

2014-2019年中国护肤品市 场竞争力分析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

报告报价

《2014-2019年中国护肤品市场竞争力分析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/rihua1407/167198N13U.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】2014-07-31

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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《2014-2019年中国护肤品市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十四章，报告由资深专家和研究人员通过周密的市场调研，参考国家统计局、工信部、商务部等机构发布的最新权威数据，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过相关市场研究的工具、理论和模型撰写而成。报告主要分析了我国护肤品行业市场发展现状及规模；各地区护肤品行业市场发展分析；护肤品行业内领先企业的经营状况；护肤品企业的投融资状况及发展前景等。

物质生活水平的提高促使人们更加关注自己的仪容外表，护肤品从奢侈品成为人们的生活必需品。如今护肤品的市场需求大增，直接促使着护肤品行业市场的发展变化。

中国的化妆品市场是全世界最大的新兴市场，在短短的20多年里，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了一个初具规模、极富生机活力的产业大军。随着国内居民消费水平的升级，化妆品行业发展也已经进入新的里程。其中，护肤品行业是化妆品行业中发展最快的一个细分市场，2013年中国市场护肤品零售总额达到1314亿元。近几年来，中国护肤品行业以年均10%以上的速度递增，全行业正处在消费结构逐渐升级、消费层次多元化的阶段。

在激烈的市场竞争形势下，根据不同类型产品、不同季节、不同地区，针对消费者的喜好和需要进行必要的市场细分，实施品牌战略是护肤品企业发展的必然选择。

目录

第一章 护肤品概述 16

第一节 护肤品的定义 16

一、护肤品定义 16

二、护肤使用类型 16

第二节 护肤品行业发展历程 20

一、矿物油时代 20

二、天然成分时代 21

三、抗氧化时代 21

四、零负担时代 21

五、基因时代 22

第三节 护肤品的分类情况 22

一、护肤品分类	22
二、护肤品成分	25
第四节 护肤品产业链分析	27
一、产业链模型介绍	27
二、护肤品产业链模型分析	27
第二章 世界护肤品市场分析	28
第一节 世界护肤品市场概况	28
一、世界护肤品市场现状	28
二、全球护肤品市场品牌占比	28
三、世界有机护肤品市场现状	30
四、世界护肤品市场驱动因素	30
五、世界护肤品市场新潮流	32
第二节 世界主要国家和地区护肤品市场分析	33
一、美国护肤品市场	33
二、日本护肤品市场	34
三、韩国护肤品市场	37
四、法国护肤品市场	38
五、德国护肤品市场	39
第三章 中国护肤品行业发展环境分析	41
第一节 2014年中国宏观经济发展环境分析	41
一、中国GDP增长情况分析	41
二、全社会消费品零售总额	42
三、城乡居民收入增长分析	44
四、居民消费价格变化分析	45
第二节 中国护肤品行业发展政策环境分析	47
一、护肤品监管机构	47
二、护肤品相关法律法规	47
三、护肤品行业相关标准	48
四、护肤品行业新政策解读	49
第三节 中国护肤品行业发展社会环境分析	51

- 一、中国人口及城镇化 51
- 二、中国女性人口特征 53
- 三、女性化妆品消费观念特征 54
- 四、男性化妆品消费观念建立 58

第四章 中国护肤品行业发展特点分析 61

第一节 中国护肤品行业发展概述 61

- 一、中国护肤品行业简析 61
- 二、中国护肤品品牌发展历程 61
- 三、中国护肤品行业产品概况 62

第二节 中国护肤品市场发展特点分析 65

- 一、众多品牌瓜分市场 65
- 二、专业护肤品企业出现 66
- 三、高档护肤品发展迅速 66
- 四、护肤品市场消费特点 66

第三节 中国护肤品行业市场供需分析 67

- 一、女士护肤品市场需求特点 67
- 二、男士护肤品市场需求特点 68
- 三、老年护肤品市场需求特点 71
- 四、儿童用护肤品市场需求特点 71
- 五、婴幼儿护肤品市场需求特点 74

