



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2004-2005年中国美容用品市场 研究年度报告

## 一、调研说明

《2004-2005年中国美容用品市场研究年度报告》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/45287.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

### 【 目录 】 主要结论

#### 一、2004年全球美容用品市场现状与特点

##### 2 (一) 市场现状与特点

##### 2 1、世界各地美容用品市场发展极不平衡

##### 2 2、世界美容用品分销渠道以百货公司为主

##### 4 3、眼部彩妆品增长迅速

##### 5 4、高质、独特、领先和丰富的文化内涵成了知名品牌的四大特点

##### 6 (二) 主要国家和地区发展概要

##### 6 1、美国

##### 6 2、日本

##### 8 3、法国

##### 8 4、德国 二、2004年中国化妆品市场现状与特点

##### 10 (一) 市场现状

##### 10 1、规模继续扩大、增长迅速

##### 10 2、消费快速增长，市场需求旺盛

##### 11 3、生产健康发展，效益快速增长

##### 12 4、进口化妆品快速回升，出口继续高速增长

##### 12 5、各季度市场情况

##### 14 (二) 细分产品结构

##### 14 1、美容用品市场仍以脸部产品为主

##### 15 2、香水市场快速增长

##### 15 (三) 市场结构

##### 15 1、区域集中度

##### 16 2、品牌市场结构

##### 18 3、销售渠道结构

#### 三、2004年中国美容用品市场供需分析

##### 21 (一) 市场供需结构

##### 21 1、原料、采购与制造加工

##### 21 2、研发创新

21	3、品牌建立
22	4、广告与定价
22	(二) 需求分析
22	1、国内需求旺盛，稳步上升
24	2、出口额保持高速增长
25	3、中国化妆品市场的消费格局
26	(三) 供给分析
26	1、化妆品国内产值增长迅猛
27	2、进口保持较高速增长
28	3、化妆品价格持续走低
28	(四) 市场特征分析 四、2004年中国美容用品市场竞争格局分析与主力厂商市场竞争力评价
32	(一) 竞争格局分析
32	1、市场竞争格局
33	2、集中度
35	(二) 主力厂商市场竞争力评价
35	1、竞争力指标体系
36	2、主力厂商市场竞争力评价
46	五、影响2005 - 2009年中国化妆品市场发展因素 46 (一) 有利因素
46	1、市场需求潜力巨大
47	2、男性和中老年市场的兴起
47	3、贸易条件改变、行业规范化加强
48	4、新技术融入产品开发 49 (二) 不利因素
49	1、消费意识还比较保守
50	2、外资大量涌入，威胁本土企业
50	3、市场规范程度低
51	4、本土品牌研发能力弱、产品档次低 六、2005 - 2009年中国化妆品市场趋势分析
52	1、化妆品市场总体高速增长
52	2、企业规模和数量尚有发展空间
52	3、美容用品有望领军化妆品行业
53	4、高科技化妆品是未来发展新方向
54	5、价格将持续走低
54	6、渠道向多元化发展 七、2005 - 2009年中国化妆品市场发展预测 56 (一) 市场规模预测

## 57 (二) 市场结构预测

### 八、建议

58 1、抓住行业结构调整的有利时机，进行准确定位

58 2、充分挖掘巨大的市场需求，抢占更多市场份额

58 3、积极开拓新兴市场，获取占先优势

59 4、为直销法的颁布做好准备，争夺直销市场

59 5、警惕外资进军低端市场，守住最后的阵地

59 6、加强品牌建设与管理，走可持续发展之路

60 7、建设和巩固营销网络体系，打造核心竞争力 报告说明 表目录 2 表1 2003年世界各地美容用品销售额

3 表2 2003年全球美容用品销售渠道

3 表3 2003年欧、美、日美容用品销售渠道

4 表4 2003年世界各类美容用品销售状况

5 表5 2003年世界美容用品品牌占有率

11 表6 2003年1 - 9月中国化妆品销售额5亿元以上企业

12 表7 2004年限额以上批发零售贸易业化妆品类销售额

13 表8 2004年各季度限额以上批发零售贸易业化妆品类销售额

13 表9 2004年前两季度及7 - 8月化妆品出口数量和金额

15 表10 2002 - 2004年中国香水消费总量

16 表11 2004年6月份全国各地区美容用品品牌销售额排名

17 表12 2003年中国美容用品前四名市场综合占有率

23 表13 2001 - 2004年全国限额以上批发零售贸易业化妆品类销售额及零售额 23 表14 2003年全国销售区域构成和增长情况

24 表15 2003年中国化妆品出口产品种类及出口额

26 表16 2003年1 - 12月中国化妆品产值表

27 表17 2003年中国化妆品出口产品种类及进口额

34 表18 2003年中国美容用品市场品牌集中度

35 表19 竞争力指标体系

36 表20 主要厂商竞争力评价

56 表21 2005 - 2009年中国化妆品市场销售总额预测

57 表22 2005 - 2009年中国化妆品市场结构预测

图目录 3 图1 2003年全球美容用品销售渠道占有率

- 4 图2 2003年全球各类美容用品销售额比重图
- 5 图3 2003年美容用品品牌占有率
- 6 图4 2002年美国化妆品市场产品结构图
- 7 图5 2002年日本化妆品市场产品结构图
- 9 图6 2002年德国各类化妆品销售额
- 14 图7 2003年中国各类美容用品市场占有率
- 17 图8 2003年中国美容用品品牌市场综合占有率
- 21 图9 美容化用品产业价值链
- 23 图10 2001 - 2004年中国限额以上批发零售贸易业化妆品类销售额及零售额 24 图11 2003年中国各类化妆品出口额所占比例
- 26 图12 2003年1 - 12月份化妆品产值变化趋势
- 27 图13 2003年中国各类化妆品进口额所占比例
- 34 图14 2003年中国美容用品品牌市场综合占有率
- 56 图15 2005 - 2009年中国化妆品市场销售总额预测
- 57 图16 2005 - 2009年中国化妆品市场结构预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45287.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。