



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年美容霜行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年美容霜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/128227.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

美容霜具有保养皮肤之作用，能在脸上形成一层薄膜，并可折射阳光，而且能使脸上的彩妆化妆更均匀、更持久且不易脱落。爱美之心人皆有之，特别是年轻的女性，为了美丽瘦身，可以做出绝食的举动。根据有关调查显示，人们觉得自己越美丽就会越有自信；另外，美貌与劳动市场有一定程度的联系，漂亮的女孩子的薪水比相貌普通的女孩子平均高出4%-12%。女性爱美的心，快速地促进化妆品行业的需求，使美容护肤品品牌为了把美丽带给每一位女性而孜孜以求。随着金融海啸席卷，全球经济危机波动，导致人们消费者购买力普遍下降，但是，女性对美丽的追求热情丝毫没有减弱。当我们目睹欧美系、日韩系为代表的国际美容护肤品品牌，不断演绎"宝洁神话"、"欧莱雅传奇"、"日风韩流"等国际风暴冲击脆弱的中国美容护肤品品牌时，作为美容护肤品经营者，如何抓住危机带来的契机，寻找品牌突围，把美丽带给每一位女性，是考验中国美容护肤品经营者头脑时刻了。美容护肤品是贴近脸与皮肤的产品，产品安全，是消费者消费美容护肤品最基本的要求。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、党和雀斑等。

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。2009年，在国际金融危机对实体经济带来的影响进一步加

深的背景下，经济增长放缓，护肤品企业也积极调整战略部署。2009年全国化妆品市场有可能出现零增长，甚至负增长。金融危机让整个护肤品市场冷静了下来，让生产企业和代理商重新回归了传统价值。而更多的企业则表现出通过调整结构、整合资源，信心十足地准备突出重围。2009年，有机的、天然的、美白的，随着人们对美容安全和功效的双重期待，护肤市场将呈现出"乐活式美白"趋势，天然和有机成分将成为2009年化妆品成分主流，美白产品将可能成为各大化妆品品牌的主打系列，以安全健康为主要诉求的药妆市场也有望继续升温。

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，主要分析了全球美容霜市场现状、我国美容霜市场状况、美容霜相关市场发展状况、美容霜进出口市场状况、市场竞争格局、市场营销策略、美容霜领域领先企业和竞争策略等，最后总结出未来美容霜市场的发展趋势，用数字说话，图文并茂。报告还对中国美容霜产业政策进行了分析及探讨，是美容霜生产企业、渠道商、科研机构、零售企业等单位准确了解目前美容霜行业发展动态，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 美容霜行业发展概述

##### 第一节 美容霜的定义及分类

###### 一、美容霜的定义

###### 二、美容霜的分类

###### 三、美容霜的特性

##### 第二节 美容霜产业链分析

###### 一、市场特点

###### 二、行业经济特性

###### 三、产业链结构分析

##### 第三节 美容霜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 全球美容霜市场发展分析

### 第一节 2008年全球美容霜市场分析

- 一、2008年全球美容霜市场回顾
- 二、2008年全球美容霜市场环境
- 三、2008年全球美容霜销售分析
- 四、2008年全球美容霜市场规模

### 第二节 2009年全球美容霜市场分析

- 一、2009年全球美容霜需求分析
- 二、2009年全球美容霜市场规模
- 三、2009年全球美容霜品牌分析
- 四、2009年中外美容霜市场对比

### 第三节 主要国家地区美容霜市场分析

- 一、2008-2009年美国美容霜市场分析
- 二、2008-2009年欧洲美容霜市场分析
- 三、2008-2009年日本美容霜市场分析
- 四、2008-2009年韩国美容霜市场分析
- 五、2008-2009年其他国家美容霜市场

## 第三章 我国美容霜行业发展现状

### 第一节 我国美容霜行业发展现状

- 一、美容霜行业品牌发展现状
- 二、美容霜行业消费市场现状
- 三、美容霜市场消费层次分析
- 四、我国美容霜市场走向分析

### 第二节 2007-2009年美容霜业发展情况分析

- 一、2007年美容霜行业发展情况分析
- 二、2008年美容霜行业发展情况分析
- 三、2009年美容霜行业发展特点分析
- 四、2009年1-5月美容霜行业发展情况