（一）婴幼儿的肌肤特性分析 74

（二）婴幼儿护肤品需求特点 75

（三）婴幼儿护肤品市场需求规模 77

（四）市场需求增长的原因分析 78

第四节 中国护肤品用户关注度分析 79

一、护肤品产业用户关注程度 79

（一）品牌 79

（二）用途 79

（三）产品 80

二、护肤品产业用户关注因素 81

（一）功能 81

(二) 质量 82

(三) 价格 83

(四) 外观 83

(五) 服务 85

第五节 护肤品行业存在的问题及对策 85

一、中国护肤品市场总体问题分析 85

二、中国护肤品市场的卫生问题 87

三、中国护肤品市场的薄弱环节 88

四、安全问题频现引发行业沉思 89

五、中国护肤品市场发展总体对策 89

六、中国护肤品行业地位提升对策 90

第六节 护肤品行业发展态势分析 92

一、屈臣氏全面升级护肤产品 92

二、资生堂高端护肤品牌在华上市 93

三、2013年护肤品市场热点分析 93

四、护肤品的项目投资动态 95

五、护肤品品牌兼并重组动态 98

第五章 中国护肤品市场规模及品牌格局分析 100

第一节 护肤品行业总体规模 100

一、2008-2013年中国护肤品总体规模 100

二、2008-2013年高档护肤品市场规模 100

三、2008-2013年市场护肤品美白产品占比 101

第二节 中国护肤品市场结构分析 101

一、面部护肤品市场发展分析 102

(一) 中国面部护肤品市场规模 102

(二) 中国面部护肤品市场结构 103

二、身体护肤品市场发展分析 104

(一) 中国身体护肤品市场规模 104

(二) 中国身体护肤品市场结构 105

三、手部护肤品市场发展分析 106

(一) 中国手部护肤品市场规模 106

(二) 中国手部护肤品市场结构	107
第三节 中国护肤品市场品牌格局	108
一、中国护肤品市场重点品牌占比	108
二、高级护肤品市场重点品牌占比	109
三、中国面霜市场重点品牌占比	111
四、中国抗衰老护肤品市场重点品牌占比	112
五、中国身体护肤品市场品牌占比	113
(一) 抗脂紧致身体护肤品品牌占比	113
(二) 通用型身体护肤品品牌占比	114
第四节 中国市场护肤品品牌渗透率调查	115
一、润肤护肤品	115
二、去痘护肤品	116
三、防皱护肤品	117
四、护手润护肤品	117
五、防晒护肤品	118
六、美白护肤品	119
七、祛斑护肤品	120
八、润唇膏	121

