



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国日化市场运行 态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国日化市场运行态势及投资策略报告》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/249617.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

日化行业与人们的文明健康生活密切相关，日化产品已成为人们生活中的必需品，整个行业对国家贡献很大。历经市场化历练的日化产业已经跨过一个新的大拐点，竞争更激烈、集中度更高的第二次革命已经开始。这个拐点并非伴随大事件到来，而是多方力量长期博弈的结果，既终结了行业的传统格局，也宣告了产业新时代的到来。

2013年1-12月，全国规模以上日用化学品生产企业累计主营业务收入同比增长6.6%，实现利润总额同比增长11.5%，完成税金总额同比增长16.1%。2013年我国日用化学品行业累计完成出口交货值同比增长9%，累计产销率达97.2%。由于日化行业所用原料大部分是石油的副产品，随着国际油价的上涨以及包装、税收等原因，日化用品的各项成本压力不断加大，而且运输物流成本也增加不少。日化用品一般都是执行企业自主定价，根据自己的产品成本并结合市场定位需求等情况进行定价，完全是企业行为，是市场调整。

近年来，中国政府出台一系列刺激国内需求的政策，不仅是为出口的企业寻找新的出路，更为日化业提供了新的前景。中国的三、四线市场，广大的农村市场成了日化行业的主战场。日化行业因抓住新的时机，让自己的营销业绩在上新台阶。

随着城镇居民收入和农村人口可支配现金的增加，使得中国的日化用品消费也逐年递增，预计未来10年年均增长也将保持在10%以上。化妆品市场仍将以高于国民经济增长的速度，洗涤剂市场增长相对较慢，口腔清洁用品市场会随着人们对口腔卫生的重视而稳步增长。在渠道、促销和产品研发上的竞争仍将进一步加剧。

艾凯咨询网发布的《2015-2020年中国日化市场运行态势及投资策略报告》共十四章。首先介绍了日化产品的定义、分类及行业特点等，接着分析了我国日化行业的外部发展环境和我国日化行业总体发展情况，并对日用化学品行业的财务状况和产品产量进行了详实的透析，然后具体介绍了化妆品行业、洗涤用品行业、口腔清洁用品行业和香精香料行业的发展。随后，报告对日用化学品行业做了区域发展分析、市场竞争分析、市场营销分析、和重点企业经营财务状况分析。最后对日化行业进行了投资分析，并对行业的发展趋势及未来前景做出了科学的预测。

报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 日化行业相关概述

1.1 日化行业基本介绍

- 1.1.1 日用化工的定义
- 1.1.2 日用化学品分类
- 1.1.3 日用化学品的特点
- 1.2 日化行业的经济地位及特点
 - 1.2.1 日化行业在社会经济中的地位
 - 1.2.2 中国日化产业发展的特点

第二章 2013-2014年中国日化行业外部环境分析

- 2.1 政策环境分析
 - 2.1.1 行业技术规范标准
 - 2.1.2 欧盟化妆品新法规
 - 2.1.3 行业规范的趋势
- 2.2 经济环境分析
 - 2.2.1 经济发展状况
 - 2.2.2 固定资产投资
 - 2.2.3 居民收入消费状况
 - 2.2.4 对外贸易情况
 - 2.2.5 货币供应量变化
- 2.3 社会环境分析
 - 2.3.1 人口规模和结构分析
 - 2.3.2 城乡结构分析
 - 2.3.3 城镇化影响分析
- 2.4 技术环境分析
 - 2.4.1 技术发展现状#p#分页标题#e#
 - 2.4.2 表面活性剂新技术
 - 2.4.3 技术发展趋势

第三章 2013-2014年中国日化行业发展分析

- 3.1 中国日化行业发展概述
 - 3.1.1 中国日化行业发展进入新阶段
 - 3.1.2 中国日化行业取得长足的进步
- 3.2 2013-2014年中国日化行业运行情况

