



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国个人护理用品 连锁市场深度分析与投资前景预 测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国个人护理用品连锁市场深度分析与投资前景预测报告》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/241492.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

【报告目录】

第1章：个人护理用品连锁业发展背景

第一节 个人护理用品连锁业综述

- 一、个人护理用品行业界定
- 二、个人护理用品连锁业界定
- 三、个人护理用品连锁店与化妆品店的区别

第二节 个人护理用品连锁业政策环境发展

- 一、主要政策的颁布与运行
- 二、主要规划的制定和影响

第三节 个人护理用品连锁业经济环境发展

- 一、国际宏观经济环境分析
- 二、国内宏观经济环境分析
- 三、国内消费/需求环境分析
 - (1) 居民人均收入增长情况
 - (2) 居民消费结构及演变特征

第四节 个人护理用品及关联行业运行情况

- 一、化妆品行业运行情况
 - (1) 2007-2013年化妆品行业经济指标分析
 - 1) 2007-2013年中国化妆品行业规模分析
 - 2) 2012年2季度中国化妆品行业结构分析
 - 3) 2007-2013年中国化妆品行业产值分析
 - 4) 2007-2013年中国化妆品行业成本费用分析
 - 5) 2007-2013年中国化妆品行业盈利能力分析
 - (2) 2013年化妆品行业运营状况分析
 - 1) 规模分析
 - 2) 产销分析
- 二、保健品行业运行情况
 - (1) 2012年保健品行业经济指标分析
 - 1) 2007-2013年中国保健品行业规模分析
 - 2) 2012年2季度中国保健品行业结构分析

- 3) 2007-2013年中国保健品行业产值分析
- 4) 2007-2013年中国保健品行业成本费用分析
- 5) 2007-2013年中国保健品行业盈利能力分析

(2) 2013年保健品行业运营状况分析

- 1) 规模分析
- 2) 产销分析

三、饮料行业运行情况

(1) 2012年饮料行业经济指标分析

- 1) 2007-2013年中国饮料制造行业规模分析
- 2) 2012年2季度中国饮料制造行业结构分析
- 3) 2007-2013年中国饮料制造行业产值分析
- 4) 2007-2013年中国饮料制造行业成本费用分析
- 5) 2007-2013年中国饮料制造行业盈利能力分析

(2) 2013年饮料行业运营状况分析

- 1) 规模分析
- 2) 产销分析

四、其他关联行业运行情况

- (1) 护理工具市场发展情况分析
- (2) 居家用品市场发展情况分析
- (3) 医药用品市场发展情况分析
- (4) 个人饰品市场发展情况分析
- (5) 糖果市场发展情况分析

第五节 连锁经营行业运行情况

- 一、连锁经营行业发展阶段
- 二、连锁经营行业经营规模分析
- 三、连锁经营行业业态及增长
- 四、连锁经营行业发展的特点
- 五、连锁经营行业发展趋势分析

第2章：个人护理用品连锁模式与市场分析

第一节 个人护理用品连锁方式分析

- 一、个人护理用品直营连锁

- (1) 个人护理用品直营连锁运营概述
- (2) 个人护理用品直营连锁发展速度
- (3) 个人护理用品直营连锁费用分析
- (4) 个人护理用品直营连锁与总部关系
- (5) 个人护理用品直营连锁管理方式

二、个人护理用品特许经营

- (1) 个人护理用品特许经营运营模式
- (2) 个人护理用品特许经营发展速度
- (3) 个人护理用品特许经营费用分析
- (4) 个人护理用品直营连锁与总部关系
- (5) 个人护理用品特许经营管理方式