第六章 护肤品国内产品价格走势及影响因素分析 123

第一节 护肤品产品当前市场价格及评述 123

第二节 护肤品产品价格影响因素分析 124

第三节 护肤品产品未来价格走势预测 125

第七章 2009-2013年中国护肤品行业总体发展状况 126

第一节 2012-2014年中国化妆品制造行业发展分析 126

一、2012年中国化妆品制造行业发展概况 126

二、2013年中国化妆品制造行业发展概况 127

三、2014年中国化妆品制造行业发展概况 128

第二节 2010-2014年中国化妆品制造行业规模分析 129

一、企业数量增长分析 129

二、资产规模增长分析 130

三、销售规模增长分析 131

四、利润规模增长分析 132

第三节 2010-2014年中国化妆品制造行业成本费用分析 133

一、销售成本统计 133

二、主要费用统计 134

第四节 2010-2014年中国化妆品制造行业运营效益分析 134

一、偿债能力分析 134

二、盈利能力分析 135

三、运营能力分析 137

第八章 2009-2013年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析(3304) 139

第一节 2009-2013年化妆品、美容品及护肤品进口情况分析 139

一、化妆品、美容品及护肤品进口数量情况 139

二、化妆品、美容品及护肤品进口金额情况 139

三、化妆品、美容品及护肤品进口来源分析 140

四、化妆品、美容品及护肤品进口均价分析 141

第二节 2009-2013年化妆品、美容品及护肤品出口分析 141

一、化妆品、美容品及护肤品出口数量情况 141

二、化妆品、美容品及护肤品出口金额情况 142

三、化妆品、美容品及护肤品出口流向分析 142

四、化妆品、美容品及护肤品出口均价分析 143

第九章 中国护肤品市场竞争格局及竞争策略分析 145

第一节 中国护肤品市场竞争格局 145

一、中国护肤品市场重点企业占比 145

二、国内外护肤品企业竞争优势对比 146

三、国内外护肤品牌竞争态势分析 147

四、中国护肤品市场竞争趋势 147

五、护肤品行业竞争格局展望 148

第二节 中国护肤品行业竞争分析 148

一、现有企业间竞争 148

二、潜在进入者分析 149

- 三、替代品威胁分析 150
- 四、供应商议价能力 151
- 五、客户议价能力 151
- 第三节 护肤品市场竞争策略分析 151
 - 一、护肤品市场增长潜力分析 151
 - 二、护肤品产品竞争策略分析 153
 - 三、典型企业产品营销策略分析 154

第十章 中国护肤品市场营销策略研究 155

第一节 中国护肤品市场营销概况 155

- 一、中国护肤品市场营销方法 155
- 二、护肤品直销方法分析 157
- 三、护肤品企业营销概况 158

第二节 护肤品企业战略营销模式 159

- 一、研发领先 159
- 二、功效领先 160
- 三、成本领先 160
- 四、渠道领先 161
- 五、传播领先 162
- 六、服务领先 162

第三节 护肤品行业发展策略及建议 163

- 一、市场营销战略 163
- 二、品牌发展策略 164
- 三、渠道建设策略 164
- 四、企业发展策略 166

第十一章 世界护肤品企业及品牌分析 169

第一节 法国欧莱雅(L'Oreal) 169

- 一、企业简介 169
- 二、欧莱雅在中国的发展 169
- 三、企业经营情况分析 171
- 四、企业最新发展动态 172

第二节 美国宝洁(P&G , Procter & Gamble) 173

一、企业简介 173

二、企业经营情况分析 174

三、公司在化营销策略分析 175

四、宝洁公司多品牌战略 177

五、宝洁公司的广告策略 182

第三节 英国联合利华(Unilever) 183

一、企业简介 183

二、企业经营情况分析 185

三、联合利华多品牌营销战略分析 186

四、联合利华将完善中国区整体布局 187

第四节 美国雅芳(Avon) 188

一、企业简介 188

二、企业经营情况分析 188

三、雅芳的产品简介 189

四、雅芳营销模式转型 190

第五节 日本资生堂(Shiseido) 191

一、企业简介 191

二、资生堂历史 192

三、企业经营情况分析 193

四、资生堂品牌线路分析 194

第六节 美国安利(Amway) 195

一、企业简介 195

二、企业经营情况分析 195

三、安利中国的现状分析 196

四、安利(中国)品牌战略 197

第七节 美国雅诗兰黛(Estée Lauder) 199

一、企业及品牌简介 199

二、雅诗兰黛发展简史 200

三、雅诗兰黛的产品与服务 201

四、雅诗兰黛公司经营情况 203

五、雅诗兰黛在华发展情况 203

第八节 美国如新(Nu Skin) 203

- 一、企业简介 203
- 二、如新业务部门介绍 204
- 三、企业经营情况分析 205
- 四、如新在中国的发展状况 206
- 五、如新公司经营策略分析 207