- 3.2.1 2012年中国日化行业经济运行状况
- 3.2.2 2013年中国日化行业经济运行状况
- 3.2.3 2013年中国日化行业利润分析
- 3.2.4 2014年上半年日化行业运行状况
- 3.3 2013-2014年中国日化行业进出口状况
 - 3.3.1 2012年中国日化行业进出口情况
 - 3.3.2 2013年中国日化行业进出口情况
 - 3.3.3 2014年上半年日化行业进出口情况
- 3.4 中国本土日化市场消费行为分析
 - 3.4.1 本土日化市场整体情况
 - 3.4.2 本土日化市场推广渠道
 - 3.4.3 市场消费者购买渠道
 - 3.4.4 消费者购买考虑因素
- 3.5 2013-2014年中药日化市场分析
 - 3.5.1 中药日化产品日渐充盈
 - 3.5.2 中国中药日化市场发展现状
 - 3.5.3 中药企业进入日化行业的战略
- 3.6 2013-2014年农村日化市场分析
 - 3.6.1 中国农村日化市场消费特点
 - 3.6.2 中国农村特色中的劣势现象
 - 3.6.3 中国农村市场营销策略
- 3.7 2013-2014年日化OEM市场分析
 - 3.7.1 日化OEM迎来全球化发展机遇
 - 3.7.2 韩国五大化妆品OEM工厂透析
 - 3.7.3 化妆品需求增大成就OEM品牌
 - 3.7.4 化妆品OEM行业不能说的秘密
 - 3.7.5 日化OEM企业面临的难题及发展策略

第四章 2010-2014年中国日化行业财务状况

- 4.1 中国日用化学品制造行业经济规模
 - 4.1.1 2010-2014年6月日用化学品制造业销售规模
 - 4.1.2 2010-2014年6月日用化学品制造业利润规模

- 4.1.3 2010-2014年6月日用化学品制造业资产规模
- 4.2 中国日用化学品制造行业盈利能力指标分析
 - 4.2.1 2010-2014年6月日用化学品制造业亏损面
 - 4.2.2 2010-2014年6月日用化学品制造业销售毛利率
 - 4.2.3 2010-2014年6月日用化学品制造业成本费用利润率
 - 4.2.4 2010-2014年6月日用化学品制造业销售利润率
- 4.3 中国日用化学品制造行业营运能力指标分析
 - 4.3.1 2010-2014年6月日用化学品制造业应收账款周转率
 - 4.3.2 2010-2014年6月日用化学品制造业流动资产周转率
 - 4.3.3 2010-2014年6月日用化学品制造业总资产周转率
- 4.4 中国日用化学品制造行业偿债能力指标分析
 - 4.4.1 2010-2014年6月日用化学品制造业资产负债率#p#分页标题#e#
 - 4.4.2 2010-2014年6月日用化学品制造业利息保障倍数
- 4.5 中国日用化学品制造行业财务状况综合评价
 - 4.5.1 日用化学品制造业财务状况综合评价
 - 4.5.2 影响日用化学品制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2013-2014年中国日化行业产品产量

- 5.1 2013-2014年全国及主要省份香精产量分析
 - 5.1.1 2012年1-12月全国及主要省份香精产量分析
 - 5.1.2 2013年1-12月全国及主要省份香精产量分析
 - 5.1.3 2014年1-6月全国及主要省份香精产量分析
- 5.2 2013-2014年全国及主要省份合成洗涤剂产量分析
 - 5.2.1 2012年1-12月全国及主要省份合成洗涤剂产量分析
 - 5.2.2 2013年1-12月全国及主要省份合成洗涤剂产量分析
 - 5.2.3 2014年1-6月全国及主要省份合成洗涤剂产量分析
- 5.3 2013-2014年全国及主要省份肥(香)皂产量分析
 - 5.3.1 2012年1-12月全国及主要省份肥(香)皂产量分析
 - 5.3.2 2013年1-12月全国及主要省份肥(香)皂产量分析
 - 5.3.3 2014年1-6月全国及主要省份肥(香)皂产量分析
- 5.4 2013-2014年全国及主要省份牙膏(折65克标准支)产量分析
 - 5.4.1 2012年1-12月全国及主要省份牙膏(折65克标准支)产量分析

