



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年润肤露行业发展前景分析及投资风险预测报告

一、调研说明

《2009-2012年润肤露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/140439.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

润肤露，是乳液的一种，能深入滋润干燥肌肤，补充肌肤每天流失的水份。天然保湿因子，由内部强化其天然保湿层，特效的含油配方，给您多一点的滋润。润肤露能迅速深入滋润肌肤，令其回复柔软，润滑，充满光泽。润肤露贴切地满足油性皮肤的需求，是油性皮肤最理想的护肤品。润肤露是一款护肤品，就是指保护、滋润肌肤的液体。润肤露外型精美，通常选用塑料瓶包装。主要是补充水份，营养，属基础护肤之类的。有美白效果的，有补水的，有祛皱的。润肤露和乳液适用于混合性及油性皮肤，它们属于同一种东西，只是叫法不同。它们都是水性成分的润肤产品。对于混合性皮肤，乳液起调节油质分泌、补充适当油份；属于基础护肤。它的质地也比较清爽，没霜来的稠，比较稀薄。适合夏天使用。润肤露是一种液态霜类化妆品，有良好的润肤作用，也有调湿效果，早期的乳液是水包油型乳状液，多采用钾皂做乳化剂，但在存放过程中会变稠，不易从瓶中倒出，近年采用十二醇硫酸、二乙醇胺盐或非离子型乳化剂，可制得稳定性很好的润肤露。润肤露类化妆品又称蜜类化妆品，是水包油型的乳化剂，含水量在10-80%左右，具有一定的流动性，形状颇似蜜，故而得名。润肤露含水量较大，能为皮肤补充水分。乳液还含有少量的油分，又可以滋润皮肤。

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。

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润肤露研究单位等公布和提供的大量资料

，结合对润肤露相关企业的实地调查，对我国润肤露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，并重点分析了润肤露行业的前景与风险。报告揭示了润肤露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 全球润肤露行业发展分析

第一节 2008年全球润肤露市场分析

一、2008年全球润肤露市场回顾

二、2008年全球润肤露市场环境

三、2008年全球润肤露销售分析

四、2008年全球润肤露研发分析

第二节 2009年全球润肤露市场分析

一、2009年全球润肤露需求分析

二、2009年全球润肤露研发分析

三、2009年全球润肤露品牌分析

四、2009年中外润肤露市场对比

第三节 部分国家地区润肤露行业发展状况

一、2008-2009年美国润肤露行业发展分析

二、2008-2009年欧洲润肤露行业发展分析

三、2008-2009年日本润肤露行业发展分析

四、2008-2009年韩国润肤露行业发展分析

第二章 我国润肤露行业发展现状

第一节 中国润肤露行业发展概述

一、中国润肤露行业发展历程

二、中国润肤露行业发展面临问题

三、中国润肤露行业技术发展现状及趋势

第二节 我国润肤露行业发展状况

一、2008年中国润肤露行业发展回顾

二、2008年润肤露行业发展情况分析

三、2008年我国润肤露市场特点分析

四、2009年我国润肤露市场发展分析

第三节 中国润肤露行业供需分析

一、2008年中国润肤露市场供给总量分析

二、2008年中国润肤露市场供给结构分析

三、2009年中国润肤露市场需求总量分析

四、2009年中国润肤露市场需求结构分析

五、2009年中国润肤露市场供需平衡分析

第三章 中国润肤露行业经济运行分析

第一节 2009年润肤露行业运行情况分析

一、2009年润肤露行业经济指标分析

二、2009年润肤露行业收入前十家企业

第二节 2009年润肤露行业产量分析

一、2009年我国润肤露产品产量分析

二、2009年我国润肤露产品产量预测

第三节 2009年润肤露行业进出口分析

一、2009年润肤露行业进口总量及价格

二、2009年润肤露行业出口总量及价格

三、2009年润肤露行业进出口数据统计

四、2009-2012年润肤露进出口态势展望

第四章 中国润肤露消费市场分析

第一节 润肤露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 润肤露市场消费需求分析

- 一、润肤露市场的消费需求变化
- 二、润肤露行业的需求情况分析
- 三、2009年润肤露品牌市场消费需求分析

第三节 润肤露消费市场状况分析

- 一、润肤露行业消费特点
- 二、润肤露消费者分析
- 三、润肤露消费结构分析
- 四、润肤露消费的市场变化
- 五、润肤露市场的消费方向

第四节 润肤露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、润肤露行业品牌忠诚度调查
- 六、润肤露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 中国润肤露行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区润肤露行业分析

- 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年东北地区润肤露行业分析

- 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年华东地区润肤露行业分析

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年华南地区润肤露行业分析

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年华中地区润肤露行业分析

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年西南地区润肤露行业分析

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年西北地区润肤露行业分析

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 润肤露行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年润肤露行业投资情况分析

