

# 2010-2011年中国化妆品市场研究报告

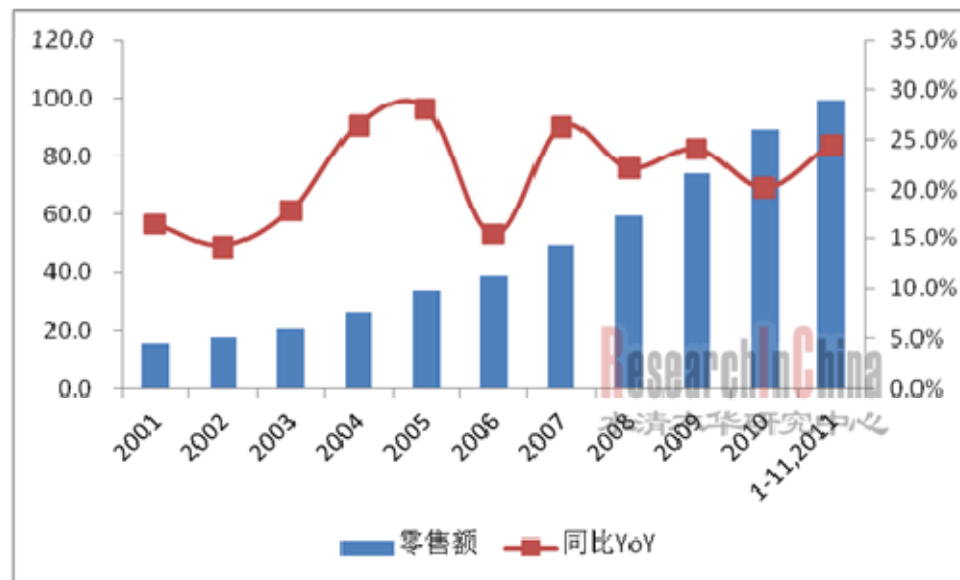
受益于中国城市化进程的加快及居民可支配收入的提高，中国消费者对美容及化妆品的需求也不断增长。2001-2010年，中国化妆品零售规模增长了5倍，成为世界上最大的化妆品消费市场之一。2011年1-11月，中国化妆品零售额为992亿元，同比增长24.5%。

2010年，中国护肤品市场规模为642亿元，是化妆品最大的细分市场。2010年，排名前十的护肤品品牌销售额占整个护肤品市场的38%，其中80%是外资品牌，中国本土品牌只有自然堂和佰草集。中国自2012年起下调了进口护肤品的进口关税，这将进一步利好跨国化妆品生产企业。

2010年，美宝莲占据了我国彩妆市场10.8%的市场份额，较2006年20%的市场占有率有所下降，主要是因为中国本土彩妆品牌，如卡姿兰、毛戈平等在产品和包装等方面不断创新，在彩妆市场上具备了一定的市场竞争力。



图：2001-2011年中国化妆品零售额及同比增速（十亿元）



来源：国家统计局

男士化妆品市场是近几年新兴的一个细分市场，2010年中国男士护肤品市场规模达到40亿元，行业增速在40%左右，远远高于女士化妆品。



水清木华研究中心《2010-2011年中国化妆品市场研究报告》主要包括以下内容：

※行业研究：主要包括中国化妆品行业规模、竞争格局及特点、进出口。

※渠道分析：主要研究了百货渠道、超市、专营店、网络和直销等渠道发展现状、特点及发展趋势。

※细分市场：包括护肤品、彩妆、香水、男士化妆品和药妆等5个细分市场的市场现状及规模、竞争特点、主要企业和发展趋势。

※主要企业：欧莱雅、上海家化等19家中国市场主要化妆品企业研究。

欧莱雅是世界最大的化妆品公司，2010年销售额为195亿欧元，旗下共有23个销售收入超过5000万欧元的国际品牌。欧莱雅于2011年11月投资2亿元扩建位于中国宜昌的天美工厂，扩建后该工厂彩妆产能将达到2.5亿件/年，成为欧莱雅在亚洲最大的彩妆生产基地。

上海家化是中国著名化妆品生产企业，2010年年销售收入为31亿元。旗下的佰草集品牌是少数进入百货渠道的高端化妆品品牌，并成功打入法国、西班牙、荷兰等市场。上海家化还推出了中国本土第一个男士护肤品品牌高夫。



