

# 2009年中国化妆品市场分析及趋势观察报告

## 报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国化妆品市场分析及趋势观察报告》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/1471414714.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：7000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

### 前言 Foreword

**市场现状** 在中国宏观经济快速发展的环境下，化妆品及美容行业在中国得到迅速发展，近年来一直保持着快速增长。2007年，化妆品市场主要的增长力量来自于护肤品和彩妆，这些产品的主要目标对象是白领女性，但男士化妆品经过几年的酝酿后将有很好的发展潜力。整个化妆品市场的最看好的发展潜力将来自男士化妆品，经过几年市场的培育，2008年市场表现令人欣喜.....

**对外贸易** 2008年1-7月份我国化妆品出口金额8.59亿美元，与2007年同期相比增长13.49%。其中，美化护品及护肤品出口额为3.80亿美元，占出口总额的44.28%，与2007年同期相比增长7.62%；剃须用制剂、人体除臭剂、沐浴用等制剂出口金额2.79亿美元，占出口总额的32.55%，与2007年同期相比增长17.29%；口腔及牙齿清洁剂出口金额0.89亿美元，占出口总额的10.38%，与2007年同期相比增长26.12%；香水及花露水出口金额0.35亿美元，占出口总额的4.05%，与2007年同期相比增长23.4%.....

**市场趋势** 目前我国化妆品的人均年消费量远远低于世界发达国家。因此，市场潜力巨大。随着经济的增长，人民生活水平的提高，化妆品消费将继续快速增长。消费税的调节为国产品牌的发展提供契机。天然提取物将在化妆品中广泛采用。随着消费者对护肤品要求的提高，天然活性物在化妆品生产中被大量使用，各种维生素、活性物、植物精华素将主导今后的化妆品原料市场。中草药化妆品将开辟新的市场领地。将中草药精髓融入化妆品中，不仅是传统与现代的一种结合，而且还为民族企业的发展开辟了新的领地，从而推动民族品牌的发展壮大.....

### 目录 content

#### 第一章 全球化中的中国化妆品市场 1

##### 第一节 全球化中的中国化妆品市场分析 1

###### 一、中国化妆品市场的全球化分析 1

###### 二、国际化妆品巨头在华业绩分析 2

##### 第二节 2008化妆品业可能面临的问题及挑战 3

###### 一、国外优势化妆品品牌逼近中低端市场 3

###### 二、中国化妆品企业未来之路 5

#### 第二章 2008年美国次贷危机对中国化妆品市场的影响 11

##### 一、直接影响 11

##### 二、间接影响 12

#### 第三章 2008-2009中国化妆品行业运行状况分析预测 15

##### 第一节 中国化妆品业的OEM状况分析 15

###### 一、现状分析 15

- 二、OEM加工存在的问题 16
- 三、OEM在国外状况分析 17
- 四、化妆品行业发展趋势 18
- 第二节 2008-2009我国化妆品行业发展及预测 20
  - 一、我国化妆品行业概况 20
  - 二、我国化妆品生产和消费现状 21
  - 三、我国化妆品品牌市场综合占有率情况 23
  - 四、我国化妆品市场发展前景 25
  - 五、2008年我国化妆品市场规模 26
- 第三节 我国化妆品市场销售情况分析 27
  - 一、我国化妆品市场特点分析 27
  - 二、我国化妆品销售区域构成和增长情况 29
  - 三、我国化妆品行业的发展趋势 29
- 第四节 2008年中国化妆品行业运行数据分析 30
  - 一、2007—2008年日用化学品行业产值变化及趋势分析 30
  - 二、2007—2008年日用化学品企业数量变化及趋势分析 30
  - 三、2007—2008年日用化学品企业产值、利润、销售收入情况分析 31
  - 四、2007—2008年日用化学品企业资本负债率变化及趋势分析 31
  - 五、2007—2008年日用化学品企业资金利润率变化及趋势分析 31
  - 六、2007—2008年日用化学品企业成本费用利润率变化 32
  - 七、2007—2008年日用化学品行业人均销售率变化及趋势分析 32
  - 八、2007—2008年日用化学品企业产成品资金占用率变化 33
- 第五节 2008年分地区中国化妆品行业运行数据分析 33
  - 一、北京地区 33
    - (一) 2007—2008年北京日用化学品产值变化及趋势分析 33
    - (二) 2007—2008年北京日用化学品企业数量变化及趋势分析 34
    - (三) 2007—2008年北京日用化学品企业产值、利润、销售收入情况分析 34
    - (四) 2007—2008年北京日用化学品企业资本负债率变化及趋势分析 34
    - (五) 2007—2008年北京日用化学品企业资金利润率变化及趋势分析 35
    - (六) 2007—2008年北京日用化学品企业成本费用利润率变化 35
    - (七) 2007—2008年北京日用化学品行业人均销售率变化及趋势分析 36
    - (八) 2007—2008年北京日用化学品企业产成品资金占用率变化 36
  - 二、上海地区 36
    - (一) 2007—2008年上海日用化学品产值变化及趋势分析 36
    - (二) 2007—2008年上海日用化学品企业数量变化及趋势分析 37

