



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年足浴盆行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年足浴盆行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/130547.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

脚部是人体经络汇聚的地方之一，人体各器官均在脚部有特定的反射区，足部反射按摩疗法是中华医学的宝贵遗产，有着3000多年的传统历史，它通过刺激人体各器官在双足中相对应的穴位，产生神经反射，激活感应器官的功能，增强血液循环、调节内分泌失调、平衡血压、对高血压、脑血栓、咳嗽、哮喘、腰腿痛、风湿、肾寒、胃寒、痛经、感冒、失眠、发烧、糖尿病、外科静脉曲张、脉管炎、骨伤科的足跟家刺、踝部关节炎、风湿性关节炎，使用后都能起到增强血液循环，很好的辅助疗效，故对脚部按摩和刺激，能激发人体潜在的机能，调整身体失衡的状态，舒缓全身紧张，达到防病治病的效果，有自我保健和延年益寿之功效。足浴盆是用于足部冲洗按摩的容器。按结构划分：单盆式、分体式；按盛液深浅划分：低水位、中水位，高水位；按加热方式划分：不可加热、循环加热、蒸汽加热；按品牌划分：足福足浴盆、皇威足浴盆、欧善足浴盆、科亚足浴盆、精锐足浴盆等等。

足浴盆行业，切合老龄社会趋势和送礼大趋势，拥有4000万台的巨大容量，并且以年均30%的自然增长率快速增长，消费意识和消费习惯又日渐成熟，再加上巨大的市场空白点、没有领导品牌的市场现状，这一切都预示着足浴盆行业行将井喷，一个经多年孕育而终于化茧成蝶的行业即将诞生。中医经络学认为，脚为足三阴经(脾、肝、肾)之始，又系足三阳经(胃、胆、膀胱)之终，与五脏六腑的关系密切。足浴可以促进血液循环，使足部血脉通畅，有助于消除疲劳，改善睡眠。这样的功能，对于老年保健是非常有用的。从足浴盆的购买人群方面分析，购买者多为中青年，使用者则多是中老年人，购买的动机一般是儿女孝顺父母而购买。应该说，足浴盆的直接消费者是中老年人。随着老龄化社会的来临，孝敬父母的问题，就越来越成为一个普遍性的社会问题；正因为有中华3000年的孝文化传统和当代老龄化社会的现象，所以才有很多的品牌将营销的目标对准了"孝"。足浴盆行业就当仁不让地成为老龄社会的主力产业之一。

中国是礼仪之邦，送礼是人们情感传递的载体。中国礼品市场发展自改革开放以来，经历了三次主要的潮流：80年代送"温饱"：当时由于当时人们的收入有限，人们买不起也很难买到贵重礼品。奶粉、麦乳精、鸡蛋、水果之类"温饱型"礼品消费在当时绝对是送礼的上佳之选。90年代初送"烟酒"：人们生活水平普遍有了提高，送礼逐步讲求档次，注重外观与实用性的结合。包装精美的红塔山、茅台等名烟名酒开始大行其道。21世纪送"健康"：步入小康的人们更为讲求生活的质量和品位，送礼趋势改变为：大件化、实物化、健康化，因此各种孝心礼品、滋补品、保健品成为送礼首选。足浴盆所蕴涵的"送礼送健康，送礼送孝心"的主题，既符合社会发展的特征，也满足大众的情感需求，而且足浴盆与补品/保健品相比，更大件、更实物、更健康、性价比更高。由于3000年足浴文化的浸润和足浴盆属于并不复杂的科技产品的特征，消费者对足浴盆的功能及健康作用已经耳熟能详，很多消费者不但知道足浴盆产品