### 第三节 2008-2009年美容霜行业运行分析

- 一、2008-2009年美容霜业产销存运行分析
- 二、2008-2009年美容霜行业利润情况分析

- 三、2008-2009年美容霜行业发展周期分析
- 四、2009-2012年美容霜行业发展机遇分析
- 五、2009-2012年美容霜行业利润增速预测

#### 第四章 我国美容霜市场发展研究

##### 第一节 2008年我国美容霜市场发展研究

- 一、2008年1季度我国美容霜市场研究
- 二、2008年2季度我国美容霜市场研究
- 三、2008年3季度我国美容霜市场研究
- 四、2008年4季度我国美容霜市场研究

##### 第二节 2009年我国美容霜市场情况

- 一、2009年1-5月我国美容霜产销情况
- 二、2009年1-5月我国美容霜市场价格情况
- 三、2009年1-5月重点城市美容霜市场发展情况
- 四、2009年1-5月我国美容霜市场发展情况

##### 第三节 2009年我国美容霜市场结构和价格走势分析

- 一、2009年Q1我国美容霜市场结构和价格走势概述
- 二、2009年Q1我国美容霜市场结构分析
- 三、2009年Q1我国美容霜市场价格走势分析
- 四、2009年1-5月我国美容霜市场结构和价格走势概述
- 五、2009年1-5月我国美容霜市场结构分析
- 六、2009年1-5月我国美容霜市场价格走势分析

##### 第四节 2009年我国美容霜业市场发展特点分析

- 一、2009年Q1我国美容霜市场格局特点
- 二、2009年Q1我国美容霜产品创新特点
- 三、2009年Q1我国美容霜市场服务特点
- 四、2009年Q1我国美容霜市场品牌特点

#### 第五章 我国美容霜市场调查分析

##### 第一节 2008年我国美容霜市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析

- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

## 第二节 2009年1季度我国美容霜市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

## 第三节 2009年4月份中国美容霜市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

## 第四节 2009年5月份中国美容霜市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、整体市场关注度
- 五、品牌关注度格局
- 六、产品关注度调查
- 七、厂商分析

## 第六章 美容霜行业经济运行分析

### 第一节 2008-2009年美容霜产量分析

- 一、2008年美容霜产量分析
- 二、2009年1-5月美容霜产量分析
- 第二节 2008-2009年美容霜行业主要经济指标分析
  - 一、销售收入前十家企业分析
  - 二、2008年美容霜行业主要经济指标分析
  - 三、2009年1-5月美容霜行业主要经济指标分析
- 第三节 2008-2009年我国美容霜行业绩效分析
  - 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 我国美容霜行业进出口分析

### 第一节 我国美容霜进口分析

- 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 我国美容霜出口分析

- 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 我国美容霜进出口预测

- 一、2009年1季度进口分析
- 二、2009年1季度出口分析
- 三、2009年美容霜进口预测
- 四、2009年美容霜出口预测

## 第八章 美容霜区域市场情况分析

### 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

## 第九章 中国美容霜行业消费市场分析

### 第一节 中国美容霜消费者收入分析

- 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 美容霜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 美容霜市场消费需求分析

- 一、美容霜市场的消费需求变化
- 二、美容霜行业的需求情况分析
- 三、2009年美容霜品牌市场消费需求分析

### 第四节 美容霜消费市场状况分析

- 一、美容霜行业消费特点
- 二、美容霜消费者分析
- 三、美容霜消费结构分析

四、美容霜消费的市场变化

五、美容霜市场的消费方向

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 美容霜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、美容霜行业品牌忠诚度调查

六、美容霜行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第二部分 行业竞争格局

第十章 美容霜行业竞争格局分析

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 中国美容霜行业竞争格局综述

一、2008年美容霜行业集中度

二、2008年美容霜行业竞争程度

三、2008年美容霜企业与品牌数量

四、2008年美容霜行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年美容霜行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外美容霜竞争分析

