

2018-2024年中国润唇膏市场深度研究与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国润唇膏市场深度研究与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/201807/06-266518.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国润唇膏市场深度研究与发展趋势研究报告》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，具有重要的参考价值！

中国产业研究报告网是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章 2017年我国润唇膏行业发展环境分析

第一节 2017年我国润唇膏行业发展经济环境分析

一、我国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 2017年我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 2017年我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 2017年我国化妆品市场发展状况分析

第一节 2017年我国化妆品市场总体概况

- 一、我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 2017年我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 2017年我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 2017年我国化妆品市场存在的问题分析

- 一、我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、我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 2017年我国化妆品市场发展的对策分析

- 一、我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 2017年我国润唇膏行业运行情况分析

第一节 2017年我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 2017年我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 2017年我国润唇膏包装市场分析

一、我国润唇膏包装技术的发展分析

二、我国润唇膏包装市场的发展趋势分析

第四章 2017年我国润唇膏市场需求分析

第一节 2017年我国润唇膏市场销售态势分析

一、我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、我国滋润型润唇膏销售状况分析

四、我国保湿型润唇膏销售状况分析

第二节 2017年我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 2017年我国润唇膏市场消费特点分析

一、润唇膏品牌已深入人心

二、生活态度影响品牌选择

三、季节需求明显

四、品牌地域特色明显

第四节 2017年我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 2017年我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 2017年我国润唇膏行业市场调查分析

第一节 2017年我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 2017年我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 2017年我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 2017年我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 2017年我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 2017年我国润唇膏市场销售渠道分析

第一节 2017年国际润唇膏销售形态分析

第二节 2017年我国润唇膏的营销渠道分析

- 一、我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 2017年我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 2017年我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 2015-2017年我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 2015-2017年（按季度更新）我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 2015-2017年（按季度更新）我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 2015-2017年（按季度更新）我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 2015-2017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 2015-2017年我国唇用化妆品市场进出口数据分析

第一节 2015-2017年我国唇用化妆品出口统计

第二节 2015-2017年我国唇用化妆品进口统计

第三节 2015-2017年我国唇用化妆品进出口价格对比

第四节我国唇用化妆品进出口主要来源地及出口目的地

第九章 2017年我国润唇膏行业竞争状况分析

第一节 2017年我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 2017年我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 2017年我国润唇膏市场竞争行为分析

一、我国润唇膏市场价格竞争状况分析

二、我国润唇膏市场渠道竞争状况分析

三、我国润唇膏市场品牌竞争状况分析

第四节 2017年我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 2017年我国润唇膏重点城市市场分析

一、北京

二、上海

三、广州

第十章 2017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 2017年我国润唇膏行业重点企业关键性数据分析

第一节 玫琳凯(我国)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(我国)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 2018-2024年我国润唇膏行业投资前景分析

第一节 2018-2024年我国润唇膏行业投资机会分析

第二节 2018-2024年我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 2018-2024年我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 2018-2024年我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、我国企业的品牌战略
- 四、商标是创造品牌的关键

第五节 2018-2024年我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 2018-2024年我国润唇膏行业发展趋势分析（ZY LII）

第一节 2018-2024年国际润唇膏行业趋势分析

第二节 2018-2024年我国润唇膏行业趋势分析

- 一、我国润唇膏产品的发展潮流分析
- 二、我国润唇膏市场发展趋势分析
- 三、我国润唇膏行业走势与消费热点分析

第三节 2018-2024年我国润唇膏市场消费趋势与需求预测分析

- 一、我国润唇膏市场供需状况趋势分析
- 二、我国农村市场将逐渐成为重要的需求来源
- 三、我国润唇膏消费需求类别的变化

第四节 2018-2024年我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（ZY LII）

图表目录：部分

图表 2013-2017年我国化妆品制造行业企业数量增长趋势图

图表 2013-2017年我国化妆品制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表 2013-2017年我国化妆品制造行业总体销售额增长趋势图

图表 2013-2017年我国化妆品制造行业总体利润总额增长

图表 2013-2017年我国化妆品制造行业总体从业人数分析

图表 2013-2017年我国化妆品制造行业投资资产增长性分析

图表 2017年我国各省市化妆品制造行业企业数量统计表

图表 2017年我国各省市化妆品制造行业企业数量分布图

图表 2017年我国各省市化妆品制造行业销售收入统计表

图表 2017年我国各省市化妆品制造行业销售收入分布图

图表 2017年我国各省市化妆品制造行业利润总额统计表

图表 2017年我国各省市化妆品制造行业利润总额分布图

图表 2017年我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 2017年我国各省市化妆品制造行业资产统计表

图表 2017年我国各省市化妆品制造行业资产分布图

图表 2017年我国各省市化妆品制造行业资产增长速度对比图

图表 2017年我国各省市化妆品制造行业工业总产值

图表 2017年我国各省市化妆品制造行业工业销售产值

图表 2017年化妆品制造行业产销率（数据均可更新至最新月份）

图表 2015-2017年我国唇用化妆品出口统计

图表 2015-2017年我国唇用化妆品进口统计

图表 2015-2017年我国唇用化妆品进出口价格对比

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/201807/06-266518.html>