5.4.2 2013年1-12月全国及主要省份牙膏(折65克标准支)产量分析

5.4.3 2014年1-6月全国及主要省份牙膏(折65克标准支)产量分析

第六章 化妆品

6.1 2013-2014年中国化妆品行业发展分析

6.1.1 中国化妆品行业取得长足进步

6.1.2 中国化妆品网络市场调查回顾

6.1.3 2012年中国化妆品网络市场调查分析

6.1.4 2013年中国化妆品网络市场调查分析

6.1.5 2014年中国化妆品市场发展情况

6.2 2013-2014年化妆品行业进出口数据分析

6.2.1 2013-2014年化妆品主要进口来源国家分析

6.2.2 2013-2014年化妆品主要出口目的国家分析

6.2.3 2013-2014年主要省份化妆品进口市场分析

6.2.4 2013-2014年主要省份化妆品出口市场分析

6.3 中国化妆品市场消费分析

6.3.1 中国化妆品市场消费者的构成

6.3.2 中国化妆品市场需求的特点

6.3.3 美容化妆品市场的消费状况调查

6.3.4 中国女性的消费心理

6.4 中国化妆品行业发展难题

6.4.1 中国化妆品工业与发达国家的差距

6.4.2 中国化妆品行业发展面临的问题

6.4.3 中国化妆品市场的薄弱方面

6.5 中国化妆品行业发展战略

6.5.1 中国化妆品市场发展建议

6.5.2 中国化妆品市场监管的建议

6.5.3 中国化妆品行业整体发展策略

6.6 中国化妆品行业未来发展分析

6.6.1 全球化妆品的发展趋势#p#分页标题#e#

6.6.2 中国儿童化妆品市场空间

6.6.3 中国男士及老年化妆品市场空间

6.6.4 "十二五"期间中国化妆品发展目标

6.6.5 "十二五"期间中国化妆品行业发展战略

第七章 化妆品细分市场

7.1 男士化妆品

7.1.1 中国男士化妆品市场需求分析

7.1.2 男士化妆品品类开发的可行性

7.1.3 中国男士化妆品市场面临的问题

7.1.4 中国男士化妆品市场发展策略

7.1.5 中国男士化妆品市场发展趋势

7.2 彩妆

7.2.1 中国彩妆市场需求分析

7.2.2 中国彩妆市场竞争情况及策略分析

7.2.3 中国彩妆市场营销现状及策略分析

7.2.4 中国彩妆网络市场SWOT分析

7.2.5 中国彩妆行业发展方向及对策

7.3 药妆

7.3.1 药妆涵义及发展历程概述

7.3.2 中国药物化妆品市场略览

7.3.3 中国传统药妆店发展分析

7.3.4 中国药妆市场的制约因素与突破策略

7.3.5 中国药妆市场营销问题及策略分析

7.3.6 中国药物化妆品市场发展前景

7.4 护肤品

7.4.1 中国护肤品市场需求分析

7.4.2 中国护肤品市场发展特征

7.4.3 中国护肤品品牌的发展阶段

7.4.4 中国护肤品企业战略营销模式综述

7.5 香水

7.5.1 中国香水行业发展现状

7.5.2 中国香水市场发展特点

7.5.3 中国香水市场消费者群体分析

- 7.5.4 中国香水市场发展问题与策略
- 7.5.5 全球香水市场的创新与趋势
- 7.5.6 中国香水市场发展前景
- 7.6 洗发水
 - 7.6.1 中国洗发水市场的驱动因素
 - 7.6.2 中国洗发水市场定位策略
 - 7.6.3 中国洗发水销售市场细分
 - 7.6.4 中国洗发水市场格局分析
 - 7.6.5 中国高端洗发水营销分析
 - 7.6.6 洗发水市场商业模式分析
- 7.7 沐浴露
 - 7.7.1 沐浴露市场总体发展状况
 - 7.7.2 沐浴露市场需求持续增长
 - 7.7.3 男士沐浴露市场前景可观
 - 7.7.4 沐浴露市场营销分析
 - 7.7.5 日化品牌发力沐浴露

第八章 洗涤用品

- 8.1 中国洗涤用品行业发展概述
 - 8.1.1 中国洗涤用品行业取得长足进步
 - 8.1.2 中国洗涤用品行业发展现状
 - 8.1.3 洗涤用品生产技术进展状况#p#分页标题#e#
- 8.2 中国洗涤用品市场动态分析
 - 8.2.1 中国洗涤用品产品趋势
 - 8.2.2 中国洗涤用品市场特点
 - 8.2.3 洗涤用品与化妆品市场比较
- 8.3 洗涤用品行业存在的问题及对策
 - 8.3.1 中国洗涤用品行业存在的问题
 - 8.3.2 中国洗涤用品行业发展的难题
 - 8.3.3 中国洗涤用品行业的突破之路
- 8.4 洗涤用品行业发展趋势及前景
 - 8.4.1 全球液体洗涤剂发展趋势

- 8.4.2 中国洗涤用品行业发展方向
- 8.4.3 "十二五"期间行业发展基本思路
- 8.4.4 "十二五"期间行业发展重点任务

第九章 洗涤用品细分市场

9.1 洗衣粉

- 9.1.1 中国洗衣粉市场的发展阶段
- 9.1.2 洗衣粉市场的现状及格局
- 9.1.3 中国洗衣粉市场消费及机会分析
- 9.1.4 中国洗衣粉市场消费者分析
- 9.1.5 中国洗衣粉品牌突破战略
- 9.1.6 中国洗衣粉市场发展战略

