



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国润唇膏市场发展现状及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国润唇膏市场发展现状及战略咨询报告》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/272859.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

润唇膏的主要作用是为双唇锁住水分提供屏障，它的基本成分离不开凡士林和蜡质（所以使用时有一些糊的感觉，编者注），不过现在也有不含蜡质的新配方，还有含维生素A、E等抗氧化成分以及SPF防晒功能的，在选用时，请参照成分选择自己所需的产品。

日常涂抹的护肤霜涂在干燥的唇上并没有作用。嘴唇需要较滋润、维持时间较长久、能停留在嘴唇表面而不渗透的护肤品，这就是润唇膏。虽不能说润唇膏的作用是万能的，但它含有的主要成分的确是针对唇部皮肤的特殊需要，能够为双唇锁住水分提供屏障。

润唇膏的基本成分离不开凡士林和蜡质，不过1976年以后也有不含蜡质的新配方。而维生素A、E等抗氧化成分，以及SPF防晒功能，都是时下热门润唇膏的卖点。如果唇部的皮肤比较敏感，最好选择含天然香料和香油成分的润唇膏。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2012-2015年中国润唇膏行业发展环境分析

第一节 2012-2015年中国润唇膏行业发展经济环境分析

一、中国gdp分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入

三、恩格尔系数

四、工业发展形势分析

五、存贷款利率变化

六、财政收支状况

第二节 2012-2015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

第三节 2012-2015年中国润唇膏行业发展社会环境分析

第二章 2012-2015年中国化妆品市场发展状况分析

第一节 2012-2015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、2015年化妆品网购市场

#### 第二节 2012-2015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 2012-2015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\*\*\*

##### 五、美容化妆品包装的发展走向

#### 第四节 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015年中国润唇膏行业运行情况分析

#### 第一节 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015年中国润唇膏市场需求分析

#### 第一节 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015年中国润唇膏行业市场调查分析

#### 第一节 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015年中国润唇膏市场销售渠道分析

### 第一节 2012-2015年国际润唇膏销售形态分析

### 第二节 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2011-2015年中国化妆品制造行业主要指标监测分析

### 第一节 2011-2015年中国化妆品制造行业数据统计与监测分析

- 一、2011-2015年中国化妆品制造行业企业数量增长分析
- 二、2011-2015年中国化妆品制造行业从业人数调查分析
- 三、2011-2015年中国化妆品制造行业总销售收入分析
- 四、2011-2015年中国化妆品制造行业利润总额分析
- 五、2011-2015年中国化妆品制造行业投资资产增长性分析

### 第二节 2015年中国化妆品制造行业最新数据统计与监测分析（按季度更新）

- 一、企业数量与分布
- 二、销售收入
- 三、利润总额
- 四、从业人数

### 第三节 2015年中国化妆品制造行业投资状况监测（按季度更新）

- 一、行业资产区域分布
- 二、主要省市投资增速对比

## 第八章 2012-2015年中国润唇膏行业竞争状况分析

### 第一节 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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——christiandior

#### 第六节 兰蔻lanc?me

#### 第七节 羽西yuesai——欧莱雅集团

#### 第八节 安娜苏annasui

#### 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



## 第十章 2012-2015年中国润唇膏行业重点企业关键性数据分析

### 第一节 上海家化联合股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析

### 第二节 曼秀雷敦(中国)药业有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

### 第三节 雅芳(中国)有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

### 第四节 克丽丝汀迪奥(上海)香水化妆品有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

### 第五节 资生堂丽源化妆品有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

## 第十一章 2016-2022年中国润唇膏行业发展趋势分析

### 第一节 2016-2022年国际润唇膏行业趋势分析

### 第二节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022年中国润唇膏行业投资前景分析

#### 第一节 2016-2022年中国润唇膏行业投资机会分析

#### 第二节 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022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

##### 第六节 专家建议

图表目录：

图表 2011-2015年化妆品制造行业企业数量增长趋势图

图表 2011-2015年中国化妆品制造行业亏损企业数量及亏损面情况变化图

图表 2011-2015年化妆品制造行业累计从业人数及增长情况对比图

图表 2006-2015年中国化妆品制造行业销售收入及增长趋势图

图表 2006-2015年中国化妆品制造行业毛利率变化趋势图

图表 2006-2015年中国化妆品制造行业利润总额及增长趋势图

图表 2011-2015年中国化妆品制造行业总资产利润率变化图

图表 2006-2015年中国化妆品制造行业总资产及增长趋势图

图表 2008-2015年中国化妆品制造行业亏损企业对比图

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业不同规模企业分布结构图

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业不同所有制企业比例分布图

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业主营业务收入与上年同期对比表

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业收入前五位省市比例对比表

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业销售收入排名前五位省市对比图

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业收入前五位省区占全国比例结构图

图表 2015年1-11月中国化妆品制造业主营入同比增速前五省市对比单位 千元

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业主营业务收入增长速度前五省市增长趋势图

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业利润总额及与上年同期对比图

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业利润总额前五位省市统计表单位 千元

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业利润总额前五位省市对比图

图表 2015年中国化妆品制造行业利润总额增长幅度最快的省市统计表单位 千元

图表 2015年中国化妆品制造行业利润总额增长最快省市变化趋势图

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业从业人数与上年同期对比图

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业资产总计及与上年同期对比图

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业资产总计前五位省市统计表

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业资产总计前五省市资产情况对比图

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业资产总计前五位省市分布结构图

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业资产增长幅度最快的省市统计表单位 千元

图表 2015年1-11月中国化妆品制造行业资产增速前五省市资产总计及增长趋势

图表 2011-2015年上海家化联合股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2011-2015年上海家化联合股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2011-2015年上海家化联合股份有限公司利润率走势图

图表 2011-2015年上海家化联合股份有限公司成长能力指标表

图表 2011-2015年上海家化联合股份有限公司经营能力指标表

图表 2011-2015年上海家化联合股份有限公司盈利能力指标表

图表 2011-2015年上海家化联合股份有限公司偿债能力指标表

图表 曼秀雷敦(中国)药业有限公司销售收入情况

图表 曼秀雷敦(中国)药业有限公司盈利指标情况

图表 曼秀雷敦(中国)药业有限公司盈利能力情况

图表 曼秀雷敦(中国)药业有限公司资产运行指标状况

图表 曼秀雷敦(中国)药业有限公司资产负债能力指标分析

图表 曼秀雷敦(中国)药业有限公司成本费用构成情况

图表 雅芳(中国)有限公司销售收入情况

图表 雅芳(中国)有限公司盈利指标情况

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)有限公司成本费用构成情况

图表 克丽丝汀迪奥(上海)香水化妆品有限公司销售收入情况

图表 克丽丝汀迪奥(上海)香水化妆品有限公司盈利指标情况

图表 克丽丝汀迪奥(上海)香水化妆品有限公司盈利能力情况

图表 克丽丝汀迪奥(上海)香水化妆品有限公司资产运行指标状况

图表 克丽丝汀迪奥(上海)香水化妆品有限公司资产负债能力指标分析

图表 克丽丝汀迪奥(上海)香水化妆品有限公司成本费用构成情况

图表 资生堂丽源化妆品有限公司销售收入情况

图表 资生堂丽源化妆品有限公司盈利指标情况

图表 资生堂丽源化妆品有限公司盈利能力情况

图表 资生堂丽源化妆品有限公司资产运行指标状况

图表 资生堂丽源化妆品有限公司资产负债能力指标分析

图表 资生堂丽源化妆品有限公司成本费用构成情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/272859.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。