数据
图表：2009年5月彩妆进口数据
图表：2009年1-5月彩妆出口数据
图表：2009年1季度彩妆出口数据
图表：2009年1月彩妆出口数据
图表：2009年2月彩妆出口数据
图表：2009年3月彩妆出口数据

图表：2009年2季度彩妆出口数据

图表：2009年4月彩妆出口数据

图表：2009年5月彩妆出口数据

详细请访问：https://www.icandata.com/view/125256.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。