



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国日化用品市场市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国日化用品市场市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/45017.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

未来几年，中国日用化工品生产将继续保持稳步增长，2008-2009年年均复合增长率将保持在13.4%左右，其中化妆品市场仍将以高于国民经济增长的速度快速发展，洗涤剂市场增长相对较慢，口腔清洁用品市场会随着人们对口腔卫生的重视而稳步增长。

2007年全国日化销售额达到1840亿，其中洗涤类产品达到480多亿，化妆品及个人护理用品达到1350多亿。

从洗涤市场情况来看，各大厂商将会进一步加大技术和宣传上的投资。一方面，洗涤用品在2007年进入到一个细分阶段，各品牌生产厂家都开始酝酿比拼环保、比拼洗涤效果的技术大战。消费者对于洗涤产品价格的敏感度已经下降，而更关心产品质量和使用结果。另外一方面，洗涤用品市场的竞争已经加剧，价格战不可避免。化妆品市场的最看好的发展潜力将来自男士化妆品，经过几年市场的培育，预计2008年将会受到更多的关注，市场表现将令人欣喜。2007年，药妆市场逐渐升温，众多医药界巨头都纷纷涉足，但药妆连锁新模式有待于在未来两三年内接受市场考验。而化妆品连锁店将快速扩张，国内外机构投资者迅速抢占市场，意图全国连锁品牌。

近两年来，本土企业与跨国公司之间的差距一直在逐步拉大，就整个市场的销售金额来看，国外品牌占据的份额目前已经超过70%。国际日化企业在垄断中国日化行业高端市场的基础上，开始蚕食具有巨大发展潜力的中、低端市场，在新产品以及投放广告的基础上，加大降低成本以及降低价格的力度，与本土企业展开激烈竞争。中国日化是脆弱的，脆弱到没有真正的品牌，但是中国日化又是坚强的，个性化的营销使中国日化企业走出了中国的特色。面对宝洁、欧莱雅、高露洁等跨国日化巨头，国内日化企业避其锋芒，寻求差异市场，涌现了一批正在壮大的企业。历经20余年市场化历练的日化产业已经跨过一个新的大拐点，竞争更激烈、集中度更高的第二次革命已经开始。

【 目录 】

第一章 国际日化用品行业发展概况

第一节 香料香精化妆品行业发展概述

- 一、国际日化香精市场分析
- 二、全球香料香精市场规模
- 三、日本化妆品市场现状
- 四、意大利化妆品及护理品市场分析
- 五、西班牙化妆业发展概况
- 六、东欧化妆品市场前景分析
- 七、中东化妆品及护理品市场概况

第二节 洗涤剂行业发展概况

- 一、全球沐浴露市场发展趋势预测
- 二、俄罗斯洗涤市场概况
- 三、国外洗涤市场的现状与发展趋势

第二章 中国日化市场发展概况

第一节 我国日化行业相关政策标准

- 一、新《化妆品卫生规范》实施
- 二、卫生部发布《化妆品生产企业卫生规范》
- 三、表面活性剂基础标准与通用方法
- 四、《化妆品标签标识管理规范》将出台
- 五、我国化妆品重金属禁用限用列表

第二节 2005-2007年我国日化市场状况分析

- 一、2005年日化市场发展回顾
- 二、2006年日化行业发展回顾
- 三、2007年日化行业销售分析

第三节 我国日化行业现状分析

- 一、日化行业“五力模型”分析
- 二、日化产业发展潜力分析
- 三、2007年日化市场细化之路
- 四、2008我国日化行业步入监管年

第四节 国内中药企业发力中药药妆日化市场

第三章 2006-2007年日用化学产品制造综合数据分析

第一节 2006-2007年中国日用化学产品制造产销情况

- 一、2006-2007年中国日用化学产品制造产成品
- 二、2006-2007年中国日用化学产品制造工业总产值
- 三、2006-2007年中国日用化学产品制造产品销售收入

