

2006年中国化妆品市场研究报告

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《2006年中国化妆品市场研究报告》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/fangzhi/2878828788.html>

报告价格：电子版: 5200元 纸介版：5700元 电子和纸介版: 6200

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

引言2005年，中国化妆品行业发展迅速，市场规模继续扩大，生产能力不断进步.行业的效益水平不断提高，实现销售收入310亿元，同比增长18.19%；实现利润51亿元，同比增长11.98%。同时，消费者在美容化妆品上共支出103亿美元,较2004年增长11%,比5年前提高了68%。2006年中国化妆品行业将继续在2005年行业景气指数上升的基础上，继续保持稳定快速的增长，生产和市场规模将继续保持稳步增长，市场竞争将更加激烈消费者的消费意识更加成熟。据海关统计，2005年1-12月进口化妆品额约为2.8亿美元，相较于2004年1.6亿美元的进口额增长了74%。出口方面，2004年化妆品的出口额约在5.37亿美元左右，2005年我国化妆品出口继续保持了较为平稳的增长速度，出口额约为6.1亿美元，与2004年相比增长了13.6%。中国现有3000个化妆品生产商，其中58%是私营企业，32%是外资企业，还有10%属于国有企业。跨国公司、合资公司和本土企业互相抢夺市场份额，目前跨国公司处于明显的领导地位。在2003年，外国品牌包括进口和合资生产产品，已经占据中国化妆品市场的68%。这些外国品牌在最近几年销售增长有15%的水平，本土品牌形势不容乐观。经过十几年的培育和发展，我国已成为亚洲第二大、全世界第八大化妆品市场，行业内品牌化竞争格局已经形成，日益成为集产业化、市场化、国际化为一体的综合性产业。、化妆品市场保持快速、稳定增长。根据中华全国商业信息中心的统计，从2002年开始，全国重点大型零售企业化妆品销售始终呈稳定快速的增长态势，零售额同比增长速度逐年提高，2005年已达到28.6%，在所有商品零售额中所占比重也逐年增长。从总体上看，美容用品比例大幅上升，增长速度超过护肤品和洗发护发品，养护型日常彩妆成为国内市场发展的重点。持续快速增长将是化妆品行业2006年的发展主流.据预测，2002-2007年间，中国的化妆品和其他护理产品的销售增长为每年平均7%。其中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。护肤品在中国化妆品市场中占40%，正以每年20%的速度增长。到2010年,化妆品零售额预计将达到170亿美元。本研究报告依据国家统计局、国家经贸委、国家海关总署、《中国化妆品》、国民经济景气监测中心、全国及海外1100多种国内外相关报纸杂志的基础信息以及各省市相关统计单位等公布和提供的大量资料，对我国化妆品市场的供给与需求状况、竞争格局、宏观环境等进行了分析，并对国际化妆品市场以及中国化妆品行业市场变化、化妆品行业投资分析等方面进行了深入探讨。是化妆品企业、化妆品经营企业以及相关企业和单位、计划投资于化妆品的企业和个人等准确了解目前中国化妆品市场发展动态，把握化妆品行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品!注：（电子版为：不可修改、不可拷贝的pdf文件光盘）

化妆品行业特点及投资特性分析	第一节	化妆品行业的概述
一、化妆品的定义二、化妆品的作用	三、化妆品的分类	第二节
2005-2006年化妆品行业产业特性分析		
一、化妆品的产品特性二、化妆品市场表现特点		
第二章		