第九节 拜尔斯道夫公司 208

- 一、企业简介 208
- 三、企业经营情况分析 208
- 三、拜尔斯道夫公司在中国 209
- 四、妮维雅 (Nivea) 品牌发展分析 210

第十节 爱茉莉 (Amore) 214

- 一、企业简介 214
- 二、爱茉莉品牌介绍 215
- 三、爱茉莉直销模式 215

第十二章 中国护肤品企业及品牌分析 217

第一节 索芙特股份有限公司 217

- 一、企业基本情况 217
- 二、企业经营情况分析 218
- 三、企业经济指标分析 219
- 四、企业盈利能力分析 219
- 五、企业偿债能力分析 220
- 六、企业运营能力分析 220
- 七、企业成本费用分析 221
- 八、企业发展战略及展望 221

第二节 上海家化联合股份有限公司 222

- 一、企业基本情况 222
- 二、企业经营情况分析 223
- 三、企业经济指标分析 224
- 四、企业盈利能力分析 224
- 五、企业偿债能力分析 225

六、企业运营能力分析	225
七、企业成本费用分析	226
八、企业发展战略及展望	226
第三节 自然美生物科技股份有限公司	227
一、企业基本情况	227
二、企业经营情况分析	227
三、企业经济指标分析	229
四、企业盈利能力分析	229
五、企业偿债能力分析	230
六、企业运营能力分析	230
七、企业成本费用分析	230
第四节 珠海姗拉娜化妆品有限公司	231
一、企业发展基本情况	231
二、企业主要产品分析	231
三、企业主要经济指标	232
四、企业经营效益分析	232
五、企业竞争优势分析	233
第五节 上海郑明明化妆品有限公司	233
一、企业发展基本情况	233
二、企业主要产品分析	234
三、企业主要经济指标	234
四、企业经营效益分析	235
五、企业竞争优势分析	235
第六节 北京大宝化妆品有限公司	236
一、企业发展基本情况	236
二、企业主要产品分析	237
三、企业主要经济指标	238
四、企业经营效益分析	238
五、企业竞争优势分析	239
第七节 天津郁美净集团有限公司	239
一、企业发展基本情况	239
二、企业主要产品分析	240

三、企业主要经济指标	240
四、企业经营效益分析	241
五、企业竞争优势分析	241
第八节 广东丸美生物科技有限公司	242
一、企业发展基本情况	242
二、企业主要产品分析	243
三、企业经营状况分析	245
四、企业销售网络分布	246
第九节 江苏隆力奇集团有限公司	247
一、企业发展基本情况	247
二、企业主要产品分析	248
三、企业主要经济指标	250
四、企业经营效益分析	250
六、企业竞争优势分析	251
七、企业发展战略改进	252
第十节 珀莱雅化妆品有限公司	254
一、企业发展基本情况	254
二、企业主要产品分析	254
三、企业主要经济指标	256
四、企业经营效益分析	256
五、企业竞争优势分析	257
第十一节 南京珈侬生化科技（中国）有限公司	258
一、企业发展基本情况	258
二、企业主要产品分析	258
三、企业主要经济指标	259
四、企业经营效益分析	259
第十二节 丹姿集团	260
一、企业发展基本情况	260
二、企业主要产品分析	262
三、企业主要经济指标	263
四、企业经营效益分析	263
第十三节 上海百雀羚日用化学有限公司	264