第二节 2006-2007年中国日用化学产品制造成本费用情况

- 一、2006-2007年中国日用化学产品制造销售成本
- 二、2006-2007年中国日用化学产品制造销售费用
- 三、2006-2007年中国日用化学产品制造管理费用
- 四、2006-2007年中国日用化学产品制造财务费用

第三节 2006-2007年中国日用化学产品制造资产负债情况

- 一、2006-2007年中国日用化学产品制造资产总计
- 二、2006-2007年中国日用化学产品制造负债合计
- 三、2006-2007年中国日用化学产品制造资产负债率
- 四、2006-2007年中国日用化学产品制造资本保值增值率

第四节 2006-2007年中国日用化学产品制造行业规模情况

- 一、2006-2007年中国日用化学产品制造企业单位数
- 二、2006-2007年中国日用化学产品制造全部从业人员平均人数

第五节 2006-2007年中国日用化学产品制造行业效益情况

- 一、2006-2007年中国日用化学产品制造利润总额
- 二、2006-2007年中国日用化学产品制造产值利税率
- 三、2006-2007年中国日用化学产品制造成本费用利润率
- 四、2006-2007年中国日用化学产品制造资金利税率
- 五、2006-2007年中国日用化学产品制造产成品资金占用率

第六节 2006-2007年中国日用化学产品制造亏损情况

- 一、2006-2007年中国日用化学产品制造亏损单位数
- 二、2006-2007年中国日用化学产品制造亏损企业亏损总额

第七节 2006-2007年日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

- 一、2006年日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标
- 二、2007年日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

第四章 2006-2007年日化用品进出口贸易分析

第一节 2006-2007年日化用品进出口数据统计

- 一、2006-2007年化妆品进出口数据统计
- 二、2006-2007年肥皂洗涤剂用品进出口数据统计

第二节 我国化妆品进口现状及问题

- 一、进口化妆品价格分析
- 二、实行消费税新政化妆品进口问题分析
- 三、目前形势下化妆品进口的问题分析

第三节 2007-2008中国东盟化妆品贸易及降税分析

- 一、中国与东盟化妆品贸易情况
- 二、中国与东盟化妆品贸易主要特点
- 三、2005-2010降税情况

第五章 洗涤用品市场分析

第一节 洗涤行业现状及发展趋势分析

- 一、中国洗涤用品要告别“有磷时代”
- 二、洋品牌再掀日化市场纷争
- 三、洗涤用品市场规模的新趋势
- 四、洗涤剂行业主要专利技术及其发展分析
- 五、2007年日化洗涤市场分析以及08年发展趋势
- 六、洗涤用品市场发展趋势分析

第二节 洗衣粉市场现状分析

- 一、2006-2007年全国产量统计
- 二、国内品牌挺入洗衣粉高端市场
- 三、环保洗衣粉标准国内空白
- 四、洗衣粉多品牌通吃市场版图
- 五、家用洗衣液蚕食洗衣粉城市阵地

第三节 肥（香）皂市场现状分析

- 一、2006-2007年肥皂产量统计
- 二、肥皂市场的发展现状
- 三、肥皂市场的发展限制及未来趋势分析
- 四、2007年香皂市场分析
- 五、香皂代表品牌经营策略分析

第四节 洗发水市场现状分析

- 一、我国洗发水市场的发展现状
- 二、2007年洗发水去屑大战全面升级
- 三、中国洗发水市场销售量分析
- 四、防脱洗发水市场现状分析
- 五、洗发水品牌档案
- 六、洗发水市场发展趋势

