



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年美白行业市场发展前景预测及投资风险研究报告

一、调研说明

《2011-2015年美白行业市场前景预测及投资风险研究报告》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/185365.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

内容简介

近年来,国内美白、祛斑类产品已成为护肤品中的主流产品之一。十几年前,人们大多是使用"增白粉蜜"一类的物理遮蔽性美白产品修饰自己的皮肤,如今此类产品作为低档、过时的品种已淡出城市、转入村镇。目前市场上的祛斑美容产品以国外各大化妆品公司研发的美白祛斑产品为主,利用高科技提取植物精华配合新兴的维生素制剂,直接作用于面部肌肤,让其有效成分渗透到皮肤基底层,还原分解已有的黑色素,活化细胞,淡化面部斑点。从外涂抹擦精华素,到内服口服液,以及最近兴起的中药面膜,产品剂型、花样、概念不断翻新。世界化妆品专家一直致力于开发各种美白祛斑类化妆品,目前市面上销售的美白化妆品近千种,在一定程度上解决了皮肤色斑的问题。但由于科技水平的限制,许多美白祛斑剂的安全性,只有经过长期、广泛的使用才能逐步被确定。因此美白祛斑产品在带给人们美的同时,也可能带来许多安全隐患。此外,伪劣产品的存在,使得美白祛斑化妆品市场鱼龙混珠。因而,美白祛斑化妆品的安全性,越来越引起人们的重视。

在美白类护肤品中,销售量较高的均是一些大企业的知名品牌,如宝洁(广州)公司生产的"玉兰油"系列、联合利华(上海)公司生产的"旁氏"美白系列、资生堂(北京)公司生产的"欧伯莱"美白产品、深圳丽斯达公司生产的"小护士"美白产品、上海家化生产的"美加净"和"清妃"系列等等。这些销售排名在前10位的产品们的市场份额占到整个市场的60%以上,引导着整个美白产品市场的发展潮流。在配方中绝大多数产品使用了复合美白成分。目前的产品,单独使用任何一种美白成分,都很难达到令人十分满意的美白、祛斑效果。因此,复合使用美白剂已成为当今美白产品配方开发的潮流之一。产品成系列进入市场成为了趋势,全国美白、祛斑类产品中,约85%是以系列产品的形式在市场上销售的。有些系列产品包括洗面奶、润肤水、膏霜、乳液、精华素等,品种十分齐全。美白产品系列化的优势在于配方思路统一,不同产品之间的功能互相协调,有利于整体美白效果的充分发挥。天然美白成分越来越多使用在产品中,与过去相比,现在的许多美白、祛斑类产品中都添加了天然美白成分,其中目前使用最多的天然成分是甘草提取物与胎盘提取液。中国美白化妆品有着悠久的历史,东方女性历来崇尚"肤如雪,凝如脂"的美白效果,但我国由于受近代科技发展水平的限制,在美的研究目前尚处发展阶段,较日、韩有较大的差距。近年来,由于国民经济的飞速发展,人们生活质量有了明显提高,公众对美白的需求成倍增长。从销售额和人均消费水平看,我国美白行业具有很大的发展空间。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上,主要依据国家统计局、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、中华全国工商联美容化妆品

业商会、中华医学会医学美学与美容学分会等国内外相关刊物的基础信息以及护肤品行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于美白行业整体发展大势，对中国美白行业的发展情况、市场发展、进出口、竞争格局等进行了分析及预测，并对未来美白行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了美白行业今后的发展与投资策略，为美白产品生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 中国美白行业竞争背景分析 1

第一节 政策背景 1

一、宏观政策背景 1

二、财政货币政策背景 7

三、产业政策背景 10

四、政策变更对美白行业影响分析 22

第二节 经济背景 25

一、经济发展状况 25

二、收入增长情况 47

三、固定资产投资 47

四、存贷款利率变化 53

五、人民币汇率变化 55

六、金融危机对美白行业影响分析 59

第三节 社会背景 61

一、人口社会背景 61

二、社会年龄结构 64

三、社会学历结构 66

- 四、收入差距结构 66
- 五、其他社会因素 69
- 六、社会背景对美白行业影响分析 71
- 第四节 技术背景 72
 - 一、技术研发现状 72
 - 二、新技术应用 79
 - 三、技术发展趋势 85
 - 四、技术创新对美白行业影响分析 89