9.2 洗衣液

- 9.2.1 中国洗衣液步入高速发展期
- 9.2.2 中国洗衣液市场的品牌格局
- 9.2.3 中国洗衣液市场竞争日趋激烈
- 9.2.4 中国洗衣液市场发展趋势
- 9.2.5 中国洗衣液市场发展前景

9.3 洗洁精

- 9.3.1 中国洗洁精市场结构
- 9.3.2 中国洗洁精市场发展概况
- 9.3.3 中国洗洁精的经销渠道
- 9.3.4 中国洗洁精行业竞争战略
- 9.3.5 中国洗洁精产品消费趋势

9.4 香皂

- 9.4.1 香皂简介
- 9.4.2 香皂市场消费者购买习惯
- 9.4.3 香皂市场的营销策略建议
- 9.4.4 香皂市场的发展趋势

9.5 洗手液

- 9.5.1 洗手液与肥皂的区别
- 9.5.2 洗手液的价格和市场定位

- 9.5.3 洗手液的包装和容量设计
- 9.5.4 洗手液市场的特点及格局分析
- 9.5.5 洗手液市场的发展前景分析
- 9.6 果蔬清洗剂
 - 9.6.1 果蔬清洗剂的功效分析
 - 9.6.2 果蔬清洗剂市场发展瓶颈
 - 9.6.3 果蔬清洗剂的发展趋势

第十章 口腔清洁用品

- 10.1 中国口腔清洁用品行业发展概述
 - 10.1.1 口腔清洁用品行业概述
 - 10.1.2 中国口腔清洁用品行业发展回顾
 - 10.1.3 中国口腔清洁用品经济运行特点
- 10.2 中国口腔清洁用品市场消费分析
 - 10.2.1 消费者口腔保健整体需求分析#p#分页标题#e#
 - 10.2.2 消费者购买口腔护理产品考虑的因素
 - 10.2.3 消费者对口腔护理产品的购买习惯
 - 10.2.4 口腔清洁用品消费趋势展望
- 10.3 中国口腔清洁用品市场动态情况
 - 10.3.1 口腔清洁用品产品质量状况
 - 10.3.2 口腔清洁儿童细分市场竞争激烈
 - 10.3.3 本土品牌细分市场创新突围
- 10.4 中国口腔清洁用品行业发展趋势及前景
 - 10.4.1 口腔清洁用品市场的发展趋势
 - 10.4.2 十二五期间行业发展目标
 - 10.4.3 十二五期间行业发展任务
 - 10.4.4 口腔清洁用品行业新技术趋势

第十一章 口腔清洁用品细分市场

- 11.1 2013-2014年中国牙膏市场概况
 - 11.1.1 中国牙膏市场的发展阶段
 - 11.1.2 中国牙膏市场发展状况

- 11.1.3 中国牙膏市场消费特征分析
- 11.2 2013-2014年中国牙膏市场动态
 - 11.2.1 儿童牙膏成为细分市场重点
 - 11.2.2 中草药成为牙膏行业新盈利点
 - 11.2.3 中药牙膏面临的机遇与挑战
 - 11.2.4 高端牙膏市场发展面临的问题
- 11.3 2013-2014年中国牙膏市场竞争分析
 - 11.3.1 中国牙膏品牌竞争环境分析
 - 11.3.2 中国牙膏品牌比较分析
 - 11.3.3 中国牙膏市场重新洗牌
 - 11.3.4 高端牙膏终端营销渠道竞争
 - 11.3.5 两大外资牙膏品牌竞争策略比较
 - 11.3.6 新兴品牌探索差异化发展道路
- 11.4 中国牙膏行业的问题及应对
 - 11.4.1 中国牙膏品牌发展存在的问题
 - 11.4.2 本土牙膏品牌的多品类战略
 - 11.4.3 中国牙膏企业的营销战略
 - 11.4.4 本土牙膏企业渠道开发策略
 - 11.4.5 中国牙膏企业的品牌重塑战略
- 11.5 中国牙膏行业标准及市场监管
 - 11.5.1 我国牙膏列入化妆品监管范畴
 - 11.5.2 药物牙膏存在监管漏洞
 - 11.5.3 功效牙膏监管有新标准可依
 - 11.5.4 牙膏新国标解读
- 11.6 漱口水
 - 11.6.1 漱口水市场的消费者构成
 - 11.6.2 中医应用于口腔护理
 - 11.6.3 中草药漱口水市场待挖掘
 - 11.6.4 漱口水营销中面临的问题
 - 11.6.5 漱口水企业发展对策建议