(三) 2007—2008年上海日用化学品企业产值、利润、销售收入情况分析 37

(四) 2007—2008年上海日用化学品企业资本负债率变化及趋势分析 38

(五) 2007—2008年上海日用化学品企业资金利润率变化及趋势分析 38

(六) 2007—2008年上海日用化学品企业成本费用利润率变化 38

(七) 2007—2008年上海日用化学品行业人均销售率变化及趋势分析 39

(八) 2007—2008年上海日用化学品企业产成品资金占用率变化 39

### 三、广东地区 40

(一) 2007—2008年广东日用化学品产值变化及趋势分析 40

(二) 2007—2008年广东日用化学品企业数量变化及趋势分析 40

(三) 2007—2008年广东日用化学品企业产值、利润、销售收入情况分析 40

(四) 2007—2008年广东日用化学品企业资本负债率变化及趋势分析 41

(五) 2007—2008年广东日用化学品企业资金利润率变化及趋势分析 41

(六) 2007—2008年广东日用化学品企业成本费用利润率变化 42

(七) 2007—2008年广东日用化学品行业人均销售率变化及趋势分析 42

(八) 2007—2008年广东日用化学品企业产成品资金占用率变化 42

### 第六节 2007-2008年中国化妆品零售统计分析 43

#### 一、总体情况分析 43

#### 二、市场趋势分析 44

(一) 销售季节特点 44

(二) 品类销售情况 45

(三) 品牌销售情况 46

(四) 品类销售变化 47

(五) 销售渠道分析 47

(六) 消费者变化分析 47

### 第四章 2008-2009中国化妆品市场进出口及降税分析 48

#### 第一节 2007年我国化妆品出口总体情况 48

#### 第二节 2008年我国化妆品出口总体情况 53

#### 第三节 2007-2008中国东盟化妆品贸易及降税分析 58

##### 一、贸易情况 59

##### 二、贸易特点 60

##### 三、2008-2010降税情况 60

#### 第四节 非洲化妆品市场贸易需求分析 65

### 第五章 2008-2009中国化妆品区域市场运行情况 66

#### 第一节 华东地区日用化学产品市场运行情况分析 66

##### 一、行业规模 66

二、成长性	67
三、经营能力	67
四、盈利能力	69
五、偿债能力	70
第二节 华南地区日用化学产品市场运行情况分析	72
一、行业规模	72
二、成长性	73
三、经营能力	74
四、盈利能力	76
五、偿债能力	77
第三节 华北地区日用化学产品市场运行情况分析	79
一、行业规模	79
二、成长性	80
三、经营能力	81
四、盈利能力	83
五、偿债能力	84
第四节 东北地区日用化学产品市场运行情况分析	86
一、行业规模	86
二、成长性	87
三、经营能力	88
四、盈利能力	90
五、偿债能力	91
第五节 西北地区日用化学产品市场运行情况分析	93
一、行业规模	93
二、成长性	94
三、经营能力	94
四、盈利能力	96
五、偿债能力	97
第六节 西南地区日用化学产品市场运行情况分析	99
一、行业规模	99
二、成长性	100
三、经营能力	101
四、盈利能力	103
五、偿债能力	104
第六章 2008-2009中国化妆品行业投资分析	106

第一节 中国化妆品行业投资特性分析	106
一、我国化妆品行业各发展周期的投资特点	106
二、我国化妆品各细分市场投资分析	107
三、化妆品行业投资风险分析	107
第二节 2008我国化妆品热点投资市场分析	108
一、防晒化妆品	108
二、天然活性化妆品	112
三、纳米化妆品	114
四、中药化妆品	115
五、男士化妆品	117
六、儿童化妆品	118
七、老年化妆品	123
八、其他化妆品	125
第七章 2008-2009护肤品市场及预测	132
第一节 2007-2008护肤品市场	132
一、发展历程	132
二、市场概析	133
第二节 2008中国护肤品市场的发展态势分析	137
一、男性护肤品市场前景	137
二、药用护肤品占比上升	138
三、天然提取物为原材料的护肤品	138
第三节 2007品牌竞争格局	139
一、整体竞争格局	139
二、国内外品牌竞争格局	140
三、市场竞争深度分析	141
第四节 2009-2010护肤品市场发展趋势	142
第八章 2008-2009防晒用品市场及预测	143
第一节 2007-2008年我国防晒用品市场分析	143
一、产品概述	143
二、市场特点	144
三、市场前景	148
第二节 竞争状况	149
一、竞争焦点	149
二、中国城市防晒护肤品市场渗透率	151
第三节 2009-2010年中国防晒化妆品市场发展趋势分析	153

## 第九章 2008-2009祛斑与祛痘产品市场及预测 156

### 第一节 祛斑产品市场 156

- 一、产品特点 156
- 二、市场前景 158
- 三、消费者分析 160
- 四、竞争分析 161

### 第二节 祛痘产品市场 162

- 一、市场现状 162
- 二、祛痘市场的竞争现状及发展方向 163

## 第十章 2008-2009彩妆市场分析及预测 165

### 第一节 全球彩妆市场分析 165

- 一、全球彩妆市场 165
- 二、乌克兰、中国、印度市场潜力分析 166
- 三、全球彩妆细分市场 166
- 四、2010年全球彩妆市场预测 167
- 五、主要品牌占有率 168

### 第二节 2007-2008中国彩妆市场分析 171

- 一、中国彩妆市场发展 171
- 二、市场需求 172
- 三、国际彩妆市场前沿分析 173

## 第十一章 2008-2009发用品市场 175

### 第一节 发用品市场分析 175

- 一、发展历程 175
- 二、市场分析 179
- 三、竞争格局 179
- 四、市场占有率分析 180
- 五、产品销售特征 184

### 第二节 国内洗发水品牌的格局与发展 191

- 一、品牌现状与格局 191
- 二、品牌竞争特征 195
- 三、洗发水市场的发展趋势 197
- 四、洗发水品牌营销分析 200

## 第十二章 2008-2009化妆品包装技术市场分析 203

### 第一节 2007-2008化妆品包装技术市场分析 203

- 一、2007年全球化妆品包装技术市场 204

- 二、化妆品包装技术与工艺的发展趋势 207
- 三、化妆品包装市场的发展趋势 208
- 第二节 全球高级化妆品包装发展趋势分析 210
  - 一、包装潮流趋势 210
  - 二、视觉效果趋势 212
  - 三、外型设计趋势 213
  - 四、发展潮流趋势 214
- 第十三章 2008-2009消费者分析 215
  - 第一节 消费者类型分析 215
    - 一、消费者类型 215
    - 二、消费购物与生活方式 216
    - 三、不同年龄层消费者的美容产品分析 217
  - 第二节 女性化妆品购买心理透视 219
    - 一、女性的购买心理特点与化妆品的特性 220
    - 二、女性化妆品购买心理特性 221
    - 三、化妆品对女性心理产生影响 221
    - 四、2007年城市女性的化妆品消费习惯调查 222
  - 第三节 我国化妆品消费市场主要特征 224
    - 一、一批品牌深入人心 224
    - 二、女性使用洁肤护肤品各有偏好 225
    - 三、年龄和收入影响品牌的选择 225
    - 四、品牌地域特色明显 226
    - 五、适合自己的肤质最重要 227
    - 六、三分之一女性近一年更换过洁肤护肤品牌 227
  - 第四节 防晒化妆品消费者分析 229
    - 一、全国五城市女性防晒意识调查 229
    - 二、全国五城市女性对防晒护肤品的认知度 231
    - 三、消费者购买防晒护肤品注重的细节 234
  - 第五节 儿童化妆品消费者分析 239
    - 一、消费者分析 239
    - 二、消费者心目中的婴儿护肤产品特征 242
  - 第六节 洗发水和染发类产品消费者分析 246
  - 第七节 美容业消费者分析 249
    - 一、消费者对当前美容业的总体评价 250
    - 二、消费者认为美容化妆品市场存在的最主要问题 252

