

2009-2012年中国化妆品行业投资策略分析及竞争 战略研究咨询报告

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《2009-2012年中国化妆品行业投资策略分析及竞争战略研究咨询报告》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/6350463504.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

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

内容简介

2008-2009年1季度，中国化妆品行业生产继续保持着稳步发展态势，市场供需呈良性增长，但增速有所放缓。2008年全年社会消费品零售总额108488亿元，同比上年增长21.6%，是近年来增速最高水平，其中化妆品类增长22.1%。2009年1季度全国社会消费品零售总额同比增长15.0%，其中化妆品类增长14.8%。经历百花齐放的爆炸式繁荣后，全球金融风暴的影响在某种程度上加速了中国化妆品行业的洗牌速度，市场集中度将进一步提高，推动整个产业的可持续发展成为了共识。目前中国化妆品产业主要表现为产业可持续性发展不足，短期效应明显，化妆品产业的和谐共赢之路仍有障碍，产业创新能力和产品科技含量都有待提高，能源消耗过高，产业文化氛围还不够浓厚，人文关怀不够等。针对这些问题，中国化妆品产业要实现可持续发展，需要继续坚持自由平等贸易的原则，需要化妆品企业在利润追求之上，更多地关注消费者、关注社会发展，加强人文关怀的精神，信奉服务社会、念及他人的企业发展价值观，时刻保持对社会及大众高度责任，并在此基础上构建企业核心价值，进行良好的企业文化建设。

2008年全年社会消费品零售总额同比增长21.6%，其中，化妆品类增长22.1%。而以往多年，这个数字常超越30%。虽然整个化妆品市场还保持着增长的态势，但应注意到，中国经济受金融风暴的影响也许还并未度过最糟糕的时期，由于零售消费滞后于宏观经济，预计2009年第三至第四季度或将出现明显回升机会。随着出口业受到金融危机的打击，沿海地区的零售业受到严重影响，如广东省2008年化妆品类零售额下降5.5%。相比而言，华中和西部地区正在成为新的消费热点。另一个明显的变化出现在农村消费市场。2009年一季度，全国县及县以下地区的消费品零售额同比增长17%，城市消费品零售额则同比增长14.1%。这是近年来农村市场零售增长速度首次超过城市。

随着经济的飞速发展，中国已经成为了全球最大的日化消费市场之一。然而，2008年爆发的全球性金融危机，使一帆风顺的中国经济遭遇了前所未有的困难与挑战，也催生了更多的不确定因素。原材料价格的不稳定性、金融改革、税费等政策面的变化因素影响到了中国化妆品行业发展。应该在产品、渠道、营销等各方面进行立体式创新，以此提升企业的综合竞争力，完成产业结构的升级和改造。基于产业链的全球化竞争正在成为日化行业的发展趋势，顺应这种发展趋势，如何将本土优势与国际经验进行完美融合，做好与国际日化企业的优势融合，既保持品牌独立发展，又能够有效地借力国际资源和经验，已成为许多中国企业都需要思考的重要问题。对于单一企业来说，保持品牌的可持续发展是应对危机的关键。而对于整个行业来说，结构化调整已经迫在眉睫了。经济环境的变化直接导致了化妆品消费者决策行为的变化、商业模式的变化。日化企业应该以不变应万变，保持品牌的连贯性至关重要。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、

国家商务部、全国商业信息中心、中国香料香精化妆品工业协会、中国经济景气监测中心、《中国化妆品》、《化妆品报》、《化妆品行业信息》、《美容时尚报》等国内外相关报刊杂志的基础信息以及化妆品行业研究单位等公布和提供的大量资料和基础数据，主要分析了全球化妆品市场现状、我国化妆品市场状况、金融风暴对行业的影响化妆品的销售渠道、市场竞争格局、进出口状况、化妆品领域领先企业。对中国化妆品行业的投资前景、企业应对策略、行业发展趋势进行了研究预测。报告还对国家化妆品相关产业政策进行了介绍和政策趋向研判，是化妆品生产业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前化妆品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状分析