第五节 沐浴露市场分析

- 一、目前沐浴露市场的基本情况
- 二、有待启动的沐浴露市场
- 三、沐浴露进入细分时代
- 四、沐浴露市场格局分析

第六节 洗洁精市场分析

- 一、洗洁精市场结构分析
- 二、需求环境分析
- 三、洗洁精的销售渠道特点
- 四、洗洁精行业市场竞争战略

第七节 洗手液市场分析

- 一、洗手液市场现状分析
- 二、洗手液行业发展的主导趋动因素

第六章 化妆品市场分析

第一节 中国化妆品市场现状分析

- 一、中国化妆品进入整合时代
- 二、海关实施新规将利好高档化妆品
- 三、化妆品市场迎来新一轮渠道角力
- 四、2007年十二种最流行的化妆品
- 五、2007中国化妆品制造企业十强

第二节 我国化妆品市场问题分析

- 一、我国化妆品行业面临的主要问题
- 二、美容化妆品服务质量规范亟待完善
- 三、中外日化用品企业的差距分析

第三节 美白护肤市场分析

- 一、纳米护肤品的优势
- 二、十大品牌美容化妆品的美白护肤效果排名
- 三、2007年护肤品是化妆品市场的绝对主角
- 四、2008年护肤品市场热点预测

第四节 防晒用品市场分析

- 一、知名防晒化妆品比较
- 二、2007年夏季防晒产品市场走势
- 三、中国城市防晒护肤品市场渗透率
- 四、防晒研究新动向

第五节 香水市场分析

- 一、香水行业的发展与困境
- 二、国产香水市场分析
- 三、香精香料未来增长分析
- 四、香水行业市场的发展趋势

第六节 彩妆市场分析

- 一、中国女性彩妆行为调查结果分析
- 二、彩妆品牌发展之困
- 三、中国彩妆市场新一轮品牌竞争分析
- 四、美妆市场井喷考验民族品牌耐力
- 五、彩妆品牌整体评价

第七节 其它品种化妆品分析

- 一、基因化妆品诞生欧洲
- 二、药妆市场潜力巨大
- 三、祛痘市场现状分析
- 四、抗衰老产品市场现状分析
- 五、我国祛斑产品市场的现状及发展趋势

第八节 化妆品行业发展趋势及预测

- 一、化妆品行业品牌发展趋势
- 二、2008年中国化妆品市场销售总额预测
- 三、2009年中国化妆品市场将超美国
- 四、未来一二十年化妆品发展趋势预测
- 五、2010年我国化妆品消费新格局

第七章 牙膏及口腔护理市场分析

第一节 牙膏市场发展现状分析

- 一、2006-2007年牙膏产量分析
- 二、我国牙膏企业出口分析
- 三、牙膏业面临“清口洁齿”

第二节 我国牙膏市场深度分析

- 一、牙膏市场现状
 - 二、主要品牌市场占有率
 - 三、市场嬗变特征
 - 四、企业应对策略
 - 五、主要品牌竞争手段分析
 - 六、牙膏市场未来发展走势
- ### 第三节 口腔护理市场现状及发展趋势分析
- 一、2007年牙洁素掀起口腔护理新革命
 - 二、口腔护理市场蕴涵专业细分新机会
 - 三、口腔护理品呼唤差异化经营
 - 四、口腔护理市场发展趋势

第八章 日化区域市场发展分析

第一节 北京地区日用化学品行业发展分析

- 一、2006—2007年北京日用化学品行业产值变化及趋势分析
- 二、2006—2007年北京日用化学品企业数量变化及趋势分析
- 三、2006—2007年北京日用化学品企业利润、销售收入情况分析
- 四、2006—2007年北京日用化学品企业资本负债率变化及趋势分析
- 五、2006—2007年北京日用化学品企业资金利润率变化及趋势分析
- 六、2006—2007年北京日用化学品企业成本费用利润率变化
- 七、2006—2007年北京日用化学品行业人均销售率变化及趋势分析
- 八、2006—2007年北京日用化学品企业产成品资金占用率变化

