



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国润唇膏市场分 析预测及投资战略研究报告

# 一、调研说明

《2015-2020年中国润唇膏市场分析预测及投资战略研究报告》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/254532.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

### 第一章 2014年中国化妆品产业整体运行状况探析

#### 第一节 2014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、2014年化妆品网购市场

#### 第二节 2014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 2014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 2014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 2014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

### 第二章 2014年中国润唇膏行业市场发展环境解析

#### 第一节 2014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

第二节 2014年中国润唇膏市场政策环境分析

一、化妆品新政策要点解析

二、润唇膏质量标准

三、其它相关法律、法规

第三节 2014年中国润唇膏市场社会环境分析

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 2014年中国润唇膏市场运行新形势透析

第一节 2014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 2014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 2014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 2014年中国润唇膏市场需求分析

第一节 2014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 2014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 2014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 2014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 2014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 2014年中国润唇膏行业市场调研

### 第一节 2014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 2014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 2014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 2014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 2014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 2014年中国润唇膏市场销售渠道探究

##### 第一节 2014年国际润唇膏销售形态分析

##### 第二节 2014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 2014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 2014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 2007-2014年中国化妆品制造行业数据监测分析

### 第一节 2007-2014年中国化妆品制造行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

### 第二节 2014年中国化妆品制造行业结构分析

#### 一、企业数量结构分析

- 1、不同类型分析
- 2、不同所有制分析

#### 二、销售收入结构分析

- 1、不同类型分析
- 2、不同所有制分析

### 第三节 2007-2014年中国化妆品制造行业产值分析

- 一、产成品增长分析
- 二、工业销售产值分析
- 三、出口交货值分析

### 第四节 2007-2014年中国化妆品制造行业成本费用分析

- 一、销售成本统计
- 二、费用统计

### 第五节 2007-2014年中国化妆品制造行业盈利能力分析

- 一、主要盈利指标分析
- 二、主要盈利能力指标分析

## 第八章 2014年中国润唇膏市场竞争新格局透析

### 第一节 2014年中国润唇膏行业整体竞争总况

- 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 2014年中国润唇膏市场竞争呈现新亮点

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 2014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 2014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 2014年中国润唇膏重点城市市场分析

一、北京

二、上海

三、广州

第九章 2014年润唇膏市场国内外著名品牌分析

第一节 美宝莲Maybelline &mdash;&mdash;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 &mdash;&mdash;Christian Dior

第六节 兰蔻Lanc?me

第七节 羽西Yuesai&mdash;&mdash;欧莱雅集团

第八节 安娜苏Anna Sui

第九节 倩碧Clinique&mdash;&mdash;雅诗兰黛品牌

第十节 露华浓Revlon

第十一节 CarMax樱桃润唇膏

第十章 2014年中国润唇膏重点生产企业竞争力及关键性数据分析（企业可自选）

第一节 雅芳(中国)制造有限公司



## 一、企业概况

## 二、企业主要经济指标分析

## 三、企业盈利能力分析

## 四、企业偿债能力分析

## 五、企业运营能力分析

## 六、企业成长能力分析

### 第二节 资生堂丽源化妆品有限公司

## 一、企业概况

## 二、企业主要经济指标分析

## 三、企业盈利能力分析

## 四、企业偿债能力分析

## 五、企业运营能力分析

## 六、企业成长能力分析

### 第三节 曼秀雷敦(中国)药业有限公司

## 一、企业概况

## 二、企业主要经济指标分析

## 三、企业盈利能力分析

## 四、企业偿债能力分析

## 五、企业运营能力分析

## 六、企业成长能力分析

### 第四节 义乌市欧雅化妆品有限公司

## 一、企业概况

## 二、企业主要经济指标分析

## 三、企业盈利能力分析

## 四、企业偿债能力分析

## 五、企业运营能力分析

## 六、企业成长能力分析

### 第五节 大扇(上海)有限公司

## 一、企业概况

## 二、企业主要经济指标分析

## 三、企业盈利能力分析

## 四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 广州市美框化工有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 上虞普罗化妆品包装有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2015-2020年中国润唇膏行业发展趋势及市场预测分析

第一节 2015-2020年国际润唇膏行业趋势分析

第二节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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

第十二章 2015-2020年中国润唇膏行业投资机会与风险分析

第一节 2015-2020年中国润唇膏行业投资机会分析

一、润唇膏区域投资潜力分析

二、与产业链相关的投资机会分析

第二节 2015-2020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

第十三章 2015-2020年中国润唇膏生产企业发展战略研究

第一节 2015-2020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

第二节 2015-2020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

第三节 2015-2020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

第四节 专家建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2014年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2014年中国三产业增加值结构图