第一章 化妆品行业发展概述 1

第一节 化妆品的定义与分类 1

一、化妆品的定义 1

二、化妆品的分类 2

第二节 化妆品市场特点 5

一、化妆品市场特点 5

二、我国化妆品的管理与监督的特点 6

第二章 全球化妆品市场发展分析 7

第一节 全球化妆品市场发展概况 7

一、2008年全球有机化妆品销售分析 7

二、2008年世界香料香精市场分析 8

三、全球化妆品市场需求分析 9

四、全球儿童护理品市场分析 10

第二节 国外化妆品市场发展状况 11

一、韩国化妆品店发展历程及趋势 11

二、法国自然化妆品市场分析 16

三、俄罗斯化妆品市场分析 17

四、美国化妆品市场分析 20

五、2009年泰国男性化妆品市场增长预测 21

第三节 2010年全球化妆品市场发展预测 22

一、金融风暴下化妆品需求预测 22

二、2010年全球化妆品消费新格局 23

三、2010年全球化妆品市场发展趋势 24

四、2010年全球天然化妆品市场销售额预测 29

第三章 我国化妆品行业发展现状	31
第一节 我国化妆品行业发展现状	31
一、化妆品行业品牌发展现状	31
二、化妆品行业消费市场现状	35
三、化妆品市场消费层次分析	36
四、我国化妆品市场走向分析	37
五、中国化妆品专卖店发展分析	39
第二节 金融危机对化妆品市场的影响	44
一、金融危机带给化妆品业的机遇	44
二、金融危机对化妆品品牌的影响	47
三、金融危机下化妆品的发展趋势	48
第四章 我国化妆品市场发展研究	53
第一节 我国化妆品市场特点	53
一、当今化妆品市场新特点	53
二、2007年中国化妆品行业市场特点	54
三、2008化妆品市场特征及渠道盘点	58
第二节 我国化妆品市场规模	60
一、我国化妆品行业增长率	60
二、最近三年我国化妆品销售额	61
三、2008年化妆品网络销售额情况	62
第三节 中国化妆品销售市场分析	62
一、2008年转型下的中国化妆品产业	62
二、化妆品各种渠道的生态描述	64
三、化妆品行业渠道现象分析	68
四、我国化妆品行业的可持续发展	70
五、中国化妆品专卖店发展分析	73
第五章 我国化妆品市场挑战与机遇分析	79
第一节 化妆品行业发展挑战与机遇分析	79
一、化妆品企业质量安全管理问题分析	79
二、金融危机中国化妆品品牌机遇分析	79
三、化妆品行业发展挑战分析	80
第二节 中小化妆品企业面临的困扰	82
一、面对资金实力型存在的问题	82
二、广告存在的问题	83
三、经销商选择存在的问题	83

- 四、仿冒存在的问题 83
- 五、终端建设存在的问题 84
- 六、低档产品存在的问题 84
- 七、品质概念上存在的问题 84
- 第六章 化妆品行业经济运行分析 85
 - 第一节 化妆品、护肤品、面膜市场销售情况 85
 - 一、2006年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额 85
 - 二、2007年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额 85
 - 三、2008年化妆品、护肤品、面膜市场销售总额 85
 - 四、2009-2012年化妆品、护肤品、面膜市场销售预测 85
 - 第二节 2009年化妆品行业运行分析 86
 - 一、2009年化妆品行业增速分析 86
 - 二、2009年化妆品农村市场潜力 87
 - 三、2009年中低端化妆品增长预期 87
 - 四、2009年高档化妆品征收消费税 90
 - 五、2009年化妆品行业结构化调整形势 91
- 第七章 我国化妆品行业进出口分析 94
 - 第一节 2007-2008年化妆品进出口分析 94
 - 一、2007年我国化妆品出口情况 94
 - 二、2006-2007年化妆品及护肤品进出口数据 96
 - 三、2007-2008年化妆品及护肤品进出口数据 96
 - 四、2008年我国化妆品进出口数据分析 97
 - 第二节 2008-2010年部分 地区化妆品进出口分析 104
 - 一、2008-2009年部分 地区化妆品出口情况 104
 - 二、2009-2010年中国化妆品降税情况 104
 - 三、2009-2010年东盟国家化妆品降税情况 106
- 第八章 化妆品细分市场情况分析 110
 - 第一节 美白护肤市场分析 110
 - 一、护肤化妆品品牌比较分析 110
 - 二、2008年护肤品市场热点分析 114
 - 三、护肤品市场发展趋势 116
 - 四、2009年护肤美白发展趋势 118
 - 第二节 防晒用品市场分析 119
 - 一、防晒化妆品发展分析 119
 - 二、未来防晒产品市场发展趋势 120