第二节 上海地区日用化学品行业发展分析

- 一、2006—2007年上海日用化学品行业产值变化及趋势分析
- 二、2006—2007年上海日用化学品企业数量变化及趋势分析

- 三、2006—2007年上海日用化学品企业利润、销售收入情况分析
- 四、2006—2007年上海日用化学品企业资本负债率变化及趋势分析
- 五、2006—2007年上海日用化学品企业资金利润率变化及趋势分析
- 六、2006—2007年上海日用化学品企业成本费用利润率变化
- 七、2006—2007年上海日用化学品行业人均销售率变化及趋势分析
- 八、2006—2007年上海日用化学品企业产成品资金占用率变化

第三节 广东地区日用化学品行业发展分析

- 一、2006—2007年广东日用化学品行业产值变化及趋势分析
- 二、2006—2007年广东日用化学品企业数量变化及趋势分析
- 三、2006—2007年广东日用化学品企业利润、销售收入情况分析
- 四、2006—2007年广东日用化学品企业资本负债率变化及趋势分析
- 五、2006—2007年广东日用化学品企业资金利润率变化及趋势分析
- 六、2006—2007年广东日用化学品企业成本费用利润率变化
- 七、2006—2007年广东日用化学品行业人均销售率变化及趋势分析
- 八、2006—2007年广东日用化学品企业产成品资金占用率变化

第九章 日化市场消费者分析

第一节 我国化妆品消费市场主要特征

- 一、一批品牌深入人心
- 二、女性使用洁肤护肤品各有偏好
- 三、年龄和收入影响品牌的选择
- 四、品牌地域特色明显
- 五、适合自己的肤质最重要
- 六、三分之一女性近一年更换过洁肤护肤品牌