，更知道足浴盆产品的作用；由此可见，启动足浴盆市场无须太多的市场教育，消费者对于养生足浴盆已有一定的认知度。养生足浴盆的市场容量：4000万台，约200亿元（按每台500元计算）；自2003年以来，在没有品牌对市场做大的宣传教育的情况下，养生足浴盆市场连续五年都以30%的年均自然增长率一路狂飙。养生足浴盆行业四大特征：现有足浴盆市场尚处初级竞争阶段，真正进入家庭的比例不大，家用大市场还有待开发；现有足浴盆市场还主要在一线城市，二三级市场还有大片处女地；足浴盆品牌还是粗放式营销，在全国分销渠道上存在大量空白点；市场上能让消费者叫得出名字的品牌不多，现有的足浴器品牌的市场份额、资金实力都不大，缺乏知名品牌和强势品牌；当一个行业出现"切合老龄社会趋势和送礼大潮流"、"消费意识成熟"、"市场容量大"、"自然年均增长达到30%"、"市场连续五年供不应求"、"产品具备大众化消费特征"、"市场空白多"这样七个要素时，我们有理由下一个定论：足浴盆行业2009年必将出现井喷行情。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国经济景气监测中心、中国保健协会、国内外多种相关报刊杂志基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据，对国内外足浴盆市场总体发展情况进行了深入的研究分析。报告详细论述了足浴盆行业的发展趋势、以及行业竞争格局、领先企业运行情况等，同时还分析了建材、陶瓷、建筑陶瓷、木地板等相关行业的发展现状及趋势，并对今后我国足浴盆行业的发展做出了精确的预测。本报告数据及时全面，图表丰富，既有深入的探讨，又有直观的比较分析，为足浴盆企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 足浴盆行业发展概述

第一节 足浴盆的概念

一、足浴盆的定义

二、足浴盆的特点

三、足浴盆的分类

第二节 足浴盆行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 足浴盆市场特征分析

一、市场规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际市场

五、主要竞争因素

六、生命周期

第二章 全球足浴盆行业发展分析

第一节 世界足浴盆行业发展分析

一、2007年世界足浴盆行业发展分析

二、2008年世界足浴盆行业发展分析

三、2009年世界足浴盆行业发展分析

第二节 全球足浴盆市场分析

一、2009年全球足浴盆需求分析

二、2009年欧美足浴盆需求分析

三、2009年中外足浴盆市场对比

第三节 2008-2009年主要国家或地区足浴盆行业发展分析

一、2008-2009年美国足浴盆行业分析

二、2008-2009年日本足浴盆行业分析

三、2008-2009年欧洲足浴盆行业分析

第三章 我国足浴盆行业发展分析

第一节 中国足浴盆行业发展状况

一、2008年足浴盆行业发展状况分析

二、2008年中国足浴盆行业发展动态

三、2008年足浴盆行业经营业绩分析

四、2008年我国足浴盆行业发展热点

第二节 中国足浴盆市场供需状况

一、2009年中国足浴盆行业供给能力

二、2009年中国足浴盆市场供给分析

三、2009年中国足浴盆市场需求分析

四、2009年中国足浴盆产品价格分析

第三节 我国足浴盆市场分析

一、2008年上半年足浴盆市场分析

二、2008年下半年足浴盆市场分析

三、2009年上半年足浴盆市场分析

四、2009年足浴盆市场的走向分析

第四章 足浴盆产业经济运行分析

第一节 2008-2009年中国足浴盆产业工业总产值分析

一、2008-2009年中国足浴盆产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2008-2009年中国足浴盆产业市场销售收入分析

一、2008-2009年中国足浴盆产业市场总销售收入分析

二、不同规模企业总销售收入分析

三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节 2008-2009年中国足浴盆产业产品成本费用分析

一、2008-2009年中国足浴盆产业成本费用总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2008-2009年中国足浴盆产业利润总额分析

一、2008-2009年中国足浴盆产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五章 我国足浴盆产业进出口分析