一、企业发展基本情况 264

二、企业主要产品分析 265

三、企业销售网络分析 266

四、企业竞争优势分析 266

五、企业发展战略分析 268

第十四节 上海自然美富丽化妆品有限公司 269

一、企业发展基本情况 269

二、企业主要产品分析 270

三、企业主要经济指标 270

四、企业经营效益分析 271

五、企业竞争优势分析 271

第十三章 2014-2019年中国护肤品行业发展趋势及前景预测分析 273

第一节 2014-2019年中国护肤品行业发展趋势分析 273

一、中国护肤品行业发展方向分析 273

二、护肤品产品发展趋势分析 274

(一) 美白功效产品发展趋势 274

(二) 药妆市场的发展趋势 275

(三) 抗衰老产品发展趋势 276

三、未来护肤品行业技术开发方向 279

(一) 重视护肤品基础研究 279

(二) 注意发挥中国的特色 279

(三) 加强产学研科技协作 280

四、行业“十二五”整体规划及预测 280

第二节 2014-2019年中国护肤品市场总规模预测 281

一、2014-2019年中国护肤品市场总规模预测 281

二、2014-2019年护肤品三大类产品市场规模预测 281

(一) 面部护肤品市场规模预测 281

(二) 身体护肤品市场规模预测 282

(三) 手部护肤品市场规模预测 283

第三节 2014-2019年中国护肤品具体细分产品市场规模预测 283

一、2014-2019年中国面部清洁剂市场规模预测 283

- 二、2014-2019年中国祛痘护肤品市场规模预测 284
- 三、2014-2019年中国面膜市场规模预测 285
- 四、2014-2019年中国面霜市场规模预测 285
- 五、2014-2019年中国润唇膏市场规模预测 286
- 六、2014-2019年中国抗衰老护肤品市场规模预测 287
- 七、2014-2019年中国爽肤水市场规模预测 287

第十四章 2014-2019年中国护肤品行业投资机会及风险分析 289

第一节 2014-2019年中国护肤品行业投资机会研究 289

- 一、男士护肤品 289
- 二、婴儿护肤品 290
- 三、药妆市场 290
- 四、植物护肤品 292
- 五、茶护肤品 292
- 六、抗衰老产品 293

