|  |
| --- |
| [2010-2015年天然化妆品行业分析报告](https://www.20087.com/2010-07/R_2010_2015niantianranhuazhuangpinxing.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2010-2015年天然化妆品行业分析报告](https://www.20087.com/2010-07/R_2010_2015niantianranhuazhuangpinxing.html) |
| 报告编号： | 0A56A15　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：7500 元　　纸介＋电子版：7800 元 |
| 优惠价： | 电子版：6750 元　　纸介＋电子版：7050 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/2010-07/R_2010_2015niantianranhuazhuangpinxing.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

第一章 2009年国际化妆品市场运行总况分析
　　第一节 2009年国际化妆品市场的总体概况
　　　　一、世界美容化妆品行业的发展
　　　　二、国际化妆品原料市场的新趋势
　　　　三、国际化妆品产品研发潮流
　　第二节 美国
　　　　一、美国化妆品市场综述
　　　　二、美国化妆品市场发展动向
　　　　三、美国化妆品法规概述
　　　　四、美国对化妆品标签有着严格要求
　　第三节 欧洲
　　　　一、欧洲化妆品市场总体发展状况
　　　　二、欧盟提高化妆品生产标准
　　　　三、欧洲化妆品市场竞争依然激烈
　　　　四、英国化妆品市场发展势头良好
　　第四节 日本
　　　　一、日本化妆品市场的总体概况
　　　　二、日本化妆品市场竞争格局
　　　　三、日本诸多行业进军化妆品市场
　　　　四、日本化妆品的政府管制概述
　　　　五、日本化妆品市场发展趋势
　　第五节 韩国
　　　　一、韩国化妆品市场发展回顾
　　　　二、韩国化妆品企业加快在中国的发展
　　　　四、韩国天然化妆品产业概述

第二章 2009年中国化妆品市场发展状况分析
　　第一节 2009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、国内化妆品市场不确定因素分析
　　　　四、2009年化妆品网购市场
　　第二节 2009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价格分析
　　　　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 2009年中国化妆品包装行业运行情况分析
　　　　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 2009年中国化妆品市场存在的问题分析
　　　　一、化妆品网购市场问题
　　　　二、国内美容化妆品市场竞争激烈
　　　　三、国内化妆品市场亟待整合
　　第五节 009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

第三章 2009年国际天然化妆品市场运行态势透析
　　第一节 2009年国际天然化妆品市场
　　　　一、天然化妆品概述
　　　　二、全球天然化妆品品牌格局概述
　　　　三、全球天然化妆品茶品结构简析
　　　　四、国外天然化妆品销售方式分析
　　　　五、全球天然化妆品认证情况
　　第二节 2009年全球天然化妆品产业区域市场格局分析
　　　　一、欧洲
　　　　二、美国
　　　　三、日本
　　　　四、韩国
　　第三节 2010-2015年世界天然化妆品行业发展前景预测分析

第四章 2009年全球天然化妆品品牌运营分析
　　第一节 德国世家ka
　　　　一、企业概况
　　　　二、产品特性分析
　　　　三、企业竞争优势分析
　　　　四、企业在华投资动态分析
　　第二节 纽约曼哈顿的Kiehl’s
　　　　一、企业概况
　　　　二、产品特性分析
　　　　三、企业竞争优势分析
　　　　四、企业在华投资动态分析
　　第三节 法国拉斐特的Caudalie
　　　　一、企业概况
　　　　二、产品特性分析
　　　　三、企业竞争优势分析
　　　　四、企业在华投资动态分析
　　第四节 Origins品木宣言
　　　　一、企业概况
　　　　二、产品特性分析
　　　　三、企业竞争优势分析
　　　　四、企业在华投资动态分析

第五章 2010-2015年中国天然化妆品行业投资环境分析
　　第一节 2010-2015年中国宏观经济环境分析
　　　　一、中国GDP分析
　　　　二、城乡居民家庭人均可支配收入
　　　　三、恩格尔系数
　　　　四、工业发展形势分析
　　　　五、社会消费品零售
　　第二节 2010-2015年中国天然化妆品概述行业政策环境分析
　　　　一、化妆品生产企业卫生规范
　　　　二、进出口化妆品监督检验管理办法
　　　　三、EEC化妆品规程
　　　　四、化妆品卫生监督条例
　　　　五、化妆品卫生监督条例实施细则
　　　　六、《化妆品卫生监督条例实施细则》调整条款
　　第三节 2010-2015年中国天然化妆品行业社会环境分析
　　第四节 2010-2015年中国天然化妆品行业投资背景分析
　　　　一、化妆品行业的投资特性
　　　　二、化妆品项目投资的主要优势
　　　　三、渐成化妆品投资支持环境分析
　　　　四、本土化妆品具有的八大机会透析