第三节 天然化妆品市场分析	123
一、天然活性化妆品的开发	123
二、纯天然化妆品的安全性	125
第四节 香水市场发展分析	126
一、香水市场的发展前景分析	126
二、香水市场发展瓶颈	128
三、2009年香水业展望	131
第五节 彩妆市场发展分析	136
一、中国彩妆市场发展现状	136
二、彩妆发展存在的问题分析	138
三、2009年美容彩妆市场展望	140
四、2010年彩妆销售额预测	141
五、未来彩妆产品的方向	143
第六节 个人护理市场发展分析	144
一、我国个人护理及原料市场分析	144
二、个人护理品的发展趋势分析	145
第七节 洗发护发市场发展分析	147
一、洗发水行业现状	147
二、本土洗发水行业面临的困境	147
三、本土洗发水行业的出路	148
四、我国洗发水行业风险分析	149
第九章 重点消费人群化妆品市场分析	150
第一节 女性化妆品市场	150
一、城市女性的防晒护肤调查	150
二、城市女性对化妆品的选择	152
第二节 男士化妆品市场	153
一、男性化妆品市场的开发	153
二、男士化妆品消费市场分析	155
三、男士护肤品市场呈专柜专区发展	157
四、2010年男士化妆品市场份额预测	159
第三节 儿童化妆品市场分析	160
一、儿童化妆品市场前景分析	160
二、儿童化妆品市场发展现状	163
三、儿童化妆品的未来之路	165
第四节 中老年人化妆品市场	169

- 一、老年人化妆品市场发展前景 169
- 二、中老年女性对化妆品需求分析 172
- 第十章 化妆品区域市场情况分析 173
 - 第一节 义乌市 173
 - 一、2009年义乌化妆品行业发展分析 173
 - 二、金融危机下义乌化妆品市场机遇 174
 - 三、2009年义乌市化妆品出口质量分析 176
 - 第二节 中山市 176
 - 一、中山化妆品产业发展现状 176
 - 二、中山化妆品市场发展分析 177
 - 第三节 其他地区 178
 - 一、2009年上海化妆品行业政策动向 178
 - 二、北京化妆品市场“一站式”零售调查 179
 - 三、2009年上半年陕西省化妆品消费市场分析 181
 - 四、2009年上半年安徽省化妆品消费市场分析 182
- 第十一章 中国化妆品行业消费市场分析 183
 - 第一节 化妆品行业消费分析 183
 - 一、化妆品农村消费的城市化 183
 - 二、我国化妆品消费特征及发展方向 183
 - 三、女性化妆品消费群分析 184
 - 第二节 我国部分地区化妆品行业消费分析 188
 - 一、东北女性化妆品消费状况分析 188
 - 二、四川化妆品消费状况分析 190
 - 三、台州化妆品消费状况分析 191
 - 四、温州化妆品消费状况分析 192
- 第十二章 化妆品市场营销分析 193
 - 第一节 化妆品网络营销分析 193
 - 一、美容化妆品网络营销推广 193
 - 二、品牌化妆品网络营销的瓶颈 195
 - 第二节 化妆品专业线渠道模式探讨 197
 - 一、传统区域代理模式 197
 - 二、控制渠道的自建渠道模式 198
 - 三、不设代理商的扁平化模式 198
 - 四、厂商结盟的“利益共同体”模式 198
 - 五、连锁经营模式 199