# 报告目录

## 1. 概述

### 1.1 定义

### 1.2 分类

## 2. 行业现状

### 2.1 供给

#### 2.1.1 产出规模

### 2.2 行业结构

#### 2.2.1 区域分布

#### 2.2.2 企业结构

### 2.3 需求

#### 2.3.1 需求规模

#### 2.3.2 需求结构

### 2.4 竞争情况

#### 2.4.1 主要企业市场份额

#### 2.4.2 市场竞争特点

### 2.5 进出口

#### 2.5.1 出口

#### 2.5.2 进口

## 3. 渠道分析

### 3.1 百货专柜

#### 3.1.2 百货专柜渠道特点

#### 3.1.2 百货渠道操作模式

#### 3.1.3 百货渠道发展趋势

### 3.2 超市

#### 3.2.1 发展现状

#### 3.2.2 发展趋势

### 3.3 专营店

#### 3.3.1 主要化妆品专营店发展现状

#### 3.3.2 专营店渠道拓展方式

#### 3.3.3 发展趋势

### 3.4 其他渠道

#### 3.4.1 网络

#### 3.4.2 直销

#### 3.4.3 药店



#### 4. 细分市场

##### 4.1 护肤品

###### 4.1.1 市场规模

###### 4.1.2 竞争格局

###### 4.1.3 进口护肤品关税下调

##### 4.2 彩妆类

###### 4.2.1 市场现状

###### 4.2.2 跨国企业彩妆品牌发展动态

###### 4.2.3 中国本土彩妆品牌发展动态

##### 4.3 香水

###### 4.3.1 消费现状

###### 4.3.2 竞争格局

###### 4.3.3 进出口

#### 5. 其他新兴细分市场

##### 5.1 男士化妆品

###### 5.1.1 市场规模

###### 5.1.2 市场结构

###### 5.1.3 市场特点

#### 5.2 药妆

##### 5.2.1 市场现状

##### 5.2.2 主要企业

#### 6. 跨国企业

##### 6.1 欧莱雅

###### 6.1.1 企业简介

###### 6.1.2 企业经营

###### 6.1.3 化妆品业务

###### 6.1.4 在华发展

##### 6.2 雅诗兰黛

###### 6.2.1 企业简介

###### 6.2.2 企业经营

###### 6.2.3 在华发展

##### 6.3 宝洁

###### 6.3.1 企业简介

###### 6.3.2 企业经营

###### 6.3.3 化妆品业务

###### 6.3.4 在华发展



## 6.4 资生堂

### 6.4.1 企业简介

### 6.4.2 企业经营

### 6.4.3 在华发展

### 6.4.4 上海卓多姿中信化妆品有限公司

### 6.4.5 资生堂丽源化妆品有限公司

## 7. 中国企业

### 7.1 上海家化联合股份有限公司

#### 7.1.1 企业简介

#### 7.1.2 企业经营

#### 7.1.3 分品牌分析

### 7.2 索芙特股份有限公司

#### 7.2.1 企业简介

#### 7.2.2 企业经营

#### 7.2.3 发展动态

### 7.3 隆力奇

### 7.4 霸王国际（集团）控股有限公司

#### 7.4.1 企业简介

#### 7.4.2 企业经营

#### 7.4.3 分品牌分析

### 7.5 相宜本草

#### 7.5.1 企业简介

#### 7.5.2 企业经营

### 7.6 广州环亚化妆品科技有限公司

### 7.7 伽蓝集团股份有限公司

### 7.8 北京大宝化妆品有限公司

### 7.9 浙江欧诗漫集团有限公司

#### 7.9.1 企业简介

#### 7.9.2 旗下品牌

### 7.10 广州佳禾化妆品制造有限公司

### 7.11 高丝化妆品有限公司

### 7.12 天津郁美净集团有限公司

### 7.13 珈侬生化科技（中国）有限公司

### 7.14 上海华银日用品有限公司

### 7.15 妮维雅（上海）有限公司



## 图表目录

- 表：化妆品分类
- 图：2008-2011年中国化妆品制造行业主营业务收入及同比增速
- 图：中国规模以上化妆品生产企业分地区分布
- 图：2010年中国化妆品企业结构
- 表：2008-2010年中国日化行业集中度
- 图：2001-2011年中国化妆品零售额及同比增速
- 图：2010年中国化妆品消费零售额分地区占比
- 表：2010年中国化妆品市场主要企业销售额及市场占有率
- 表：2003年以来跨国企业收购中国化妆品品牌大事记
- 图：2005-2011年中国美容化妆品及护肤品出口数量及金额
- 图：2008-2011年中国美容化妆品及护肤品进口数量及进口金额
- 图：中国消费者购买化妆品选择渠道
- 表：化妆品百货渠道操作模式
- 表：中国主要化妆品专营店比较
- 表：跨国品牌渗透专营店渠道的阶段
- 表：中国化妆品网络销售渠道分析



