

2012-2016年中国润唇膏市 场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国润唇膏市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/rihua1208/G81651SVPA.html>

【报告价格】 纸介版**7000**元 电子版**7200**元 纸介+电子**7500**元

【出版日期】 2012-08-16

【交付方式】 Email电子版/特快专递

【订购电话】 全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国润唇膏市场现状分析及投资前景研究报告》共十三章。首先介绍了中国化妆品产业整体运行新形势、中国润唇膏市场运行环境等，接着分析了中国润唇膏市场运行态势，然后介绍了中国润唇膏市场需求、中国润唇膏市场竞争新格局。随后，报告对中国润唇膏重点品牌企业关键性财务指标做了重点分析，最后分析了中国润唇膏行业发展趋势及投资前景。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。

通过《2012-2016年中国润唇膏市场现状分析及投资前景研究报告》，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、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

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，请参照成分选择自己所需的产品。

第一章 2012年中国化妆品产业整体运行新形势透析 第一节2012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2012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2012年中国化妆品包装行业运行情况 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2012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2012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 2012年中国润唇膏市场运行环境解析 第一节 国内宏观经济环境分析 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年中国宏观经济发展预测分析 第二节 2012年中国润唇膏市场政策环境分析 一、化妆品新政策要点解析 二、润唇膏质量标准 三、其它相关法律、法规 第三节 2012年中国润唇膏社会环境分析 一、人们生活品质及审美观 二、居民消费观念 三、人口

环境分析 四、文化环境分析 第三章 2012年中国润唇膏市场运行态势分析 第一节 2012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 2012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 2012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 2012年中国润唇膏市场需求分析 第一节 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2012年中国润唇膏行业市场调研 第一节 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2012年中国润唇膏市场销售渠道分析 第一节 2012年国际润唇膏销售形态分析 第二节 2012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 2012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 2012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监测分析 第一节 2009-2011年中国化妆品制造行业总体数据分析 一、2009年中国化妆品制造行业全部企业数据分析 二、2010年中国化妆品制造行业全部企业数据分析 三、2011年中国化妆品制造行业全部企业数据分析 第二节 2009-2011年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析 一、2009年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析 二、2010年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

析 三、2011年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析 第三节 2009-2011年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析 一、2009年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析 二、2010年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析 三、2011年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析 第八章 2012年中国润唇膏市场竞争新格局透析 第一节 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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 2012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、竞争优劣势分析 四、公司国际化战略发展分析 第二节 曼秀雷敦 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 第三节 欧莱雅L OREAL 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 第四节 雅芳AVOU 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 第五节 Dior迪奥 ——Christian Dior 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 第六节 兰蔻Lancôme 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 第七节 羽西Yuesai——欧莱雅集团 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 第八节 安娜苏Anna Sui 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 第九节 倩碧Clinique——雅诗兰黛品牌 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 第十节 露华浓Revlon 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 第十一节 CarMax樱桃润唇膏 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 第十章 2012年中国润唇膏重点品牌企业关键性财务指标分析 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 2011-2015年中国润唇膏行业发展趋势分析 第一节 2011-2015年国际润唇膏行业趋势分析 第二节 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015年中国润唇膏行业投资前景预测分析 第一节 2011-2015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 2011-2015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 三、市场风险分析 四、其他风险分析 第十三章 2012-2016年中国润唇膏生产企业发展战略研究 第一节 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 第二节 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 第三节 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 第四节 专家建议 图表目录：图表：国内生产总值同比增长速度 图表：全国粮食产量及其增速 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%） 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%） 图表：进出口总额（亿美元） 图表：广义货币（M2）增长速度（%） 图表：居民消费价格同比上涨情况 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%） 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%） 图表：农村居民人均收入实际增长速度 图表：人口及其自然增长率变化情况 图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%） 图表：2011年房地产开发投资同比增速（%） 图表：2012年中国GDP增长预测 图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测 图表：…… 跟多图表详见正文……

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家统计局 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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1208/G81651SVPA.html>