三、个人护理用品连锁方式选择策略

第二节 个人护理用品连锁业市场分析

一、国际个人护理用品连锁业发展现状

- (1) 美国个人护理用品连锁业发展现状
- (2) 日本个人护理用品连锁业发展现状

二、我国个人护理用品连锁业发展现状

三、我国个人护理用品连锁业规模分析

- (1) 个人护理用品连锁业店铺规模
- (2) 个人护理用品连锁业销售规模

1) 个人护理用品连锁业整体销售规模

2) 个人护理用品连锁业单店销售规模

四、我国个人护理用品连锁业产品结构分析

五、我国个人护理用品连锁业电子商务发展分析

六、我国个人护理用品连锁业消费者分析

- (1) 个人护理用品连锁业消费者定位
- (2) 个人护理用品连锁业消费者特征
- (3) 个人护理用品连锁业消费者诉求分析

第三节 个人护理用品连锁店选址

一、个人护理用品连锁店外围环境选择

- (1) 交通环境选择
- (2) 经济环境选择

(3) 人口环境选择

(4) 消费环境选择

二、个人护理用品连锁店物业选择

(1) 物业形状选择

(2) 物业位置选择

(3) 物业面积选择

(4) 物业基础保障程度

第3章：个人护理用品连锁业竞争分析

第一节 个人护理用品连锁业业外竞争

一、个人护理用品连锁与化妆品品牌直销店对比

(1) 化妆品品牌直销店发展现状

(2) 化妆品品牌直销店盈利分析

(3) 化妆品品牌直销店服务特点

(4) 个人护理用品连锁店竞争优劣势

二、个人护理用品连锁与化妆品百货销售

(1) 我国百货分布状况

(2) 化妆品百货销售模式

(3) 化妆品百货销售规模

(4) 化妆品百货销售产品结构

(5) 化妆品百货销售铺货特点

(6) 化妆品百货销售费用分析

(7) 化妆品百货销售准入条件分析

(8) 个人护理用品连锁店竞争优劣势

三、个人护理用品连锁店与个人护理用品超市销售对比

(1) 我国超市分布状况

(2) 个人护理用品超市销售模式

(3) 个人护理用品超市销售品类

(4) 个人护理用品连锁店竞争优势

四、个人护理用品连锁与个人护理用品药店销售对比

(1) 我国药店分布状况

(2) 个人护理用品药店销售品类

(3) 个人护理用品药店销售价格分析

(4) 个人护理用品连锁店竞争优劣势

五、个人护理用品连锁与个人护理用品美容院销售对比

(1) 我国美容院分布状况

(2) 个人护理用品美容院销售模式

(3) 个人护理用品美容院销售品类定位

(4) 个人护理用品美容院销售盈利分析

(5) 个人护理用品连锁店竞争优劣势

六、个人护理用品连锁与个人护理用品网络销售对比

(1) 个人护理用品网络销售规模

(2) 个人护理用品网络销售品类

(3) 个人护理用品网络销售安全建设

(4) 个人护理用品网络销售盈利分析

(5) 个人护理用品网络销售物流建设

(6) 个人护理用品网络销售运作策略

1) 低价策略

2) 差异化策略

(7) 个人护理用品连锁店竞争优劣势

第二节 个人护理用品连锁业业内竞争

一、个人护理用品连锁业市场竞争格局

二、个人护理用品连锁业竞争策略分析

(1) 店铺扩张策略分析

(2) 自有品牌策略分析

(3) 产品差异化策略分析

三、个人护理用品店布局扩张方式

(1) 传统形式扩张

(2) 异业联合扩张

四、行业领先企业扩张计划分析

(1) 屈臣氏"百城千店"计划

1) 计划概况

2) 计划实施现状

(2) 娇兰佳人"十年万店"计划

- 1) 计划概况
- 2) 计划实施现状

第4章：个人护理用品连锁业重点区域分析

第一节 华北地区个人护理用品连锁业分析

一、华北地区经济与消费环境

(1) 北京市经济环境分析

- 1) 北京市收入与消费水平
- 2) 北京市商业圈发展现状及未来规划
- 3) 北京市日化类产品产销分析
- 4) 北京市个人护理用品投资环境分析

(2) 天津市经济环境分析

- 1) 天津市收入及消费水平
- 2) 天津市商业圈发展现状与未来规划
- 3) 天津市日化类产品产销分析
- 4) 天津市个人护理用品投资环境分析

二、华北地区个人护理用品连锁店布局分析

(1) 华北地区个人护理用品连锁店布局状况

(2) 业内主要企业华北地区运作模式

(3) 华北地区个人护理用品连锁投资策略

第二节 华东地区个人护理用品连锁业分析

一、华东地区经济与消费环境

(1) 上海市经济环境分析

- 1) 上海市收入与消费水平
- 2) 上海市商业圈发展现状与未来规划
- 3) 上海市日化类产品产销分析
- 4) 上海市个人护理用品投资环境分析

(2) 江苏省经济环境分析

- 1) 江苏省收入与消费水平
- 2) 江苏省商业圈发展现状与未来规划
- 3) 江苏省日化类产品产销分析
- 4) 江苏省个人护理用品投资环境分析

(3) 福建省经济环境分析

- 1) 福建省收入与消费水平
- 2) 福建省商业圈发展现状与未来规划
- 3) 福建省日化类产品产销分析
- 4) 福建省个人护理用品投资环境分析

(4) 浙江省经济环境分析

- 1) 浙江省收入与消费水平
- 2) 浙江省商业圈发展现状与未来规划
- 3) 浙江省日化类产品产销分析
- 4) 浙江省个人护理用品投资环境分析

(5) 山东省经济环境分析

- 1) 山东省收入与消费水平
- 2) 山东省商业圈发展现状与未来规划
- 3) 山东省日化类产品产销分析
- 4) 山东省个人护理用品投资环境分析