- 三、消费者对“医疗美容”的认知度 254
- 四、消费者选购美容化妆品最关注产品安全和功效 255
- 第十四章 2008-2009化妆品重点省市市场 258
  - 第一节 广东化妆品市场 258
    - 一、广东省化妆品行业 258
    - 二、广东化妆品企业的现状 259
    - 三、广东化妆品企业存在的困难及问题 260
  - 第二节 上海化妆品市场 262
    - 一、上海化妆品市场现状 262
    - 二、一线化妆品品牌在上海的销售分析 264
  - 第三节 北京化妆品市场 267
- 第十五章 2008-2009中国化妆品市场竞争力分析 271
  - 第一节 2008本土化妆品企业存在的问题和发展策略分析 271
    - 一、面临的问题 271
    - 二、应对措施 272
    - 三、发展策略 272
  - 第二节 本土化妆品企业在国际竞争中的优劣分析 277
    - 一、中国本土化妆品企业的弊端 278
    - 二、中国本土化妆品企业的优势 278
    - 三、综观利弊 279
  - 第三节 中国化妆品行业三巨头竞争格局 280
    - 一、宝洁、欧莱雅、雅芳竞争格局 280
    - 二、欧莱雅——压力下的优雅 283
    - 三、雅芳的选择 286
    - 四、战略群体的特征 289
  - 第四节 我国化妆品广告投放情况及各品牌整体评价 291
    - 一、2006年我国化妆品品广告投放情况 291
    - 二、我国各类化妆品品牌整体评价数据分析 293
- 第十六章 主要外资化妆品公司分析 298
  - 第一节 法国欧莱雅集团 ( L'OREAL ) 298
    - 一、企业背景 298
    - 二、企业现状及产品市场状况 298
    - 三、市场竞争状况 299
    - 四、欧莱雅集团的竞争策略 300
    - 五、欧莱雅集团竞争策略的分析 303

## 第二节 美国宝洁公司 ( PROCTER & GAMBLE ) 304

- 一、企业背景 304
- 二、在中国的发展历程 307
- 三、成功营销成就宝洁在中国日化行业的霸主地位 309

## 第三节 美国安利公司 ( AMWAY ) 312

- 一、企业背景 312
- 二、在中国的发展历程 313
- 三、安利的品牌战略 314

## 第四节 美国雅芳 ( AVON ) 320

- 一、基本情况 320
- 二、经营状况 323

## 第五节 英国联合利华 ( UNILEVER ) 326

- 一、公司背景 326
- 二、联合利华在中国情况 326

## 第六节 日本资生堂 328

- 一、资生堂在中国 328
- 二、资生堂中国市场渠道策略 329
- 三、公司动态 334

## 第七节 美国雅诗兰黛 337

- 一、企业概况 337
- 二、在华战略 338
- 三、企业动态 339

## 第八节 美国玫琳凯 341

- 一、玫琳凯在中国 341
- 二、企业的品牌战略 344
- 三、公司动态 353

## 第十七章 国内主要化妆品企业分析 355

### 第一节 上海家化联合股份有限公司 355

- 一、公司概况 355
- 二、家化的发展历程 356
- 三、旗下主要产品动态 359
- 四、经营状况 362

### 第二节 索芙特股份有限公司 364

- 一、公司概况 364
- 二、经营状况 365

### 第三节 福建泉州恒泉化妆品有限公司 367

#### 一、公司简介 367

#### 二、迪豆品牌成功的秘诀 368

### 第四节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司 370

#### 一、公司概况 370

#### 二、2007年公司新模式分析 371

### 第五节 广州市采诗化妆品有限公司 376

#### 一、公司概况 376

#### 二、公司发展状况 376

### 第六节 天津郁美净集团 377

### 第七节 自然美化妆品有限公司 380

### 第八节 北京大宝化妆品有限公司 381

### 第九节 上海郑明明化妆品有限公司 381

## 第十八章 中国化妆品渠道营销策略分析 383

### 第一节 我国化妆品渠道营销策略 383

#### 一、化妆品品牌营销策略 383

#### 二、国外化妆品的渠道营销策略 384

#### 三、国内化妆品各类业态形式规模分析 384

### 第二节 我国化妆品的专柜调查 386

#### 一、普查商场总体的概况 386

#### 二、专柜品牌总体的概况 389

#### 三、主要品牌的铺货率变化分析 399

### 第三节 化妆品三四级市场现状 402

## 第十九章 中国化妆品市场营销策略分析 403

### 第一节 化妆品营销策略 403

#### 一、目标营销策略 403

#### 二、专柜营销策略 406

#### 三、药店营销策略 408

#### 四、服务营销策略 409

#### 五、直销经营策略 412

#### 六、保健式营销策略 414

#### 七、俱乐部营销策略 416

#### 八、连锁式营销策略 418

### 第二节 化妆品营销战略的转型 420

#### 一、个性化消费时代与新的价值创造体系 420

- 二、整合通路与终端，打造黄金网络 420
- 三、化妆品营销必由之路：与通路结盟 421
- 第二十章 2008-2009中国化妆品行业面临的危机及解决对策 423
  - 第一节 中小化妆品企业生存三关 423
    - 一、销售 423
    - 二、产品开发 424
    - 三、企业发展 425
  - 第二节 本土地化妆品企业胜出策略 428
    - 一、产业组合、学科交叉渗透 429
    - 二、消费者购买行为变化的启示 430
    - 三、新兴市场的新商机 431
    - 四、重新认识销售渠道 432
    - 五、新原料突破口 433
    - 六、不断变化的新潮流 433
    - 七、抓住跨国企业的软肋 434
    - 八、走出去 435
- 第二十一章 中国经济宏观环境 437
  - 第一节 2008年前三季度我国国民经济运行情况 437
- 第二十二章 2008-2009年中国化妆品行业政策环境 445
  - 第一节 中国化妆品行业相关标准分析 445
    - 一、美国防晒化妆品新政策 445
    - 二、我国化妆品行业标准 446
    - 三、化妆品卫生标准制“十一五”规划 447
  - 第二节 2007中国化妆品法规年大事 450
    - 一、《化妆品标签标识管理规范》公示 450
    - 二、新版《化妆品卫生规范》 452
    - 三、防晒产品标识统一标准 453
    - 四、新版《化妆品生产企业卫生规范》实施 455
    - 五、二甘醇限量标准制订 456
    - 六、海关新税则大幅调高个人携化妆品入境税率 457
    - 七、《限制商品过度包装通则》通过审定 458
    - 八、“亚健康护理”美容院将有标准 459
    - 九、广告监管再出重拳 460
    - 十、国家药监局整顿药品与非药品混售 461
    - 十一、2007中国直销业规范年 462