- 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 润肤露行业投资机会分析

- 一、润肤露投资项目分析
- 二、可以投资的润肤露模式
- 三、2009年润肤露投资机会
- 四、2009年润肤露细分行业投资机会
- 五、2009年润肤露投资新方向

第三节 润肤露行业发展前景分析

- 一、润肤露市场发展前景分析
- 二、我国润肤露市场蕴藏的商机
- 三、金融危机下润肤露市场的发展前景
- 四、2009年润肤露市场面临的发展商机
- 五、2009-2012年润肤露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 润肤露行业竞争格局分析

第一节 润肤露行业集中度分析

- 一、润肤露市场集中度分析
- 二、润肤露企业集中度分析
- 三、润肤露区域集中度分析

第二节 润肤露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 润肤露行业竞争格局分析

- 一、2008年润肤露行业竞争分析
- 二、2008年中外润肤露产品竞争分析
- 三、2008-2009年国内外润肤露竞争分析
- 四、2008-2009年我国润肤露市场竞争分析
- 五、2008-2009年我国润肤露市场集中度分析
- 六、2009-2012年国内主要润肤露企业动向

第八章 2009-2012年中国润肤露行业发展形势分析

第一节 润肤露行业发展概况

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

第二节 2008-2009年润肤露行业市场情况分析

- 一、润肤露行业市场发展分析
- 二、润肤露市场存在的问题
- 三、润肤露市场规模分析

第三节 2008-2009年润肤露产销状况分析

- 一、润肤露产量分析
- 二、润肤露产能分析
- 三、润肤露市场需求状况分析

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 中国润肤露行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国润肤露行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国润肤露行业产销分析

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年年中国润肤露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 润肤露行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2008-2009年润肤露原材料价格走势

二、2008-2009年润肤露行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2008-2009年润肤露行业产销情况

二、2008-2009年润肤露行业库存情况

三、2008-2009年润肤露行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

一、2008-2009年润肤露行业价格走势

二、2008-2009年润肤露行业营业收入情况

三、2008-2009年润肤露行业毛利率情况

四、2008-2009年润肤露行业赢利能力

五、2008-2009年润肤露行业赢利水平

六、2009-2012年润肤露行业赢利预测

第十一章 润肤露行业盈利能力分析

第一节 2009年中国润肤露行业利润总额分析

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年中国润肤露行业销售利润率

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年中国润肤露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年中国润肤露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 润肤露重点企业发展分析

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 润肤露行业投资策略分析

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 润肤露行业投资效益分析

- 一、2009年润肤露行业投资状况分析
- 二、2009年润肤露行业投资效益分析
- 三、2009-2012年润肤露行业投资方向
- 四、2009-2012年润肤露行业投资建议

第四节 润肤露行业投资策略研究

- 一、2008年润肤露行业投资策略
- 二、2009年润肤露行业投资策略
- 三、2009-2012年润肤露行业投资策略
- 四、2009-2012年润肤露细分行业投资策略

第十四章 润肤露行业投资风险预警

第一节 影响润肤露行业发展的主要因素

- 一、2009年影响润肤露行业运行的有利因素
- 二、2009年影响润肤露行业运行的稳定因素
- 三、2009年影响润肤露行业运行的不利因素
- 四、2009年我国润肤露行业发展面临的挑战
- 五、2009年我国润肤露行业发展面临的机遇

第二节 润肤露行业投资风险预警

- 一、2009-2012年润肤露行业市场风险预测
- 二、2009-2012年润肤露行业政策风险预测
- 三、2009-2012年润肤露行业经营风险预测

- 四、2009-2012年润肤露行业技术风险预测
- 五、2009-2012年润肤露行业竞争风险预测
- 六、2009-2012年润肤露行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 润肤露行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国润肤露市场趋势分析

- 一、2008-2009年我国润肤露市场趋势总结
- 二、2009-2012年我国润肤露发展趋势分析

第二节 2009-2012年润肤露产品发展趋势分析

- 一、2009-2012年润肤露产品技术趋势分析
- 二、2009-2012年润肤露产品价格趋势分析

第三节 2009-2012年中国润肤露行业供需预测

- 一、2008-2012年中国润肤露供给预测
- 二、2009-2012年中国润肤露需求预测
- 三、2009-2012年中国润肤露价格预测

第四节 2009-2012年润肤露行业规划建议

- 一、润肤露行业"十一五"整体规划
- 二、润肤露行业"十一五"发展预测
- 三、2009-2012年润肤露行业规划建议

第十六章 润肤露企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、润肤露价格策略分析
- 二、润肤露渠道策略分析

