

# 2014-2020年中国润唇膏市 场监测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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2014-2020年中国润唇膏市场监测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/rihua1410/R91894LSJW.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】2014-10-15

【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

## 报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国润唇膏市场监测及投资前景研究报告》共十三章，报告对我国润唇膏行业市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

## 第一章 2013年中国化妆品产业整体运行新形势透析

### 第一节 2013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 2013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 2013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 2013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 2013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 中国润唇膏行业发展环境分析

### 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、2013年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 中国润唇膏行业政策环境分析

## 第三章 2013年中国润唇膏市场运行态势分析

### 第一节 2013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 2013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 2013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 2013年中国润唇膏市场需求分析

### 第一节 2013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 2013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 2013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 2013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 2013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 2013年中国润唇膏行业市场调研

### 第一节 2013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 2013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 2013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 2013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 2013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 2013年中国润唇膏市场销售渠道分析

#### 第一节 2013年国际润唇膏销售形态分析

#### 第二节 2013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 2013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 2013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 2010-2012年国内润唇膏行业（所属行业）数据监测分析

##### 第一节 2010-2012年中国润唇膏行业（所属行业）总体数据分析

- 一、2010年中国润唇膏行业全部企业（所属行业）数据分析
- 二、2011年中国润唇膏行业全部企业（所属行业）数据分析
- 三、2012年中国润唇膏行业全部企业（所属行业）数据分析

##### 第二节 2010-2012年中国润唇膏行业（所属行业）不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国润唇膏行业（所属行业）不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国润唇膏行业（所属行业）不同规模企业数据分析
- 三、2012年中国润唇膏行业（所属行业）不同规模企业数据分析

##### 第三节 2010-2012年中国润唇膏行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国润唇膏行业（所属行业）不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国润唇膏行业（所属行业）不同所有制企业数据分析
- 三、2012年中国润唇膏行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

#### 第八章 2013年中国润唇膏市场竞争新格局透析

##### 第一节 2013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 2013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 2013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 2013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 2013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 2013年润唇膏市场国内外著名品牌分析

#### 第一节 美宝莲Maybelline &mdash;&mdash;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、竞争优势分析

四、公司国际化战略发展分析

#### 第二节 曼秀雷敦

#### 第三节 欧莱雅L OREAL

#### 第四节 雅芳AVOU

#### 第五节 Dior迪奥 &mdash;&mdash;Christian Dior

#### 第六节 兰蔻Lanc&ocirc;me

#### 第七节 羽西Yuesai&mdash;&mdash;欧莱雅集团

#### 第八节 安娜苏Anna Sui

#### 第九节 倩碧Clinique&mdash;&mdash;雅诗兰黛品牌

#### 第十节 露华浓Revlon

#### 第十一节 CarMax樱桃润唇膏

### 第十章 2013年中国润唇膏重点品牌企业关键性财务指标分析（企业可自选）

#### 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 2012-2015年中国润唇膏行业发展趋势分析

## 第一节 2012-2015年国际润唇膏行业趋势分析

## 第二节 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015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 2012-2015年中国润唇膏行业投资前景预测分析

### 第一节 2012-2015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 2012-2015年中国润唇膏行业投资风险分析

#### 一、原材料风险分析

#### 二、竞争风险分析

#### 三、市场风险分析

#### 四、其他风险分析

### 第三节 业内专家投资观点

## 第十三章 2014-2020年中国润唇膏生产企业发展战略研究

### 第一节 2014-2020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 2014-2020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 2014-2020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 博思数据专家建议

#### 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：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

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，银行采集数据、税务部门采集数据、证券交易采集数据，商务部采集数据以及经济信息中心各类市场监测数据库

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1410/R91894LSJW.html>