第十二章 香精香料

- 12.1 香精香料概述
 - 12.1.1 香精香料的分类
 - 12.1.2 香精香料的用途
 - 12.1.3 香精香料发展历程
- 12.2 全球香精香料市场发展分析
 - 12.2.1 全球香精香料产业格局#p#分页标题#e#
 - 12.2.2 全球日化香精香料市场特点分析
 - 12.2.3 全球天然香精市场需求情况
- 12.3 中国香精香料行业发展分析
 - 12.3.1 中国香精香料行业取得长足的进步
 - 12.3.2 中国食用香精香料行业发展概况
 - 12.3.3 香料香精行业"十一五"发展特点
 - 12.3.4 中国食用香精香料市场格局分析
- 12.4 中国香精香料行业存在的问题与相应对策
 - 12.4.1 中国香料香料产业发展遇到的问题
 - 12.4.2 香精香料行业需要强化的工作
 - 12.4.3 本土香精生产企业发展战略管理
- 12.5 中国香精香料行业发展趋势与前景
 - 12.5.1 食用香精监管渐趋完善
 - 12.5.2 香精香料的研究方向
 - 12.5.3 中国香精香料行业的发展目标
 - 12.5.4 香料香精行业"十二五"规划目标
 - 12.5.5 中国香精香料产业发展趋势
 - 12.5.6 中国香精香料行业的发展前景

第十三章 2013-2014年中国日化行业区域发展状况

- 13.1 广东
 - 13.1.1 广东化妆品专营店发展现状
 - 13.1.2 粤东洗化市场深度分析
 - 13.1.3 广东地区化妆品专营店格局
 - 13.1.4 广东省日化行业存在的问题
 - 13.1.5 广东日化企业发展的策略

- 13.1.6 广东日化行业发展趋势
- 13.2 浙江
 - 13.2.1 浙江日化行业发展基本情况及特点
 - 13.2.2 浙江地区化妆品专营店发展特色
 - 13.2.3 宁波百货商超和专营店营销变革
 - 13.2.4 浙江日用化学行业面临的挑战
 - 13.2.5 浙江日化行业的转型升级
- 13.3 上海
 - 13.3.1 上海化妆品行业重新崛起
 - 13.3.2 上海化妆品安全监管制度日益完善
 - 13.3.3 上海日化行业诚信经营实现新发展
- 13.4 河南
 - 13.4.1 河南化妆品市场分析
 - 13.4.2 河南化妆品市场品牌招商创新探讨
 - 13.4.3 河南化妆品行业六大发展趋势剖析
- 13.5 山东
 - 13.5.1 山东日化用品市场分析
 - 13.5.2 山东日化行业发展重点
 - 13.5.3 山东日化行业发展前景

第十四章 2013-2014年中国日化行业竞争分析

- 14.1 中国日化竞争环境的波特五力分析
 - 14.1.1 潜在进入者的威胁
 - 14.1.2 行业内竞争者的竞争力
 - 14.1.3 替代品的替代能力
 - 14.1.4 供应商的议价能力
 - 14.1.5 购买者的议价能力
- 14.2 中国日化行业竞争格局#p#分页标题#e#
 - 14.2.1 中国日化产业的竞争格局转变历程
 - 14.2.2 日化中外资品牌向对方阵地渗透
 - 14.2.3 外资入侵低端品牌和二三线市场
 - 14.2.4 中国高端洗护竞争格局分析

- 14.3 中国日化市场竞争动态
 - 14.3.1 外资品牌通过并购抢占日化市场
 - 14.3.2 本土日化品牌细分市场占优势
 - 14.3.3 本土日化品牌借中药概念强势崛起
 - 14.3.4 本土品牌领跑草本洗发水市场
- 14.4 中国本土品牌竞争力策略
 - 14.4.1 本土日化品牌需突围营销
 - 14.4.2 本土日化直销企业竞争策略
 - 14.4.3 本土日化企业品牌经营短处及改进
 - 14.4.4 本土日化企业品牌管理误区及改革
 - 14.4.5 本土日化企业品牌谋胜之路

第十五章 2013-2014年中国日化行业营销分析

- 15.1 日化营销概述
 - 15.1.1 日化营销陷入极度困境
 - 15.1.2 日化营销的三大软肋
 - 15.1.3 日化行业营销三大趋势
- 15.2 日化营销渠道分析
 - 15.2.1 2013年日化行业渠道分析
 - 15.2.2 日化渠道特征及深度营销模型
 - 15.2.3 日化行业自建渠道大有可为
 - 15.2.4 日化行业优化和整合渠道的策略
 - 15.2.5 中国日化市场渠道发展趋势
- 15.3 日化网络营销
 - 15.3.1 日化网络营销需与时俱进
 - 15.3.2 网络营销药妆的机遇与挑战
 - 15.3.3 日化网络营销的发展趋势
- 15.4 日化营销终端
 - 15.4.1 日化终端类型及管理方法
 - 15.4.2 日化企业终端布局与建设方案
 - 15.4.3 终端市场控制窜货的对策分析
- 15.5 日化终端之专营店

