



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2010年中国护手霜行业市场调查研究与竞争态势分析报告

## 一、调研说明

《2009-2010年中国护手霜行业市场调查研究与竞争态势分析报告》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/146518.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

### 第一章 护手霜行业分类及发展历程

#### 第一节 产品分类

##### 一、防护型

##### 二、保湿型

##### 三、活肤型

##### 四、其他类型

#### 第二节 行业发展历程

### 第二章 2009-2010年世界护手霜行业发展状况分析

#### 第一节 2009-2010年世界护手霜行业发展概况

##### 一、世界护手霜市场供需情况分析

##### 二、世界护手霜主要产品价格走势

##### 三、世界护手霜市场竞争分析

#### 第二节 2009-2010年世界各国护手霜市场现状

##### 一、美国

##### 二、法国

##### 三、日本

##### 四、韩国

#### 第三节 2009-2010年世界护手霜行业发展趋势分析

### 第三章 2009-2010年中国护手霜行业的发展环境分析

#### 第一节 2009-2010年中国政策环境分析

##### 一、环境保护

##### 二、行业新规定

#### 第二节 2009-2010年中国经济环境对护手霜行业的影响

##### 一、国民经济和行业发展

##### 二、能源供应、原材料与行业发展

##### 三、加息周期与行业发展

#### 第三节 2009-2010年中国护手霜社会环境分析

##### 一、外资的介入市场

## 二、全球市场现状

## 三、中国消费规模与市场盲点

# 第四章 2009-2010年中国护手霜行业市场运行现状分析

## 第一节 2009-2010年护手霜行业市场发展分析

### 一、护手霜行业市场寻求品牌突围

### 二、药房护手霜另辟蹊径走红

### 三、植物护手霜市场潜力无限

## 第二节 2009-2010年护手霜行业市场供给分析

### 一、市场占有率

### 二、市场结构

### 三、渗透率分析

### 四、品牌选择相关性分析

## 第三节 2009-2010年护手霜产品市场价格分析

### 一、2009-2010年价格消费特征分析

### 二、2009-2010年主要品牌产品价位分析

### 三、价格与成本的关系并不密切

### 四、策略与品牌战略

## 第四节 中国护手霜行业市场问题分析

### 一、中国护手霜行业面临的主要问题

### 二、中外日化用品企业的差距分析

# 第五章 2009-2010年中国护手霜行业进出口分析

## 第一节 2009-2010年中国出口及增长情况

### 一、2009-2010年行业出口情况

### 二、行业增长情况分析

## 第二节 2009-2010年主要海外重点出口地区

### 一、美国

### 二、法国

### 三、日本

### 四、韩国

## 第三节 2009-2010年中国护手霜行业进口分析

## 第六章 2009-2010年中国护手霜行业市场渠道分析

### 第一节 渠道对行业至关重要

### 第二节 2009-2010年护手霜行业市场渠道格局

### 第三节 2009-2010年护手霜行业销售渠道形式

### 第四节 销售渠道要素对比

### 第五节 对竞争对手渠道策略的研究

### 第六节 2009-2010年中国各区域市场主要代理商情况

#### 一、西南地区

#### 二、东北地区

#### 三、华北地区

#### 四、西北地区

#### 五、华东及华南地区

#### 六、华中地区

## 第七章 2009-2010年中国护手霜行业市场竞争格局与策略

### 第一节 2009-2010年行业竞争格局分析

#### 一、进入者的威胁

#### 二、2009-2010年主要原料的供应情况分析

#### 三、2009-2010年行业内企业竞争状况

### 第二节 2009-2010年中国护手霜行业机遇和威胁

#### 一、2009-2010年中国护手霜行业的威胁

#### 二、2009-2010年中国护手霜行业的机遇

### 第三节 2009-2010年护手霜行业市场竞争行为

#### 一、中国护手霜市场价格竞争状况

#### 二、中国护手霜市场渠道竞争状况

#### 