2005-2006年我国化妆品行业发展环境分析第一节 2005-2006年中国宏观经济运行分析及展望一、2005-2006年宏观经济回顾与分析（一）2005年宏观经济回顾（二）2006年宏观经济运行分析二、2020年的中国经济第二节 2005-2006年中国化妆品行业政策环境分析一、化妆品的卫生标准二、欧盟关于化妆品成分标注的规定 第三节 影响我国化妆品行业的因素分析一、消费税调整对化妆品行业的影响二、零售环境的变化对化妆品市场的影响第三章 2005-2006年国际化妆品市场分析第一节 2005-2006年国际化妆品市场现状概述一、护肤品市场概述二、护发品市场概述三、香水市场概述 第二节 2005-2006年国际化妆品市场整体分析一、2005年国际化妆品市场分析二、2005年国际彩妆业市场回顾与展望三、2005-2006年国际品牌的竞争状况第三节 2005-2006年国际化妆品市场重点区域分析一、美国化妆品市场二、日本化妆品市场三、法国化妆品市场四、意大利化妆品市场第四节 世界名牌化妆品分析一、世界十大品牌化妆品公司二、世界名牌化妆品的特点第五节 2006年化妆品原料供给情况预测 第六节 2005-2006年国际化妆品市场发展趋势分析一、2005-2006年化妆品行业新走向二、2006年国际化妆品包装的未来发展趋势 三、2006年化妆品市场发展趋势第四章 2005-2006年我国化妆品市场分析第一节 2005年中国化妆品市场分析一、2005年化妆品领域的环境分析二、2005年国内品牌竞争状况三、2005年化妆品市场特点分析四、2005年我国化妆品市场渗透率情况分析 五、2005年化妆品广告投放与效应分析第二节 2005-2006年我国化妆品进出口分析一、我国化妆品主要进口国家及地区二、近几年化妆品进出口状况第三节 2006年我国化妆品市场发展趋势分析一、2006年中国化妆品工业发展趋势分析二、我国化妆品广告市场发展趋势的分析三、未来一二十年我国护肤化妆品发展趋势预测四、未来化妆品包装市场的发展趋势五、2006年美容美发行业市场发展趋势分析第五章 2005-2006年我国化妆品细分市场分析第一节 防晒化妆品一、防晒化妆品的市场潜力二、防晒护肤品市场产品分类三、防晒化妆品的发展趋势第二节 香水一、女性香水市场调查二、2006年香水行业的市场分析三、2006年香水产业的发展趋势第三节 染发化妆品一、染发化妆品的市场特点二、染发化妆品的发展趋势第四节 护体化妆品第五节 纳米化妆品一、纳米化妆品的优势分析二、纳米化妆品的发展方向第六节 2005年彩妆市场分析第七节 男士化妆品一、2006年男士化妆品市场简析二、2006年男士化妆品的开发分析第八节 儿童化妆品一、主要产品情况 二、市场状况分析 第九节 2005-2006年洗发护发用品市场分析 一、品牌现状与格局 二、品牌竞争特征三、洗发水市场的发展趋势 四、洗发水品牌营销第六章 2005-2006年我国化妆品市场消费者分析第一节 消费者构成 一、妇女 二、儿童 三、男士 四、老人 第二节 消费特点分析 一、化妆品的使用和收入密不可分二、洁肤护肤品品牌已深入人心 三、年龄和收入影响护肤品种类及品牌的选择四、生活态度影响品牌选择 五、品牌地域特色明显 六、适合自己的肤质最重要

七、三分之一女性近一年更换过洁肤护肤品牌	第三节	居民消费构成
一、消费转型：由生存型向发展型、享受型转变	二、化妆品消费构成调查	第四节
消费者心理一、女性的购买心理特点与化妆品的特性	二、女性化妆品购买心理特性	第五节
化妆品消费结构变化第六节	2006年化妆品消费品市场展望	第七章
2005-2006年我国化妆品行业渠道与营销分析第一节	我国化妆品行业主要市场渠道	
一、批发市场 二、零售终端市场 三、专业市场	第二节 2005-2006年我国化妆品的专柜调查	
一、普查商场总体的概况 二、专柜品牌总体的概况 三、主要品牌的铺货率变化分析	第三节	
化妆品直复营销与网络营销 一、直复营销的概念 二、化妆品网络营销的特征和优势	三、网络营销理论 四、化妆品网络营销的现状	第四节
化妆品营销的渠道策略--梯度营销	第八章 2005-2006年化妆品市场竞争格局分析第一节	2005-2006年我国化妆品重点区域市场分析
一、广东化妆品市场（一）2005年广州护肤品市场分析（二）2006年广东化妆品企业现状与趋势分析（三）2006年广东化妆品交易额状况	二、上海化妆品市场（一）海外大腕争抢上海化妆品市场（二）上海化妆品上演零售业变局	三、北京化妆品市场（一）北京化妆品名牌销量状况分析（二）北京地区化妆品市场透视
第二节 2005-2006年主要外资化妆品企业分析	一、法国欧莱雅集团 二、美国宝洁公司 三、安利公司 四、美国雅芳 五、日本资生堂	第三节 2005-2006年主要国内化妆品企业分析
一、上海家化联合股份有限公司 二、北京三露厂 三、索芙特股份有限公司	第九章 国内化妆品行业发展对策分析 第一节 体制改革与结构调整	第二节 高科技发展战略 第三节 企业创新战略 第四节 化妆品企业品牌战略
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：创造品牌的关键	第五节 市场营销策略 第六节 包装策略
第七节 中小化妆品企业竞争战略	一、中小企业的市场策略 二、中小企业产品开发策略	三、中小企业发展策略
第十章	WTO与我国化妆品行业的发展分析第一节	WTO对化妆品行业的影响
一、化妆品管理将与国际接轨 二、海关关税进一步下调，进口贸易增加	三、化妆品产业结构将得到调整	第二节 WTO对我国化妆品行业的推动作用
一、市场消费得到刺激 二、行业生产水平提高	第三节	WTO环境下企业的应对策略
一、打造专业品牌魅力，以新的营销抢占市场	二、追求卓越品质，注重新品种的开发	三、改变经营观念 四、提高产品的科技含量
五、发挥自身优势，开发具有中国特色的功能性化妆品	六、考虑与国际性大公司进行战略性结盟	部分图表目录
图表：1991-2015年我国日化行业发展增长情况	图表：2006年1-7月日用化学产品制造业产值完成情况	图表：2006年化妆品进口统计
图表：2006年1-7月化妆品出口统计	图表：2006年北京化妆品按品牌零售额排序	图表：2006年上海化妆品按品牌零售额排序
图表：2006年全球个人护理用品所需主要原材料的预测（以量计）	图表：2006年全球个人护理用品所需主要原材料的预测（以值计）	图表：2006年全球个人护理用品不同地区所需主要原材料预测（以量计）
图表：2006年全球个人护理用品不同地区所需主要原材料预测（以量计）	图表：2006年全	

