



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2011-2015年中国美白护肤产品 品牌竞争力及投资风险预测分析 报告

## 一、调研说明

《2011-2015年中国美白护肤产品品牌竞争力及投资风险预测分析报告》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/160914.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 2009-2010年中国化妆品市场发展形势分析

#### 第一节 2009-2010年中国化妆品市场总体概况

##### 一、中国化妆品行业发展特征

##### 二、国内化妆品市场结构分析

##### 三、中国化妆品市场影响因素分析

#### 第二节 2009-2010年中国化妆品包装产业分析

##### 一、化妆品包装的特性

##### 二、国内美容化妆品包装分析

##### 三、化妆品包装需标注所有成分

##### 四、中草药成为化妆品包装禁用语惹争端

##### 五、美容化妆品包装的发展走向

#### 第三节 2009-2010年中国化妆品市场存在的问题分析

##### 一、中国化妆品市场面临的难题

##### 二、国内美容化妆品市场的薄弱方面

##### 三、中国化妆品市场产品质量堪忧

##### 四、国内化妆品市场亟待整合

#### 第四节 2009-2010年中国化妆品市场发展的对策分析

##### 一、化妆品企业发展要集体补标识规范课

##### 二、化妆品行业地位提升的对策探讨

### 第二章 2009-2010年中国美白护肤产品产业运行环境分析

#### 第一节 2009-2010年中国美白护肤产品产业政策分析

##### 一、《化妆品生产企业卫生规范》

##### 二、《化妆品卫生监督条例》

##### 三、《化妆品卫生监督条例实施细则》

##### 四、《进出口化妆品监督检验管理办法》

#### 第二节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

##### 一、中国GDP分析

##### 二、消费价格指数分析

##### 三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第三节2009-2010年中国美白护肤产品产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第三章 2009-2010年中国美白产品市场运行状况分析

第一节 2009-2010年中国美白产品产业发展综述

一、美白用品市场的特点

二、国内市场的主要美白产品介绍

三、美白产品最新研究进展分析

第二节2009-2010年中国美白产品市场运行分析

一、美白护肤品市场品牌分析

二、纯天然草本植物精华美白产品市场分析

第三节2009-2010年中国祛斑美白产品市场发展分析

一、祛斑护肤品主要特点

二、祛斑护肤品消费者购买因素

三、"祛斑王"效果突出受产后妇女青睐

四、中医美白祛斑产品市场反响良好

五、祛斑化妆品质量存在很大漏洞

第四章 2009-2010年中国美白护肤产品消费者行为及心理调查

第一节 美白护肤产品市场调查对象情况分析

一、调查对象性别构成

二、年龄结构调查

三、消费者肌肤类型情况

四、消费者主要肌肤问题调查结果

五、消费者对自身肌肤状况满意度分析

第二节 美白护肤产品消费者消费习惯调查

- 一、化美白护肤产品消费者购买频次调查
- 二、消费者对美白护肤产品价格认同情况调查
- 三、消费者购买渠道情况调查
- 四、美白护肤产品专卖店对消费者的吸引程度调查
- 五、消费者对美白护肤产品功效情况调查
- 六、消费者对美白护肤产品香型香气期望情况调查

### 第三节 美白护肤产品消费者品牌状况调查

- 一、消费者品牌忠诚度调查
- 二、消费者对各国美白护肤产品品牌偏好调查
- 三、2009-2010年夏季消费者护美白护肤产品品牌构成
- 四、中国最受欢迎的美白护肤产品品牌分析