第三节 化妆品营销战略的转型 200

一、个性化消费时代与新的价值创造体系 200

二、整合通路与终端打造黄金网络 201

三、化妆品营销必由之路是与通路结盟 202

第四节 化妆品营销模式走向分析 203

一、药店把化妆品当保健品卖 203

二、直销造就亲情营销典范 204

三、俱乐部走进化妆品新视角 206

第二部分 行业竞争格局分析

第十三章 化妆品行业竞争格局分析 209

第一节 我国化妆品市场格局 209

一、港台企业 210

二、化妆品连锁企业 217

三、本土企业 220

四、美容连锁机构 221

第二节 我国化妆品市场竞争分析 225

一、本土化妆品市场竞争现状 225

二、中低档化妆品竞争策略 227

三、化妆品巨头在二三线城市竞争分析 229

四、我国化妆品市场中外资竞争动向 229

第十四章 化妆品企业竞争策略分析 232

第一节 中国化妆品定位策略分析 232

一、化妆品牌的定位失误 232

二、化妆品牌的定位策略 234

第二节 化妆品的品牌拓销之路 236

一、化妆品三套网络的功能 237

二、把握渠道扩张的拐点 237

三、化妆品市场的发展策略 238

第三节 本土化妆品业突围的策略分析 246

一、外企的水土不服与本土化策略 246

二、终端突围策略 247

三、差异化策略 248

四、联姻并购策略 249

五、专业线策略 250

六、挑战跨国品牌策略 251

第十五章 国际化妆品企业竞争分析	252
第一节 美国玫琳凯化妆品有限公司	252
一、公司概况	252
二、公司管理战略分析	253
三、2009年公司发展动态	255
第二节 法国欧莱雅集团有限公司	257
一、公司概况	257
二、公司发展策略	257
第三节 日本资生堂有限公司	258
一、资生堂在中国	258
二、2008-2011年公司动态	259
第四节 美国雅芳化妆品有限公司	261
一、雅芳在中国	261
二、公司直销转型分析	261
第五节 美国宝洁公司	265
一、公司概况	265
二、公司品牌战略	268
第六节 美国雅诗兰黛国际集团有限公司	270
一、公司概况	270
二、在华发展战略	271
第七节 美国安利公司	275
一、安利在中国	275
二、公司主要产品	276
第八节 英国联合利华有限公司	280
一、公司概况	280
二、公司竞争优势	281
第十六章 国内化妆品企业竞争分析	284
第一节 索芙特股份有限公司	284
一、公司概况	284
二、2008-2009年公司财务情况	285
三、2009年公司动态	289
第二节 上海家化联合股份有限公司	291
一、公司概况	291
二、2008-2009年公司财务情况	292
三、2009年公司动态	296