二、华东地区个人护理用品连锁店布局分析

(1) 华东地区个人护理用品连锁店布局状况

(2) 业内主要企业华东地区运作模式

(3) 华东地区个人护理用品连锁投资策略

第三节 华南地区个人护理用品连锁业分析

一、华南地区经济与消费环境

(1) 广东省经济环境分析

- 1) 广东省收入与消费水平
- 2) 广东省商业圈发展现状与未来规划
- 3) 广东省日化类产品产销分析
- 4) 广东省个人护理用品投资环境分析

(2) 海南省经济环境分析

- 1) 海南省收入与消费水平
- 2) 海南省商业圈发展现状与未来规划
- 3) 海南省日化类产品产销分析
- 4) 海南省个人护理用品投资环境分析

二、华南地区个人护理用品连锁店布局分析

- (1) 华南地区个人护理用品连锁店布局状况
- (2) 主要企业华南地区运作模式
- (3) 华南地区个人护理用品连锁投资策略

第四节 西南地区个人护理用品连锁业分析

一、西南地区经济与消费环境

(1) 四川省经济环境分析

- 1) 四川省收入与消费水平
- 2) 四川省商业圈发展现状与未来规划
- 3) 四川省日化类产品产销分析
- 4) 四川省个人护理用品投资环境分析

(2) 重庆市经济环境分析

- 1) 重庆市收入与消费水平
- 2) 重庆市商业圈发展现状与未来规划
- 3) 重庆市日化类产品产销分析
- 4) 重庆市个人护理用品投资环境分析

二、西南地区个人护理用品连锁店布局分析

- (1) 西南地区个人护理用品连锁店布局状况
- (2) 业内主要企业西南地区运作模式
- (3) 西南地区个人护理用品连锁投资策略

第5章：个人护理用品连锁业自有品牌发展

第一节 售业自有品牌的概述

一、售业自有品牌定义

二、售业自有品牌发展阶段

三、售业自有品牌分类

- (1) 自有品牌分析
- (2) 独家代理分析

四、售业自有品牌生产方式

- (1) 委托生产分析
- (2) 属厂自产分析

五、售业自有品牌创建条件

- (1) 零售业自有品牌创建所需条件

(2) 我国零售业创建自有品牌条件分析

六、零售业自有品牌优势

七、零售业自有品牌对行业影响

八、阻碍零售业自有品牌实施因素分析

第二节 零售业自有品牌市场分析

一、国外零售业自有品牌发展现状

(1) 美国

(2) 英国

(3) 日本

二、我国零售业自有品牌细分行业现状分析

(1) 百货业自有品牌现状

(2) 超市业自有品牌现状

(3) 便利店自有品牌现状

(4) 电子商务自有品牌现状

(5) 专业店自有品牌现状

三、我国零售业自有品牌规模分析

四、我国零售业自有品牌盈利分析

(1) 零售业自有品牌成本分析

(2) 零售业自有品牌利润分析

五、我国零售业自有品牌发展特点

六、我国零售业自有品牌发展存在问题

七、我国零售业自有品牌发展趋势

第三节 零售业自有品牌营销分析

一、零售业自有品牌营销策略

(1) 零售业自有品牌产品策略

(2) 零售业自有品牌包装策略

(3) 零售业自有品牌实施策略

1) 双重品牌策略

2) 混合品牌策略

(4) 零售业自有品牌价格策略

(5) 零售业自有品牌促销策略

二、零售业自有品牌差异化营销建设

三、零售业自有品牌消费者分析

(1) 零售业自有品牌消费者感知分析

(2) 零售业自有品牌消费者结构特征

第四节 个人护理用品连锁业自有品牌分析

一、个人护理用品连锁业自有品牌发展现状

二、个人护理用品连锁业自有品牌发展机遇

三、个人护理用品连锁业自有品牌实施策略

(1) 个人护理用品连锁店自有品牌开展条件

(2) 个人护理用品连锁业自有品牌产品选择

(3) 个人护理用品连锁业自有品牌产品定位

第五节 个人护理用品连锁业自有品牌发展典型案例

一、屈臣氏自有品牌发展

(1) 屈臣氏自有品牌创建步骤

(2) 屈臣氏自有品牌定位

(3) 屈臣氏自有品牌规模

(4) 屈臣氏自有品牌战略分析

1) 屈臣氏自有品牌发展策略

2) 屈臣氏自有品牌营销策略

(5) 屈臣氏自有品牌经验

二、万宁自有品牌发展

(1) 万宁自有品牌定位

(2) 万宁自有品牌规模

(3) 万宁自有品牌战略分析

1) 万宁自有品牌发展策略

2) 万宁自有品牌营销策略

(4) 万宁自有品牌经验

三、丝芙兰自有品牌发展

(1) 丝芙兰自有品牌定位

(2) 丝芙兰自有品牌规模

(3) 丝芙兰自有品牌发展战略

1) 丝芙兰自有品牌发展策略

2) 丝芙兰自有品牌营销策略

(4) 丝芙兰自有品牌经验

第6章：个人护理用品连锁业营销与管理

第一节 个人护理用品连锁业管理体系

一、商品运营管理

(1) 商品品类管理

(2) 商品品牌定位管理

(3) 商品陈列管理

(4) 商品价格标签管理

(5) 商品销售与库存管理

二、收银台管理

(1) 收银台摆放位置

(2) 收银台商品陈列

(3) 收银台个性化选择

三、员工管理

(1) 员工服务标准化建设

(2) 员工服务专业化建设

(3) 差异化服务管理

四、办公室管理

五、店面督导管理

(1) 巡店管理

(2) 神秘顾客管理

第二节 个人护理用品连锁业营销体系

一、体验式营销

(1) 体验式营销实施要素

(2) 体验式营销效果分析

二、商品促销与组合

(1) 商品促销与组合实施要素

(2) 商品促销与组合效果分析

三、会员价营销

(1) 会员价营销实施要素

(2) 会员价营销效果分析

四、积分营销