第六章 2009年中国天然化妆品行业运行形势分析
　　第一节 2009年中国天然化妆品产业运行现状
　　　　一、中国天然化妆品行业规模分析
　　　　二、国内天然化妆品行业动态分析
　　　　三、中国天然化妆品技术工艺分析
　　第二节 2009年中国绿色化妆品产业发展情况分析
　　第三节 2009年中国天然化妆品行业发展存在的问题分析

第七章 2009年中国天然化妆品市场运营态势分析
　　第一节 2009年中国天然化妆品市场运行概况
　　　　一、国内天然化妆品市场现状
　　　　二、天然、有机和绿色将成化妆品的潮流
　　　　三、亚洲化妆品生产企业青睐天然有机标准
　　第二节 2009年中国天然化妆品市场发展格局分析
　　　　一、中国天然化妆品生产情况分析
　　　　二、国内天然化妆品市场需求分析
　　　　三、中国天然化妆品销售现状分析
　　第三节 2009年中国天然化妆品市场价格走势分析
　　　　一、产品市场价格行情分析
　　　　二、市场价格影响因素分析
　　　　三、2010-2015年价格走势预测分析

第八章 2009年中国天然化妆品行业竞争格局分析
　　第一节 2009年中国天然化妆品行业集中度分析
　　　　一、市场集中度分析
　　　　二、企业集中度分析
　　第二节 2009年中国天然化妆品市场竞争格局分析
　　　　一、品牌竞争格局分析
　　　　二、生产成本竞争分析
　　　　三、行业竞争力分析
　　第三节 2009年中国天然化妆品行业竞争策略分析

第九章 2009年中国天然化妆品行业优势企业关键性数据分析
　　第一节 上海家化联合股份有限公司
　　　　一、企业概况
　　　　二、企业主要财务指标
　　　　三、企业成长性指标
　　　　四、企业经营能力指标
　　　　五、企业盈利能力及偿债能力指标
　　第二节 江苏隆力奇集团有限公司
　　　　一、企业基本概况
　　　　二、企业销售收入及盈利水平分析
　　　　三、企业资产及负债情况分析
　　　　四、企业成本费用情况
　　第三节 雅芳（中国）有限公司
　　　　一、企业基本概况
　　　　二、企业销售收入及盈利水平分析
　　　　三、企业资产及负债情况分析
　　　　四、企业成本费用情况
　　第四节 资生堂丽源化妆品有限公司
　　　　一、企业基本概况
　　　　二、企业销售收入及盈利水平分析
　　　　三、企业资产及负债情况分析
　　　　四、企业成本费用情况
　　第五节 仙妮蕾德（广州）有限公司
　　　　一、企业基本概况
　　　　二、企业销售收入及盈利水平分析
　　　　三、企业资产及负债情况分析
　　　　四、企业成本费用情况
　　第六节 浙江欧诗漫集团有限公司
　　　　一、企业基本概况
　　　　二、企业销售收入及盈利水平分析
　　　　三、企业资产及负债情况分析
　　　　四、企业成本费用情况
　　第七节 霸王（广州）有限公司
　　　　一、企业基本概况
　　　　二、企业销售收入及盈利水平分析
　　　　三、企业资产及负债情况分析
　　　　四、企业成本费用情况
　　第八节 江苏东洋之花化妆品有限公司
　　　　一、企业基本概况
　　　　二、企业销售收入及盈利水平分析
　　　　三、企业资产及负债情况分析
　　　　四、企业成本费用情况
　　第九节 天津郁美净集团有限公司
　　　　一、企业基本概况
　　　　二、企业销售收入及盈利水平分析
　　　　三、企业资产及负债情况分析
　　　　四、企业成本费用情况
　　第十节 四川可采实业有限公司
　　　　一、企业基本概况
　　　　二、企业销售收入及盈利水平分析
　　　　三、企业资产及负债情况分析
　　　　四、企业成本费用情况

第十章 2009年中国化妆品市场营销分析
　　第一节 2009年中国化妆品行业主要市场渠道分析
　　　　一、批发市场
　　　　二、零售终端市场
　　　　三、专业市场
　　　　四、黑市对化妆品销售市场的影响
　　第二节 2009年中国化妆品直复营销与网络营销分析
　　　　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
　　第三节 化妆品直销
　　　　一、化妆品直销的概述
　　　　二、欧瑞莲化妆品成为中国第9家获得直销牌照的企业
　　　　三、中国化妆品直销发展存在的瓶颈
　　第四节 化妆品专卖店经营
　　　　一、美容化妆品业连锁特许经营的简析
　　　　二、化妆品专卖店经营面临的挑战及经营策略
　　　　三、化妆品行业连锁经营的发展趋势
　　第五节 2009年中国化妆品梯度营销渠道的策略解读
　　　　一、化妆品实行梯度营销的必要性
　　　　二、渠道梯度
　　　　三、目标消费者梯度