图表：2009-2014年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2014年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2014年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2014年中国工业增加值增长趋势图

图表：2009-2014年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2014年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2014年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2014年我国财政收入支出走势图

图表：2014年-2014年人民币兑美元汇率中间价

图表：2009-2014年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2014年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2014年中国外汇储备走势图

图表：2008-2014年央行利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2014年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2014年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2014年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2014年中国就业人数走势图

图表：2005-2014年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2014年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2014年我国总人口数量增长趋势图

图表：2014年人口数量及其构成

图表：2005-2014年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2014年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2014年中国城镇化率走势图

图表：2005-2014年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2007-2014年我国化妆品制造行业企业数量增长趋势图

图表：2007-2014年我国化妆品制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2007-2014年我国化妆品制造行业从业人数增长趋势图

图表：2007-2014年我国化妆品制造行业资产规模增长趋势图

图表：2014年我国化妆品制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2014年我国化妆品制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2014年我国化妆品制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2014年我国化妆品制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2007-2014年我国化妆品制造行业产成品增长趋势图

图表：2007-2014年我国化妆品制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2007-2014年我国化妆品制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2007-2014年我国化妆品制造行业销售成本增长趋势图

图表：2007-2014年我国化妆品制造行业费用使用统计图

图表：2007-2014年我国化妆品制造行业主要盈利指标统计图

图表：2007-2014年我国化妆品制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：雅芳(中国)制造有限公司主要经济指标走势图

图表：雅芳(中国)制造有限公司经营收入走势图

图表：雅芳(中国)制造有限公司盈利指标走势图

图表：雅芳(中国)制造有限公司负债情况图

图表：雅芳(中国)制造有限公司负债指标走势图

图表：雅芳(中国)制造有限公司运营能力指标走势图

图表：雅芳(中国)制造有限公司成长能力指标走势图

图表：资生堂丽源化妆品有限公司主要经济指标走势图

图表：资生堂丽源化妆品有限公司经营收入走势图

图表：资生堂丽源化妆品有限公司盈利指标走势图

图表：资生堂丽源化妆品有限公司负债情况图

图表：资生堂丽源化妆品有限公司负债指标走势图

图表：资生堂丽源化妆品有限公司运营能力指标走势图

图表：资生堂丽源化妆品有限公司成长能力指标走势图

图表：曼秀雷敦(中国)药业有限公司主要经济指标走势图

图表：曼秀雷敦(中国)药业有限公司经营收入走势图

图表：曼秀雷敦(中国)药业有限公司盈利指标走势图

图表：曼秀雷敦(中国)药业有限公司负债情况图

图表：曼秀雷敦(中国)药业有限公司负债指标走势图

图表：曼秀雷敦(中国)药业有限公司运营能力指标走势图

图表：曼秀雷敦(中国)药业有限公司成长能力指标走势图

图表：义乌市欧雅化妆品有限公司主要经济指标走势图

图表：义乌市欧雅化妆品有限公司经营收入走势图

图表：义乌市欧雅化妆品有限公司盈利指标走势图

图表：义乌市欧雅化妆品有限公司负债情况图  
图表：义乌市欧雅化妆品有限公司负债指标走势图  
图表：义乌市欧雅化妆品有限公司运营能力指标走势图  
图表：义乌市欧雅化妆品有限公司成长能力指标走势图  
图表：大扇(上海)有限公司主要经济指标走势图  
图表：大扇(上海)有限公司经营收入走势图  
图表：大扇(上海)有限公司盈利指标走势图  
图表：大扇(上海)有限公司负债情况图  
图表：大扇(上海)有限公司负债指标走势图  
图表：大扇(上海)有限公司运营能力指标走势图  
图表：大扇(上海)有限公司成长能力指标走势图  
图表：广州市美框化工有限公司主要经济指标走势图  
图表：广州市美框化工有限公司经营收入走势图  
图表：广州市美框化工有限公司盈利指标走势图  
图表：广州市美框化工有限公司负债情况图  
图表：广州市美框化工有限公司负债指标走势图  
图表：广州市美框化工有限公司运营能力指标走势图  
图表：广州市美框化工有限公司成长能力指标走势图  
图表：上虞普罗化妆品包装有限公司主要经济指标走势图  
图表：上虞普罗化妆品包装有限公司经营收入走势图  
图表：上虞普罗化妆品包装有限公司盈利指标走势图  
图表：上虞普罗化妆品包装有限公司负债情况图  
图表：上虞普罗化妆品包装有限公司负债指标走势图  
图表：上虞普罗化妆品包装有限公司运营能力指标走势图  
图表：上虞普罗化妆品包装有限公司成长能力指标走势图  
图表：略&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/254532.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。