第二节 女性化妆品购买心理分析

- 一、女性的购买心理特点与化妆品的特性
- 二、女性化妆品购买心理特性
- 三、化妆品对女性心理产生影响

第三节 男士化妆品消费市场

- 一、男性化妆品市场分析
- 二、男性化妆品使用情况调查与分析
- 三、男性化妆品市场的开发

四、男士化妆品消费前景分析

第四节 洗发水和染发类产品消费者分析

第五节 牙膏市场消费分析

一、消费群体分析

二、消费区域特征分析

三、消费者行为分析

第十章 日化市场营销分析

第一节 2007年中国日化行业营销事件分析

第二节 日化市场渠道分析

一、渠道变革趋势与应对策略

二、日化企业分销渠道突围

三、日化专营店开发与营销策略

第三节 日化市场营销模式分析

一、体验营销

二、差异化营销

三、整合营销

四、品牌营销

第四节 我国牙膏市场的营销战略选择分析

一、我国牙膏市场的现状

二、市场竞争环境分析

三、对牙膏市场的消费者行为分析

四、我国牙膏企业的营销战略选择

第五节 日化市场营销策略分析

一、拉芳营销策略分析

二、高端化妆品网络营销困惑

三、宝洁精准化营销

第十一章 日化市场竞争格局分析

第一节 日化行业竞争分析

一、潜在进入者跃跃欲试

二、行业内竞争日益激烈

三、替代品初显端倪

四、供应商进一步成熟

五、顾客趋于理性

六、应对行业转型

第二节 日化终端专营店核心竞争力分析

一、日化终端专营店竞争力要素分析

二、专营店核心竞争力的定位与打造方法

三、打造核心竞争力的建议

第三节 中国日化产业格局分析

一、广州崛起：天时地利

二、上海新生：润物无声

第十二章 日化行业部分重点企业分析

第一节 法国欧莱雅集团（L'OREAL）

一、企业背景

二、2006-2007年经营业绩分析

三、欧莱雅在中国

四、市场竞争状况

五、欧莱雅集团的竞争策略

六、欧莱雅集团竞争策略的分析

第二节 美国宝洁公司（PROCTER & GAMBLE）

一、企业背景

二、2006-2007年经营业绩分析

三、宝洁公司的中国战略

四、企业品牌战略

第三节 英国联合利华（UNILEVER）

一、企业背景

二、2006-2007年经营业绩分析

三、在中国发展分析

第四节 上海家化联合股份有限公司

一、公司概况

二、2006-2007年经营业绩分析

三、发展动态

第五节 索芙特股份有限公司

一、公司概况

二、2006-2007年经营业绩分析

第六节 柳州两面针股份有限公司

一、公司概况

二、2006-2007年经营业绩分析

第七节 广州市浪奇实业股份有限公司

一、公司概况

二、2006-2007年经营业绩分析

第八节 山西南风化工集团股份有限公司

一、公司概况

二、2006-2007年经营业绩分析

第九节 上海白猫股份有限公司

一、公司概况

二、2006-2007年经营业绩分析

第十三章 日化行业发展趋势及策略分析

第一节 日化行业的发展趋势分析

一、国际化妆品零售商将瞄准中国市场

二、国际化妆品市场发展趋势

三、儿童化妆品风起云涌

四、夏季防晒护肤品成为新热点

五、流行的促销品

六、男女化妆品通用成趋势

七、日化专营店

八、国内化妆品品牌与世界化妆品品牌的差距

九、终端顾客争夺战将更加激烈

第二节 我国日化市场发展趋势分析

一、洗涤行业向规模化方向发展

二、彩妆成为化妆品行业重要增长点

三、化妆品超市使百货店的专柜受到挑战

四、产业集群区域明显

五、专营店将成为化妆品行业的主流渠道

六、营销通路不断创新

第三节 民族日化品牌自强出路分析

第四节 中小日化实现品牌突围策略

第五节 本土日化企业制胜策略

一、本土日化企业的市场表现

二、本土日化企业的思维误导

三、本土日化的谋胜之道

部分图表目录

图表 2007年我国化妆品进出口数量统计

图表 2007年我国化妆品进出口金额统计

图表 2007年我国肥皂洗涤剂用品进出口数量统计

图表 2007年我国肥皂洗涤剂用品进出口金额统计

图表 2007年1-12月全国合成洗衣粉产量

图表 2007年1-12月全国合成洗涤剂产量

图表 2007年1-12月全国肥皂产量

图表 2007中国化妆品制造企业十强

图表 2007年1-12月全中牙膏（自然支）产量

图表 2007年1-6月我国牙膏企业经营业绩分析

图表 2007年1-9月我国牙膏出口分析

图表 2006和2010年中国男士化妆品销售额预测

图表 1991-2015年日化用品的产量与产值情况

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造产成品

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造工业总产值（当年价格）

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造产品销售收入

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造销售成本

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造销售费用

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造管理费用

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造财务费用

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造资产总计

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造负债合计

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造资产负债率

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造资本保值增值率

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造企业单位数

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造全部从业人员平均人数

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造利润总额

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造产值利税率

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造成本费用利润率

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造资金利税率

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造产成品资金占用率

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造亏损单位数

图表 2007年1-11月中国日用化学产品制造亏损企业亏损总额

图表 2007年2月日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2007年5月日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2007年8月日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2007年11月日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2005-2010年我国柑桔属果实的精油降税情况