第三节 台湾自然美 300

一、公司概况 300

二、自然美专业美容之路分析 301

第四节 珠海姗拉娜化妆品有限公司 303

一、公司概况 303

二、姗拉娜管理策略 304

第五节 上海郑明明化妆品有限公司 306

第六节 北京大宝化妆品有限公司 307

第七节 天津郁美净集团有限公司 308

第八节 广州市采诗化妆品有限公司 309

第三部分 行业发展趋势分析

第十七章 化妆品行业发展趋势分析 313

第一节 美容化妆品市场的转变趋势 313

一、由固态转变为液态的销售模式 313

二、由大众转变为个性的消费模式 314

三、由技术转变为服务的市场模式 315

四、由个体转变为社会的全面模式 315

第二节 我国化妆品行业前景与机遇分析 316

一、我国化妆品行业发展前景 316

二、我国化妆品发展机遇分析 318

三、2009年化妆品的发展机遇分析 320

四、金融危机对化妆品行业的影响分析 323

第十八章 未来化妆品行业发展预测 325

第一节 2009-2010年化妆品的发展趋势 325

一、2009年化妆品市场前景预测 325

二、2009年化妆品及容器需求预测 326

三、2009-2010年中国化妆品市场增长预测 327

第二节 2009-2012年中国化妆品市场趋势分析 328

一、2009-2012年化妆品发展趋势分析 328

二、2009-2012年化妆品市场发展空间 329

三、2009-2012年化妆品技术革新趋势 331

四、2009-2012年化妆品价格走势分析 332

五、2009-2012年国际环境对行业的影响 333

第四部分 行业投资策略

第十九章 化妆品行业投资现状分析 335

第一节 2009年化妆品业投资热点分析 335

- 一、2009年中国化妆品市场投资分析 335
- 二、绿色化妆品专卖店创业投资分析 336
- 三、投资化妆品产业问题及对策 337

第二节 2009年香水业投资热点分析 347

- 一、2009年生产厂家的优势 349
- 二、2009年品牌优势 349
- 三、2009年销售支持优势 349

第二十章 化妆品行业投资环境分析 351

第一节 经济发展环境分析 351

- 一、2008年我国宏观经济运行分析 351
- 二、2009年我国宏观经济运行情况 392
- 三、2009-2012年我国宏观经济形势分析 398
- 四、2009-2012年投资趋势及其影响预测 413

第二节 社会发展环境分析 419

- 一、2009年全国居民收入情况分析 419
- 二、2009年全国社会消费品零售总额 420
- 三、2009年全国百家重点大型零售企业销售情况 421
- 四、2009年全国居民消费价格分析 422

第三节 化妆品产业政策环境分析 427

- 一、我国化妆品的管理与监督的特点 427
- 二、2008年9月1日起施行《化妆品标识管理规定》 427
- 三、2010年化妆品成分必须全部标识 428
- 四、化妆品卫生标准“十一五”规划 428