## 第五章 2005-2010年中国化妆品制造行业规模以上企业经济运行数据监测

### 第一节 2005-2010年（按季度更新）中国化妆品制造行业数据监测回顾

- 一、竞争企业数量
- 二、亏损面情况
- 三、市场销售额增长
- 四、利润总额增长
- 五、投资资产增长性
- 六、行业从业人数调查分析

### 第二节 2005-2010年（按季度更新）中国化妆品制造行业投资价值测算

- 一、销售利润率
- 二、销售毛利率
- 三、资产利润率
- 四、未来5年化妆品制造盈利能力预测

### 第三节 2005-2010年（按季度更新）中国化妆品制造行业产销率调查

- 一、工业总产值
- 二、工业销售产值
- 三、产销率调查
- 四、未来5年化妆品制造产品产销预测

### 第四节 2005-2010年（按季度更新）化妆品制造出口交货值数据

- 一、出口交货值增长

## 二、出口交货值占工业产值的比重

## 第六章 2001-2009年中国美容品或化妆品及护肤品进出口数据统计情况

### 第一节 2001-2009年中国美容品或化妆品及护肤品出口统计

### 第二节 2001-2009年中国美容品或化妆品及护肤品进口统计

### 第三节 2001-2009年中国美容品或化妆品及护肤品进出口价格对比

### 第四节 中国美容品或化妆品及护肤品进出口主要来源地及出口目的地

### 第五节 中国美容品或化妆品及护肤品进出口省市分析

## 第七章 2009-2010年中国美白护肤产品市场营销策略分析

### 第一节 2009-2010年中国美白护肤产品主要市场渠道分析

#### 一、批发市场

#### 二、零售终端市场

#### 三、专业市场

### 第二节 2009-2010年中国美白护肤产品直复营销与网络营销分析

#### 一、直复营销的概念

#### 二、美白护肤产品网络营销的特征和优势

#### 三、网络营销理论

#### 四、美白护肤产品网络营销的现状

### 第三节 2009-2010年中国美白护肤产品直销分析

#### 一、美白护肤产品直销的概述

#### 二、中国美白护肤产品直销发展存在的瓶颈

### 第四节 2009-2010年中国美白护肤产品专卖店经营分析

#### 一、美容化妆品业连锁特许经营的简析

#### 二、美白护肤产品专卖店经营面临的挑战及经营策略

#### 三、美白护肤产品行业连锁经营的发展趋势

## 第八章 2009-2010年中国美白护肤产品市场竞争格局分析

### 第一节 2009-2010年中国美白护肤产品竞争现状分析

#### 一、美白护肤产品品牌竞争分析

#### 二、美白护肤产品价格竞争分析

#### 三、美白护肤产品渠道竞争分析

## 第二节 2009-2010年中国美白护肤品行业集中度分析

### 一、产品生产企业分布分析

### 二、美白护肤品市场集中度分析

## 第三节 2009-2010年中国美白护肤产品提升竞争力策略分析

## 第九章 2009-2010年中国主要外资美白护肤产品企业在华运行分析

### 第一节 法国欧莱雅（LOREAL）

#### 一、集团简介

#### 二、欧莱雅发展中国市场的营销策略综述

#### 三、欧莱雅发展超市渠道四品牌首先进入

### 第二节 美国宝洁公司（PROCTER&GAMBLE）

#### 一、公司简介

#### 二、美国宝洁舍小利而得大益的发展策略

#### 三、宝洁公司在中国的乡村化策略

### 第三节 美国安利公司（AMWAY）

#### 一、公司简介

#### 二、安利在中国的市场营销策略概述

#### 三、安利公司的制胜之道

### 第四节 美国雅芳（AVON）

#### 一、公司简介

#### 二、雅芳将中国市场作为独立的业务区

#### 三、雅芳营销转型后的发展概况

### 第五节 日本资生堂（SHISEIDO）

#### 一、公司简介

#### 二、资生堂发展中国男士化妆品市场

#### 三、资生堂全面抢占中国市场

### 第六节 英国联合利华（UNILEVER）

#### 一、公司简介

#### 二、联合利华用中国品牌攻占中国市场

## 第十章 2009-2010年中国化妆品企业竞争财务数据分析

### 第一节 上海家化联合股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、2008-2010年公司成长性分析
- 三、2008-2010年公司财务能力分析
- 四、2008-2010年公司偿债能力分析
- 五、2008-2010年公司现金流量分析表
- 六、2008-2010年公司经营能力分析
- 七、2008-2010年公司盈利能力分析

## 第二节 索芙特股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、2008-2010年公司成长性分析
- 三、2008-2010年公司财务能力分析
- 四、2008-2010年公司偿债能力分析
- 五、2008-2010年公司现金流量分析表
- 六、2008-2010年公司经营能力分析
- 七、2008-2010年公司盈利能力分析

## 第三节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

## 第四节 雅芳（中国）有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

## 第五节 天津郁美净集团有限公司

- 一、公司基本概述
- 二、公司主要经营数据指标分析
- 三、公司竞争力分析
- 四、公司发展战略分析

## 第六节 妮维雅(上海)有限公司

- 一、公司基本概述



二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第七节 四川可采实业有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第八节 江苏东洋之花化妆品有限公司

一、公司基本概述

二、公司主要经营数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司发展战略分析

第十一章 2011-2015年中国美白护肤产品产业投资机会与风险分析

第一节 2011-2015年中国美白护肤产品产业投资环境分析

第二节 2011-2015年中国美白护肤产品产业投资机会分析

一、中国美白护肤产品产业吸引力分析

二、中国美白护肤产品产业区域投资潜力分析

第三节 2011-2015年中国美白护肤产品产业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

第四节 2011-2015年中国美白护肤产品产业投资建议分析

第十二章 2011-2015年中国美白护肤产品运行趋势预测分析

第一节 2011-2015年中国美白护肤产品发展趋势分析

一、花朵美容护肤品有望成为新宠

二、医药处方护肤品前景光明

三、美白护肤化妆品开发和研发动向

第二节 2011-2015年中国美白护肤产品市场的发展潜力分析

一、中国美白护肤产品市场需求分析

## 二、中国美白护肤产品供给形势预测

## 三、中国美白护肤产品竞争格局预测分析

### 第三节2011-2015年中国美白护肤产品市场盈利预测分析

图表名称：部分

图表 2006-2009年中国化妆品制造行业企业数量增长趋势图

图表 2006-2009年中国化妆品制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表 2006-2009年中国化妆品制造行业总体销售额增长趋势图