第二节 2014-2019年中国护肤品行业投资风险分析 293

- 一、宏观经济风险 293
- 二、市场竞争风险 294
- 三、技术风险分析 294
- 四、委托加工风险 294
- 五、原材料风险 295

第三节 博思数据关于护肤品企业投资策略建议 295

- 一、产品差异化是企业发展的方向 295
- 二、可以投资的护肤品模式 296

图表目录

图表 1 护肤品行业产业链构成 27

图表 2 2008-2013年全球护肤品市场规模增长趋势图 28

图表 3 2009-2013年全球护肤品牌市场占比 29

图表 4 2009-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图 42

图表 5 2012-2014年国内生产总值构成及增长速度统计 42

图表 6 2009-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 43

图表 7 2014年中国主要消费品零售额及增长速度统计 43

图表 8 2009-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 45

图表 9 2008-2013年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图 45

图表 10 2013-2014年中国居民消费价格月度变化趋势图 46

图表 11 中国护肤品行业的主要法律法规一览表 47

图表 12 2008-2013年中国人口总量增长趋势图 52

图表 13 2013年中国人口数量及其构成情况统计 52

图表 14 2008-2015年中国城镇化率变化趋势图 53

图表 15 2007-2013年中国女性人口数量及比重 53

图表 16 不同学历男性使用护肤品的状况 58

图表 17 不同收入男性使用护肤品的状况 59

图表 18 男性不使用护肤品的原因分析 60

图表 19 男性与女性皮肤的生理特点比较 69

图表 20 男性与女性的消费心理特点比较 69

图表 21 男性与女性的生活习惯特点比较 70

图表 22 男性对护肤品的基本需求分析 70

图表 23 男士护肤品产品线 70

图表 24 2001-2012年中国0-14岁人口数量及占比情况 72

图表 25 2008-2013年中国婴幼儿护肤品零售额变化趋势图 78

图表 26 2013年中国护肤品品牌关注度排名 79

图表 27 2013年中国护肤产品类别关注度排名 80

图表 28 2013年中国护肤产品关注度排名 80

图表 29 2013年护肤品搜索词频率特征 82

图表 30 2008-2013年中国护肤品零售总额增长趋势图 100

图表 31 2008-2013年中国高档护肤品零售额增长趋势图 101

图表 32 2008-2013年中国护肤品含美白功能的产品占比 101

图表 33 2013年中国护肤品零售结构 102

图表 34 2008-2013年中国面部护肤品市场零售规模 103

图表 35 2013年中国面部护肤品细分产品市场规模统计 103

图表 36 2013年中国面部护肤品产品结构 104

图表 37 2008-2013年中国身体护肤品市场规模增长趋势图 105

图表 38 2013年中国身体护肤品细分市场零售规模 105

图表 39 2013年中国身体护肤品市场结构图 106

图表 40 2008-2013年中国手部护肤品市场规模增长趋势图 107

图表 41 2008-2013年中国手部护肤品细分市场零售规模 107

图表 42 2013年中国手部护肤品市场结构图 108

图表 43 2009-2013年中国护肤品市场重点品牌占比 108

图表 44 2010-2013年中国高级护肤品市场品牌占比 109

图表 45 2010-2013年中国面霜市场重点品牌占比 111

图表 46 2010-2013年中国抗衰老护肤品市场重点品牌占比 112

图表 47 2010-2013年中国抗脂紧致身体护肤品市场重点品牌占比 113

图表 48 2010-2013年中国通用型身体护理产品市场品牌占比 114

图表 49 2013年中国润肤护肤品品牌渗透率情况 115

图表 50 2013年中国祛痘护肤品品牌渗透率情况 116

图表 51 2013年中国防皱润护肤品品牌渗透率情况 117

图表 52 2013年中国护手润肤护肤品品牌渗透率情况 118

图表 53 2013年中国防晒润护肤品品牌渗透率情况 119

图表 54 2013年中国美白润护肤品品牌渗透率 120

图表 55 2013年中国祛斑润护肤品品牌渗透率 121

图表 56 2013年中国润唇膏品牌渗透率情况 122

图表 57 2012年中国化妆品制造行业经济指标统计 126

图表 58 2013年中国化妆品制造行业经济指标统计 127

图表 59 2014年中国化妆品制造行业经济指标统计 128

图表 60 2010-2014年中国化妆品制造企业数量变化趋势图 130

图表 61 2010-2014年中国化妆品制造行业资产总额统计 130

图表 62 2010-2014年中国化妆品制造行业资产变化趋势图 131

图表 63 2010-2014年中国化妆品制造行业销售收入统计 131

