

2012-2016年中国润唇膏市 场供需预测与投资趋势研究报告

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

《2012-2016年中国润唇膏市场供需预测与投资趋势研究报告》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/R1201/201201/13-90398.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

2009年我国化妆品工业总产值为589.74亿元，同比增长8.3%，2010年，年销售额在亿元以上的化妆品工业有50余家，其中5亿元以上的有10多家。预计2011年，化妆品市场的年销售额有望达1000亿元，年递增12.9%左右。润唇膏作为化妆品行业产品一定会分享行业盛宴。

随着润唇膏市场竞争的愈发激烈，快速有效的掌握市场发展情况成为企业决策成功与否的关键。近些年各行业市场的规模和特点都出现了很大的变革，如何从专业的眼光认识润唇膏行业的发展和市场的转变，将成为企业未来生存和发展的首要问题。

中国产业研究报告网发布的《2012-2016年中国润唇膏市场供需预测与投资趋势研究报告》在对润唇膏产品行业的市场现状、发展环境、全球市场境况、竞争调查、区域竞争调查、企业竞争调查进行全面、细致研究的基础上，并对润唇膏行业内重点企业的产品竞争策略和发展动向进行了深入剖析，另外为还对润唇膏行业未来市场发展趋势进行了判断，旨在为投资者提供高价值的决策参考。

第一章 2011年中国润唇膏行业发展环境分析

第一节 2011年中国润唇膏行业发展经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、中国汇率调整

八、对外贸易&进出口

第二节 2011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

三、进出口政策分析

第三节 2011年中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

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第二章 2011年中国化妆品市场发展状况分析

第一节 2011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、化妆品网购市场

第二节 2011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 2011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 2011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 2011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 2011年中国润唇膏行业运行情况分析

第一节 2011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 2011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 2011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 2011年中国润唇膏市场需求分析

第一节 2011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 2011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 2011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 2011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 2011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 2011年中国润唇膏行业市场调查分析

第一节 2011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 2011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 2011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 2011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 2011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 2011年中国润唇膏市场销售渠道分析

第一节 2011年国际润唇膏销售形态分析

第二节 2011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 2011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 2011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 2007-2011年中国化妆品制造行业数据监测分析

第一节 2007-2011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 2011年三季度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 2007-2011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 2007-2011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 2007-2011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 2006-2010年中国唇用化妆品进出口数据分析

第一节 2006-2010年中国唇用化妆品进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2006-2010年中国唇用化妆品出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2006-2010年中国唇用化妆品进出口平均单价分析

第四节 2006-2010年中国唇用化妆品进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第九章 2011年中国润唇膏行业竞争状况分析

第一节 2011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 2011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 2011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 2011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 2011年中国润唇膏重点城市市场分析

一、北京

二、上海

三、广州

第十章 2011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 2011年中国润唇膏行业重点企业关键性数据分析

第一节 玫琳凯(中国)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

第二节 雅芳(中国)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 天津郁美净集团有限公司

- 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 妮维雅(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

第五节 四川可采实业有限公司

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

第六节 江苏东洋之花化妆品有限公司

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

第十二章 2012-2016年中国润唇膏行业发展趋势分析

第一节 2012-2016年国际润唇膏行业趋势分析

第二节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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

第十三章 2012-2016年中国润唇膏行业投资前景分析

第一节 2012-2016年中国润唇膏行业投资机会分析

第二节 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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 2012-2016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 中国产业研究报告网专家建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2011年上半年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2009.04-2011.06年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2011年上半年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2011年上半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：2009-2011年一季度我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2011年上半年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2011年上半年我国财政收入支出走势图

图表：2011年美元兑人民币汇率中间价

图表：2009-2011年上半年中国货币供应量月度走势图

图表：2001-2011年9月中国外汇储备走势图

图表：1990-2011年央行存款利率调整统计表

图表：1990-2011年央行贷款利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2011年上半年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2011年上半年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2011年上半年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：2005-2010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：2001-2010年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2010年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2007-2011年中国化妆品制造行业企业数量增长趋势图

图表：2007-2011年中国化妆品制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2007-2011年中国化妆品制造行业从业人数增长趋势图

图表：2007-2011年中国化妆品制造行业资产规模增长趋势图

图表：2011年三季度中国化妆品制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2011年三季度中国化妆品制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2011年三季度中国化妆品制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2011年三季度中国化妆品制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2007-2011年中国化妆品制造行业产成品增长趋势图

图表：2007-2011年中国化妆品制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2007-2011年中国化妆品制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2007-2011年中国化妆品制造行业销售成本增长趋势图

图表：2007-2011年中国化妆品制造行业费用使用统计图

图表：2007-2011年中国化妆品制造行业主要盈利指标统计图

图表：2007-2011年中国化妆品制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2006-2010年中国唇用化妆品进口数量分析

图表：2006-2010年中国唇用化妆品进口金额分析

图表：2006-2010年中国唇用化妆品出口数量分析

图表：2006-2010年中国唇用化妆品出口金额分析

图表：2006-2010年中国唇用化妆品进出口平均单价分析

图表：2006-2010年中国唇用化妆品进口国家及地区分析

图表：2006-2010年中国唇用化妆品出口国家及地区分析

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司主要经济指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司经营收入走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司盈利指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司负债情况图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司负债指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司运营能力指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司成长能力指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司主要经济指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司经营收入走势图

图表：雅芳（中国）有限公司盈利指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司负债情况图

图表：雅芳（中国）有限公司负债指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司运营能力指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司成长能力指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司主要经济指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司经营收入走势图

图表：天津郁美净集团有限公司盈利指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司负债情况图

图表：天津郁美净集团有限公司负债指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司运营能力指标走势图

图表：天津郁美净集团有限公司成长能力指标走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司主要经济指标走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司经营收入走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司盈利指标走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司负债情况图

图表：妮维雅(上海)有限公司负债指标走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司运营能力指标走势图

图表：妮维雅(上海)有限公司成长能力指标走势图

图表：四川可采实业有限公司主要经济指标走势图

图表：四川可采实业有限公司经营收入走势图

图表：四川可采实业有限公司盈利指标走势图

图表：四川可采实业有限公司负债情况图

图表：四川可采实业有限公司负债指标走势图

图表：四川可采实业有限公司运营能力指标走势图

图表：四川可采实业有限公司成长能力指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司主要经济指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司经营收入走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司盈利指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司负债情况图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司负债指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司运营能力指标走势图

图表：江苏东洋之花化妆品有限公司成长能力指标走势图

通过《2012-2016年中国润唇膏市场供需预测与投资趋势研究报告》，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、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/201201/13-90398.html>