图表 2006-2009年中国化妆品制造行业总体利润总额增长

图表 2006-2009年中国化妆品制造行业总体从业人数分析

图表 2006-2009年中国化妆品制造行业投资资产增长性分析

图表 2010年5月中国各省市化妆品制造行业企业数量统计表

图表 2010年5月中国各省市化妆品制造行业企业数量分布图

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业销售收入统计表

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业销售收入分布图

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业利润总额统计表

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业利润总额分布图

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业利润总额增长最快的省市对比图

图表 2010年5月底中国各省市化妆品制造行业资产统计表

图表 2010年5月底中国各省市化妆品制造行业资产分布图

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业资产增长速度对比图

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业工业总产值

图表 2010年1-5月中国各省市化妆品制造行业工业销售产值

图表 2010年化妆品制造行业产销率（数据均可更新至最新月份）

图表 2001-2009年中国美容品或化妆品及护肤品出口统计

图表 2001-2009年中国美容品或化妆品及护肤品进口统计

图表 2001-2009年中国美容品或化妆品及护肤品进出口价格对比

图表 中国美容品或化妆品及护肤品进出口主要来源地及出口目的地

图表 中国美容品或化妆品及护肤品进出口省市分析

图表 2008-2010年上海家化联合股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年上海家化联合股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年上海家化联合股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年上海家化联合股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年上海家化联合股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年上海家化联合股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年上海家化联合股份有限公司盈利能力分析

图表 2008-2010年索芙特股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年索芙特股份有限公司财务能力分析

图表 2008-2010年索芙特股份有限公司经营效率分析

图表 2008-2010年索芙特股份有限公司偿债能力分析

图表 2008-2010年索芙特股份有限公司现金流量分析表

图表 2008-2010年索芙特股份有限公司经营能力分析

图表 2008-2010年索芙特股份有限公司盈利能力分析

图表 玫琳凯(中国)化妆品有限公司盈利指标情况

图表 玫琳凯(中国)化妆品有限公司资产运行指标状况

图表 玫琳凯(中国)化妆品有限公司资产负债能力指标分析

图表 玫琳凯(中国)化妆品有限公司盈利能力情况

图表 玫琳凯(中国)化妆品有限公司销售收入情况

图表 玫琳凯(中国)化妆品有限公司成本费用构成情况

图表 雅芳（中国）有限公司盈利指标情况

图表 雅芳（中国）有限公司资产运行指标状况

图表 雅芳（中国）有限公司资产负债能力指标分析

图表 雅芳（中国）有限公司盈利能力情况

图表 雅芳（中国）有限公司销售收入情况

图表 雅芳（中国）有限公司成本费用构成情况

图表 天津郁美净集团有限公司盈利指标情况

图表 天津郁美净集团有限公司资产运行指标状况

图表 天津郁美净集团有限公司资产负债能力指标分析

图表 天津郁美净集团有限公司盈利能力情况

图表 天津郁美净集团有限公司销售收入情况

图表 天津郁美净集团有限公司成本费用构成情况

图表 妮维雅(上海)有限公司盈利指标情况

图表 妮维雅(上海)有限公司资产运行指标状况

图表 妮维雅(上海)有限公司资产负债能力指标分析

图表 妮维雅(上海)有限公司盈利能力情况

图表 妮维雅(上海)有限公司销售收入情况

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015

年中国美白护肤产品品牌竞争力及投资风险预测分析报告》，内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表 妮维雅(上海)有限公司成本费用构成情况

图表 四川可采实业有限公司盈利指标情况

图表 四川可采实业有限公司资产运行指标状况

图表 四川可采实业有限公司资产负债能力指标分析

图表 四川可采实业有限公司盈利能力情况

图表 四川可采实业有限公司销售收入情况

图表 四川可采实业有限公司成本费用构成情况

图表 江苏东洋之花化妆品有限公司盈利指标情况

图表 江苏东洋之花化妆品有限公司资产运行指标状况

图表 江苏东洋之花化妆品有限公司资产负债能力指标分析

图表 江苏东洋之花化妆品有限公司盈利能力情况

图表 江苏东洋之花化妆品有限公司销售收入情况

图表 江苏东洋之花化妆品有限公司成本费用构成情况

图表 略&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/160914.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。