第二章 中国美白行业市场现状分析 93

- 第一节 市场发展阶段 93
 - 一、美白行业产品现状 93
 - 二、美白行业市场现状 97
- 第二节 市场竞争结构 99
 - 一、从美容化妆品生产企业来分析 99
 - 二、从经销商角度来分析 100
 - 三、从消费者角度来分析 102
- 第三节 市场供需格局 103
- 第四节 市场发展趋势 109
- 第五节 未来市场预测 113

第三章 美白行业的进出口分析 115

- 第一节 中国美白行业的进出口格局分析 115
 - 一、进口格局 115
 - 二、出口格局 117
- 第二节 2010-2011年中国美白行业的进出口数据统计 119
 - 一、进口数据 119
 - 二、出口数据 119
- 第三节 进出口因素分析 119
 - 一、金融危机特别是后危机时代主要影响因素 119
 - 二、人民币升值对进出口影响分析 121
 - 三、行业高端产品进出口市场分析 124

四、营销模式对产品进出口影响分析 126

第四节 2011-2015年中国美白行业的进口预测 128

第五节 2011-2015年中国美白行业的出口预测 131

第四章 2006-2010年中国美白行业重点数据解析 133

第一节 美白行业规模情况分析 133

一、行业单位规模情况分析 133

二、行业人员规模状况分析 134

三、行业资产规模状况分析 134

四、行业市场规模状况分析 135

第二节 美白行业综合能力分析及预测 135

一、行业盈利能力分析与预测 135

二、行业偿债能力分析与预测 135

三、行业营运能力分析与预测 143

四、行业发展能力分析与预测 150

第二部分 市场竞争分析

第五章 美白行业的区域格局分析 153

第一节 华北 153

第二节 东北 153

第三节 华东 155

第四节 华中 155

第五节 华南 157

第六节 西南 168

第七节 西北 168

第六章 美白行业市场竞争分析 171

第一节 行业竞争结构 171

一、美白行业竞争结构分析 171

二、中国美白行业市场竞争 172

第二节 中国美白行业国际竞争力比较 172

一、资本暗流涌动 173

- 二、国际巨头营销变阵 174
- 三、流通业态的新趋势 178
- 四、本土品牌的希望之旅 179
- 第三节 行业集中度分析 180
- 第四节 行业竞争趋势 181
- 第五节 行业竞争策略 181
 - 一、行业的竞争战略 183
 - 二、行业的品牌策略 185
 - 三、行业的渠道策略 188
 - 四、行业的终端策略 190

第七章 美白行业重点企业分析 193

- 第一节 欧莱雅集团 193
 - 一、企业基本概述 193
 - 二、企业品牌与产品 194
 - 三、企业男士产品品牌建设 197
 - 四、企业在中国市场策略分析 202
 - 五、2010年企业经营状况 207
- 第二节 宝洁公司 208
 - 一、企业基本概述 208
 - 二、企业品牌状况 210
 - 三、企业营销策略 211
 - 四、宝洁在中国的广告策略 214
 - 五、2010年企业经营状况 217
- 第三节 联合利华公司 218
 - 一、企业基本概述 218
 - 二、企业产品 220
 - 三、企业在中国发展 221
 - 四、2010年企业经营状况 222
- 第四节 株式会社资生堂 223
 - 一、企业基本概述 223
 - 二、企业产品与品牌 224

三、企业产品特点	225
四、企业经营状况	226
五、企业经营分析	227
第五节 美国雅芳产品有限公司	228
一、企业基本概述	228
二、企业销售通路	228
三、2010年企业经营	231
四、2010年企业在中国经营状况	234
第六节 雅诗兰黛集团	235
一、企业基本概述	235
二、企业品牌动态	237
三、企业产品与服务	238
四、企业男性产品营销	245
五、2010年企业经营状况	247
第七节 上海家化联合股份有限公司	249
一、企业基本概述	249
二、企业品牌情况	253
三、2010年企业经营状况	255
四、企业成长空间广阔	260
五、民族日化产业稳健快速前行	261
第八节 美白服务企业	262
一、雅兰国际（香港）健康美容集团	262
二、自然美国际事业集团	266
三、佐登妮丝美容SPA生活馆	271
四、百莲凯美容美体国际连锁机构	279
五、秀颜国际SPA香熏美颜美体连锁机构	282

