



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国润唇膏行业市场 走势及发展前景咨询报告

一、调研说明

《2011-2015年中国润唇膏行业市场走势及发展前景咨询报告》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/170429.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

艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创,为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！

第一章 2010年中国润唇膏行业发展环境分析

第一节 2010年中国润唇膏行业发展经济环境分析

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

第二节 2010年中国润唇膏行业发展政策环境分析

一、政府出台相关政策分析

二、产业发展标准分析

三、进出口政策分析

第三节 2010年中国润唇膏行业发展社会环境分析

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

第二章 2010年中国化妆品市场发展状况分析

第一节 2010年中国化妆品市场总体概况

- 一、中国化妆品市场发展回顾
- 二、化妆品市场发展的总体概述
- 三、国内化妆品市场结构分析
- 四、化妆品网购市场

第二节 2010年中国化妆品市场消费分析

- 一、化妆品市场消费者的构成
- 二、化妆品市场消费的特点
- 三、化妆品市场居民消费的构成
- 四、美容化妆品市场的消费状况调查
- 五、女性购买化妆品的心理因素研究

第三节 2010年中国化妆品包装行业运行情况分析

- 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

第四节 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

第五节 2010年中国化妆品市场发展的对策分析

- 一、中国化妆品市场发展的建议
- 二、国内化妆品市场的发展对策
- 三、化妆品企业发展要集体补标识规范课
- 四、化妆品行业地位提升的对策探讨

第三章 2010年中国润唇膏行业运行情况分析

第一节 2010年中国润唇膏行业整体状况分析

- 一、润唇膏行业供给规模分析
- 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

第二节 2010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

第三节 2010年中国润唇膏包装市场分析

一、中国润唇膏包装技术的发展分析

二、中国润唇膏包装市场的发展趋势分析

第四章 2010年中国润唇膏市场需求分析

第一节 2010年中国润唇膏市场销售态势分析

一、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、中国滋润型润唇膏销售状况分析

四、中国保湿型润唇膏销售状况分析

第二节 2010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

第三节 2010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

第四节 2010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

第五节 2010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

第五章 2010年中国润唇膏行业市场调查分析

第一节 2010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

第二节 2010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

第三节 2010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

第四节 2010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

第五节 2010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

第六章 2010年中国润唇膏市场销售渠道分析

第一节 2010年国际润唇膏销售形态分析

第二节 2010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

第三节 2010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

第四节 2010年中国润唇膏销售渠道分析

- 一、超市
- 二、专柜
- 三、网购
- 四、其他

第七章 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

第八章 2008-2009年中国唇用化妆品市场进出口数据分析

第一节 2008-2009年中国唇用化妆品出口统计

第二节 2008-2009年中国唇用化妆品进口统计

第三节 2008-2009年中国唇用化妆品进出口价格对比

第四节 中国唇用化妆品进出口主要来源地及出口目的地

第九章 2010年中国润唇膏行业竞争状况分析

第一节 2010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

第二节 2010年中国润唇膏市场竞争表现特点分析

一、国际品牌竞争力最强，合资品牌紧随其后

二、激烈竞争导致行业集中度下滑

第三节 2010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

第四节 2010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

第五节 2010年中国润唇膏重点城市市场分析

一、北京

二、上海

三、广州

第十章 2010年润唇膏市场国内外著名品牌分析

第一节 美宝莲Maybelline ——法国欧莱雅集团旗下品牌

一、公司基本概况

二、在华销售情况

三、竞争优劣势分析

四、公司国际化战略发展分析

第二节 曼秀雷敦

第三节 欧莱雅L'OREAL

第四节 雅芳AVOU

第五节 Dior迪奥 ——Christian Dior

第六节 兰蔻Lancôme

第七节 羽西Yuesai——欧莱雅集团

第八节 安娜苏Anna Sui

第九节 倩碧Clinique——雅诗兰黛品牌

第十节 露华浓Revlon

第十一节 CarMax樱桃润唇膏

第十一章 2010年中国润唇膏行业重点企业关键性数据分析

第一节 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

第二节 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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第六节 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

第十二章 2011-2015年中国润唇膏行业投资前景分析

第一节 2011-2015年中国润唇膏行业投资机会分析

第二节 2011-2015年中国润唇膏行业投资风险分析

一、原材料风险分析

二、竞争风险分析

三、市场风险分析

四、其他风险分析

第三节 2011-2015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

第四节 2011-2015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、商标是创造品牌的关键

第五节 2011-2015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

第十三章 2011-2015年中国润唇膏行业发展趋势分析

第一节 2011-2015年国际润唇膏行业趋势分析

第二节 2011-2015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

第三节 2011-2015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

第四节 2011-2015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

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11月中国各省市化妆品制造行业企业数量统计表

图表 2010年11月中国各省市化妆品制造行业企业数量分布图

图表 2010年1-11月中国各省市化妆品制造行业销售收入统计表

图表 2010年1-11月中国各省市化妆品制造行业销售收入分布图

图表 2010年1-11月中国各省市化妆品制造行业利润总额统计表

图表 2010年1-11月中国各省市化妆品制造行业利润总额分布图

图表 2010年1-11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11月底中国各省市化妆品制造行业资产统计表

图表 2010年11月底中国各省市化妆品制造行业资产分布图

图表 2010年1-11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1-11月中国各省市化妆品制造行业工业总产值

图表 2010年1-11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 2008-2009年中国唇用化妆品出口统计

图表 2008-2009年中国唇用化妆品进口统计

图表 2008-2009年中国唇用化妆品进出口价格对比

图表 中国唇用化妆品进出口主要来源地及出口目的地

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

图表 妮维雅(上海)有限公司成本费用构成情况

艾凯数据研究中心发布的

《2011-2015年中国润唇膏行业市场走势及发展前景咨询报告》，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 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…………

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/170429.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。