

2020-2026年中国润唇膏市场深度研究与发展前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国润唇膏市场深度研究与发展前景报告》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.cction.com/report/201911/145070.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

报告目录：

第一章 2017年中国润唇膏市场运行环境分析

第一节 2017年中国宏观经济环境分析

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、2017年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2017年中国润唇膏市场政策环境分析

一、化妆品新政策要点解析

二、润唇膏质量标准

三、其它相关法律、法规

第三节 2017年中国润唇膏社会环境分析

第二章 2017年中国化妆品产业整体运行形势分析

第一节 2017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、2016年化妆品网购市场

第二节 2017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 2017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 2017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 2017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 2017年中国润唇膏市场运行态势分析

第一节 2017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 2017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 2017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 2017年中国润唇膏市场需求分析

第一节 2017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 2017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 2017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

二、生活态度影响品牌选择

三、季节需求明显

四、品牌地域特色明显

第四节 2017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 2017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 2017年中国润唇膏行业市场调研分析

第一节 2017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 2017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 2017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 2017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 2017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 2017年中国润唇膏市场销售渠道分析

第一节 2017年国际润唇膏销售形态分析

第二节 2017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 2017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 2017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 2015-2017年中国化妆品制造所属行业主要数据监测分析

第一节 2015-2017年中国化妆品制造所属行业总体数据分析

- 一、2015年中国化妆品制造行业企业数据分析
- 二、2016年中国化妆品制造行业企业数据分析
- 三、2017年中国化妆品制造行业企业数据分析

第二节 2015-2017年中国化妆品制造所属行业不同规模企业数据分析

- 一、2015年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2016年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2017年中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2015-2017年中国化妆品制造所属行业不同所有制企业数据分析

- 一、2015年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2016年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2017年中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析

第八章 2017年中国润唇膏市场竞争格局分析

第一节 2017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 2017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 2017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 2017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 2017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 2017年润唇膏市场国内外著名品牌分析

第一节 美宝莲Maybelline ——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 ——Christian Dior

第六节 兰蔻Lancôme

第七节 羽西Yuesai——欧莱雅集团

第八节 安娜苏Anna Sui

第九节 倩碧Clinique——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 2017年中国润唇膏优势企业竞争力分析

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 2020-2026年中国润唇膏行业发展趋势与投资预测分析（）

第一节 2020-2026年国际润唇膏行业趋势分析

第二节 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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
第五节 2020-2026年中国润唇膏行业投资机会分析
第六节 2020-2026年中国润唇膏行业投资风险分析
第七节 投资建议

部分图表目录：

图表：2005-2017年国内生产总值
图表：2005-2017年居民消费价格涨跌幅度
图表：2017年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）
图表：2005-2017年国家外汇储备
图表：2005-2017年财政收入
图表：2005-2017年全社会固定资产投资
图表：2017年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）
图表：2017年固定资产投资新增主要生产能力
图表：上海家化联合股份有限公司主要经济指标走势图
图表：上海家化联合股份有限公司经营收入走势图
图表：上海家化联合股份有限公司盈利指标走势图
图表：上海家化联合股份有限公司负债情况图
图表：上海家化联合股份有限公司负债指标走势图
图表：上海家化联合股份有限公司运营能力指标走势图
图表：上海家化联合股份有限公司成长能力指标走势图
图表：曼秀雷敦(中国)药业有限公司主要经济指标走势图

图表：曼秀雷敦(中国)药业有限公司经营收入走势图

图表：曼秀雷敦(中国)药业有限公司盈利指标走势图

图表：曼秀雷敦(中国)药业有限公司负债情况图

图表：曼秀雷敦(中国)药业有限公司负债指标走势图

图表：曼秀雷敦(中国)药业有限公司运营能力指标走势图

图表：曼秀雷敦(中国)药业有限公司成长能力指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司主要经济指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司经营收入走势图

图表：雅芳（中国）有限公司盈利指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司负债情况图

图表：雅芳（中国）有限公司负债指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司运营能力指标走势图

图表：雅芳（中国）有限公司成长能力指标走势图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201911/145070.html>