

2010-2011年中国化妆品市 场研究预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2010-2011年中国化妆品市场研究预测报告》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.abaogao.com/b/hzhp/Y0618947DQ.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2010-2011年中国化妆品市场研究预测报告 内容介绍：

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，2008-2009年1-11月我国化妆品制造企业销售总额达46529424千元，同比增长15.01%；2009年中国化妆品市场现状、中国化妆品市场的流行新趋势

一、今后世界化妆品原料市场主导原料

二、化妆品的新型研发材料

第二节 中国化妆品企业如何突破产品科技瓶颈

一、国内化妆品企业产品的科技缺失

二、化解科技瓶颈突破方法

第三节 21世纪美容化妆品新技术与新原料

一、21世纪美容化妆品高新技术

二、21世纪美容化妆品的新原料

第四章 国外化妆品市场现状

一、日本化妆品行业市场分析

二、法国化妆品市场调研市场分析

三、韩国化妆品市场调研市场分析

第五节 世界名牌化妆品概况

一、国际主要化妆品品牌

二、世界名牌化妆品的特点

三、世界名牌化妆品销售策略

第五章 2010-2011年中国化妆品市场分析

一、产品概述

二、市场特点

第二节 竞争状况

一、竞争焦点

二、中国城市防晒护肤品市场分析

一、世界彩妆市场发展

二、主要品牌占有率

第二节 2008-2009中国彩妆行业三巨头竞争格局

一、宝洁、欧莱雅、雅芳竞争格局

二、欧莱雅——压力下的优雅

三、雅芳的选择

第十七章 主要外资化妆品公司分析

第一节 法国欧莱雅集团 (L ' OREAL)

一、企业背景

二、企业现状及产品市场状况

三、市场竞争状况

四、欧莱雅集团的竞争策略

五、欧莱雅集团竞争策略的分析

第二节 美国宝洁公司 (PROCTER & GAMBLE)

第三节 美国安利公司 (AMWAY)

一、企业背景

二、在中国的发展历程

三、安利的品牌战略

第四节 美国雅芳 (AVON)

一、基本情况

二、经营状况及2008-2009年动态

第五节 英国联合利华 (UNILEVER)

一、公司背景

二、联合利华在中国情况

第十八章 国内主要化妆品企业分析

第一节 上海家化

一、公司概况

二、家化的发展历程

三、旗下主要产品动态

四、2008-2009年经营状况分析

第二节 福建泉州恒泉化妆品有限公司

一、公司简介

二、迪豆品牌成功的秘诀

第十九章 中国化妆品渠道营销策略分析

第一节 我国化妆品的流通业态

- 一、我国化妆品主要流通业态
- 二、国外化妆品的渠道营销策略
- 三、国内化妆品各类业态形式规模分析

第二节 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 化妆品三四级市场现状

第二十章 中国化妆品行业面临的危机及解决对策

第一节 中小化妆品企业生存三关

- 一、销售
- 二、产品开发
- 三、企业发展

第二节 本土地化妆品企业胜出策略

- 一、产业组合、学科交叉渗透
- 二、消费者购买行为变化的启示
- 三、新兴市场的新商机
- 四、重新认识销售渠道
- 五、新原料突破口
- 六、不断变化的新潮流
- 七、抓住跨国企业的软肋
- 八、走出去

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/Y0618947DQ.html>