三、中国护手霜市场品牌竞争状况

### 第四节 中国护手霜企业竞争策略

#### 一、增加研发投入和推出新品

#### 二、市场细分

#### 三、产品差异化

#### 四、服务竞争

#### 五、高、低端竞争

## 第五节 护手霜行业替代品竞争分析

## 第八章 中国护手霜行业品牌企业竞争分析

### 第一节 宝洁（中国）有限公司

#### 一、企业基本概况

#### 二、2009-2010年企业经营与财务状况分析

#### 三、2009-2010年企业竞争优势分析

#### 四、企业未来发展战略与规划

### 第二节 联合利华（中国）

#### 一、企业基本概况

#### 二、2009-2010年企业经营与财务状况分析

#### 三、2009-2010年企业竞争优势分析

#### 四、企业未来发展战略与规划

### 第三节 强生（中国）

#### 一、企业基本概况

#### 二、2009-2010年企业经营与财务状况分析

#### 三、2009-2010年企业竞争优势分析

#### 四、企业未来发展战略与规划

### 第四节 资生堂（中国）

#### 一、企业基本概况

#### 二、2009-2010年企业经营与财务状况分析

#### 三、2009-2010年企业竞争优势分析

#### 四、企业未来发展战略与规划

### 第五节 VOV（中国）

#### 一、企业基本概况

#### 二、2009-2010年企业经营与财务状况分析

#### 三、2009-2010年企业竞争优势分析

#### 四、企业未来发展战略与规划

### 第六节 美加净

#### 一、企业基本概况

#### 二、2009-2010年企业经营与财务状况分析

#### 三、2009-2010年企业竞争优势分析

## 四、企业未来发展战略与规划

### 第七节 其他护手霜品牌分析

## 第九章 2009-2010年中国护手霜行业市场供需状况预测

### 第一节 2009-2010年中国护手霜市场供给状况分析

### 第二节 2009-2010年中国护手霜市场消费状况分析

#### 一、消费者消费意识的不断提高

#### 二、2009-2010年中国护手霜消费量增加分析

### 第三节 2009-2010年中国护手霜市场竞争态势

#### 一、市场竞争愈加激烈分析

#### 二、产品成本增加分析

### 第四节 2008-2010年中国护手霜市场前景展望

## 第十章 2009-2010年中国护手霜市场投资收益与价值分析

### 第一节 中国护手霜市场投资环境分析

### 第二节 中国护手霜市场投资机会与潜力

#### 一、2009-2010年中国护手霜市场存在商机

#### 二、2009-2010年中国护手霜市场具有发展机遇分析

### 第三节 中国护手霜市场投资收益分析

### 第四节 中国护手霜市场投资风险分析

#### 一、市场竞争激烈分析

#### 二、成本分析

### 第五节 权威专家投资策略与建议

## 图表目录：（部分）

图表：2009-2010年中国GDP增长率

图表：2009-2010年中国居民消费价格分类指数

图表：2009-2010年中国护手霜产品的生产量

图表：2009-2010年中国护手霜产品的消费量

图表：2009-2010年中国护手霜产品市场容量

图表：2009-2010年中国护手霜产品生产量

图表：2009-2010年中国护手霜产品市场集中度

图表：2009-2010年中国护手霜产品主要品牌的市场份额

图表：2009-2010年中国护手霜产品增长情况

图表：2009-2010年中国护手霜产品品牌渠道购买占有率分析

图表：2009-2010年中国护手霜差品的进口量

图表：2009-2010年中国护手霜产品的出口量

图表：2009-2010年中国护手霜行业市场销售额分析

图表：2009-2010年中国护手霜产品消费量

图表：2009-2010年中国消费者对护手霜产品品牌的首要认知渠道调查

图表：2009-2010年中国消费者对护手霜产品品牌偏好调查

图表：2009-2010年中国消费者对护手霜产品品牌占有率与忠诚度比较

图表：2008-2010年中国护手霜产品进出口情况预测

图表：2008-2010年中国护手霜行业增长率预测

图表：2008-2010年中国护手霜行业生产量预测

图表：2008-2010年中国护手霜行业消费量预测

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/146518.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。