球个人护理用品不同地区所需主要原材料预测（以值计）图表：2006年口腔清洁用品五大城市电视广告投放对比图表：2006年化妆品/浴室用品行业电视媒体前十位品牌的投放排名及花费情况图表：2006年天津洗发水产品市场各品牌基本指标图表：2006年沈阳洗发水产品市场各品牌基本指标图表：2006年成都洗发水产品市场各品牌基本指标图表：2006年广州洗发水产品市场各品牌基本指标图表：2006年上海洗发水产品市场各品牌基本指标图表：2006年九大最受欢迎化妆品排名图表：2006年中国在洗发、护发产品广告的花费情况图表：2006年全球香水品牌前10名图表：2002-2006年大型零售企业化妆品销售情况图表：2005-2006年我国小型商场构成分化的变化图表：2005-2006年城市中高以上定位商场数量变化图表：2006年中国顶级十大广告行业的花费情况图表：2006年华北地区护肤品品牌市场综合占有率排名图表：2006年东北地区护肤品品牌市场综合占有率排名图表：2006年华东地区护肤品品牌市场综合占有率排名图表：2006年中南地区护肤品品牌市场综合占有率排名图表：2006年西南地区护肤品品牌市场综合占有率排名图表：2006年西北地区护肤品品牌市场综合占有率排名图表：2006年华北地区彩妆品品牌市场综合占有率排名图表：2006年东北地区彩妆品品牌市场综合占有率排名图表：2006年华东地区彩妆品品牌市场综合占有率排名图表：2006年中南地区彩妆品品牌市场综合占有率排名图表：2006年西南地区彩妆品品牌市场综合占有率排名图表：2006年西北地区彩妆品品牌市场综合占有率排名图表：2006年华北地区洗发护发品品牌市场综合占有率排名图表：2006年东北地区洗发护发品品牌市场综合占有率排名图表：2006年华东地区洗发护发品品牌市场综合占有率排名图表：2006年中南地区洗发护发品品牌市场综合占有率排名图表：2006年西南地区洗发护发品品牌市场综合占有率排名图表：2006年西北地区洗发护发品品牌市场综合占有率排名图表：2005-2006年内外资商场数量变化图表：2002-2005年位居前10名外资品牌市场综合占有率合计图表：2003-2005年十大化妆品品牌专柜铺货率变化情况图表：2005年1-12月日用化学产品制造业产值完成情况图表：2005年北京、上海、广州润肤品品类城市发展指数图表：2005年清洁用品类、化妆品类电视频道广告投放前十位品牌情况图表：2005年化妆品广告主要类别在三类媒体上的投放与同期变化图表：2005年意大利化妆品消费情况图表：2005年中美日三国人均化妆品消费比图表：2004-2005年化妆品与全国广告总量比较图表：2004-2005年化妆品广告量前10名图表：儿童化妆品首选品牌总体品牌分布图图表：各国每天使用高档香水的女性所在比率（%）图表：各国女性选购高档香水的场所 图表：年龄与化妆品品牌选择关系图表：女性喜爱化妆护肤品品牌排名图表：不同职业女性部分品牌使用率对比图表：我国化妆品进口的主要国家/地区及相关比例图表：婴幼儿化妆品品牌知名度、忠诚度和美誉度分析图表：2005-2006年上海家化联合股份有限公司获利能力分析表图表：2005-2006年上海家化联合股份有限公司经营能力分析表图表：2005-2006年上海家化联合股份有限公司偿债能力分析表图表：2005-2006年上海家化联合股份有限公司资本结构分析表图表：2005-2006年上海家化联合股份有限公司发展能力分析表图表：2005-2006年索芙特股份有限公司经营能力分析表图表：2005-2006年索芙特股份有限公司偿债能力分析表图

表：2005-2006年索芙特股份有限公司资本结构分析表

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2878828788.html>