



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年滋润霜行业发展前景分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2009-2012年滋润霜行业发展前景分析及投资风险预测报告》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/140409.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

近几年，护肤品市场出现了崭新的亮点，其引领了护肤品的全新时尚趋势，特别是抗老化的护肤品有了新的发展速度，并且持续走俏，这是最值得关注的事件。未来中国护肤品、润肤品市场将有更大的发展空间，竞争也将更加激烈，而且主要集中在消费者细分、产品功能诉求和渠道建设上。随着跨国公司利用中国基地进一步占领市场以实现全球扩张战略目标以及欧莱雅、联合利华、宝洁、雅芳等的进入，已经大大冲击了国内护肤品产业，特别是随着中国直销法的出台，未来将会有更多的国外护肤品企业进入中国市场。护肤品市场的重要特征是进入企业多，竞争白热化，资金投入高，市场更新快。各品牌无所不用其极。护肤品是化妆品市场中发展最快的一个分类市场。由于产品的新概念不断涌现，产品细分化进程加快，目前，市场处于多品牌竞争状态，品牌起伏较大；中档产品的市场份额有较大幅度上升，表现出较佳的市场前景。外资品牌要更大地赢得市场，除了保持销售高档产品外，要实现更大的利润，就必须在销售规模上取得突破。国内品牌如果丧失价格优势，中国化妆品业界将重新进行一次洗牌过程。事实上面对激烈的市场竞争，业内知名企业都更加注重企业的管理、品牌塑造、渠道建设、人力资源、企业文化等各个方面，以获得更卓越的赢利能力、更迅猛的增长速度与更持续的竞争力。

尽管当前全球经济环境日趋恶化，但一些生产商和供应商仍继续投资化妆品领域，化妆品市场需求将快速增长。未来5年美国、欧盟等主要化妆品和护理品市场需求有望以年均5.8%的速度快速增长。上世纪80年代初，中国人年均消费化妆品仅为1元人民币，而在2007年中国化妆品的销售额已达1200亿元。中国化妆品市场销售额仅次于美国和日本，成为全球第三大化妆品销售市场。虽然总额庞大，但中国人均化妆品消费水平不足百元，距世界平均水平仍有不小差距。因此，中国化妆品市场的平均消费能力仍然偏低，对中低端市场的争夺就显得尤为重要，不然很难拓展市场份额。收购整合成熟的本土品牌，并藉此迅速扩大销售网络，构建更完整的品牌线，已经成为跨国企业与中国本土企业展开竞争的重要手段。在国际国内企业日趋白热化竞争中，迅速成长的中国日化企业也在大浪淘沙中重新洗牌，涌现出一批积极向中高端市场渗透的品牌。截至目前，在国产化妆品传统名牌中，隆力奇、美加净、雅倩、丁家宜仍然在竞争中发展。新兴的国产品牌也在不断涌现，如六神、索芙特、滋采、澳雪、黛妃等都已逐步发展壮大起来。2008年全年社会消费品零售总额同比增长21.6%，其中，化妆品类增长22.1%。而以往多年，这个数字常超越30%。虽然整个化妆品市场还保持着增长的趋势，但应注意到，中国经济受金融风暴的影响也许还并未度过最糟糕的时期，由于零售消费滞后于宏观经济，2009年第二季度零售行业整体仍难有起色，第三至第四季度或将出现明显回升机会。随着出口业受到金融危机的打击，沿海地区的零售业受到严重影响，如广东

省2008年化妆品零售额下降5.5%。相比而言，华中和西部地区正在成为新的消费热点。另一个明显的变化出现在农村消费市场。2009年一季度，全国县及县以下地区的消费品零售额同比增长17%，城市消费品零售额则同比增长14.1%。这是近年来农村市场零售增长速度首次超过城市。

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、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国香料香精化妆品工业协会、《中国化妆品》、化妆品行业信息网、国内外相关刊物杂志的基础信息以及滋润霜研究单位等公布和提供的大量资料，结合中研普华公司对滋润霜相关企业的实地调查，对我国滋润霜行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了滋润霜行业的前景与风险。报告揭示了滋润霜市场潜在需求与潜在机会，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 发展现状与前景分析