第一节 我国足浴盆产品进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

第二节 我国足浴盆产品出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

第三节 我国足浴盆产品进出口预测

一、2009年上半年进口分析

二、2009年上半年出口分析

三、2009年足浴盆进口预测

四、2009年足浴盆出口预测

第六章 足浴盆区域市场发展分析

第一节 华北地区

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年市场需求分析

三、2008-2009年市场规模分析

四、2008-2009年市场竞争分析

五、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

第二节 东北地区

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年市场需求分析

三、2008-2009年市场规模分析

四、2008-2009年市场竞争分析

五、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

第三节 华东地区

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年市场需求分析

三、2008-2009年市场规模分析

四、2008-2009年市场竞争分析

五、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

第四节 华南地区

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年市场需求分析

三、2008-2009年市场规模分析

四、2008-2009年市场竞争分析

五、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

第五节 中南地区

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年市场需求分析

三、2008-2009年市场规模分析

四、2008-2009年市场竞争分析

五、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

第六节 西南地区

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年市场需求分析

三、2008-2009年市场规模分析

四、2008-2009年市场竞争分析

五、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

第七节 西北地区

一、2008-2009年行业发展现状

二、2008-2009年市场需求分析

三、2008-2009年市场规模分析

四、2008-2009年市场竞争分析

五、2008-2009年技术发展分析

六、2009-2012年行业发展形势

第七章 中国足浴盆市场消费者调研及营销策略分析

第一节 足浴盆市场消费特点

- 一、中国消费市场的地理因素
- 二、消费地理因素的营销启示
- 三、品牌集中化趋势突显

第二节 2009年度中国足浴盆预期消费分析

- 一、中国城市足浴盆产品预期购买率
- 二、中国城市足浴盆产品预期购买类型
- 三、中国城市足浴盆产品预期价格差异

第三节 2009年度消费者精选品牌分析

- 一、品牌关注度影响因素分析
- 二、品牌关注度整体分析
- 三、2008年度十大品牌关注度细分

第四节 足浴盆营销渠道模式比较研究

- 一、足浴盆市场运作模式分析
- 二、足浴盆市场直销模式分析

第二部分 行业竞争格局

第八章 足浴盆行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 足浴盆行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2008-2009年足浴盆行业竞争格局分析

一、2008年足浴盆行业竞争分析

二、2008年中外足浴盆产品竞争分析

三、2008-2009年国内外足浴盆竞争分析

四、2008-2009年我国足浴盆市场竞争分析

五、2008-2009年我国足浴盆市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要足浴盆企业动向

第九章 足浴盆企业竞争策略分析

第一节 足浴盆市场竞争策略分析

一、2009年足浴盆市场增长潜力分析

二、2009年足浴盆主要潜力品种分析

三、现有足浴盆产品竞争策略分析

四、潜力足浴盆品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 足浴盆企业竞争策略分析

一、金融危机对足浴盆行业竞争格局的影响

二、金融危机后足浴盆行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国足浴盆市场竞争趋势

四、2009-2012年足浴盆行业竞争格局展望

五、2009-2012年足浴盆行业竞争策略分析

六、2009-2012年足浴盆企业竞争策略分析

第十章 主要足浴盆企业竞争分析

第一节 企业一

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 企业二

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 企业三

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 企业四

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 企业五

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 企业六

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 企业七

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第八节 企业八

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第九节 企业九

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第十节 企业十

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 足浴盆行业发展趋势分析

第一节 2009年发展环境展望

- 一、2009年宏观经济形势展望
- 二、2009年政策走势及其影响
- 三、2009年国际行业走势展望

第二节 2009年足浴盆行业发展趋势分析

- 一、2009年技术发展趋势分析
- 二、2009年产品发展趋势分析
- 三、2009年行业竞争格局展望

第三节 2009-2012年中国足浴盆市场趋势分析

- 一、2008-2009年足浴盆市场趋势总结

- 二、2009-2012年足浴盆发展趋势分析
- 三、2009-2012年足浴盆市场发展空间
- 四、2009-2012年足浴盆产业政策趋向
- 五、2009-2012年足浴盆技术革新趋势
- 六、2009-2012年足浴盆价格走势分析

第十二章 未来足浴盆行业发展预测

第一节 未来足浴盆需求与消费预测

- 一、2009-2012年足浴盆产品消费预测
- 二、2009-2012年足浴盆市场规模预测
- 三、2009-2012年足浴盆行业总产值预测
- 四、2009-2012年足浴盆行业销售收入预测
- 五、2009-2012年足浴盆行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国足浴盆行业供需预测

- 一、2008-2012年中国足浴盆供给预测
- 二、2009-2012年中国足浴盆产量预测
- 三、2009-2012年中国足浴盆需求预测
- 四、2009-2012年中国足浴盆供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国足浴盆产品价格预测
- 六、2009-2012年主要足浴盆产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 足浴盆行业投资现状分析

第一节 2008年足浴盆行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年足浴盆行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构

- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

第十四章 足浴盆行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年足浴盆行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响

第十五章 足浴盆行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2009年相关产业活力系数比较
- 二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2009年相关产业投资收益率比较
- 二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 足浴盆行业投资效益分析

- 一、2008-2009年足浴盆行业投资状况分析
- 二、2009-2012年足浴盆行业投资效益分析
- 三、2009-2012年足浴盆行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年足浴盆行业的投资方向

五、2009-2012年足浴盆行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响足浴盆行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响足浴盆行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响足浴盆行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响足浴盆行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国足浴盆行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国足浴盆行业发展面临的机遇分析

第五节 足浴盆行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年足浴盆行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年足浴盆行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年足浴盆行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年足浴盆行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年足浴盆同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年足浴盆行业其他风险及控制策略

第十六章 足浴盆行业投资战略研究

第一节 足浴盆行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国足浴盆品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、足浴盆实施品牌战略的意义