- 第三节 WTO对中国化妆品行业的影响 464
- 第四节 消费税调整对化妆品行业的影响 466
  - 一、消费税调整对化妆品品牌影响 466
  - 二、三四级市场将成日化企业新战场 467
  - 三、护肤护发品免税不降价 468
- 第二十三章 2008-2009中国化妆品行业技术环境分析 470
  - 第一节 全球化妆品原料市场的流行新趋势 470
    - 一、世界化妆品原料市场主导原料 470
    - 二、化妆品的新型研发材料 470
  - 第二节 中国化妆品企业如何突破产品科技瓶颈 472
    - 一、国内化妆品企业产品的科技缺失 473
    - 二、化解科技瓶颈突破方法 474
  - 第三节 21世纪美容化妆品新技术与新原料 477
    - 一、21世纪美容化妆品高新技术 477
    - 二、21世纪美容化妆品的新原料 480
  - 第四节 现代化妆品包装技术 483
    - 一、新型包装材料 483
    - 二、化妆品包装的新技术 484
    - 三、化妆品包装外观设计 485
- 第二十四章 国际化妆品市场分析 487
  - 第一节 2007-2008年国际化妆品市场发展分析 487
    - 一、拉美化妆品市场 487
    - 二、欧洲化妆品市场 488
    - 三、亚太地区化妆品市场 494
    - 四、非洲化妆品市场 496
    - 五、本土化妆品市场 496
  - 第二节 国际热门化妆品细分市场概况 501
    - 一、香薰产品市场 501
    - 二、天然婴儿护理品市场 503
    - 三、化妆笔市场 504
  - 第三节 主要国家化妆品市场现状 505
    - 一、日本化妆品行业市场分析 505
    - 二、法国化妆品市场分析 506
    - 三、韩国化妆品市场分析 508
  - 第四节 世界名牌化妆品概况 512

- 一、国际主要化妆品品牌 512
- 二、世界名牌化妆品的特点 513
- 三、世界名牌化妆品销售策略 515
- 第二十五章 2009-2011化妆品市场发展趋势及预测 517
- 第一节 2009-2011年国际化妆品市场发展趋势 517
- 第二节 2009-2010我国化妆品市场发展趋势 522
- 一、进入品牌时代 522
- 二、化妆品卖场分化 524
- 三、未来化妆品新趋势 525
- 第三节 2009-2010我国化妆品市场发展预测 526
- 一、2010年我国化妆品市场消费格局 526
- 二、2010年我国化妆品市场销售预测 526
- 三、2010年护肤品的市场规模预测 527
- 四、2010年我国化妆洗涤用品市场潜力、销售总额预测 527
- 五、2010年彩妆市场容量预测 528
- 六、2010年全球化妆及美容化学品市场需求预测 529

#### 表目录

- 表1 2008年我国化妆品行业按企业性质分市场份额分析 22
- 表2 2009年我国化妆品行业消费预测 22
- 表3 我国化妆品行业美发品类前10名的品牌分析 23
- 表4 我国化妆品行业美容品类前10名的品牌分析 24
- 表5 我国化妆品行业护肤品类前10名的品牌分析 24
- 表6 2007年日用化学品制造业累计工业总产值全国合计 30
- 表7 2008年1-9月日用化学品制造业累计工业总产值全国合计 30
- 表8 2007年全国日用化学品行业企业数量及变化 30
- 表9 2008年1-9月全国日用化学品行业企业数量 30
- 表10 2007年全国日用化学品产值、利润、销售收入情况统计 31
- 表11 2008年1-8月全国日用化学品产值、利润、销售收入情况统计 31
- 表12 2007年全国日用化学品企业资本负债率变化 31
- 表13 2008年1-8月全国日用化学品制造业累计负债合计 31
- 表14 2007年全国日用化学品企业资本保值增值率变化 31
- 表15 2008年1-8月全国日用化学品企业资本保值增值率变化 32
- 表16 2007年全国日用化学品企业成本费用利润率变化 32
- 表17 2008年1-8月全国日用化学品企业成本费用利润率变化 32
- 表18 2007年全国日用化学品行业人均销售率变化及趋势分析 32

- 表19 2008年1-8月全国日用化学品企业人均销售率变化及趋势分析 32
- 表20 2007年全国日用化学品企业产成品资金占用率变化 33
- 表21 2008年1-8月全国日用化学品企业产成品资金占用率变化 33
- 表22 2007年日用化学品制造业累计工业总产值北京合计 33
- 表23 2008年1-9月日用化学品制造业累计工业总产值北京合计 33
- 表24 2007年北京日用化学品行业企业数量及变化 34
- 表25 2008年1-9月北京日用化学品行业企业数量 34
- 表26 2007年北京日用化学品产值、利润、销售收入情况统计 34
- 表27 2008年1-8月北京日用化学品产值、利润、销售收入情况统计 34
- 表28 2007年北京日用化学品企业资本负债率变化 34
- 表29 2008年1-8月北京日用化学品制造业累计负债合计 35
- 表30 2007年北京日用化学品企业资本保值增值率变化 35
- 表31 2008年1-8月北京日用化学品企业资本保值增值率变化 35
- 表32 2007年北京日用化学品企业成本费用利润率变化 35
- 表33 2008年1-8月北京日用化学品企业成本费用利润率变化 35
- 表34 2007年北京日用化学品行业人均销售率变化及趋势分析 36
- 表35 2008年1-8月北京日用化学品企业人均销售率变化及趋势分析 36
- 表36 2007年北京日用化学品企业产成品资金占用率变化 36
- 表37 2008年1-8月北京日用化学品企业产成品资金占用率变化 36
- 表38 2007年日用化学品制造业累计工业总产值上海合计 36
- 表39 2008年1-9月日用化学品制造业累计工业总产值上海合计 37
- 表40 2007年上海日用化学品行业企业数量及变化 37
- 表41 2008年1-9月上海日用化学品行业企业数量 37
- 表42 2007年上海日用化学品产值、利润、销售收入情况统计 37
- 表43 2008年1-8月上海日用化学品产值、利润、销售收入情况统计 37
- 表44 2007上海日用化学品企业资本负债率变化 38
- 表45 2008年1-8月上海日用化学品制造业累计负债合计 38
- 表46 2007年上海日用化学品企业资本保值增值率变化 38
- 表47 2008年1-8月上海日用化学品企业资本保值增值率变化 38
- 表48 2007年上海日用化学品企业成本费用利润率变化 38
- 表49 2008年1-8月上海日用化学品企业成本费用利润率变化 39
- 表50 2007年上海日用化学品行业人均销售率变化及趋势分析 39
- 表51 2008年1-8月上海日用化学品企业人均销售率变化及趋势分析 39
- 表52 2007年上海日用化学品企业产成品资金占用率变化 39
- 表53 2008年1-8月上海日用化学品企业产成品资金占用率变化 39