第二十一章 化妆品行业投资机会与风险 436

第一节 化妆品行业的SWOT分析 436

- 一、优势 436
- 二、劣势 437
- 三、机会 438
- 四、威胁 439

第二节 国内护肤品生产企业的SWOT分析 440

- 一、优势 440
- 二、劣势 440
- 三、机会 440
- 四、威胁 441

第二十二章 化妆品行业投资战略研究 443

第一节 中小型化妆品公司发展对策分析 443

一、产品定位及市场定位 443

二、中小型化妆品公司发展战略分析 443

第二节 2009年护肤品企业积极调整战略部署 446

一、2009年护肤品市场增长分析 446

二、2009年中高端品牌战略部署 447

三、2009年三、四线品牌的战略 448

图表目录

图表：2006-2010年全球化妆品市场所占比例 24

图表：2006-2010年全球各类产品零售额增长情况 26

图表：2006年十大公司占据全球市场50%以上的市场份额 27

图表：中国互联网用户化妆品品牌占有率 33

图表：中国互联网用户化妆品品牌占有率与预购度对比 34

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度 35

图表：2007年全球化妆品市场主要国别份额对比 56

图表：欧莱雅中国历年业绩和增长率 56

图表：2007年消费者最关注的天然护肤/活性健康品牌 57

图表：2005-2008年化妆品市场销售额增长情况 61

图表：2005-2009年中国化妆品市场规模预测 69

图表：2006-2007年度中国美容品或化妆品及护肤品的进出口数据 96

图表：2007-2008年度中国美容品或化妆品及护肤品的进出口数据 96

图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 97

图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 97

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 97

图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 97

图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 98

图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 98

图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 98

图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 98

图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 98

图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 99

图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 99

图表：2008年3季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 99

图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 99

- 图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 99
- 图表：2008年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 100
- 图表：2008年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 100
- 图表：2008年1-12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 100
- 图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 100
- 图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 100
- 图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 101
- 图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 101
- 图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 101
- 图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 101
- 图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 101
- 图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 102
- 图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 102
- 图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 102
- 图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 102
- 图表：2008年3季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 102
- 图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 103
- 图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 103
- 图表：2008年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 103
- 图表：2008年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 103
- 图表：2008年1-12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 103
- 图表：消费者对不同国家的护肤化妆品的好感度分析 110
- 图表：美国消费者对护肤化妆品的好感度分析 111
- 图表：中国大陆消费者对护肤化妆品的好感度分析 111
- 图表：法国消费者对护肤化妆品的好感度分析 112
- 图表：日本消费者对护肤化妆品的好感度分析 112
- 图表：韩国消费者对护肤化妆品的好感度分析 113
- 图表：不同品牌化妆品形象比较分析 113
- 图表：美国雅诗兰黛集团在中国的销售网络图 271
- 图表：2008年1-4季度索芙特股份有限公司主营构成 285
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司每股指标 286
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司获利能力 286
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司经营能力 286
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司偿债能力 287
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司资本结构 287

- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司发展能力 287
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司现金流量 287
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司主营业务收入 288
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司主营业务利润 288
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司营业利润 288
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司利润总额 289
- 图表：2008-2009年索芙特股份有限公司净利润 289
- 图表：2008年1-4季度上海家化联合股份有限公司主营构成 292
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司每股指标 293
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司获利能力 293
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司经营能力 293
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司偿债能力 294
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司资本结构 294
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司发展能力 294
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司现金流量 294
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司主营业务收入 295
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司主营业务利润 295
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司营业利润 295
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司利润总额 296
- 图表：2008-2009年上海家化联合股份有限公司净利润 296
- 图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司财务和估值数据 298
- 图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司利润表 298
- 图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司资产负债表 299
- 图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司财务指标 299
- 图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司现金流量表 300
- 图表：自然美产品分类及市场定位 301
- 图表：2005-2009年中国化妆品市场规模 318
- 图表：2008年1-4季度国内生产总值 352
- 图表：2004-2008年6月国内生产总值增长趋势图 352
- 图表：2000-2008年6月城镇固定资产投资名义增速及实际增速 353
- 图表：2006-2008年5月我国出口累计同比增速对比 353
- 图表：2008年2-11月我国CPI情况 355
- 图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 355
- 图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 356
- 图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 356

- 图表：2007年6月-2008年8月我国轻重工业增加值情况 357
- 图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 357
- 图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 357
- 图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 358
- 图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 358
- 图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 358
- 图表：2008年2月工业增加值增长速度 359
- 图表：2008年3月工业增加值增长速度 359
- 图表：2008年4月工业增加值增长速度 360
- 图表：2008年5月工业增加值增长速度 360
- 图表：2008年6月工业增加值增长速度 361
- 图表：2008年7月工业增加值增长速度 361
- 图表：2008年8月工业增加值增长速度 362
- 图表：2008年9月工业增加值增长速度 362
- 图表：2008年10月工业增加值增长速度 363
- 图表：2008年11月工业增加值增长速度 363
- 图表：2008年12月工业增加值增长速度 364
- 图表：2008年9月15日金融机构人民币存款利率表 366
- 图表：2008年9月15日金融机构人民币贷款利率表 366
- 图表：2008年10月9日金融机构人民币存款利率表 367
- 图表：2008年10月9日金融机构人民币贷款利率表 367
- 图表：2008年10月30日金融机构人民币存款利率表 368
- 图表：2008年10月30日金融机构人民币贷款利率表 368
- 图表：1996-2008年10月我国期存贷款基准利率走势 369
- 图表：2008年11月27日金融机构人民币存款利率表 369
- 图表：2008年11月27日金融机构人民币贷款利率表 370
- 图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 371
- 图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 371
- 图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 374
- 图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 376
- 图表：2008年7月我国进出口商品构成表 378
- 图表：2008年7月我国进出口总值简要情况表 378
- 图表：2008年7月我国前十名合作贸易伙伴 378
- 图表：2008年7月我国前十位出口市场 379
- 图表：2008年7月我国前十位进口来源地 379

