



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国护肤品行业市场 发展与投资分析报告

一、调研说明

《2008-2009年中国护肤品行业市场发展与投资分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/44882.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

随着社会经济的不断进步和物质生活的极大丰富，护肤品，不再是过去只有富人才拥有的东西。护肤品已经走进了寻常百姓家。它给人们的精神、形象以极大的作用，在我国护肤品种类繁多，特点各异。

从其规模来看，护肤产品（包含洁面产品与护肤膏霜产品）2006年的市场规模已达249.69亿元。但市场处于多品牌竞争状态，护肤产品和营销方法有趋于同质化的趋势，市场细分难度增加，竞争的难度也随之升级。

从其品牌来看，据统计，玉兰油、欧珀莱、欧莱雅、资生堂、兰蔻、雅诗兰黛、薇姿、羽西、雅芳、蝶妆、兰芝、妮维雅、倩碧、高丝等品牌市场占有率高一些。民族品牌中，大宝、丁家宜、佰草集、美加净、隆力奇、蒂花之秀、白大夫等品牌的市场影响力与市场份额较大，但只有大宝和丁家宜能TOP10中露脸。

从其销售来看，商场、超市、专营店仍然是化妆品销售的主力管道。化妆品专营店以惊人的速度发展，2006年新开店就增长了25%，大有三分天下有其一之感觉。在发达国家，化妆品专营店超过了45%的市场份额，这一比例也在国内发展趋势中得到明显的验证。专营店以其专业、免费服务等方式大肆侵占百货商场的份额，目前，百货商场还没有找到有效的方式与专营店竞争。

从其竞争来看，从化妆品的分类看，2006年，护肤类的产品的市场份额为32.17%左右，市场销售总额达到249.69亿元，护肤类产品仍然是化妆品消费的主流。且是日化行业市场潜力较大、利润最丰厚的产业之一。

从市场的表现和分析来看，这个产业尚未形成品牌高度集中的情况，一是排名前十的品牌的市场规模总和仅为51.01%，市场集中度远远没有洗发水、香皂等品类市场那样高垄断，二是目前市场年度销售额超过10亿元的品牌并不多，虽然部分品牌的市场发展速度较快，也正在迅速向10亿销售额的门坎靠近，但相比于洗发产品光一个宝洁系的产品就占50%以上的市场份额来说，护肤品的市场垄断还处于萌芽状态，但品牌整合以及市场洗牌可以遇见将趋于激烈。

从时间跨度上来看：改革开放以来，市场规模平均以每年23.8%的速度增长。最大的增长幅度甚至达到了41%，预计到2010年，护肤品的市场规模将达到380-400亿元左右，与美容产品两分化妆品市场规模。