- 表54 2007年日用化学品制造业累计工业总产值广东合计 40
- 表55 2008年1-9月日用化学品制造业累计工业总产值广东合计 40
- 表56 2007年广东日用化学品行业企业数量及变化趋势 40
- 表57 2008年1-9月广东日用化学品行业企业数量及变化趋势 40
- 表58 2007年广东日用化学品产值、利润、销售收入情况统计 40
- 表59 2008年1-8月广东日用化学品产值、利润、销售收入情况统计 41
- 表60 2007年广东日用化学品企业资本负债率变化 41
- 表61 2008年1-8月广东日用化学品制造业累计负债合计 41
- 表62 2007年广东日用化学品企业资本保值增值率变化 41
- 表63 2008年1-8月广东日用化学品企业资本保值增值率变化 41
- 表64 2007年广东日用化学品企业成本费用利润率变化 42
- 表65 2008年1-8月广东日用化学品企业成本费用利润率变化 42
- 表66 2007年广东日用化学品行业人均销售率变化及趋势分析 42
- 表67 2008年1-8月广东日用化学品企业人均销售 42
- 表68 2007年广东日用化学品企业产成品资金占用率变化 42
- 表69 2008年1-8月广东日用化学品企业产成品资金占用率变化 43
- 表70 2007年我国化妆品出口及价格情况 48
- 表71 2007年我国香水及花露水出口及价格情况 48
- 表72 2007年我国护发品出口及价格情况 49
- 表73 2007年我国口腔及牙齿清洁剂出口及价格情况 49
- 表74 2007年我国剃须用制剂、人体除臭剂、沐浴用等制剂出口及价格情况 49
- 表75 2007年我美容化妆品及护肤品出口及价格情况 49
- 表76 2007年我化妆品企业出口额统计 50
- 表77 2007年我化妆品出口企业数量分析 50
- 表78 2007年我国化妆品按出口方式的不同出口情况 51
- 表79 2007年我国化妆品出口主要国家和地区情况 51
- 表80 2007年我国化妆品出口主要省市情况 52
- 表81 2008年1-7月我国香水及花露水出口金额 53
- 表82 2008年1-7月我国口腔及牙齿清洁剂出口金额 53
- 表83 2008年1-7月我国剃须用制剂、人体除臭剂、沐浴用等制剂出口金额 53
- 表84 2008年1-7月我国美化护品及护肤品出口额 53
- 表85 2008年1-7月我国化妆品出口金额 54
- 表86 2008年1-7月我国化妆品以加工贸易方式出口 54
- 表87 2008年1-7月我国化妆品以一般贸易方式出口 54
- 表88 2008年1-7月我国化妆品以其他贸易方式出口 54

- 表89 2008年1-7月我国化妆品外商投资出口企业 55
- 表90 2008年1-7月我国化妆品外私营出口企业 55
- 表91 2008年1-7月我国化妆品国有出口企业 55
- 表92 2008年1-7月我国化妆品对日本出口 55
- 表93 2008年1-7月我国化妆品对香港出口 56
- 表94 2008年1-7月我国化妆品对欧盟出口 56
- 表95 2008年1-7月我国化妆品对美国出口 56
- 表96 2008年1-7月我国福建省化妆品出口企业 57
- 表97 2008年1-7月我国福建省化妆品出口金额 57
- 表98 2008年1-7月我国浙江省化妆品出口企业 57
- 表99 2008年1-7月我国浙江省化妆品出口金额 57
- 表100 2008年1-7月我国江苏省化妆品出口企业 57
- 表101 2008年1-7月我国江苏省化妆品出口金额 57
- 表102 2008年1-7月我国上海市化妆品出口企业 58
- 表103 2008年1-7月我国上海市化妆品出口金额 58
- 表104 2008年1-7月我国广东省化妆品出口企业 58
- 表105 2008年1-7月我国广东省化妆品出口金额 58
- 表106 2008年非洲化妆品市场需求量分析 65
- 表107 2008-2015年“欧莱雅”非洲化妆品市场份额预计 65
- 表108 2008年1-9月华东地区日用化学产品制造企业数量统计 66
- 表109 2008年1-9月华东地区日用化学产品制造业产值比上年增长 67
- 表110 2008年1-8月华东地区日用化学产品制造业资产比上年增长 67
- 表111 2008年1-8月华东地区日用化学产品制造业销售收入 67
- 表112 2008年1-8月华东地区日用化学产品制造业应收帐款 68
- 表113 2008年1-8月华东地区日用化学产品制造业利润总额 69
- 表114 2008年1-8月华东地区日用化学产品制造业累计负债 70
- 表115 2008年1-8月华东地区日用化学产品制造业累计资产负债率 71
- 表116 2008年1-9月华南地区日用化学产品制造业企业数量统计 72
- 表117 2008年1-9月华南地区日用化学产品制造业产值比上年增长 73
- 表118 2008年1-8月华南地区日用化学产品制造业资产比上年增长 74
- 表119 2008年1-8月华南地区日用化学产品制造业销售收入 74
- 表120 2008年1-8月华南地区日用化学产品制造业应收帐款 75
- 表121 2008年1-8月华南地区日用化学产品制造业利润总额 76
- 表122 2008年1-8月华南地区日用化学产品制造业累计负债 77
- 表123 2008年1-8月华南地区日用化学产品制造业累计资产负债率 78

