



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年足浴盆行业发展前景分析及投资风险预测报告

## 一、调研说明

《2009-2012年足浴盆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/143250.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，购买者多为中青年人，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、国内外相关刊物杂志的基础信息以及足浴盆研究单位等公布和提供的大量资料，结合对足浴盆相关企业的实地调查，对我国足浴盆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，并重点分析了足浴盆行业的前景与风险。报告揭示了足浴盆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 全球足浴盆市场发展分析

##### 第一节 2008年全球足浴盆市场分析

###### 一、2008年全球足浴盆市场回顾

###### 二、2008年全球足浴盆市场环境

###### 三、2008年全球足浴盆销售分析

#### 四、2008年全球足浴盆市场规模

##### 第二节 2009年全球足浴盆市场分析

###### 一、2009年全球足浴盆需求分析

###### 二、2009年全球足浴盆市场规模

###### 三、2009年全球足浴盆品牌分析

###### 四、2009年中外足浴盆市场对比

##### 第三节 主要国家地区足浴盆市场分析

###### 一、2008-2009年美国足浴盆市场分析

###### 二、2008-2009年欧洲足浴盆市场分析

###### 三、2008-2009年日本足浴盆市场分析

###### 四、2008-2009年韩国足浴盆市场分析

###### 五、2008-2009年其他国家足浴盆市场

#### 第二章 我国足浴盆行业发展现状

##### 第一节 我国足浴盆行业发展现状

###### 一、足浴盆行业品牌发展现状

###### 二、足浴盆行业消费市场现状

###### 三、足浴盆市场消费层次分析

###### 四、我国足浴盆市场走向分析

##### 第二节 2008-2009年我国足浴盆行业发展状况

###### 一、2008年中国足浴盆行业发展回顾

###### 二、2008年足浴盆行业发展情况分析

###### 三、2008年我国足浴盆市场特点分析

###### 四、2009年我国足浴盆市场发展分析

##### 第三节 2008-2009年中国足浴盆行业供需分析

###### 一、2008年中国足浴盆市场供给总量分析

###### 二、2008年中国足浴盆市场供给结构分析

###### 三、2009年中国足浴盆市场需求总量分析

###### 四、2009年中国足浴盆市场需求结构分析

###### 五、2009年中国足浴盆市场供需平衡分析

#### 第三章 中国足浴盆行业经济运行分析

## 第一节 2009年足浴盆行业运行情况分析

- 一、2009年足浴盆行业经济指标分析
- 二、2009年足浴盆行业收入前十家企业

## 第二节 2009年足浴盆行业产量分析

- 一、2009年我国足浴盆产品产量分析
- 二、2009年我国足浴盆产品产量预测

## 第三节 2009年足浴盆行业进出口分析

- 一、2009年足浴盆行业进口总量及价格
- 二、2009年足浴盆行业出口总量及价格
- 三、2009年足浴盆行业进出口数据统计
- 四、2009-2012年足浴盆进出口态势展望

## 第四章 中国足浴盆消费市场分析

### 第一节 足浴盆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 足浴盆市场消费需求分析

- 一、足浴盆市场的消费需求变化
- 二、足浴盆行业的需求情况分析
- 三、2009年足浴盆品牌市场消费需求分析

### 第三节 足浴盆消费市场状况分析

- 一、足浴盆行业消费特点
- 二、足浴盆消费者分析
- 三、足浴盆消费结构分析
- 四、足浴盆消费的市场变化
- 五、足浴盆市场的消费方向

### 第四节 足浴盆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、足浴盆行业品牌忠诚度调查
- 六、足浴盆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 中国足浴盆行业区域市场分析

### 第一节 2009年华北地区足浴盆行业分析

- 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年东北地区足浴盆行业分析

- 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年华东地区足浴盆行业分析

- 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年华南地区足浴盆行业分析

- 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年华中地区足浴盆行业分析

- 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年西南地区足浴盆行业分析

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年西北地区足浴盆行业分析

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 足浴盆行业投资与发展前景分析

#### 第一节 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 足浴盆行业投资机会分析

一、足浴盆投资项目分析

二、可以投资的足浴盆模式

三、2009年足浴盆投资机会

四、2009年足浴盆细分行业投资机会

五、2009年足浴盆投资新方向

#### 第三节 足浴盆行业发展前景分析

一、足浴盆市场发展前景分析

二、我国足浴盆市场蕴藏的商机



- 三、金融危机下足浴盆市场的发展前景
- 四、2009年足浴盆市场面临的发展商机
- 五、2009-2012年足浴盆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 足浴盆行业竞争格局分析

