

中国润唇膏可行性研究报告（2012-2016年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国润唇膏可行性研究报告（2012-2016年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/132027132027.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

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，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，消费者应参照成分选择自己所需的产品。

中国报告网发布的《中国润唇膏可行性研究报告（2012-2016年）》共十二章。首先介绍了中国润唇膏行业市场发展环境、中国润唇膏整体运行态势等，接着分析了中国润唇膏行业市场运行的现状，然后介绍了中国润唇膏市场竞争格局。随后，报告对中国润唇膏做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国润唇膏行业发展趋势与投资预测。您若想对润唇膏产业有个系统的了解或者想投资润唇膏行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

第一章 中国化妆品产业整体运行新形势透析

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
- 第二章 中国润唇膏市场运行环境解析
 - 第一节 国内润唇膏经济环境分析
 - 一、GDP历史变动轨迹分析
 - 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
 - 三、2012年中国润唇膏经济发展预测分析
 - 第二节 中国润唇膏行业政策环境分析
- 第三章 中国润唇膏行业市场分析
 - 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 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 中国润唇膏行业市场调研分析

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 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 2009-2011年中国化妆品制造行业数据分析

第一节 2009-2011年中国化妆品行业总体数据分析

一、2009年中国化妆品行业全部企业数据分析

二、2010年中国化妆品行业全部企业数据分析

三、2011年中国化妆品行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国化妆品行业不同规模企业数据分析

一、2009年中国化妆品行业不同规模企业数据分析

二、2010年中国化妆品行业不同规模企业数据分析

三、2011年中国化妆品行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国化妆品行业不同所有制企业数据分析

一、2009年中国化妆品行业不同所有制企业数据分析

二、2010年中国化妆品行业不同所有制企业数据分析

三、2011年中国化妆品行业不同所有制企业数据分析

第八章 中国润唇膏市场竞争新格局透析

第一节 2011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 2011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 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

第九章 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

第十章 中国润唇膏重点品牌企业调研分析

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 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

第三节 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

第四节 克丽丝汀迪奥(上海)香水化妆品有限公司

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 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

第十一章 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

第十二章 2012-2016年中国润唇膏行业投资前景预测分析

第一节 2012-2016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 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年中国润唇膏生产企业发展战略分析

图表目录（部分）：

图表：2006-2011年国内生产总值

图表：2006-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2011年国家外汇储备

图表：2006-2011年财政收入

图表：2006-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：上海家化联合股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司经营收入走势图

图表：上海家化联合股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司负债情况图

图表：上海家化联合股份有限公司负债指标走势图

图表：上海家化联合股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海家化联合股份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：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：克丽丝汀迪奥（上海）香水化妆品有限公司主要经济指标走势图

图表：克丽丝汀迪奥（上海）香水化妆品有限公司经营收入走势图

图表：克丽丝汀迪奥（上海）香水化妆品有限公司盈利指标走势图

图表：克丽丝汀迪奥（上海）香水化妆品有限公司负债情况图

图表：克丽丝汀迪奥（上海）香水化妆品有限公司负债指标走势图

图表：克丽丝汀迪奥（上海）香水化妆品有限公司运营能力指标走势图

图表：克丽丝汀迪奥（上海）香水化妆品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：略.....

《中国润唇膏可行性研究报告（2012-2016年）》系统全面的调研了润唇膏的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/132027132027.html>