



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2009年中国中国化妆品制 造行业趋势预测及投资策略报告

# 一、调研说明

《2008-2009年中国中国化妆品制造行业趋势预测及投资策略报告》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/44904.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](mailto: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

化妆品制造行业是目前极其受到投资公司追捧的热门产业之一，其巨大的可挖掘市场是吸引投资者的主要因素。近5多年来，伴随中国经济的快速增长以及城市化进程的加快，化妆品制造行业愈加显示出了其巨大的发展潜力，尤其是其中的男士化妆品市场2006年的市场增长率达到了惊人的300%，市场扩充速度迅猛

本报告通过开展实地调查，分析了我国化妆品制造行业的发展状况及其前景；并用详实的数据对化妆品制造行业的区域布局、产品结构、品牌市场等进行了深入地分析，与2002年相比，2006年我国的化妆品制造业产值提高了172.9亿元，增长率达到81.36%。从逐年的增长情况看，化妆品制造业的产值逐年增加，年平均增长率达到16.08%，高出国内生产总值年平均增长速度5.98个百分点，行业成长速度高于国家平均行业增速。从2002-2005年，化妆品制造业产值增速均保持在15%以上，平均增长速度达到17.7%，2006年增速有所下降，但保持了高于11%的增速。。。。。。

本报告在对建筑装饰行业市场进行分析的同时，也将行业主力厂商的重点信息收入其中，并对行业内的上市公司企业进行深入的财务分析；在市场集中度分析方面，本报告力求全面反映建化妆品制造行业市场占有率的真实情况，深入挖掘市场CR4和CR8等核心市场数据，并在此基础上对产业价值链进行深度的剖析，是化妆品制造方面极具研究价值的行业性分析报告。

### 【目录】

一、行业简介	10
(一) 行业定义及范围界定	10
(二) 发展历史回顾	10
1、化妆品制造行业的起步期（1978年以前）	10
2、化妆品制造行业的快速成长期（1978—1990年）	11
3、化妆品制造行业的迅猛发展期（1991-2000年）	11
4、化妆品制造行业的初步繁荣期（2001-2008年）	12

## 二、宏观环境分析 14

### (一) 政策分析 14

- 1、严格把关化妆品生产卫生，确保化妆品使用安全 14
- 2、完善化妆品制造行业标准 14
- 3、坚决打击化妆品虚假、夸大性宣传 15
- 4、加强化妆品国际交流，加大展会举办力度 15
- 5、取消护肤护发品消费税，化妆品多方面得到发展 16

### (二) 经济分析 16

- 1、经济增长 16
- 2、对外贸易 18
- 3、固定资产投资 19
- 4、城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 20
- 5、存贷款利率变化 21