第一章 全球滋润霜行业发展分析

第一节 2008年全球滋润霜市场分析

一、2008年全球滋润霜市场回顾

二、2008年全球滋润霜市场环境

三、2008年全球滋润霜销售分析

四、2008年全球滋润霜研发分析

第二节 2009年全球滋润霜市场分析

一、2009年全球滋润霜需求分析

二、2009年全球滋润霜研发分析

三、2009年全球滋润霜品牌分析

四、2009年中外滋润霜市场对比

第三节 部分国家地区滋润霜行业发展状况

一、2008-2009年美国滋润霜行业发展分析

- 二、2008-2009年欧洲滋润霜行业发展分析
- 三、2008-2009年日本滋润霜行业发展分析
- 四、2008-2009年韩国滋润霜行业发展分析

第二章 我国滋润霜行业发展现状

第一节 中国滋润霜行业发展概述

- 一、中国滋润霜行业发展历程
- 二、中国滋润霜行业发展面临问题
- 三、中国滋润霜行业技术发展现状及趋势

第二节 我国滋润霜行业发展状况

- 一、2008年中国滋润霜行业发展回顾
- 二、2008年滋润霜行业发展情况分析
- 三、2008年我国滋润霜市场特点分析
- 四、2009年我国滋润霜市场发展分析

第三节 中国滋润霜行业供需分析

- 一、2008年中国滋润霜市场供给总量分析
- 二、2008年中国滋润霜市场供给结构分析
- 三、2009年中国滋润霜市场需求总量分析
- 四、2009年中国滋润霜市场需求结构分析
- 五、2009年中国滋润霜市场供需平衡分析

第三章 中国滋润霜行业经济运行分析

第一节 2009年滋润霜行业运行情况分析

- 一、2009年滋润霜行业经济指标分析
- 二、2009年滋润霜行业收入前十家企业

第二节 2009年滋润霜行业产量分析

- 一、2009年我国滋润霜产品产量分析
- 二、2009年我国滋润霜产品产量预测

第三节 2009年滋润霜行业进出口分析

- 一、2009年滋润霜行业进口总量及价格
- 二、2009年滋润霜行业出口总量及价格
- 三、2009年滋润霜行业进出口数据统计

四、2009-2012年滋润霜进出口态势展望

第四章 中国滋润霜消费市场分析

第一节 滋润霜行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 滋润霜市场消费需求分析

一、滋润霜市场的消费需求变化

二、滋润霜行业的需求情况分析

三、2009年滋润霜品牌市场消费需求分析

第三节 滋润霜消费市场状况分析

一、滋润霜行业消费特点

二、滋润霜消费者分析

三、滋润霜消费结构分析

四、滋润霜消费的市场变化

五、滋润霜市场的消费方向

第四节 滋润霜行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、滋润霜行业品牌忠诚度调查

六、滋润霜行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第五章 中国滋润霜行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区滋润霜行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第二节 2009年东北地区滋润霜行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第三节 2009年华东地区滋润霜行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第四节 2009年华南地区滋润霜行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第五节 2009年华中地区滋润霜行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六节 2009年西南地区滋润霜行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第七节 2009年西北地区滋润霜行业分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场规模情况分析
- 三、2009-2012年市场需求情况分析
- 四、2009-2012年行业发展前景预测
- 五、2009-2012年行业投资风险预测

第六章 滋润霜行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年滋润霜行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资结构
- 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

第二节 滋润霜行业投资机会分析

- 一、滋润霜投资项目分析
- 二、可以投资的滋润霜模式
- 三、2009年滋润霜投资机会
- 四、2009年滋润霜细分行业投资机会
- 五、2009年滋润霜投资新方向

第三节 滋润霜行业发展前景分析

- 一、滋润霜市场发展前景分析
- 二、我国滋润霜市场蕴藏的商机
- 三、金融危机下滋润霜市场的发展前景
- 四、2009年滋润霜市场面临的发展商机
- 五、2009-2012年滋润霜市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 滋润霜行业竞争格局分析

第一节 滋润霜行业集中度分析

- 一、滋润霜市场集中度分析
- 二、滋润霜企业集中度分析
- 三、滋润霜区域集中度分析

第二节 滋润霜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、重点企业利润总额对比分析
- 五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 滋润霜行业竞争格局分析

- 一、2008年滋润霜行业竞争分析
- 二、2008年中外滋润霜产品竞争分析
- 三、2008-2009年国内外滋润霜竞争分析
- 四、2008-2009年我国滋润霜市场竞争分析
- 五、2008-2009年我国滋润霜市场集中度分析
- 六、2009-2012年国内主要滋润霜企业动向