第十一章 2010-2015年中国天然化妆品行业发展走向预测
　　第一节 2010-2015年中国天然化妆品产业运行趋势展望
　　　　一、产品技术研发方向
　　　　二、行业走向预测
　　第二节 2010-2015年中国天然化妆品市场发展走势预测
　　　　一、市场需求预测
　　　　二、产品供给形势预测
　　　　三、市场竞争格局预测分析
　　第三节 2010-2015年中国天然化妆品市场盈利能力预测分析

第十二章 2010-2015年中国天然化妆品行业投资机遇与建议分析
　　第一节 2010-2015年中国化妆品行业投资前景分析
　　　　一、天然化妆品行业的投资前景分析
　　　　二、祛斑化妆品的配方设计和应用前景
　　　　三、芦荟化妆品的前景和开发
　　第二节 2010-2015年中国天然化妆品行业投资机会分析
　　　　一、行业吸引力分析
　　　　二、区域投资潜力分析
　　　　三、与产业政策相关的投资机遇分析
　　第三节 2010-2015年中国天然化妆品行业投资风险分析
　　　　一、市场风险
　　　　二、经营风险
　　　　三、技术风险
　　　　四、原材料风险
　　第四节 中:智林:　专家建议

图表目录
　　图表 1 2002-2009年中国化妆品行业市场规模增长情况
　　图表 2 2010年中国化妆品消费者年龄构成
　　图表 3 2010年第一季度中国主要宏观经济数据增长表
　　图表 4 2000-2010年第一季度中国GDP及其增长率统计表
　　图表 7 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表
　　图表 8 2009年中国社会消费品零售总额月度统计表
　　图表 9 1978-2009年中国人口构成统计表
　　图表 10 2008-2010年各月中国价格指数统计表
　　图表 11 2002-2009年中国天然化妆品产值增长情况
　　图表 12 2002-2009年中国天化妆品终端市场规模情况
　　图表 13 2009年中国天然化妆品市场份额
　　图表 14 目前中国市场占有率前30名的护肤品品牌（包括天然化妆品部分）
　　图表 19 2002-2009年上海家化偿债能力指标表
　　图表 20 2008-2009年江苏隆力奇集团有限公司收入状况表
　　图表 21 2008-2009年江苏隆力奇集团有限公司盈利指标表
　　图表 22 2008-2009年江苏隆力奇集团有限公司盈利比率
　　图表 23 2008-2009年江苏隆力奇集团有限公司资产指标表
　　图表 24 2008-2009年江苏隆力奇集团有限公司负债指标表
　　图表 27 2008-2009年雅芳（中国）有限公司盈利指标表
　　图表 29 2008-2009年雅芳（中国）有限公司资产指标表
　　图表 30 2008-2009年雅芳（中国）有限公司负债指标表
　　图表 31 2008-2009年雅芳（中国）有限公司成本费用构成表
　　图表 32 2008-2009年资生堂丽源化妆品有限公司收入状况表
　　图表 33 2008-2009年资生堂丽源化妆品有限公司盈利指标表
　　图表 34 2008-2009年资生堂丽源化妆品有限公司盈利比率
　　图表 37 2008-2009年资生堂丽源化妆品有限公司成本费用构成表
　　图表 39 2008-2009年仙妮蕾德（广州）有限公司盈利指标表
　　图表 40 2008-2009年仙妮蕾德（广州）有限公司盈利比率
　　图表 41 2008-2009年仙妮蕾德（广州）有限公司资产指标表
　　图表 42 2008-2009年仙妮蕾德（广州）有限公司负债指标表
　　图表 43 2008-2009年仙妮蕾德（广州）有限公司成本费用构成表
　　图表 44 浙江欧诗漫集团有限公司组织框架图
　　图表 47 2008-2009年浙江欧诗漫集团有限公司盈利比率
　　图表 49 2008-2009年浙江欧诗漫集团有限公司负债指标表
　　图表 70 2008-2009年四川可采实业有限公司盈利指标表
　　图表 71 2008-2009年四川可采实业有限公司盈利比率
　　图表 72 2008-2009年四川可采实业有限公司资产指标表
　　图表 73 2008-2009年四川可采实业有限公司成本费用构成表
　　图表 74 2010-2015年中国天然化妆品行业销售规模预测
略……

了解《[2010-2015年天然化妆品行业分析报告](https://www.20087.com/2010-07/R_2010_2015niantianranhuazhuangpinxing.html)》，报告编号：0A56A15，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/2010-07/R_2010_2015niantianranhuazhuangpinxing.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！