二、2008-2009年我国美容霜市场竞争分析

三、2008-2009年我国美容霜市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要美容霜企业动向

五、2009年国内美容霜拟在建项目分析

第十一章 美容霜企业竞争策略分析

第一节 美容霜市场竞争策略分析

一、2009年美容霜市场增长潜力分析

二、2009年美容霜主要潜力品种分析

三、现有美容霜产品竞争策略分析

四、潜力美容霜品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 美容霜企业竞争策略分析

一、金融危机对美容霜行业竞争格局的影响

二、金融危机后美容霜行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国美容霜市场竞争趋势

四、2009-2012年美容霜行业竞争格局展望

五、2009-2012年美容霜行业竞争策略分析

六、2009-2012年美容霜企业竞争策略分析

第十二章 主要美容霜品牌竞争分析

第一节 企业一

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 企业二

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 企业三

### 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 企业四

### 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 企业五

### 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 企业六

### 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 企业七

### 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 企业八

### 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

##### 第九节 企业九

###### 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

##### 第十节 企业十

###### 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

### 第三部分 行业前景预测

#### 第十三章 美容霜行业发展趋势分析

##### 第一节 我国美容霜行业前景与机遇分析

###### 一、我国美容霜行业发展前景

###### 二、我国美容霜发展机遇分析

###### 三、2009年美容霜的发展机遇分析

###### 四、金融危机对美容霜行业的影响分析

##### 第二节 2009-2012年中国美容霜市场趋势分析

###### 一、2008-2009年美容霜市场趋势总结

###### 二、2009-2012年美容霜发展趋势分析

###### 三、2009-2012年美容霜市场发展空间

###### 四、2009-2012年美容霜产业政策趋向

###### 五、2009-2012年美容霜技术革新趋势

###### 六、2009-2012年美容霜价格走势分析

###### 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

#### 第十四章 未来美容霜行业发展预测

##### 第一节 未来美容霜需求与消费预测

###### 一、2009-2012年美容霜产品消费预测

###### 二、2009-2012年美容霜市场规模预测

- 三、2009-2012年美容霜行业总产值预测
- 四、2009-2012年美容霜行业销售收入预测
- 五、2009-2012年美容霜行业总资产预测
- 第二节 2009-2012年中国美容霜行业供需预测
  - 一、2008-2012年中国美容霜供给预测
  - 二、2009-2012年中国美容霜产量预测
  - 三、2009-2012年中国美容霜需求预测
  - 四、2009-2012年中国美容霜供需平衡预测
  - 五、2009-2012年中国美容霜产品价格预测
  - 六、2009-2012年主要美容霜产品进出口预测

#### 第四部分 投资战略研究

##### 第十五章 美容霜行业投资现状分析

###### 第一节 2008年美容霜行业投资情况分析

- 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月美容霜行业投资情况分析

- 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

##### 第十六章 美容霜行业投资环境分析

###### 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年美容霜行业政策环境分析

##### 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、国内美容霜技术现状

##### 二、2009年美容霜技术发展分析

##### 三、2009-2012年美容霜技术发展趋势分析

#### 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

## 第十七章 美容霜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 美容霜行业投资效益分析

#### 一、2008-2009年美容霜行业投资状况分析

#### 二、2009-2012年美容霜行业投资效益分析

#### 三、2009-2012年美容霜行业投资趋势预测

#### 四、2009-2012年美容霜行业的投资方向

#### 五、2009-2012年美容霜行业投资的建议

#### 六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第四节 影响美容霜行业发展的主要因素

#### 一、2009-2012年影响美容霜行业运行的有利因素分析

#### 二、2009-2012年影响美容霜行业运行的稳定因素分析

#### 三、2009-2012年影响美容霜行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国美容霜行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国美容霜行业发展面临的机遇分析

#### 第五节 美容霜行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年美容霜行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年美容霜行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年美容霜行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年美容霜行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年美容霜行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年美容霜行业其他风险及控制策略

### 第十八章 美容霜行业投资战略研究

#### 第一节 美容霜行业发展战略研究

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 对我国美容霜品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、美容霜实施品牌战略的意义

三、美容霜企业品牌的现状分析

四、我国美容霜企业的品牌战略

五、美容霜品牌战略管理的策略

#### 第三节 美容霜经营策略分析

一、美容霜市场细分策略

二、美容霜市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、美容霜新产品差异化战略

#### 第四节 美容霜行业投资战略研究

一、2009年护肤品行业投资战略

二、2009年美容霜行业投资战略

三、2009-2012年美容霜行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

## 图表目录

图表：美容霜产业链分析

图表：国际美容霜市场规模

图表：国际美容霜生命周期

图表：2003-2008年中国美容霜行业市场规模

图表：2002-2008年全球美容霜产业市场规模

图表：2006-2008年美容霜重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国美容霜行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国美容霜行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国美容霜行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国美容霜发展能力分析

图表：2008-2009年中国美容霜竞争力分析

图表：2009-2012年中国美容霜产能预测

图表：2009-2012年中国美容霜消费量预测

图表：2009-2012年中国美容霜市场前景预测

图表：2009-2012年中国美容霜市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国美容霜发展前景预测