三、足浴盆企业品牌的现状分析

四、我国足浴盆企业的品牌战略

五、足浴盆品牌战略管理的策略

第三节 足浴盆行业投资战略研究

- 一、2008年足浴盆行业投资战略研究
- 二、2009年足浴盆行业投资战略研究
- 三、2009-2012年足浴盆行业投资形势
- 四、2009-2012年足浴盆行业投资战略

图表目录

图表：足浴盆产业链分析

图表：国际足浴盆市场规模

图表：国际足浴盆生命周期

图表：2008-2009年中国足浴盆行业市场规模

图表：2008-2009年全球足浴盆产业市场规模

图表：2008-2009年足浴盆重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国足浴盆行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国足浴盆行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国足浴盆行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国足浴盆竞争力分析

图表：2009-2012年中国足浴盆产能预测

图表：2009-2012年中国足浴盆消费量预测

图表：2009-2012年中国足浴盆市场前景预测

图表：2009-2012年中国足浴盆市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国足浴盆发展前景预测

图表：2008年1-12月足浴盆产量全国合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量北京市合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量天津市合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量河北省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量山西省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量吉林省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量上海市合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量江苏省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量浙江省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量安徽省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量福建省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量江西省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量山东省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量河南省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量湖北省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量湖南省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量广东省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量广西区合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量海南省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量重庆市合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量四川省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量贵州省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量云南省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量陕西省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量新疆区合计

图表：2008年1-12月足浴盆产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量全国合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量北京市合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量天津市合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量河北省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量山西省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量吉林省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量上海市合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量江苏省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量浙江省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量安徽省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量福建省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量江西省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量山东省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量河南省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量湖北省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量湖南省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量广东省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量广西区合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量海南省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量重庆市合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量四川省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量贵州省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量云南省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量陕西省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量新疆区合计

图表：2009年1-5月足浴盆产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月足浴盆行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月足浴盆行业收入前十家企业

图表：2008年5月足浴盆行业收入前十家企业

图表：2008年8月足浴盆行业收入前十家企业

图表：2008年11月足浴盆行业收入前十家企业

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月足浴盆行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月足浴盆进口数据

图表：2008年1季度足浴盆进口数据

图表：2008年1月足浴盆进口数据

图表：2008年2月足浴盆进口数据

图表：2008年3月足浴盆进口数据

图表：2008年2季度足浴盆进口数据

图表：2008年4月足浴盆进口数据

图表：2008年5月足浴盆进口数据

图表：2008年6月足浴盆进口数据

图表：2008年3季度足浴盆进口数据

图表：2008年7月足浴盆进口数据

图表：2008年8月足浴盆进口数据

图表：2008年9月足浴盆进口数据

图表：2008年4季度足浴盆进口数据

图表：2008年10月足浴盆进口数据

图表：2008年11月足浴盆进口数据

图表：2008年12月足浴盆进口数据

图表：2008年1-12月足浴盆出口数据

图表：2008年1季度足浴盆出口数据

图表：2008年1月足浴盆出口数据

图表：2008年2月足浴盆出口数据

图表：2008年3月足浴盆出口数据

图表：2008年2季度足浴盆出口数据

图表：2008年4月足浴盆出口数据

图表：2008年5月足浴盆出口数据

图表：2008年6月足浴盆出口数据

图表：2008年3季度足浴盆出口数据

图表：2008年7月足浴盆出口数据

图表：2008年8月足浴盆出口数据

图表：2008年9月足浴盆出口数据

图表：2008年4季度足浴盆出口数据

图表：2008年10月足浴盆出口数据

图表：2008年11月足浴盆出口数据

图表：2008年12月足浴盆出口数据

图表：2009年1-5月足浴盆进口数据

图表：2009年1季度足浴盆进口数据

图表：2009年1月足浴盆进口数据

图表：2009年2月足浴盆进口数据

图表：2009年3月足浴盆进口数据

图表：2009年2季度足浴盆进口数据

图表：2009年4月足浴盆进口数据

图表：2009年5月足浴盆进口数据

图表：2009年1-5月足浴盆出口数据

图表：2009年1季度足浴盆出口数据

图表：2009年1月足浴盆出口数据

图表：2009年2月足浴盆出口数据

图表：2009年3月足浴盆出口数据

图表：2009年2季度足浴盆出口数据

图表：2009年4月足浴盆出口数据

图表：2009年5月足浴盆出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/130547.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提供专业投资咨询报告、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。