【 目 录 】

第一章 护肤品行业发展综述

第一节 行业界定

一、行业经济特性

二、主要细分行业

三、护肤品产业链条结构分析

第二节 护肤品行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 国际护肤品行业发展概况

一、行业发展现状及趋势

二、国际市场特点

三、主要国家发展概况

第二章 我国护肤品行业发展环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、国内生产总值增长趋势

二、轻工业发展形势

三、外贸发展形势

第二节 政策法规环境分析（宏观政策、产业政策、金融政策等）

第三节 社会发展环境分析

一、居民消费水平

二、消费观念的变化

第三章 2007-2008年三季度护肤品行业运行回顾分析

第一节 护肤品行业产供销状况分析

一、主要产品产量分析

二、主要产品销量分析

三、主要产品产销率

第二节 护肤品行业进出口状况分析

一、进出口数据统计分析

二、主要产品进口状况分析

三、主要产品出口状况分析

四、进出口结构分析

第三节 护肤品行业财务基本面分析

一、行业盈利能力分析

二、行业运营效率分析

三、行业偿债能力分析

四、行业成长能力分析

第四章 护肤品行业竞争现状分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、品牌集中度分析

三、企业集中度分析

四、区域集中度分析

五、产品集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第五章 护肤品行业发展地区比较

第一节 华北地区

一、发展现状

二、竞争优势

三、前景展望

第二节 华南地区

一、发展现状

二、竞争优势

三、前景展望

第三节 华东地区

一、发展现状

二、竞争优势

三、前景展望

第六章 2008-2009年行业发展前景展望

第一节 发展环境展望

一、宏观经济形势展望

二、政策走势及其影响

三、国际行业走势展望

第二节 相关行业发展展望

一、包装业展望

二、美容业展望

三、零售业展望

第三节 行业发展趋势展望

一、技术发展趋势展望

二、产品发展趋势展望

三、行业竞争格局展望

第七章 2008-2009年行业市场预测

第一节 市场消费能力预测

- 一、行业总需求规模预测
- 二、主要产品市场规模预测

第二节 市场供应能力预测

- 一、行业产能扩张分析
- 二、主要产品产量预测

第三节 进出口预测

- 一、主要产品进口预测
- 二、主要产品出口预测

第四节 主要产品价格走势预测

- 一、主要产品市场价格现状
- 二、主要产品价格走势预测

第八章 行业内优势企业分析

第一节 外资护肤品领先企业分析

- 一、法国欧莱雅集团
- 二、美国宝洁公司
- 三、美国安利公司
- 四、美国雅芳
- 五、日本资生堂
- 六、英国联合利华

第二节 国内护肤品著名企业分析

- 一、北京大宝护肤品有限公司
- 二、上海家化公司
- 三、江苏隆力奇集团
- 四、索肤特股份有限公司
- 五、上海家化
- 六、北京三露厂

第九章 护肤品行业投资机会与风险分析

第一节 行业投资环境评价

一、行业固定资产投资状况

二、在建及拟建项目分析

三、投资吸引力分析

第二节 行业投资机会分析

一、行业内部优势分析

二、外部利好环境分析

第三节 行业投资风险分析

一、市场风险

二、政策风险

三、经营风险

第四节 行业投资建议及策略

图表目录：

图表：护肤品基质原料的分类

图表：表面活性剂的分类表

图表：2007 年护肤品、彩妆品、美发品检索量比例

图表：我国护肤品包装分类及技术指标一览表

图表：化妆品包装市场按地区细目分类

图表：全球化妆品包装产品分布图表

图表 2007中国化妆品制造企业十强

图表 2007-2008年1-8月精油；香膏；提取油树脂；上述产品相关制品出口统计

图表 2007-2008年1-8月精油；香膏；提取油树脂；上述产品相关制品进口统计

图表 2007-2008年1-8月香水及花露水出口统计

图表 2007-2008年1-8月香水及花露水进口统计

图表 2007-2008年1-8月美容品或化妆品及护肤品出口统计

图表 2007-2008年1-8月美容品或化妆品及护肤品进口统计

图表 2007-2008年1-8月护发品出口统计

图表 2007-2008年1-8月护发品进口统计

图表 2007-2008年上半年各类化妆品销售额分析

图表 2007年全球十大化妆品公司市场份额

图表 2005-2008年前三季度我国化妆品制造工业总销售额

图表 2007年我国化妆品产品结构比例图

图表 2003-2008年前三季度我国规模以上化妆品制造行业产值完成情况

图表 2003-2008年前三季度我国规模以上化妆品制造行业主要经济指标

图表 2003-2008年前三季度中国化妆品行业进口情况

图表 2003-2008年前三季度中国化妆品行业出口情况

图表 1990-2008年前三季度化妆品行业销售额变动情况

图表 2007年中国不同类别的化妆品销售情况

图表 2008和2009年中国男士化妆品销售额预测

图表 2007年欧莱雅销售额分析

图表 2007年欧莱雅盈利分析

图表 2006-2007年宝洁全球经营业绩分析

图表 2007-2008年第三季度雅芳经营业绩分析

图表 2005-2007年安利经营业绩分析

图表 2006-2008年第三财季雅诗兰黛公司经营业绩分析

图表 2007-2008年前三季度上海家化成长性分析

图表 2007-2008年前三季度上海家化经营能力分析

图表 2007-2008年前三季度上海家化盈利能力分析

图表 2007-2008年前三季度上海家化偿债能力分析

图表 2007-2008年前三季度上海家化主营收入情况

图表 2007-2008年前三季度上海家化净利润和基本每股收益情况

图表 2007-2008年前三季度索芙特成长性分析

图表 2007-2008年前三季度索芙特经营能力分析

图表 2007-2008年前三季度索芙特盈利能力分析

图表 2007-2008年前三季度索芙特偿债能力分析

图表 全球化妆品市场各地区所占份额

图表 用户对护肤品的检索比例

图表 市场占有率前30名的护肤品品牌

图表 23种防晒化妆品效果比较

图表 防晒系列护肤品在不同年龄女性消费者中的渗透率

图表 不同身份的人使用防晒系列护肤品比例

图表 防晒系列护肤品的渗透率前五位的城市排名

图表 全球护体用品市场近年零售额

图表 全球护体用品的零售增长额及增长率

图表 近年全球各地护体用品零售额

图表 儿童护肤品的品牌对比

图表 儿童护肤品从品牌三度对比（品牌三度中，10分为最高分，0分为最低分）

图表 品牌价值与消费者关系

图表 化妆品品牌知名度度和品牌忠诚度对比

图表 消费者对当前美容院开展美容服务的总体评价

图表 消费者对当前化妆品使用效果的总体评价

图表 消费者对名人代言的美容化妆品广告的态度评价

图表 不同文化程度消费者对医疗美容的认识

图表 消费者选购化妆品首先想要知道的信息

图表 消费者注意化妆品外包装上的内容标注情况

图表 消费者对外包装上辨别真假“原装进口化妆品”认识情况

图表 上海和北京化妆品市场对比分析

未完待续.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44882.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。