### (三) 技术分析 22

### (四) 社会分析 23

- 1、城市化进程分析 23
- 2、人口规模分析 24
- 3、就业环境分析 25

## 三、市场分析 26

### (一) 市场规模分析 26

- 1、化妆品产销量稳步攀升 26
- 2、化妆品进出口规模日益扩大 28
- 3、香水、精油市场快速成长 31
- 4、男士与儿童化妆品市场日益崛起 32

### (二) 产品结构 33

- 1、洁肤护肤类 34
- 2、美容彩妆类 35
- 3、洗发护发类 35
- 4、香水类 36

### (三) 市场结构 38

(四) 品牌市场结构 40

(五) 市场特征 43

1、我国化妆品市场品牌国际化程度较高 43

2、男士与儿童化妆品市场潜力逐步显现 43

3、化妆品产销区域分布不均匀 44

4、化妆品消费群体划分明显 44

四、市场竞争分析 45

(一) 集中度分析 45

(二) 产业链分析 47

(三) 行业生命周期分析 48

五、主要厂商分析 50

(一) 上海家化联合股份有限公司 50

(二) 宝洁(中国)有限公司 54

(三) 雅芳中国有限公司 55

(四) 强生中国有限公司 56

(五) 资生堂丽源化妆品有限公司 58

六、行业发展趋势分析 59

(一) 行业发展趋势 59

1、企业的横向兼并、联合更为广泛 59

2、企业销售模式更加专业化 59

3、子品牌支撑经营 59

(二) 行业规模预测 59

七、行业发展策略与建议 67

(一) 产品策略 67

1、提升产品安全,引领行业标准 67

2、重视产品定位,通过市场细分提升行业容量 67

3、产品组合有效占用消费者 68

(二) 渠道策略 68

- 1、构建直销渠道 68
- 2、传统代理商模式仍然占有极大权重 69
- (三) 品牌策略 69
  - 1、品牌运作专业化 69
  - 2、品牌运作差异化 70
- (四) 营销策略 70
- (五) 服务策略 71
  - 1、直营专卖店体系中的服务策略 71

附录：行业专家 71

## 图目录

- 图 1 1991-2008年上半年化妆品行业销售额及人均消费量 12
- 图 2 2002-2008年上半年中国国内生产总值及增长速度 16
- 图 3 2002-2008年上半年工业增加值及增长率 18
- 图 4 2002-2008年上半年进出口总额及其增长速度 18
- 图 5 2002-2008年上半年固定资产投资及增长率 20
- 图 6 2002-2008年上半年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 21
- 图 7 1997-2008年上半年中国存款利率变动情况 21
- 图 8 1997-2008年上半年中国贷款利率变动情况 22
- 图 9 1978-2008年上半年城镇人口比重 23
- 图 10 1986-2008年上半年中国人口数量与增长率情况 24
- 图 11 2007-2008年上半年全国就业市场供需情况 25
- 图 12 2002-2008年上半年化妆品制造业产值 27
- 图 13 2001-2008年上半年化妆品销售额 28
- 图 14 2002-2008年上半年化妆品进出口额 29
- 图 15 2008年上半年化妆品各类产品出口结构 29
- 图 16 2008年上半年化妆品各类产品进口结构 30
- 图 17 2002-2008年上半年香料香精产量 32
- 图 18 2003-2008年上半年香料香精产值 32
- 图 19 2008年上半年化妆品各类产品市场结构 33
- 图 20 全国10个先导城市女性常用彩妆品种及使用比例 35

图 21	2008年上半年香水市场产品结构	37
图 22	2003-2008年上半年化妆品工业市场结构	38
图 23	2005-2008年上半年香料香精工业市场结构	39
图 24	2008年上半年全国美容、护肤类化妆品牌结构	41
图 25	2008年上半年儿童化妆品品牌结构	42
图 26	2008年上半年全国洗发护发类化妆品品牌结构	42
图 27	2003-2008年上半年化妆品生产企业CR8值变化情况	45
图 28	2003-2008年上半年洗发护发生产企业CR4值变化情况	46
图 29	2007年与2008年上半年上海家化获利能力比较	51
图 30	2007年与2008年上半年上海家化偿债能力比较	52
图 31	2007年与2008年上半年上海家化营运能力比较	52
图 32	2007年与2008年上半年上海家化发展能力比较	53
图 33	1997-2008年上半年宝洁公司在华销售业绩	55
图 34	2001-2008年上半年欧莱雅在华销售情况	57
图 35	化妆品制造业总产值与GDP的散点图与相关图	60
图 36	化妆品制造业总产值与城镇家庭人均可支配收入的散点图与相关图	60
图 37	化妆品制造业总产值与城镇人口数量的散点图与相关图	61
图 38	2008-2012年化妆品制造业总产值预测值	65

## 表目录

表 1	1980-1990年化妆品制造行业主要外商投资企业	11
表 2	2008年上半年代表城市洁肤护肤类化妆品零售额排名	34
表 3	2008年上半年洗发护发类化妆品前十大品牌	36
表 4	2003-2008年上半年化妆品品牌市场CR4值变化情况	46
表 5	产业生命周期主要特征列表	48
表 6	权威机构对未来五年内GDP的预测	64
表 7	2008年-2012年国内生产总值预测值	64
表 8	2008-2012年城镇家庭人均可支配收入和城镇人口数预测值	65

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44904.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](http://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。