- 图表：2008年8月我国进出口商品构成表 380
- 图表：2008年8月我国进出口总值简要情况表 380
- 图表：2008年8月我国前十名合作贸易伙伴 380
- 图表：2008年8月我国前十位出口市场 381
- 图表：2008年8月我国前十位进口来源地 381
- 图表：2008年9月我国进出口商品构成表 381
- 图表：2008年9月我国进出口总值简要情况表 382
- 图表：2008年9月我国前十名合作贸易伙伴 382
- 图表：2008年9月我国前十位出口市场 382
- 图表：2008年9月我国前十位进口来源地 383
- 图表：2008年10月我国进出口总值简要情况表 383
- 图表：2008年10月我国进出口商品构成表 383
- 图表：2008年10月我国前十名合作贸易伙伴 384
- 图表：2008年10月我国前十位出口市场 384
- 图表：2008年10月我国前十位进口来源地 385
- 图表：2008年11月我国前十位出口市场 385
- 图表：2008年11月我国前十位进口来源地 386
- 图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 386
- 图表：2008年12月我国前十位出口市场 387
- 图表：2008年12月我国前十位进口来源地 387
- 图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 388
- 图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 389
- 图表：2008年我国月度进出口总值情况 389
- 图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 390
- 图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 390
- 图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 390
- 图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 390
- 图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 390
- 图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 391
- 图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 391
- 图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 391
- 图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 391
- 图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 391
- 图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 392
- 图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 392

- 图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 392
- 图表：2008年2月我国固定资产投资完成额 415
- 图表：2008年3月我国固定资产投资完成额 415
- 图表：2008年4月我国固定资产投资完成额 415
- 图表：2008年5月我国固定资产投资完成额 415
- 图表：2008年6月我国固定资产投资完成额 416
- 图表：2008年7月我国固定资产投资完成额 416
- 图表：2008年8月我国固定资产投资完成额 416
- 图表：2008年9月我国固定资产投资完成额 416
- 图表：2008年10月我国固定资产投资完成额 416
- 图表：2008年11月我国固定资产投资完成额 416
- 图表：2008年12月我国固定资产投资完成额 416
- 图表：2009年2月我国固定资产投资完成额 417
- 图表：2009年3月我国固定资产投资完成额 417
- 图表：2009年4月我国固定资产投资完成额 417
- 图表：2008年2月我国固定资产投资资金来源 417
- 图表：2008年3月我国固定资产投资资金来源 417
- 图表：2008年4月我国固定资产投资资金来源 417
- 图表：2008年5月我国固定资产投资资金来源 417
- 图表：2008年6月我国固定资产投资资金来源 418
- 图表：2008年7月我国固定资产投资资金来源 418
- 图表：2008年8月我国固定资产投资资金来源 418
- 图表：2008年9月我国固定资产投资资金来源 418
- 图表：2008年10月我国固定资产投资资金来源 418
- 图表：2008年11月我国固定资产投资资金来源 418
- 图表：2008年12月我国固定资产投资资金来源 418
- 图表：2009年2月我国固定资产投资资金来源 419
- 图表：2009年3月我国固定资产投资资金来源 419
- 图表：2009年4月我国固定资产投资资金来源 419
- 图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数 425
- 图表：化妆品“十一五”制、修订标准项目 433
- 图表：2006-2008年面膜市场销售额增长情况 441
- 图表：2008-2010年面膜市场销售额预测 442
- 图表：2008年10大面膜品牌榜中榜/名牌面膜 442
- 图表：2008年知名（著名）面膜品牌 442

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/6350463504.html>