



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、个人护理用品连锁业企业区域特征

#### 二、个人护理用品连锁业企业规模特征

### 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&hellip;&hellip;

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](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。