(1) 积分营销实施要素

(2) 积分营销效果分析

五、优惠券营销

(1) 优惠券营销实施要素

(2) 优惠券营销效果分析

六、换购策略

(1) 换购策略实施要素

(2) 换购策略效果分析

七、公关营销

(1) 公关营销实施要素

(2) 公关营销效果分析

第三节 个人护理用品连锁业营销策略

一、产品策略

二、价格策略

三、宣传策略

第7章：个人护理用品连锁业物流体系

第一节 物流行业发展现状

一、物流行业硬件配套情况

(1) 基础设施建设情况

1) 公路建设情况

2) 铁路建设情况

3) 航道建设情况

4) 机场建设情况

(2) 物流运输工具配套情况

(3) 其它配套设施情况

二、物流行业发展情况

(1) 物流总额增幅及构成

(2) 物流总费用增幅及构成

(3) 物流总增加值增幅及贡献

(4) 物流固定资产投资增幅

(5) 物流企业经营与效益情况

三、物流信息化的总体发展概况

(1) 物流信息化的发展现状分析

(2) 物流信息化主要应用技术

(3) 物流信息化的发展规模分析

(4) 物流信息化取得的成就分析

(5) 物流软件供应商的发展概况

第二节 零售业物流发展分析

一、零售业物流主要运作模式发展分析

(1) 自营配送模式现状

(2) 第三方物流模式现状

(3) 供应商配送模式现状

(4) 共同配送模式现状

二、零售业物流发展现状分析

(1) 零售业物流配送规模分析

(2) 零售业物流配送率分析

三、零售业物流信息化市场分析

(1) 零售物流信息化存在的问题分析

(2) 零售物流信息化建设的相关建议

(3) 沃尔玛全球采购信息管理案例

(4) 零售物流信息化发展前景展望

第三节 个人护理用品连锁业物流分析

一、个人护理用品连锁业供应链系统建设状况

(1) 补货与订货系统建设状况

1) 补货与订货系统软件应用

2) 补货与订货系统效果分析

(2) 仓库管理系统

1) 仓库管理系统软件应用

2) 仓库管理系统效果分析

二、个人护理用品连锁业配送方式分析

(1) 第三方物流配送模式

(2) 第三方物流配送优劣势

三、个人护理用品连锁业物流建设案例分析

(1) 屈臣氏物流建设分析

(2) 万宁物流建设分析

第8章：个人护理用品连锁业主要企业分析

第一节 个人护理用品连锁企业整体发展概况

一、个人护理用品连锁企业区域特征

二、个人护理用品连锁企业规模特征

第二节 个人护理用品连锁业领先企业分析

一、广州屈臣氏个人用品商店有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售网络分布

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业经营效益分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

二、广东万宁商业连锁有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售网络分布

(4) 企业经营模式分析

(5) 企业经营效益分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向分析

三、统一康是美商业连锁（深圳）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构分析

(3) 企业销售网络分布

(4) 企业经营模式分析

- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

四、上海美家臣日用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

五、丝芙兰（上海）化妆品销售有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

六、莎莎国际控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

七、深圳市千色店商业连锁有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

八、河北保定市东大日化公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

九、广州娇兰佳人化妆品连锁有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

十、深圳市妍丽化妆品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构分析
- (3) 企业销售网络分布
- (4) 企业经营模式分析
- (5) 企业经营效益分析

- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业投资兼并与重组分析
- (8) 企业最新发展动向分析

第9章：2013-2018年中国个人护理用品连锁业投融资分析和发展趋势

第一节 个人护理用品连锁业投融资分析

一、个人护理用品连锁业投融资案例

- (1) 屈臣氏国外扩张行动
- (2) 莎莎香港上市

二、个人护理用品连锁业投融资特征

第二节 个人护理用品连锁业发展趋势与前景

- 一、个人护理用品需求趋势预测
- 二、个人护理用品连锁业发展趋势