第三部分 产业投资分析

第八章 美白行业的投资分析 287

第一节 投资环境 287

第二节 投资机遇 291

第三节 投资风险 294

- 一、市场竞争风险 294
- 二、原材料压力风险分析 296
- 三、技术风险分析 297
- 四、政策和体制风险 300
- 第四节 投资前景 301

第四部分 产业前景及策略

第九章 美白行业品牌经营分析及策略 305

第一节 美白行业市场品牌SWOT分析 305

- 一、优势分析 305
- 二、劣势分析 306
- 三、机会分析 307
- 四、威胁分析 308

第二节 美白行业的品牌风险分析 309

- 一、品牌定位风险 309
- 二、品牌竞争风险 312
- 三、品牌文化风险 313
- 四、品牌资源风险 318
- 五、品牌同质风险 319

第三节 美白行业市场品牌建设及策略建议 320

- 一、品牌推广策略建议 320
- 二、品牌内涵策略建议 322
- 三、品牌文化策略建议 327
- 四、品牌外延策略建议 328
- 五、品牌风险规避建议 333

第十章 美白行业前景分析及对策 341

第一节 行业发展前景分析 341

- 一、行业市场发展前景分析 341
- 二、行业市场蕴藏的商机分析 342
- 三、行业整体规划解读 343

第二节 行业发展对策 351

- 一、把握国家投资的契机 351
- 二、竞争性战略联盟的实施 351
- 三、市场的重点客户战略实施 356

图表目录：

- 图表：病房每床单元设备 13
- 图表：观察床每床单元应备设备 16
- 图表：观察床每床单元应备设备 20
- 图表："十一五"时期国内生产总值增长率 25
- 图表：2008年第四季度—2010年中央政府公共投资的主要用途 26
- 图表：粮食产量七连增情况 28
- 图表："十一五"时期中央财政用于"三农"的投入增长情况 28
- 图表："十一五"时期饮水安全工程受益人数增加情况 29
- 图表：2010-2011年中国期末企业单位数 38
- 图表：2010-2011年中国亏损企业单位数 38
- 图表：2010-2011年中国应收账款净额 39
- 图表：2010-2011年中国产成品 39
- 图表：2010-2011年中国流动资产平均余额 39
- 图表：2010-2011年中国资产合计 40
- 图表：2010-2011年中国负债合计 40
- 图表：2010-2011年中国主营业务收入 40
- 图表：2010-2011年中国主营业务成本 41
- 图表：2010-2011年中国主营业务税金及附加 41
- 图表：2010-2011年中国营业费用 42
- 图表：2010-2011年中国管理费用 42
- 图表：2010-2011年中国财务费用 42
- 图表：2010-2011年中国利息支出 43
- 图表：2010-2011年中国利润总额 43
- 图表：2010-2011年中国亏损企业亏损额 43
- 图表：2010-2011年中国税金总额 44
- 图表：2010-2011年中国应交增值税 44
- 图表：2010-2011年中国全部从业人员平均人数 45