图表 64 2010-2014年中国化妆品制造行业销售收入变化趋势图 132

图表 65 2010-2014年中国化妆品制造行业利润总额统计 132

图表 66 2010-2014年中国化妆品制造行业利润变化趋势图 133

图表 67 2010-2014年中国化妆品制造行业销售成本统计 133

图表 68 2010-2014年中国化妆品制造行业销售成本趋势图 134

图表 69 2010-2014年中国化妆品制造行业费用统计 134

图表 70 2010-2014年中国化妆品制造行业资产负债率情况 135

图表 71 2010-2014年中国化妆品制造行业毛利率情况 135

图表 72 2010-2014年中国化妆品制造行业成本费用利润率情况 136

图表 73 2010-2014年中国化妆品制造行业销售利润率情况 136

图表 74 2010-2014年中国化妆品制造行业资产利润率情况 137

图表 75 2010-2014年中国化妆品制造行业应收账款周转率情况 137

图表 76 2010-2014年中国化妆品制造行业流动资产周转率情况 138

图表 77 2010-2014年中国化妆品制造行业总资产周转率情况 138

图表 78 2009-2013年化妆品、美容品及护肤品进口数量统计 139

图表 79 2009-2013年化妆品、美容品及护肤品进口金额统计 139

图表 80 2012年中国化妆品、美容品及护肤品进口来源地情况 140

图表 81 2013年化妆品、美容品及护肤品进口来源地情况 140

图表 82 2009-2013年化妆品、美容品及护肤品进口均价情况 141

图表 83 2009-2013年化妆品、美容品及护肤品出口数量统计 142

图表 84 2009-2013年化妆品、美容品及护肤品出口金额统计 142

图表 85 2012年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向情况 142

图表 86 2013年化妆品、美容品及护肤品出口流向情况 143

图表 87 2009-2013年化妆品、美容品及护肤品出口均价情况 144

图表 88 2009-2013年中国护肤品市场重点企业市场占比 145

图表 89 欧莱雅集团营业收入与利润统计表 171

图表 90 欧莱雅集团营业收入分部门情况表 171

图表 91 2013年欧莱雅集团收入结构图 172

图表 92 美国宝洁公司经济情况统计表 174

图表 93 2013财年美国宝洁公司收入结构图 175

图表 94 联合利华公司收入与利润统计表 185

图表 95 2013年联合利华公司收入结构图 186

图表 96 雅芳公司收入与利润统计表 189

图表 97 2013年雅芳公司收入结构图 189

图表 98 雅芳产品简介 190

图表 99 日本资生堂公司营业收入情况 194

图表 100 如新集团营业收入情况 206

图表 101 拜尔斯道夫公司收入与利润统计表 209

图表 102 2013年索芙特股份有限公司分产品情况表 218

图表 103 2013年索芙特股份有限公司业务结构情况 219

图表 104 2011-2014年索芙特股份有限公司收入与利润统计 219

图表 105 2011-2014年索芙特股份有限公司资产与负债统计 219

图表 106 2011-2014年索芙特股份有限公司盈利能力情况 220

图表 107 2011-2014年索芙特股份有限公司偿债能力情况 220

图表 108 2011-2014年索芙特股份有限公司运营能力情况 220

图表 109 2011-2014年索芙特股份有限公司成本费用统计 221

图表 110 2014年索芙特股份有限公司成本费用结构图 221

图表 111 2013年上海家化联合股份有限公司分产品情况表 223

图表 112 2013年上海家化联合股份有限公司业务结构情况 223

图表 113 2013年上海家化联合股份有限公司分地区情况表 224

图表 114 2011-2014年上海家化联合股份有限公司收入与利润统计 224

图表 115 2011-2014年上海家化联合股份有限公司资产与负债统计 224

图表 116 2011-2014年上海家化联合股份有限公司盈利能力情况 225

图表 117 2011-2014年上海家化联合股份有限公司偿债能力情况 225

图表 118 2011-2014年上海家化联合股份有限公司运营能力情况 225

图表 119 2011-2014年上海家化联合股份有限公司成本费用统计 226

图表 120 2013年自然美生物科技股份有限公司分业务情况表 228

图表 121 2013年自然美生物科技股份有限公司分业务结构情况 228

图表 122 2013年自然美生物科技股份有限公司分地区情况表 228

图表 123 2010-2013年自然美生物科技股份有限公司收入与利润统计 229

图表 124 2010-2013年自然美生物科技股份有限公司资产与负债统计 229

图表 125 2010-2013年自然美生物科技股份有限公司盈利能力情况 229

图表 126 2010-2013年自然美生物科技股份有限公司偿债能力情况 230

图表 127 2010-2013年自然美生物科技股份有限公司运营能力情况 230

图表 128 2010-2013年自然美生物科技股份有限公司成本费用统计 230