- 15.5.1 日化专营店应对市场环境变化的思路
- 15.5.2 日化专营店与大型商超竞争的策略
- 15.5.3 微型专营店的危机与生存之道
- 15.5.4 化妆品专营店发展危机与对策
- 15.5.5 泛专营店的特征及经营策略
- 15.6 日化终端包场
 - 15.6.1 日化包场模式概述
 - 15.6.2 全国各地日化包场发展现状
 - 15.6.3 日化包场的优势与缺陷
 - 15.6.4 日化包场发展面临难题
 - 15.6.5 日化包场模式发展前途分析
- 15.7 日化行业营销策略
 - 15.7.1 日化行业常用营销策略解析
 - 15.7.2 日化行业营销模式创新
 - 15.7.3 中小型日化企业生存法则
 - 15.7.4 中国日化企业的创新型营销战略

第十六章 2013-2014年中国日化行业重点企业财务状况分析

- 16.1 上海和黄白猫股份有限公司
 - 16.1.1 企业发展概况
 - 16.1.2 经营效益分析
 - 16.1.3 业务经营分析
 - 16.1.4 财务状况分析
 - 16.1.5 未来前景展望
- 16.2 上海家化联合股份有限公司
 - 16.2.1 企业发展概况
 - 16.2.2 经营效益分析
 - 16.2.3 业务经营分析
 - 16.2.4 财务状况分析
 - 16.2.5 未来前景展望
- 16.3 南风化工集团股份有限公司
 - 16.3.1 企业发展概况

- 16.3.2 经营效益分析
- 16.3.3 业务经营分析
- 16.3.4 财务状况分析
- 16.3.5 未来前景展望
- 16.4 广州市浪奇实业股份有限公司
 - 16.4.1 企业发展概况
 - 16.4.2 经营效益分析
 - 16.4.3 业务经营分析
 - 16.4.4 财务状况分析
 - 16.4.5 未来前景展望
- 16.5 柳州两面针股份有限公司
 - 16.5.1 企业发展概况
 - 16.5.2 经营效益分析
 - 16.5.3 业务经营分析
 - 16.5.4 财务状况分析
 - 16.5.5 未来前景展望
- 16.6 索芙特股份有限公司
 - 16.6.1 企业发展概况
 - 16.6.2 经营效益分析
 - 16.6.3 业务经营分析
 - 16.6.4 财务状况分析
 - 16.6.5 未来前景展望
- 16.7 上市公司财务比较分析
 - 16.7.1 盈利能力分析
 - 16.7.2 成长能力分析
 - 16.7.3 营运能力分析
 - 16.7.4 偿债能力分析

第十七章 2015-2020年中国日化行业投资分析

- 17.1 中国日化市场的资本运营
 - 17.1.1 日化行业开始与资本市场接轨
 - 17.1.2 日化行业资本运营的机遇与风险

- 17.1.3 中国日化业缺乏风险投资的原因
- 17.1.4 资本运作将改变日化市场竞争格局
- 17.2 中国日用化学品产业投资现状
 - 17.2.1 中国日化产业投资概况
 - 17.2.2 本土投资机构青睐日化产业投资
 - 17.2.3 香精香料巨头竞相投资亚洲
- 17.3 2015-2020年中国日用化学品产业投资风险
 - 17.3.1 政策和法规风险
 - 17.3.2 原材料及成本风险
 - 17.3.3 市场竞争风险
 - 17.3.4 技术风险分析
- 17.4 2015-2020年中国日用化学品产业投资建议#p#分页标题#e#
 - 17.4.1 规避政策风险的建议
 - 17.4.2 规避原材料成本风险的建议
 - 17.4.3 规避市场风险的建议
 - 17.4.4 规避技术风险的建议

第十八章 中国日化行业发展前景预测

- 18.1 2015-2020年中国日化产业发展趋势分析
 - 18.1.1 中国日化行业的未来趋势
 - 18.1.2 中国日化行业转型发展趋势
 - 18.1.3 十二五期间日化行业发展方向
- 18.2 2015-2020年中国日化行业前景展望分析
 - 18.2.1 供应链整合助力日化行业发展
 - 18.2.2 十二五期间中国日化产业整合
 - 18.2.3 中国日化行业未来发展前景
- 18.3 2015-2020年中国日化行业市场指标预测
 - 18.3.1 2015-2020年中国日化行业收入预测
 - 18.3.2 2015-2020年中国日化行业利润预测
 - 18.3.3 2015-2020年中国日化行业产值预测