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 提高润肤露企业竞争力的策略

- 一、提高中国润肤露企业核心竞争力的对策
- 二、润肤露企业提升竞争力的主要方向

三、影响润肤露企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高润肤露企业竞争力的策略

第四节 对我国润肤露品牌的战略思考

一、润肤露实施品牌战略的意义

二、润肤露企业品牌的现状分析

三、我国润肤露企业的品牌战略

四、润肤露品牌战略管理的策略

图表目录

图表：润肤露产业链分析

图表：润肤露行业生命周期

图表：2008-2009年中国润肤露行业市场规模

图表：2008-2009年全球润肤露产业市场规模

图表：2008-2009年润肤露重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国润肤露行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国润肤露行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国润肤露行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国润肤露竞争力分析

图表：2009-2012年中国润肤露市场前景预测

图表：2009-2012年中国润肤露市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国润肤露发展前景预测

图表：2001-2008年美国润肤露市场销售规模

图表：2009-2012年美国润肤露市场销售规模预测

图表：2002-2008年英国润肤露市场规模

图表：2002-2008年英国润肤露市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年英国润肤露市场规模预测

图表：2008-2012年英国润肤露市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年德国润肤露市场规模

图表：2002-2008年德国润肤露市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年德国润肤露市场规模预测

图表：2008-2012年德国润肤露市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年日本润肤露市场规模

图表：2002-2008年日本润肤露市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年日本润肤露市场规模预测

图表：2009-2012年日本润肤露市场规模趋预测势图

图表：2002-2008年中国润肤露市场规模

图表：2002-2008年中国润肤露市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年中国润肤露市场规模预测

图表：2009-2012年中国润肤露市场规模趋预测势图

图表：2008-2009年9月润肤露行业销售成本分析

图表：2008-2009年9月润肤露行业销售费用分析

图表：2008-2009年9月润肤露行业管理费用分析

图表：2008-2009年9月润肤露行业财务费用分析

图表：2008-2009年9月润肤露行业销售及利润分析

图表：2008-2009年9月润肤露行业销售毛利率分析

图表：2008-2009年9月润肤露行业销售利润率分析

图表：2008-2009年9月润肤露行业成本费用利润率分析

图表：2008-2009年9月润肤露行业总资产利润率分析

图表：2008-2009年9月润肤露行业资产分析

图表：2008-2009年9月润肤露行业负债分析

图表：2008-2009年9月润肤露行业偿债能力分析

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月我国润肤露产品进口数据

图表：2009年1-9月我国润肤露产品出口数据

图表：2009年1月我国润肤露产品进口数据

图表：2009年1月我国润肤露产品出口数据

图表：2009年2月我国润肤露产品进口数据

图表：2009年2月我国润肤露产品出口数据

图表：2009年3月我国润肤露产品进口数据

图表：2009年3月我国润肤露产品出口数据

图表：2009年上半年我国润肤露产品进口数据

图表：2009年上半年我国润肤露产品出口数据

图表：2009年4月我国润肤露产品进口数据

图表：2009年4月我国润肤露产品出口数据

图表：2009年5月我国润肤露产品进口数据

图表：2009年5月我国润肤露产品出口数据

图表：2009年6月我国润肤露产品进口数据

图表：2009年6月我国润肤露产品出口数据

图表：2009年2季度我国润肤露产品进口数据

图表：2009年2季度我国润肤露产品出口数据

图表：2009年7月我国润肤露产品进口数据

图表：2009年7月我国润肤露产品出口数据

图表：2009年8月我国润肤露产品进口数据

图表：2009年8月我国润肤露产品出口数据

图表：2009年9月我国润肤露产品进口数据

图表：2009年9月我国润肤露产品出口数据

图表：2009年3季度我国润肤露产品进口数据

图表：2009年3季度我国润肤露产品出口数据

图表：2009年1-9月中国润肤露行业国有企业工业数据

图表：2009年1-9月中国润肤露行业集体企业工业数据

图表：2009年1-9月中国润肤露行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国润肤露行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-9月中国润肤露行业私营企业工业数据

图表：2009年1-9月中国润肤露行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-9月中国润肤露行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-9月中国不同所有制润肤露企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制润肤露企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制润肤露企业累计资产总计对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制润肤露企业累计利润总额对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制润肤露企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制润肤露企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制润肤露企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制润肤露企业产销率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制润肤露企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制润肤露企业人均销售率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制润肤露企业亏损面对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制润肤露企业销售利润率对比

图表：2009年1-9月中国不同所有制润肤露企业资金利税率对比

图表：2009年1-9月润肤露产品产量北京市统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量天津市统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量河北省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量吉林省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量上海市统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量江苏省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量浙江省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量安徽省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量福建省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量江西省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量山东省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量河南省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量湖北省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量湖南省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量广东省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量广西区统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量海南省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量四川省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量云南省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量陕西省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量青海省统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-9月润肤露产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/140439.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。