#### 第一节 足浴盆行业集中度分析

- 一、足浴盆市场集中度分析
- 二、足浴盆企业集中度分析
- 三、足浴盆区域集中度分析

#### 第二节 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 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

### 第八章 2009-2012年中国足浴盆行业发展形势分析

#### 第一节 足浴盆行业发展概况

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

#### 第二节 2008-2009年足浴盆行业市场情况分析

- 一、足浴盆行业市场发展分析

二、足浴盆市场存在的问题

三、足浴盆市场规模分析

第三节 2008-2009年足浴盆产销状况分析

一、足浴盆产量分析

二、足浴盆产能分析

三、足浴盆市场需求状况分析

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 中国足浴盆行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国足浴盆行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国足浴盆行业产销分析

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年年中国足浴盆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 足浴盆行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2008-2009年足浴盆原材料价格走势

二、2008-2009年足浴盆行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

一、2008-2009年足浴盆行业产销情况

二、2008-2009年足浴盆行业库存情况

### 三、2008-2009年足浴盆行业资金周转情况

## 第三节 盈利水平分析

### 一、2008-2009年足浴盆行业价格走势

### 二、2008-2009年足浴盆行业营业收入情况

### 三、2008-2009年足浴盆行业毛利率情况

### 四、2008-2009年足浴盆行业赢利能力

### 五、2008-2009年足浴盆行业赢利水平

### 六、2009-2012年足浴盆行业赢利预测

## 第十一章 足浴盆行业盈利能力分析

### 第一节 2009年中国足浴盆行业利润总额分析

#### 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年中国足浴盆行业销售利润率

#### 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年中国足浴盆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年中国足浴盆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 足浴盆重点企业发展分析

### 第一节 企业一

#### 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 企业二

#### 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 企业三

#### 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 企业四

#### 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 企业五

#### 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 企业六

#### 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 企业七

#### 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 企业八

- 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 企业九

- 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 企业十

- 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 足浴盆行业投资策略分析

##### 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 足浴盆行业投资效益分析

- 一、2009年足浴盆行业投资状况分析
- 二、2009年足浴盆行业投资效益分析
- 三、2009-2012年足浴盆行业投资方向
- 四、2009-2012年足浴盆行业投资建议

#### 第四节 足浴盆行业投资策略研究

- 一、2008年足浴盆行业投资策略
- 二、2009年足浴盆行业投资策略
- 三、2009-2012年足浴盆行业投资策略
- 四、2009-2012年足浴盆细分行业投资策略

#### 第十四章 足浴盆行业投资风险预警

##### 第一节 影响足浴盆行业发展的主要因素

- 一、2009年影响足浴盆行业运行的有利因素
- 二、2009年影响足浴盆行业运行的稳定因素
- 三、2009年影响足浴盆行业运行的不利因素
- 四、2009年我国足浴盆行业发展面临的挑战
- 五、2009年我国足浴盆行业发展面临的机遇

##### 第二节 足浴盆行业投资风险预警

- 一、2009-2012年足浴盆行业市场风险预测
- 二、2009-2012年足浴盆行业政策风险预测
- 三、2009-2012年足浴盆行业经营风险预测
- 四、2009-2012年足浴盆行业技术风险预测
- 五、2009-2012年足浴盆行业竞争风险预测
- 六、2009-2012年足浴盆行业其他风险预测

#### 第五部分 发展趋势与规划建议

#### 第十五章 足浴盆行业发展趋势分析

##### 第一节 2009-2012年中国足浴盆市场趋势分析

- 一、2008-2009年我国足浴盆市场趋势总结
- 二、2009-2012年我国足浴盆发展趋势分析

##### 第二节 2009-2012年足浴盆产品发展趋势分析

- 一、2009-2012年足浴盆产品技术趋势分析
- 二、2009-2012年足浴盆产品价格趋势分析

##### 第三节 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年中国足浴盆需求预测

### 三、2009-2012年中国足浴盆价格预测

#### 第四节 2009-2012年足浴盆行业规划建议

##### 一、足浴盆行业"十一五"整体规划

##### 二、足浴盆行业"十一五"发展预测

##### 三、2009-2012年足浴盆行业规划建议

## 第十六章 足浴盆企业管理策略建议

### 第一节 市场策略分析

#### 一、足浴盆价格策略分析

#### 二、足浴盆渠道策略分析

### 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 提高足浴盆企业竞争力的策略

#### 一、提高中国足浴盆企业核心竞争力的对策

#### 二、足浴盆企业提升竞争力的主要方向

#### 三、影响足浴盆企业核心竞争力的因素及提升途径

#### 四、提高足浴盆企业竞争力的策略

### 第四节 对我国足浴盆品牌的战略思考

#### 一、足浴盆实施品牌战略的意义

#### 二、足浴盆企业品牌的现状分析

#### 三、我国足浴盆企业的品牌战略

#### 四、足浴盆品牌战略管理的策略

## 图表目录

图表：足浴盆产业链分析

图表：足浴盆行业生命周期

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：2002-2008年中国足浴盆市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年中国足浴盆市场规模预测