第八章 2009-2012年中国滋润霜行业发展形势分析

第一节 滋润霜行业发展概况

- 一、滋润霜行业发展特点分析
- 二、滋润霜行业投资现状分析
- 三、滋润霜行业总产值分析
- 四、滋润霜行业技术发展分析

第二节 2008-2009年滋润霜行业市场情况分析

- 一、滋润霜行业市场发展分析
- 二、滋润霜市场存在的问题
- 三、滋润霜市场规模分析

第三节 2008-2009年滋润霜产销状况分析

- 一、滋润霜产量分析
- 二、滋润霜产能分析
- 三、滋润霜市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

- 一、产品发展新动态
- 二、技术新动态
- 三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国滋润霜行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国滋润霜行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国滋润霜行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009年年中国滋润霜行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 滋润霜行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2008-2009年滋润霜原材料价格走势

二、2008-2009年滋润霜行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2008-2009年滋润霜行业产销情况

二、2008-2009年滋润霜行业库存情况

三、2008-2009年滋润霜行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2008-2009年滋润霜行业价格走势

二、2008-2009年滋润霜行业营业收入情况

三、2008-2009年滋润霜行业毛利率情况

四、2008-2009年滋润霜行业赢利能力

五、2008-2009年滋润霜行业赢利水平

六、2009-2012年滋润霜行业赢利预测

第十一章 滋润霜行业盈利能力分析

第一节 2009年中国滋润霜行业利润总额分析

一、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

第二节 2009年中国滋润霜行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009年中国滋润霜行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009年中国滋润霜行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章 滋润霜重点企业发展分析

第一节 玉兰油

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第二节 安利

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第三节 欧莱雅

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四节 露得清

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第五节 曼秀雷敦

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第六节 ZA真皙

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第七节 凡士林

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第八节 妮维雅

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第九节 倩碧

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第十节 雅芳

- 一、企业概况

- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十三章 滋润霜行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业SWOT分析
- 四、行业五力模型分析

第三节 滋润霜行业投资效益分析

- 一、2009年滋润霜行业投资状况分析
- 二、2009年滋润霜行业投资效益分析
- 三、2009-2012年滋润霜行业投资方向
- 四、2009-2012年滋润霜行业投资建议

第四节 滋润霜行业投资策略研究

- 一、2008年滋润霜行业投资策略
- 二、2009年滋润霜行业投资策略
- 三、2009-2012年滋润霜行业投资策略
- 四、2009-2012年滋润霜细分行业投资策略

第十四章 滋润霜行业投资风险预警

第一节 影响滋润霜行业发展的主要因素

- 一、2009年影响滋润霜行业运行的有利因素
- 二、2009年影响滋润霜行业运行的稳定因素
- 三、2009年影响滋润霜行业运行的不利因素

四、2009年我国滋润霜行业发展面临的挑战

五、2009年我国滋润霜行业发展面临的机遇

第二节 滋润霜行业投资风险预警

一、2009-2012年滋润霜行业市场风险预测

二、2009-2012年滋润霜行业政策风险预测

三、2009-2012年滋润霜行业经营风险预测

四、2009-2012年滋润霜行业技术风险预测

五、2009-2012年滋润霜行业竞争风险预测

六、2009-2012年滋润霜行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 滋润霜行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国滋润霜市场趋势分析

一、2008-2009年我国滋润霜市场趋势总结

二、2009-2012年我国滋润霜发展趋势分析

第二节 2009-2012年滋润霜产品发展趋势分析

一、2009-2012年滋润霜产品技术趋势分析

二、2009-2012年滋润霜产品价格趋势分析

第三节 2009-2012年中国滋润霜行业供需预测

一、2008-2012年中国滋润霜供给预测

二、2009-2012年中国滋润霜需求预测

三、2009-2012年中国滋润霜价格预测

第四节 2009-2012年滋润霜行业规划建议

一、滋润霜行业"十一五"整体规划

二、滋润霜行业"十一五"发展预测

三、2009-2012年滋润霜行业规划建议

第十六章 滋润霜企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、滋润霜价格策略分析

二、滋润霜渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高滋润霜企业竞争力的策略

一、提高中国滋润霜企业核心竞争力的对策

二、滋润霜企业提升竞争力的主要方向

三、影响滋润霜企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高滋润霜企业竞争力的策略

第四节 对我国滋润霜品牌的战略思考

一、滋润霜实施品牌战略的意义

二、滋润霜企业品牌的现状分析

三、我国滋润霜企业的品牌战略

四、滋润霜品牌战略管理的策略

图表目录

图表：滋润霜产业链分析

图表：滋润霜行业生命周期

图表：2008-2009年中国滋润霜行业市场规模

图表：2008-2009年全球滋润霜产业市场规模

图表：2008-2009年滋润霜重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国滋润霜行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国滋润霜行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国滋润霜行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国滋润霜竞争力分析