- 表124 2008年1-9月华北地区日用化学产品制造业企业数量统计 79
- 表125 2008年1-9月华北地区日用化学产品制造业产值比上年增长 80
- 表126 2008年1-8月华北地区日用化学产品制造业资产比上年增长 81
- 表127 2008年1-8月华北地区日用化学产品制造业销售收入 81
- 表128 2008年1-8月华北地区日用化学产品制造业应收帐款 82
- 表129 2008年1-8月华北地区日用化学产品制造业利润总额 83
- 表130 2008年1-8月华北地区日用化学产品制造业累计负债 84
- 表131 2008年1-8月华北地区日用化学产品制造业累计资产负债率 85
- 表132 2008年1-9月东北地区日用化学产品制造业企业数量统计 86
- 表133 2008年1-9月东北地区日用化学产品制造业产值比上年增长 87
- 表134 2008年1-8月东北地区日用化学产品制造业资产比上年增长 88
- 表135 2008年1-8月东北地区日用化学产品制造业销售收入 88
- 表136 2008年1-8月东北地区日用化学产品制造业应收帐款 89
- 表137 2008年1-8月东北地区日用化学产品制造业利润总额 90
- 表138 2008年1-8月东北地区日用化学产品制造业累计负债 91
- 表139 2008年1-8月东北地区日用化学产品制造业累计资产负债率 92
- 表140 2008年1-9月西北地区日用化学产品制造业企业数量统计 93
- 表141 2008年1-9月西北地区日用化学产品制造业产值比上年增长 94
- 表142 2008年1-8月西北地区日用化学产品制造业资产比上年增长 94
- 表143 2008年1-8月西北地区日用化学产品制造业销售收入 94
- 表144 2008年1-8月西北地区日用化学产品制造业应收帐款 95
- 表145 2008年1-8月西北地区日用化学产品制造业利润总额 96
- 表146 2008年1-8月西北地区日用化学产品制造业累计负债 97
- 表147 2008年1-8月西北地区日用化学产品制造业累计资产负债率 98
- 表148 2008年1-9月西南地区日用化学产品制造业企业数量统计 99
- 表149 2008年1-9月西南地区日用化学产品制造业产值比上年增长 100
- 表150 2008年1-8月西南地区日用化学产品制造业资产比上年增长 101
- 表151 2008年1-8月西南地区日用化学产品制造业销售收入 101
- 表152 2008年1-8月西南地区日用化学产品制造业应收帐款 102
- 表153 2008年1-8月西南地区日用化学产品制造业利润总额 103
- 表154 2008年1-8月西南地区日用化学产品制造业累计负债 104
- 表155 2008年1-8月西南地区日用化学产品制造业累计资产负债率 105
- 表156 国内各主要儿童化妆品品牌分析 120
- 表157 各主要儿童化妆品品牌度分析 121
- 表158 过去几年不同类型护肤品销售额及增长 单位：百万元 132

- 表159 我国化妆品类型及市场份额 133
- 表160 我国护肤类的产品市场份额、市场销售情况 140
- 表161 2007年上海家化佰草集销售额统计 141
- 表162 2004-2007年上海家化佰草集销售额增长情况 142
- 表163 宝洁玉兰油全年的广告投资费用 142
- 表164 2007年上海家化佰草集全国的专柜数量 142
- 表165 广州、深圳两城市单药品零售市场的祛痘类产品销售额及市场容量 164
- 表166 彩妆品品牌占有率 (2002年) 169
- 表167 彩妆品地区销售 单位：千亿美元 169
- 表168 彩妆品分类销售状况 170
- 表169 彩妆品销售渠道 (1) 170
- 表170 彩妆品销售渠道 (2) 170
- 表171 2010年我国彩妆市场容量预测 172
- 表172 全国冠军品牌洗发水销售市场综合占有率排名 181
- 表173 华北地区洗发水销售市场综合占有率排名 181
- 表174 东北地区洗发水销售市场综合占有率排名 182
- 表175 华东地区洗发水销售市场综合占有率排名 182
- 表176 中南地区洗发水销售市场综合占有率排名 183
- 表177 西南地区洗发水销售市场综合占有率排名 184
- 表178 西北地区洗发水销售市场综合占有率排名 184
- 表179 主要品牌渠道购买占有率分析 186
- 表180 消费者获得洗发水的来源及结构分析 186
- 表181 洗发护发类广告播出费用前十名品牌 (千元) 187
- 表182 洗护发类产品广告播出时长前十名品牌 (秒) 187
- 表183 各类护肤品品牌知名度排名 224
- 表184 各类洁肤护肤品品牌知名度排名 225
- 表185 不同年龄阶段的女性对洁肤护肤品的选择 226
- 表186 不同收入层次的女性对洁肤护肤品的选择 226
- 表187 不同城市女性对洁肤护肤品品牌的选择 227
- 表188 女性在洁肤、护肤品上的花费与其家庭人均月收入的比例 228
- 表189 北京不同年龄阶段的女性选择防晒品时最为注重的 235
- 表190 消费者心目中的婴儿护肤产品特征 242
- 表191 不同文化程度认为纹眉等属于生活美容还是医疗美容 255
- 表192 广东各地化妆品企业平均厂房面积和生产人员 259
- 表193 广东省各地化妆品企业平均销售额 260