附录

附录一：化妆品生产企业卫生规范

附录二：化妆品标识管理规定

图表目录：

图表 2013年欧盟化妆品新法规的条款及相关内容

图表 2011-2012年固定资产投资同比增速情况

图表 2012年中国分地区累计投资同比增速

图表 2011-2012年中国固定资产投资到位资金同比增速

图表 2012年全国居民消费价格涨跌幅

图表 2012年居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表 2012年居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表 2012年主要国家或地区新增M2分布情况

图表 2012年中国日用化学产品制造行业月度工业总产值及同比

图表 2010-2012年中国日用化学产品制造行业月度工业总产值对比

图表 2012年中国日化细分行业累计工业总产值占比情况

图表 2012年中国日化细分行业累计工业总产值同比增长情况

图表 2012年全国日化行业工业总产值区域占比情况

图表 2012年全国日化行业工业总产值区域同比增长情况

图表 中国日化行业月度出口额及同比情况

图表 中国日化行业月度出口额对比情况

图表 2012年1-12月中国日化行业月度进口额及同比

图表 中国日化行业月度进口额对比

图表 2012年中国日化行业月度出口额及同比

图表 2010-2012年中国日化行业月度出口额对比

图表 2012年中国日化细分行业累计出口额及同比

图表 2012年中国日化行业月度进口额及同比

图表 2010-2012年中国日化行业月度进口额对比

图表 2012年中国日化细分行业累计进口额及同比

图表 2012年全国日化行业出口额区域占比情况

图表 2012年全国日化行业累计出口额区域同比情况

图表 2012年日化行业累计进口额区域分布#p#分页标题#e#

图表 2012年日化区域进口额同比增长情况

图表 "差异化"产品发展模式提升盈利能力

图表 差异化产品的开发周期

图表 中药日化产品价格定位策略

图表 跨国品牌与本土品牌的品牌管理差别

图表 农村与城市消费特点比较

图表 2010-2014年6月日用化学品制造业销售收入

图表 2010-2013年日用化学品制造业销售收入增长趋势图

图表 2012-2013年12月日用化学品制造业不同规模企业销售额

图表 2014年1-6月日用化学品制造业不同规模企业销售额

图表 2014年1-6月日用化学品制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2012-2013年12月日用化学品制造业不同所有制企业销售额

图表 2014年1-6月日用化学品制造业不同所有制企业销售额

图表 2014年1-6月日用化学品制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2010-2014年6月日用化学品制造业利润总额

图表 2010-2013年日用化学品制造业利润总额增长趋势图

图表 2012-2013年12月日用化学品制造业不同规模企业利润总额

图表 2014年1-6月日用化学品制造业不同规模企业利润总额

图表 2014年1-6月日用化学品制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2012-2013年12月日用化学品制造业不同所有制企业利润总额