图表 2005-2010年我国薄荷油降税情况

图表 2005-2010年我国香茅油及其他精油降税情况

图表 2005-2010年我国工业香精食品或饮料工业用香精降税情况

图表 2005-2010年我国其他工业香精降税情况

图表 2005-2010年我国香水和花露水降税情况

图表 2005-2010年我国化妆品唇用化妆品降税情况

图表 2005-2010年我国指甲(趾甲)用化妆品(指甲油等)降税情况

图表 2005-2010年我国香粉降税情况

图表 2005-2010年我国其他美容化妆品降税情况

图表 2005-2010年我国护发品洗发剂(香波)降税情况

图表 2005-2010年我国烫发剂和定型剂降税情况

图表 2005-2010年我国工业香精食品或饮料工业用香精降税情况

图表 2005-2010年我国牙膏、牙粉等降税情况

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造产成品

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造工业总产值（当年价格）

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造产品销售收入

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造销售成本

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造销售费用

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造管理费用

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造财务费用

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造资产总计

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造负债合计

图表 2006年1-11月中国日用化学产品制造资产负债率

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造资本保值增值率

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造企业单位数

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造全部从业人员平均人数

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造利润总额

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造产值利税率

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造成本费用利润率

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造资金利税率

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造产成品资金占用率

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造亏损单位数

图表 2006年1-12月中国日用化学产品制造亏损企业亏损总额

图表 2006年2月日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年3月日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年4月日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年5月日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年6月日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年7月日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年8月日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年9月日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年10月日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年11月日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年12月日用化学产品制造全国销售收入前十家企业主要经济指标