- 表194 世界十大化妆品品牌在华销售情况 270
- 表195 中国美容化妆品行业十强品牌 276
- 表196 中国美容化妆品行业十强品牌 276
- 表197 中国洗发护发产品行业十大品牌 277
- 表198 宝洁、欧莱雅、雅芳和资生堂全球排名 281
- 表200 欧莱雅中国历年业绩和增长率(以人民币计算) 287
- 表201 全国化妆品平面媒体广告投放排行榜 289
- 表202 2006年10月全国洗涤用品平面媒体广告投放排行榜 292
- 表203 2006.07.02-07.08化妆品/浴室用品电视媒体前十位品牌的投放排名及花费情况 292
- 表204 宝洁概况 306
- 表205 中国宝洁产品种类 309
- 表206 2008年家化联合获利能力分析 362
- 表207 2008年家化联合经营能力分析 362
- 表208 2008年家化联合偿债能力分析 363
- 表209 2008年家化联合资本结构分析 363
- 表210 2008年家化联合发展能力分析 363
- 表211 2008年家化联合现金流量分析 363
- 表212 2008年索芙特获利能力分析 365
- 表213 2008年索芙特经营能力分析 365
- 表214 2008年索芙特偿债能力分析 365
- 表215 2008年索芙特资本结构分析 366
- 表216 2008年索芙特发展能力分析 366
- 表217 2008年索芙特现金流量分析 366
- 表218 各城市大型和超大型商场占城市商场的比重 388
- 表219 各城市各档次商场拥有的柜台品牌数量(个)及比例 390
- 表220 各城市进入不同规模商场柜台品牌数量(个)及比例 391
- 表221 11个城市共有品牌铺货率(%) 392
- 表222 各城市不同销售规模商场的品牌群构成(%) 395
- 表223 各城市不同定位商场的品牌群构成(%) 396
- 表224 不同城市铺货率较高的品牌 397
- 表225 不同规模类型商场铺货率较高的品牌专柜 397
- 表226 不同定位的商场铺货率较高的品牌 398
- 表227 新上市品牌专柜 399
- 表228 2008年前三季度国内生产总值及增长 437
- 表229 2008年前三季度第一产业、第二产业、第三产业增加值 437

- 表230 2008年前三季度国内夏粮产量及增长 438
- 表231 2008年前三季度国内早稻产量及增长 438
- 表232 2008年前三季度国内不同所有制企业增加值增长 438
- 表233 2008年前三季度国内轻重工业增加值增长 439
- 表234 2008年前三季度国内分地区增加值增长 439
- 表235 2008年1-8月全国规模以上工业企业实现利润及增长 439
- 表236 2008年前三季度全社会固定资产投资及增长 440
- 表237 2008年前三季度城镇固定资产投资及增长 440
- 表238 2008年前三季度农村固定资产投资及增长 440
- 表239 2008年前三季度社会消费品零售总额及增长 440
- 表240 2008年前三季度分地区社会消费品零售总额及增长 441
- 表241 2008年前三季度分行业社会消费品零售总额及增长 441
- 表242 2008年前三季度居民消费价格上涨 441
- 表243 2008年前三季度分类别居民消费价格上涨 442
- 表244 2008年前三季度进出口总额及增长 442
- 表245 2008年前三季度出口总额及增长 442
- 表246 2008年前三季度进口总额及增长 442
- 表247 2008年前三季度实际使用外资金额及增长 443
- 表248 2008年前三季度城镇居民人均可支配收入及增长 443
- 表249 2008年前三季度农村居民人均现金收入及增长 443
- 表250 2008年9月末货币信贷增速回落及增长 444
- 表251 2008年9月末金融机构各项贷、存款余额及增长 444
- 表252 中华人民共和国化妆品行业标准（洗发液） 446
- 表253 中华人民共和国化妆品行业标准（雪花膏） 447
- 表254 中华人民共和国化妆品行业标准（香水，花露水） 447
- 表255 2006年德国护肤品销售额统计 490
- 表256 2006年德国面部护肤品市场面霜种类销售额统计 490
- 表257 2006年西班牙面部护肤品市场销售额统计 493
- 表258 2006年西班牙面部护肤品市场品牌销售排名 493
- 表259 2008年保加利亚化妆品及盥洗用品的销售额预计 493
- 表260 2006年我国化妆品制造工业总销售额 498
- 表261 2006年我国化妆品制造工业护肤品销售额、市场比例分析 498
- 表262 2006年我国化妆品制造工业美容类产品销售额、市场比例分析 498
- 表263 2006年我国化妆品制造工业洗护发产品和香水销售额、市场比例分析 498
- 表264 2006年我国化妆品制造工业主营业收入、利润总额、完成税收情况 499

表265	2006年我国化妆品制造工业总产值、产销率分析	499
表266	2006年我国化妆品进口总量、进口额分析	499
表267	2006年我国化妆品出口总量、进口额分析	499
表268	截至2007年3月底日本男性化妆品市场规模	506
表269	截至2007年3月底日本男性美容市场规模	506
表270	2006年法国香水化妆品国际市场份额	506
表271	2006年法国市场销售的本国香水化妆品总额	507
表272	2006年法国香水化妆品工业各供应渠道销量增长情况	507
表273	2007年韩国化妆品出口统计	509
表274	2007年韩国产化妆品对亚洲出口统计	509
表275	2007年韩国产化妆品对中国出口统计	509
表276	2007年韩国产化妆品对欧洲出口统计	510
表277	2007年韩国产化妆品对俄国出口统计	510
表278	2011年全球化妆品市场的规模预测	517
表279	亚太地区化妆品销售5强	520
表280	西欧地区化妆品销售5强	520
表281	2010年我国化妆品市场销售总额预测	527
表282	2010年我国护肤品市场规模预测	527
表283	2010年全球化妆及美容化学品市场需求预测	529

#### 图目录

图1	我国化妆品行业大型零售企业化妆品销售情况	27
图2	我国化妆品市场综合占有率前十位品牌情况	28
图3	我国化妆品销售情况分析	44
图4	我国护肤、彩妆类化妆品销售情况分析	45
图5	全国重点商场前10位品牌中的本土品牌情况	46
图6	2008年1-9月华东地区日用化学产品制造业行业规模趋势图	66
图7	2008年1-8月华东地区各省市日用化学产品制造业销售收入比较图	68
图8	2008年1-8月华东地区各省市日用化学产品制造业应收帐款比较图	69
图9	2008年1-8月华东地区各省市日用化学产品制造业盈利能力比较图	70
图10	2008年1-8月华东地区各省市日用化学产品制造业负债比较图	71
图11	2008年1-8月华东地区各省累计资产负债率比较图	72
图12	2008年1-9月华南地区日用化学产品制造业行业规模趋势图	73
图13	2008年1-8月华南地区各省市日用化学产品制造业销售收入比较图	75
图14	2008年1-8月华南地区各省市日用化学产品制造业应收帐款比较图	76
图15	2008年1-8月华南地区各省市日用化学产品制造业盈利能力比较图	77