- 三、个人护理用品连锁业发展前景

【图表目录】

图表：个人护理用品连锁业供应链流程图

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业企业数量增长趋势图

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业从业人数增长趋势图

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业资产规模增长趋势图

图表：2013年我国化妆品制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2013年我国化妆品制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2013年我国化妆品制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2013年我国化妆品制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业产成品增长趋势图

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业销售成本增长趋势图

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业费用使用统计图

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业主要盈利指标统计图

图表：2007-2013年我国化妆品制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2007-2013年我国保健品制造行业企业数量增长趋势图

图表：2007-2013年我国保健品制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2007-2013年我国保健品制造行业从业人数增长趋势图

图表：2007-2013年我国保健品制造行业资产规模增长趋势图

图表：2013年我国保健品制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2013年我国保健品制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2013年我国保健品制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2013年我国保健品制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2007-2013年我国保健品制造行业产成品增长趋势图

图表：2007-2013年我国保健品制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2007-2013年我国保健品制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2007-2013年我国保健品制造行业销售成本增长趋势图

图表：2007-2013年我国保健品制造行业费用使用统计图

图表：2007-2013年我国保健品制造行业主要盈利指标统计图

图表：2007-2013年我国保健品制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2007-2013年我国饮料制造行业企业数量增长趋势图

图表：2007-2013年我国饮料制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2007-2013年我国饮料制造行业从业人数增长趋势图

图表：2007-2013年我国饮料制造行业资产规模增长趋势图

图表：2013年我国饮料制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2013年我国饮料制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2013年我国饮料制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2013年我国饮料制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2007-2013年我国饮料制造行业产成品增长趋势图

图表：2007-2013年我国饮料制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2007-2013年我国饮料制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2007-2013年我国饮料制造行业销售成本增长趋势图

图表：2007-2013年我国饮料制造行业费用使用统计图

图表：2007-2013年我国饮料制造行业主要盈利指标统计图

图表：2007-2013年我国饮料制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/241492.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。