图表 2006年我国化妆品进出口数量统计

图表 2006年我国化妆品进出口金额统计

图表 2006年我国肥皂洗涤剂用品进出口数量统计

图表 2006年我国肥皂洗涤剂用品进出口金额统计

图表 2006年1-12月全国合成洗衣粉产量

图表 2006年1-12月全国合成洗涤剂产量

图表 2006年1-12月全国肥皂产量

图表 2006年1-12月全中牙膏（自然支）产量

图表 2006年中国不同类别的化妆品销售情况

图表 2006年1-12月北京日用化学品行业累计工业总产值（当年价格）

图表 2007年1-11月北京日用化学品行业累计工业总产值（当年价格）

图表 2006年1-12月北京日用化学品行业累计企业及亏损企业单位数

图表 2007年1-11月北京日用化学品行业累计企业及亏损企业单位数

图表 2006年1-12月北京日用化学品行业累计利润总额、销售收入

图表 2007年1-11月北京日用化学品行业累计利润总额、销售收入

图表 2006年1-12月北京日用化学品行业资产负债率

图表 2007年1-11月北京日用化学品行业资产负债率

图表 2006年1-12月北京日用化学品行业资金利润率

图表 2007年1-11月北京日用化学品行业资金利润率

图表 2006年1-12月北京日用化学品行业成本费用利润率

图表 2007年1-11月北京日用化学品行业成本费用利润率

图表 2006年1-12月北京日用化学品行业人均销售率

图表 2007年1-11月北京日用化学品行业人均销售率

图表 2006年1-12月北京日用化学品行业产成品资金占用率

图表 2007年1-11月北京日用化学品行业产成品资金占用率

图表 2006年1-12月上海日用化学品行业累计工业总产值（当年价格）

图表 2007年1-11月上海日用化学品行业累计工业总产值（当年价格）

图表 2006年1-12月上海日用化学品行业累计企业及亏损企业单位数

图表 2007年1-11月上海日用化学品行业累计企业及亏损企业单位数

图表 2006年1-12月上海日用化学品行业累计利润总额、销售收入

图表 2007年1-11月上海日用化学品行业累计利润总额、销售收入

图表 2006年1-12月上海日用化学品行业资产负债率

图表 2007年1-11月上海日用化学品行业资产负债率

图表 2006年1-12月上海日用化学品行业资金利润率

图表 2007年1-11月上海日用化学品行业资金利润率

图表 2006年1-12月上海日用化学品行业成本费用利润率

图表 2007年1-11月上海日用化学品行业成本费用利润率

图表 2006年1-12月上海日用化学品行业人均销售率

图表 2007年1-11月上海日用化学品行业人均销售率

图表 2006年1-12月上海日用化学品行业产成品资金占用率

图表 2007年1-11月上海日用化学品行业产成品资金占用率

图表 2006年1-12月广东日用化学品行业累计工业总产值（当年价格）

图表 2007年1-11月广东日用化学品行业累计工业总产值（当年价格）

图表 2006年1-12月广东日用化学品行业累计企业及亏损企业单位数

图表 2007年1-11月广东日用化学品行业累计企业及亏损企业单位数

图表 2006年1-12月广东日用化学品行业累计利润总额、销售收入

图表 2007年1-11月广东日用化学品行业累计利润总额、销售收入

图表 2006年1-12月广东日用化学品行业资产负债率

图表 2007年1-11月广东日用化学品行业资产负债率

图表 2006年1-12月广东日用化学品行业资金利润率

图表 2007年1-11月广东日用化学品行业资金利润率

图表 2006年1-12月广东日用化学品行业成本费用利润率

图表 2007年1-11月广东日用化学品行业成本费用利润率

图表 2006年1-12月广东日用化学品行业人均销售率

图表 2007年1-11月广东日用化学品行业人均销售率

图表 2006年1-12月广东日用化学品行业产成品资金占用率

图表 2007年1-11月广东日用化学品行业产成品资金占用率

图表 2006年欧莱雅销售额分析

图表 2006年欧莱雅盈利分析

图表 2007年欧莱雅集团在全球地区销售额情况

图表 2006-2007年宝洁全球经营业绩分析

图表 2004-2006年上海家化成长性分析

图表 2004-2006年上海家化经营能力分析

图表 2004-2006年上海家化盈利能力分析

图表 2004-2006年上海家化偿债能力分析

图表 2007年前三季度上海家化主营收入情况

图表 2007年前三季度上海家化净利润和基本每股收益情况

图表 2004-2006年索芙特成长性分析

图表 2004-2006年索芙特经营能力分析

图表 2004-2006年索芙特盈利能力分析

图表 2004-2006年索芙特偿债能力分析

图表 2007年前三季度索芙特主营收入情况

图表 2007年前三季度索芙特净利润和基本每股收益情况

图表 2004-2006年两面针成长性分析

图表 2004-2006年两面针经营能力分析

图表 2004-2006年两面针盈利能力分析

图表 2004-2006年两面针偿债能力分析

图表 2007年前三季度两面针主营收入情况

图表 2007年前三季度两面针净利润和基本每股收益情况

图表 2004-2006年广州浪奇成长性分析

图表 2004-2006年广州浪奇经营能力分析

图表 2004-2006年广州浪奇盈利能力分析

图表 2004-2006年广州浪奇偿债能力分析

图表 2007年前三季度广州浪奇主营收入情况

图表 2007年前三季度广州浪奇净利润和基本每股收益情况

图表 2004-2006年南风化工成长性分析

图表 2004-2006年南风化工经营能力分析

图表 2004-2006年南风化工盈利能力分析

图表 2004-2006年南风化工偿债能力分析

图表 2007年前三季度南风化工主营收入情况

图表 2007年前三季度南风化工净利润和基本每股收益情况

图表 2004-2006年白猫股份成长性分析

图表 2004-2006年白猫股份经营能力分析

图表 2004-2006年白猫股份盈利能力分析

图表 2004-2006年白猫股份偿债能力分析

图表 2007年前三季度白猫股份主营收入情况

图表 2007年前三季度白猫股份净利润和基本每股收益情况

图表 2005年意大利化妆品及护理品消费

图表 2005年第一季度部分主要企业/品牌产销排名情况

图表 1999年-2002年液体洗涤剂产量变化

图表 消费者期望购买肥皂价位表

图表 用户对护肤品的检索比例

图表 23种防晒化妆品效果比较

图表 防晒系列护肤品在不同年龄女性消费者中的渗透率

图表 不同身份的人使用防晒系列护肤品比例

图表 防晒系列护肤品的渗透率前五位的城市排名

图表 北京、上海、广州三市化妆品品牌提及率排名

图表 北京、上海、广州三市女性选择适合自己的化妆品品牌排名

图表 北京、上海、广州三市不同年龄女性选择化妆品品牌排名

图表 北京、上海、广州三市不同收入女性选择化妆品品牌排名

图表 北京、上海、广州三市不同女性地域选择化妆品品牌排名

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45017.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。