图表：2009-2012年中国足浴盆市场规模趋势预测图

图表：2008-2009年11月足浴盆行业销售成本分析

图表：2008-2009年11月足浴盆行业销售费用分析

图表：2008-2009年11月足浴盆行业管理费用分析

图表：2008-2009年11月足浴盆行业财务费用分析

图表：2008-2009年11月足浴盆行业销售及利润分析

图表：2008-2009年11月足浴盆行业销售毛利率分析

图表：2008-2009年11月足浴盆行业销售利润率分析

图表：2008-2009年11月足浴盆行业成本费用利润率分析

图表：2008-2009年11月足浴盆行业总资产利润率分析

图表：2008-2009年11月足浴盆行业资产分析

图表：2008-2009年11月足浴盆行业负债分析

图表：2008-2009年11月足浴盆行业偿债能力分析

图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2009年11月国家外汇储备

图表：2004-2009年税收收入及其增长速度

图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度



图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2009年11月电话用户数

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2009年11月各类教育招生人数

图表：2009年人口数及其构成

图表：2004-2009年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-11月工业生产主要指标

图表：2008-2009年11月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年11月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-11月我国足浴盆产品进口数据

图表：2009年1-11月我国足浴盆产品出口数据

图表：2009年1月我国足浴盆产品进口数据

图表：2009年1月我国足浴盆产品出口数据

图表：2009年2月我国足浴盆产品进口数据

图表：2009年2月我国足浴盆产品出口数据

图表：2009年3月我国足浴盆产品进口数据

图表：2009年3月我国足浴盆产品出口数据

图表：2009年上半年我国足浴盆产品进口数据

图表：2009年上半年我国足浴盆产品出口数据

图表：2009年4月我国足浴盆产品进口数据

图表：2009年4月我国足浴盆产品出口数据

图表：2009年5月我国足浴盆产品进口数据

图表：2009年5月我国足浴盆产品出口数据

图表：2009年6月我国足浴盆产品进口数据

图表：2009年6月我国足浴盆产品出口数据

图表：2009年2季度我国足浴盆产品进口数据

图表：2009年2季度我国足浴盆产品出口数据

图表：2009年7月我国足浴盆产品进口数据

图表：2009年7月我国足浴盆产品出口数据

图表：2009年8月我国足浴盆产品进口数据

图表：2009年8月我国足浴盆产品出口数据

图表：2009年9月我国足浴盆产品进口数据

图表：2009年9月我国足浴盆产品出口数据

图表：2009年3季度我国足浴盆产品进口数据

图表：2009年3季度我国足浴盆产品出口数据

图表：2009年10月我国足浴盆产品进口数据

图表：2009年10月我国足浴盆产品出口数据

图表：2009年11月我国足浴盆产品进口数据

图表：2009年11月我国足浴盆产品出口数据

图表：2009年1-11月中国足浴盆行业国有企业工业数据

图表：2009年1-11月中国足浴盆行业集体企业工业数据

图表：2009年1-11月中国足浴盆行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-11月中国足浴盆行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-11月中国足浴盆行业私营企业工业数据

图表：2009年1-11月中国足浴盆行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-11月中国足浴盆行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-11月中国不同所有制足浴盆企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制足浴盆企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制足浴盆企业累计资产总计对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制足浴盆企业累计利润总额对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制足浴盆企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制足浴盆企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制足浴盆企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制足浴盆企业产销率对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制足浴盆企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制足浴盆企业人均销售率对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制足浴盆企业亏损面对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制足浴盆企业销售利润率对比

图表：2009年1-11月中国不同所有制足浴盆企业资金利税率对比

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量北京市统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量天津市统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量河北省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量吉林省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量上海市统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量江苏省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量浙江省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量安徽省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量福建省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量江西省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量山东省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量河南省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量湖北省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量湖南省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量广东省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量广西区统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量海南省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量四川省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量云南省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量陕西省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量青海省统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-11月足浴盆产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/143250.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](http://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。