图表：2009-2012年中国滋润霜市场前景预测

图表：2009-2012年中国滋润霜市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国滋润霜发展前景预测

图表：2001-2008年美国滋润霜市场销售规模

图表：2009-2012年美国滋润霜市场销售规模预测

图表：2002-2008年英国滋润霜市场规模

图表：2002-2008年英国滋润霜市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年英国滋润霜市场规模预测

图表：2008-2012年英国滋润霜市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年德国滋润霜市场规模

图表：2002-2008年德国滋润霜市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年德国滋润霜市场规模预测

图表：2008-2012年德国滋润霜市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年日本滋润霜市场规模

图表：2002-2008年日本滋润霜市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年日本滋润霜市场规模预测

图表：2009-2012年日本滋润霜市场规模趋预测势图

图表：2002-2008年中国滋润霜市场规模

图表：2002-2008年中国滋润霜市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年中国滋润霜市场规模预测

图表：2009-2012年中国滋润霜市场规模趋预测势图

图表：2008-2009年9月滋润霜行业销售成本分析

图表：2008-2009年9月滋润霜行业销售费用分析

图表：2008-2009年9月滋润霜行业管理费用分析

图表：2008-2009年9月滋润霜行业财务费用分析

图表：2008-2009年9月滋润霜行业销售及利润分析

图表：2008-2009年9月滋润霜行业销售毛利率分析

图表：2008-2009年9月滋润霜行业销售利润率分析

图表：2008-2009年9月滋润霜行业成本费用利润率分析

图表：2008-2009年9月滋润霜行业总资产利润率分析

图表：2008-2009年9月滋润霜行业资产分析

图表：2008-2009年9月滋润霜行业负债分析

图表：2008-2009年9月滋润霜行业偿债能力分析

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-9月工业生产主要指标

图表：2008-2009年9月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年9月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-9月我国滋润霜产品进口数据

图表：2009年1-9月我国滋润霜产品出口数据

图表：2009年1月我国滋润霜产品进口数据

图表：2009年1月我国滋润霜产品出口数据

图表：2009年2月我国滋润霜产品进口数据

图表：2009年2月我国滋润霜产品出口数据

图表：2009年3月我国滋润霜产品进口数据

图表：2009年3月我国滋润霜产品出口数据

图表：2009年上半年我国滋润霜产品进口数据

图表：2009年上半年我国滋润霜产品出口数据

图表：2009年4月我国滋润霜产品进口数据

图表：2009年4月我国滋润霜产品出口数据

图表：2009年5月我国滋润霜产品进口数据

图表：2009年5月我国滋润霜产品出口数据

图表：2009年6月我国滋润霜产品进口数据

图表：2009年6月我国滋润霜产品出口数据

图表：2009年2季度我国滋润霜产品进口数据

图表：2009年2季度我国滋润霜产品出口数据

图表：2009年7月我国滋润霜产品进口数据

图表：2009年7月我国滋润霜产品出口数据

图表：2009年8月我国滋润霜产品进口数据

图表：2009年8月我国滋润霜产品出口数据

图表：2009年9月我国滋润霜产品进口数据

图表：2009年9月我国滋润霜产品出口数据

图表：2009年3季度我国滋润霜产品进口数据

图表：2009年3季度我国滋润霜产品出口数据

图表：2009年1-9月中国滋润霜行业国有企业工业数据

图表：2009年1-9月中国滋润霜行业集体企业工业数据

图表：2009年1-9月中国滋润霜行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国滋润霜行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国滋润霜行业私营企业工业数据

图表：2009年1-9月中国滋润霜行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-9月中国滋润霜行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-9月中国不同所有制滋润霜企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制滋润霜企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制滋润霜企业累计资产总计对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制滋润霜企业累计利润总额对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制滋润霜企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制滋润霜企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制滋润霜企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制滋润霜企业产销率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制滋润霜企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制滋润霜企业人均销售率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制滋润霜企业亏损面对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制滋润霜企业销售利润率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制滋润霜企业资金利税率对比

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量北京市统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量天津市统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量河北省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量吉林省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量上海市统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量江苏省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量浙江省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量安徽省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量福建省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量江西省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量山东省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量河南省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量湖北省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量湖南省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量广东省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量广西区统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量海南省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量四川省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量云南省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量陕西省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量青海省统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-9月滋润霜产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/140409.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。