图表 129 珠海姗拉娜化妆品有限公司基本情况 231

图表 130 珠海姗拉娜化妆品有限公司产品列表 232

图表 131 珠海姗拉娜化妆品有限公司资产及负债统计 232

图表 132 珠海姗拉娜化妆品有限公司收入及利润统计 232

图表 133 珠海姗拉娜化妆品有限公司资产负债率情况 233

图表 134 珠海姗拉娜化妆品有限公司经济效益主要指标 233

图表 135 上海郑明明化妆品有限公司基本情况 234

图表 136 上海郑明明化妆品有限公司产品列表 234

图表 137 上海郑明明化妆品有限公司资产及负债统计 235

图表 138 上海郑明明化妆品有限公司收入及利润统计 235

图表 139 上海郑明明化妆品有限公司资产负债率情况 235

图表 140 上海郑明明化妆品有限公司经济效益主要指标 235

图表 141 北京大宝化妆品有限公司产品列表 237

图表 142 北京大宝化妆品有限公司面部护理产品示意图 237

图表 143 北京大宝化妆品有限公司资产及负债统计 238

图表 144 北京大宝化妆品有限公司收入及利润统计 238

图表 145 北京大宝化妆品有限公司资产负债率情况 238

图表 146 北京大宝化妆品有限公司经济效益主要指标 238

图表 147 天津郁美净集团有限公司基本情况 240

图表 148 天津郁美净集团有限公司产品列表 240

图表 149 天津郁美净集团有限公司资产及负债统计 240

图表 150 天津郁美净集团有限公司收入及利润统计 240

图表 151 天津郁美净集团有限公司资产负债率情况 241

图表 152 天津郁美净集团有限公司经济效益主要指标 241

图表 153 广东丸美生物科技有限公司基本情况 242

图表 154 广东丸美生物科技有限公司产品图 245

图表 155 2013年广东丸美生物科技有限公司分产品情况表 245

图表 156 2013年广东丸美生物科技有限公司业务结构情况 246

图表 157 2009-2013年广东丸美生物科技有限公司收入及利润统计 246

图表 158 2013年广东丸美生物科技有限公司分地区情况表 246

图表 159 江苏隆力奇生物科技股份有限公司基本情况 248

图表 160 江苏隆力奇集团有限公司产品 250

图表 161 江苏隆力奇集团有限公司资产及负债统计 250

图表 162 江苏隆力奇集团有限公司收入及利润情况 250

图表 163 江苏隆力奇集团有限公司资产负债率情况 251

图表 164 江苏隆力奇集团有限公司盈利能力指标 251

图表 165 珀莱雅化妆品有限公司资产及负债统计 256

图表 166 珀莱雅化妆品有限公司收入及利润情况 256

图表 167 珀莱雅化妆品有限公司资产负债率情况 256

图表 168 珀莱雅化妆品有限公司盈利能力指标 256

图表 169 南京珈依生化科技（中国）有限公司产品 259

图表 170 南京珈依生化科技（中国）有限公司资产及负债统计 259

图表 171 南京珈依生化科技（中国）有限公司收入及利润情况 259

图表 172 南京珈依生化科技（中国）有限公司资产负债率情况 260

图表 173 南京珈依生化科技（中国）有限公司盈利能力指标 260

图表 174 丹姿化妆品国际集团有限公司基本情况 260

图表 175 丹姿集团产品图 263

图表 176 丹姿集团资产及负债统计 263

图表 177 丹姿集团收入及利润情况 263

图表 178 丹姿集团资产负债率情况 264

图表 179 丹姿集团盈利能力指标 264

图表 180 上海百雀羚日用化学有限公司基本情况 265

图表 181 上海百雀羚日用化学有限公司生物柴油产品 265

图表 182 上海自然美富丽化妆品有限公司基本情况 270

图表 183 上海自然美富丽化妆品有限公司护肤系列产品 270

图表 184 上海自然美富丽化妆品有限公司资产及负债统计 270

图表 185 上海自然美富丽化妆品有限公司收入及利润情况 271

图表 186 上海自然美富丽化妆品有限公司资产负债率情况 271

图表 187 上海自然美富丽化妆品有限公司盈利能力指标 271

图表 188 2014-2019年中国护肤品市场规模预测趋势图 281

图表 189 2014-2019年中国面部护肤品市场规模预测趋势图 282

图表 190 2014-2019年中国身体护肤品市场规模预测趋势图 282

图表 191 2014-2019年中国手部护肤品市场规模预测趋势图 283

图表 192 2014-2019年中国面部清洁剂市场规模预测趋势图 284

图表 193 2014-2019年中国祛痘护肤品市场规模预测趋势图 284

图表 194 2014-2019年中国面霜市场规模预测 286

图表 195 2014-2019年中国唇部护理市场规模预测趋势图 286

图表 196 2014-2019年中国抗衰老护肤品市场规模预测趋势图 287

图表 197 2014-2019年中国爽肤水市场规模预测趋势图 288

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，商务部采集数据等数

据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1407/167198N13U.html>