- 表：部分直销化妆品企业在华销售收入
- 图：2010年中国化妆品细分市场结构（按照零售额）
- 表：2009-2010年中国护肤品分产品销售额
- 表：2010年中国化妆品市场护肤品牌排行
- 图：2006-2010年中国彩妆市场规模
- 图：2008-2011年中国香水及花露水进口数量及金额
- 图：2008-2011年中国香水及花露水出口数量及金额
- 2010年中国男士化妆品市场结构
- 表：中国涉足药妆生产的企业及产品
- 图：2006-2011年欧莱雅收入
- 图：2006-2011年欧莱雅营业利润
- 图：2009-2011年欧莱雅分地区收入占比
- 表：2011年1-9月欧莱雅新兴市场销售收入
- 图：2008-2010年欧莱雅研发投入
- 图：2009-2011年欧莱雅分产品收入
- 图：2010年欧莱雅化妆品业务分产品收入
- 图：2010年欧莱雅分业务收入
- 图：2010年欧莱雅销售收入超过5000万欧元的国际品牌





- 图：2007-2010年欧莱雅中国收入
- 图：2006-2011财年雅诗兰黛净收入及净利润
- 图：2007-2011年雅诗兰黛分地区收入
- 图：2007-2011财年雅诗兰黛分产品收入
- 表：雅诗兰黛在华发展
- 图：2007-2011财年宝洁净收入及净收益
- 图：2011财年宝洁分业务简介
- 图：2011财年宝洁分地区收入
- 图：2009-2011财年宝洁毛利率
- 图：2008-2011财年宝洁化妆品收入及占比
- 图：宝洁部分在华品牌
- 图：2008-2012财年资生堂净收入及净利润
- 图：2008-2012财年资生堂分地区收入
- 图：2008-2012财年资生堂海外收入及占比
- 图：2011财年资生堂日本地区分产品收入占比
- 图：资生堂在中国销售的化妆品品牌
- 表：化妆品跨国企业在华发展比较
- 图：2008-2011年上海家化营业收入及净利润



- 图：2006-2011年上海家化毛利率
- 图：2010年上海家化分品牌销售收入占比
- 表：2010年上海家化分品牌销售收入及毛利率
- 图：上海家化品牌
- 表：上海家化主要品牌价位
- 图：2001-2009年六神沐浴系列市场份额
- 图：2001-2009年美加净手部护理产品市场份额
- 图：佰草集品牌产品
- 图：2008-2011年索芙特营业收入及净利润
- 表：2009-2011年索芙特分产品收入
- 表：2009-2011年索芙特分产品毛利率
- 表：2002-2011年隆力奇发展概况
- 表：隆力奇全球研发中心
- 图：2007-2010年隆力奇主营业务收入
- 图：2009-2011年霸王总收入及净利润
- 表：2009-2011年霸王分产品收入
- 表：2011年上半年霸王分地区收入
- 表：霸王旗下品牌



- 表：2010-2011年霸王分品牌收入
- 图：2008-2011年相宜本草销售收入
- 图：2011年相宜本草分渠道收入占比
- 图：2008-2009年广州环亚主营业务收入
- 表：伽蓝集团生产基地
- 图：2007-2010E高丝化妆品有限公司主营业务收入
- 图：2007-2010E郁美净集团主营业务收入
- 图：2007-2009年上海华银主营业务收入



# 购买报告

价 格	电子版：7000元	电话：010-8260.1561/62
	纸质版：7500元	传真：010-8260.1570
页数：75页		邮箱：hanyue@waterwood.com.cn
发布日期：2012-02		网址：www.pday.com.cn
链接： <a href="http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201202/24511416.html">http://www.pday.com.cn/Htmls/Report/201202/24511416.html</a>		
地址：北京市海淀区苏州街18号长远天地大厦C座3单元502室		



# 如何申请购买报告

1, 请填写《研究报告订购协议》

([http://www.pday.com.cn/research/pday\\_report.doc](http://www.pday.com.cn/research/pday_report.doc)), 注明单位名称、联系人、联系办法(含传真和邮件)、申请报告名称, 然后签字盖章后传真到: 86-10-82601570。

2, 研究中心在签订协议后, 将回复传真给您。

3, 会员或客户按照签订的协议汇款到以下帐户:

开户行: 交通银行世纪城支行

帐号: 110060668012015061217

户名: 北京水清木华科技有限公司

4, 研究中心在收到会员或客户汇款凭证的传真确认后, 按时提供信息服务资料或研究报告的文档。

电话: 86-10-82601561、82601562、82601563 传真: 86-10-82601570

# 版权声明

该报告的所有图片、表格以及文字内容的版权归北京水清木华科技有限公司（水清木华研究中心）所有。其中，部分图表在标注有其他方面数据来源的情况下，版权归属原数据所有公司。水清木华研究中心获取的数据主要来源于市场调查、公开资料和第三方购买，如果有涉及版权纠纷问题，请及时联络水清木华研究中心。