图表：2010-2011年中国行业固定资产投资完成额 45

图表：2010-2011年中国行业工业品出厂价格指数 45

图表：2010-2011年中国行业工业增加值增长率 46

图表：2010-2011年中国行业出口交货值 46

图表：2010-2011年中国行业出口交货值 47

图表：2008-2009年中国国民总收入 49

图表：2008-2009年中国国内生产总值 49

图表：2008-2009年中国人均国内总产值 49

图表：2008-2009年中国国民总收入指数 49

图表：2008-2009年中国国内生产总值指数 50

图表：2008-2009年中国人均国内总产值指数 50

图表：2008-2009年中国国民总收入指数 50

图表：2008-2009年中国国内生产总值指数 50

图表：2008-2009年中国人均国内总产值指数 50

图表：2008-2009年中国全体居民消费 50

图表：2008-2009年中国城乡消费水平对比 51

图表：2008-2009年中国全体居民消费指数 51

图表：2008-2009年中国全体居民消费指数 51

图表：2008-2009年中国全社会固定资产投资 51

图表：2008-2009年中国居民消费价格指数 51

图表：2008-2009年中国商品零售价格指数 51

图表：2008-2009年中国商品零售价格指数 51

图表：2008-2009年中国工业品出厂价格指数 52

图表：2008-2009年中国化学工业 52

图表：2008-2009年中国工业品出厂价格指数(1985年=100) 52

图表：2008-2009年中国原材料、燃料、动力购进价格指数(上年=100) 52

图表：2008-2009年中国原材料、燃料、动力购进价格指数(1990年=100) 52

图表：2008-2009年中国固定资产投资价格指数(上年=100) 52

图表：2008-2009年中国固定资产投资价格指数(1991年=100) 52

图表：中国1995年以来金融机构基准贷款利率变动 53

图表：自1993年以来部分 期限居民储蓄利率变化表 54

图表：1993年以来金融机构法定准备金、超额准备金存款利率变化表 54

图表：以下为自1996年以来中央银行对金融机构贷款利率和再贴现利率变化表 55

图表：中国总人口 63

图表：中国男性人口数 63

图表：中国女性人口数 63

图表：中国城镇人口数 63

图表：中国乡村人口数 64

图表：2010年1月化妆品零售价格指数 107

图表：2010年2月化妆品零售价格指数 107

图表：2010年3月化妆品零售价格指数 107

图表：2010年4月化妆品零售价格指数 107

图表：2010年5月化妆品零售价格指数 107

图表：2010年6月化妆品零售价格指数 107

图表：2010年7月化妆品零售价格指数 107

图表：2010年8月化妆品零售价格指数 108

图表：2010年9月化妆品零售价格指数 108

图表：2010年10月化妆品零售价格指数 108

图表：2010年11月化妆品零售价格指数 108

图表：2010年12月化妆品零售价格指数 108

图表：2011年1月化妆品零售价格指数 108

图表：2011年2月化妆品零售价格指数 108

图表：2011年3月化妆品零售价格指数 109

图表：2011年4月化妆品零售价格指数 109

图表：2010年以来广东省化妆品进口月度趋势 115

图表：2009年1月-2010年8月广东化妆品出口月度走势 117

图表：2010进口美白针价格一览 119

图表：欧莱雅美白产品1 195

图表：欧莱雅美白产品2 195

图表：欧莱雅美白产品3 195

图表：欧莱雅美白产品4 196

图表：欧莱雅美白产品5 196

图表：欧莱雅美白产品6 196

图表：欧莱雅美白产品7 196

图表：欧莱雅美白产品8 196

图表：欧莱雅美白产品9 196

图表：欧莱雅美白产品10 196

图表：欧莱雅美白产品11 197

图表：欧莱雅美白产品12 197

图表：欧莱雅美白产品13 197

图表：雅斯兰黛产品1 243

图表：雅斯兰黛产品2 243

图表：雅斯兰黛产品3 243

图表：雅斯兰黛产品4 243

图表：雅斯兰黛产品5 244

图表：雅斯兰黛产品6 244

图表：雅斯兰黛产品7 244

图表：雅斯兰黛产品8 244

图表：雅斯兰黛产品9 244

图表：雅斯兰黛产品10 244

图表：雅斯兰黛产品11 244

图表：2010年上海家化联合股份有限公司主营构成 256

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司每股指标 257

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司获利能力 257

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司经营能力 258

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司偿债能力 258

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司资本结构 258

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司发展能力 258

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司现金流量 258

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司主营业务收入 259

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司主营业务利润 259

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司营业利润 259

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司利润总额 260

图表：2010-2011年上海家化联合股份有限公司净利润 260

图表：玉竹和白菊花的协同效果 291

通过《2011-2015年美白行业市场发展前景预测及投资风险研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/185365.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。