图表：2008年1-12月美容霜产量全国合计

图表：2008年1-12月美容霜产量北京市合计

图表：2008年1-12月美容霜产量天津市合计

图表：2008年1-12月美容霜产量河北省合计

图表：2008年1-12月美容霜产量山西省合计

图表：2008年1-12月美容霜产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月美容霜产量吉林省合计

图表：2008年1-12月美容霜产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月美容霜产量上海市合计

图表：2008年1-12月美容霜产量江苏省合计

图表：2008年1-12月美容霜产量浙江省合计

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

图表：2009年1-5月美容霜产量山东省合计

图表：2009年1-5月美容霜产量河南省合计

图表：2009年1-5月美容霜产量湖北省合计

图表：2009年1-5月美容霜产量湖南省合计

图表：2009年1-5月美容霜产量广东省合计

图表：2009年1-5月美容霜产量广西区合计

图表：2009年1-5月美容霜产量海南省合计

图表：2009年1-5月美容霜产量重庆市合计

图表：2009年1-5月美容霜产量四川省合计

图表：2009年1-5月美容霜产量贵州省合计

图表：2009年1-5月美容霜产量云南省合计

图表：2009年1-5月美容霜产量陕西省合计

图表：2009年1-5月美容霜产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月美容霜产量新疆区合计

图表：2009年1-5月美容霜产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月护肤品行业经济指标河南省合计

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

图表：2009年1-5月护肤品行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月护肤品行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月护肤品行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月护肤品行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月护肤品行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月护肤品行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月护肤品行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月护肤品行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月护肤品行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月护肤品行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月护肤品行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月护肤品行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月护肤品行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月美容霜进口数据

图表：2008年1季度美容霜进口数据

图表：2008年1月美容霜进口数据

图表：2008年2月美容霜进口数据

图表：2008年3月美容霜进口数据

图表：2008年2季度美容霜进口数据

图表：2008年4月美容霜进口数据

图表：2008年5月美容霜进口数据

图表：2008年6月美容霜进口数据

图表：2008年3季度美容霜进口数据

图表：2008年7月美容霜进口数据

图表：2008年8月美容霜进口数据

图表：2008年9月美容霜进口数据

图表：2008年4季度美容霜进口数据

图表：2008年10月美容霜进口数据

图表：2008年11月美容霜进口数据

图表：2008年12月美容霜进口数据

图表：2008年1-12月美容霜出口数据

图表：2008年1季度美容霜出口数据

图表：2008年1月美容霜出口数据  
图表：2008年2月美容霜出口数据  
图表：2008年3月美容霜出口数据  
图表：2008年2季度美容霜出口数据  
图表：2008年4月美容霜出口数据  
图表：2008年5月美容霜出口数据  
图表：2008年6月美容霜出口数据  
图表：2008年3季度美容霜出口数据  
图表：2008年7月美容霜出口数据  
图表：2008年8月美容霜出口数据  
图表：2008年9月美容霜出口数据  
图表：2008年4季度美容霜出口数据  
图表：2008年10月美容霜出口数据  
图表：2008年11月美容霜出口数据  
图表：2008年12月美容霜出口数据  
图表：2009年1-5月美容霜进口数据  
图表：2009年1季度美容霜进口数据  
图表：2009年1月美容霜进口数据  
图表：2009年2月美容霜进口数据  
图表：2009年3月美容霜进口数据  
图表：2009年2季度美容霜进口数据  
图表：2009年4月美容霜进口数据  
图表：2009年5月美容霜进口数据  
图表：2009年1-5月美容霜出口数据  
图表：2009年1季度美容霜出口数据  
图表：2009年1月美容霜出口数据  
图表：2009年2月美容霜出口数据  
图表：2009年3月美容霜出口数据  
图表：2009年2季度美容霜出口数据  
图表：2009年4月美容霜出口数据  
图表：2009年5月美容霜出口数据  
图表：美容霜市场调查对象情况分析

图表：美容霜消费者消费习惯调查  
图表：消费者对美容霜产品价格认同情况调查分析  
图表：消费者购买渠道情况调查分析  
图表：美容霜消费者品牌状况调查分析  
图表：2008-2009年中国消费者美容霜品牌构成  
图表：美容霜消费者性别比例  
图表：美容霜消费者年龄分布  
图表：美容霜消费者购买频率分析  
图表：美容霜消费者购买美容霜的规格  
图表：美容霜消费者购买美容霜消费金额  
图表：消费者美容霜关注度调查分析  
图表：影响消费者购买的因素调查分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/128227.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提供投资咨询报告、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。