- 图16 2008年1-8月华南地区各省市日用化学产品制造业负债比较图 78
- 图17 2008年1-8月华南地区各省累计资产负债率比较图 79
- 图18 2008年1-9月华北地区日用化学产品制造业行业规模趋势图 80
- 图19 2008年1-8月华北地区各省市日用化学产品制造业销售收入比较图 82
- 图20 2008年1-8月华北地区各省市日用化学产品制造业应收帐款比较图 83
- 图21 2008年1-8月华北地区各省市日用化学产品制造业盈利能力比较图 84
- 图22 2008年1-8月华北地区各省市日用化学产品制造业负债比较图 85
- 图23 2008年1-8月华北地区各省累计资产负债率比较图 86
- 图24 2008年1-9月东北地区日用化学产品制造业行业规模趋势图 87
- 图25 2008年1-8月东北地区各省市日用化学产品制造业销售收入比较图 89
- 图26 2008年1-8月东北地区各省市日用化学产品制造业应收帐款比较图 90
- 图27 2008年1-8月东北地区各省市日用化学产品制造业盈利能力比较图 91
- 图28 2008年1-8月东北地区各省市日用化学产品制造业负债比较图 92
- 图29 2008年1-8月东北地区各省累计资产负债率比较图 92
- 图30 2008年1-9月西北地区日用化学产品制造业行业规模趋势图 93
- 图31 2008年1-8月西北地区各省市日用化学产品制造业销售收入比较图 95
- 图32 2008年1-8月西北地区各省市日用化学产品制造业应收帐款比较图 96
- 图33 2008年1-8月西北地区各省市日用化学产品制造业盈利能力比较图 97
- 图34 2008年1-8月西北地区各省市日用化学产品制造业负债比较图 98
- 图35 2008年1-8月西北地区各省累计资产负债率比较图 99
- 图36 2008年1-9月西南地区日用化学产品制造业行业规模趋势图 100
- 图37 2008年1-8月西南地区各省市日用化学产品制造业销售收入比较图 102
- 图38 2008年1-8月西南地区各省市日用化学产品制造业应收帐款比较图 103
- 图40 2008年1-8月西南地区各省市日用化学产品制造业盈利能力比较图 104
- 图41 2008年1-8月西南地区各省市日用化学产品制造业负债比较图 105
- 图42 2008年1-8月西南地区各省累计资产负债率比较图 105
- 图43 防晒系列护肤品主要消费群体年龄分布 152
- 图44 防晒系列护肤品主要消费群体婚姻状况 152
- 图45 防晒系列护肤品的渗透率前五位的城市排名 153
- 图46 影响消费者购买祛斑产品的因素 160
- 图47 购买祛斑产品消费习惯分析 161
- 图48 洗发水市场占有率排名 192
- 图49 洗发水市场品牌渗透率 192
- 图50 洗发水品牌忠诚度 193
- 图51 洗发水品牌占有率与忠诚度比较 194

- 图52 收入与年龄定位图 195
- 图53 洗发水市场集中度 195
- 图54 购买洗发水主要考虑因素 198
- 图55 消费者对产品功能的要求 199
- 图56 2007年城市女性化妆品购买地点的选择 223
- 图57 消费者购买防晒护肤品关注的细节 234
- 图58 武汉消费者购买防晒护肤品能接受的价格 236
- 图59 成都消费者购买防晒护肤品能接受的价格 237
- 图60 消费者最喜欢的防晒护肤品牌 238
- 图61 消费者最喜欢的防晒护肤品牌价 239
- 图62 消费者购买儿童护肤品的首选品牌 241
- 图63 不同年龄段儿童其护肤品的首选品牌 242
- 图64 儿童化妆品常使用的产品种类分析 243
- 图65 儿童护肤品不同购买人情况 244
- 图66 消费者购买儿童化妆品时最关心的 244
- 图67 消费者购买不同年龄段儿童化妆品时最关心的 245
- 图68 消费者购买儿童化妆品时看重的特点 245
- 图69 消费者最喜欢的促销类型 246
- 图70 对当前美容院开展的美容服务的总体评价(%) 250
- 图71 对当前化妆品使用效果的总体评价(%) 251
- 图72 对当前美容服务最不满意的方面(%) 251
- 图73 当前化妆品市场存在的最主要问题 253
- 图74 如何看待名人代言的美容化妆品广告(%) 254
- 图75 纹眉、纹唇等属于生活美容还是医疗美容(%) 254
- 图76 选购化妆品时首先想要知道的信息 256
- 图77 整顿和规范美容化妆品市场的首要问题 257
- 图78 上海化妆品市场零售份额百分比 263
- 图79 上海市场化妆品月度走势 264
- 图80 上海市部分主要一线化妆品品牌销售比较(平均每月) 265
- 图81 部分主要百货店销售额排名前五位的一线品牌 267
- 图82 欧莱雅中国历年来的业绩和销售增长 284
- 图83 调查人群对品牌质量的评价 293
- 图84 调查人群对性价比的评价 293
- 图85 调查人群对品牌售后服务的评价 294
- 图86 调查人群现在拥有的品牌 294

- 图87 调查人群今后想购买的品牌 295
- 图88 男士调查人群对品牌质量的评价 295
- 图89 男士调查人群对品牌性价比的评价 296
- 图90 男士调查人群对品牌售后服务的评价 296
- 图91 男士调查人群现在拥有的品牌 296
- 图92 男士调查人群今后想购买的品牌 297
- 图93 各城市大型和超大型商场数量 386
- 图94 各城市商场数量对比图 387
- 图95 各城市中高定位以上商场数量 387
- 图96 按规模分类与按档次分类的各商场数量（个） 388
- 图97 各城市中高定位以上商场数量 389
- 图98 各城市中高定位以上商场占有所有商场的比重 389
- 图99 各城市高端品牌覆盖率比较 393
- 图100 各城市大众品牌覆盖率比较 394
- 图101 十大品牌专柜铺货率变化 400
- 图102 中高定位以上的商场内高端品牌专柜铺货率变化 401
- 图103 中国化妆品市场规模预测（2005年—2009年） 429
- 图104 北京、上海、广州等10城市消费者购买化妆品渠道的抽样调查 433
- 图105 2009年中国日化市场规模预测 497
- 图106 全球主要化妆品所占百分比 501
- 图107 全球各大洲化妆品市场份额 517
- 图108 护肤、护发和彩妆占销售总额 518
- 图109 十大化妆品公司占据全球市场份额 519

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/1471414714.html>