图表 2014年1-6月日用化学品制造业不同所有制企业利润总额

图表 2014年1-6月日用化学品制造业不同所有制企业利润总额对比图

图表 2010-2014年6月日用化学品制造业资产总额

图表 2010-2013年日用化学品制造业总资产增长趋势图

图表 截至2014年6月底日用化学品制造业不同规模企业总资产

图表 截至2014年6月底日用化学品制造业不同规模企业总资产对比图

图表 截至2014年6月底日用化学品制造业不同所有制企业总资产

图表 截至2014年6月底日用化学品制造业不同所有制企业总资产对比图

图表 2010-2014年6月日用化学品制造业亏损面

图表 2010-2014年6月日用化学品制造业亏损企业亏损总额

图表 2010-2013年日用化学品制造业销售毛利率趋势图

图表 2010-2014年1-6月日用化学品制造业成本费用率

图表 2010-2013年日用化学品制造业成本费用利润率趋势图

图表 2010-2013年日用化学品制造业销售利润率趋势图

图表 2010-2013年日用化学品制造业应收账款周转率对比图

图表 2010-2013年日用化学品制造业流动资产周转率对比图

图表 2010-2013年日用化学品制造业总资产周转率对比图

图表 2010-2013年日用化学品制造业资产负债率对比图

图表 2010-2014年6月日用化学品制造业利息保障倍数对比图

图表 2012年1-12月全国香精产量数据

图表 2012年1-12月河南省香精产量数据

图表 2012年1-12月浙江省香精产量数据

图表 2012年1-12月江苏省香精产量数据

图表 2012年1-12月云南省香精产量数据

图表 2012年1-12月四川省香精产量数据

图表 2013年1-12月全国香精产量数据

图表 2013年1-12月天津市香精产量数据

图表 2013年1-12月广东省香精产量数据

图表 2013年1-12月河南省香精产量数据

图表 2013年1-12月上海市香精产量数据

图表 2013年1-12月浙江省香精产量数据

图表 2013年1-12月江苏省香精产量数据

图表 2013年1-12月四川省香精产量数据

图表 2014年1-6月全国香精产量数据

图表 2014年1-6月天津市香精产量数据

图表 2014年1-6月广东省香精产量数据

图表 2014年1-6月河南省香精产量数据

图表 2014年1-6月上海市香精产量数据

图表 2014年1-6月浙江省香精产量数据

图表 2014年1-6月江苏省香精产量数据

图表 2014年1-6月四川省香精产量数据

图表 2012年1-12月全国合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-12月广东省合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-12月安徽省合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-12月四川省合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-12月浙江省合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-12月河南省合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-12月山东省合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-12月湖南省合成洗涤剂产量数据

图表 2013年1-12月全国合成洗涤剂产量数据

图表 2013年1-12月广东省合成洗涤剂产量数据

图表 2013年1-12月四川省合成洗涤剂产量数据

图表 2013年1-12月安徽省合成洗涤剂产量数据

图表 2013年1-12月浙江省合成洗涤剂产量数据

图表 2013年1-12月河南省合成洗涤剂产量数据

图表 2013年1-12月山东省合成洗涤剂产量数据

图表 2013年1-12月湖南省合成洗涤剂产量数据

图表 2014年1-6月全国合成洗涤剂产量数据

图表 2014年1-6月广东省合成洗涤剂产量数据

图表 2014年1-6月安徽省合成洗涤剂产量数据

图表 2014年1-6月四川省合成洗涤剂产量数据

图表 2014年1-6月浙江省合成洗涤剂产量数据

图表 2014年1-6月河南省合成洗涤剂产量数据

图表 2014年1-6月湖南省合成洗涤剂产量数据

图表 2014年1-6月山东省合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-12月全国肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-12月浙江省肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-12月河北省肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-12月广东省肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-12月江苏省肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-12月安徽省肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-12月上海市肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-12月福建省肥(香)皂产量数据

图表 2013年1-12月全国肥(香)皂产量数据

图表 2013年1-12月浙江省肥(香)皂产量数据

图表 2013年1-12月河北省肥(香)皂产量数据

图表 2013年1-12月广东省肥(香)皂产量数据

图表 2013年1-12月江苏省肥(香)皂产量数据

图表 2013年1-12月福建省肥(香)皂产量数据

图表 2013年1-12月河南省肥(香)皂产量数据

图表 2013年1-12月安徽省肥(香)皂产量数据

图表 2014年1-6月全国肥(香)皂产量数据

图表 2014年1-6月浙江省肥(香)皂产量数据

图表 2014年1-6月河北省肥(香)皂产量数据

图表 2014年1-6月广东省肥(香)皂产量数据

图表 2014年1-6月江苏省肥(香)皂产量数据

图表 2014年1-6月福建省肥(香)皂产量数据

图表 2014年1-6月河南省肥(香)皂产量数据

图表 2014年1-6月安徽省肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-12月全国牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年1-12月广东省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年1-12月江苏省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年1-12月安徽省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年1-12月广西壮族自治区牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年1-12月重庆市牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年1-12月上海市牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年1-12月浙江省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2013年1-12月全国牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2013年1-12月广东省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2013年1-12月安徽省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2013年1-12月江苏省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2013年1-12月广西壮族自治区牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2013年1-12月上海市牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2013年1-12月重庆市牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2013年1-12月浙江省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2014年1-6月全国牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2014年1-6月广东省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2014年1-6月安徽省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2014年1-6月江苏省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2014年1-6月广西壮族自治区牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2014年1-6月上海市牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2014年1-6月重庆市牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2014年1-6月浙江省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年中国化妆品行业搜索指数

图表 2012年中国化妆品行业搜索词特征

图表 2012年活性化妆品搜索指数

图表 2012年活性化妆品与行业搜索词特征对比

图表 2012年化妆品品牌等级关注度

图表 2012年高档化妆品与行业搜索词特征对比

图表 2012年香水类化妆品搜索指数

图表 2012年香水类化妆品搜索词特征

图表 2012年彩妆类化妆品搜索指数

图表 2012年化妆品网民性别分布

图表 2012年化妆品网民年龄分布

图表 2012年化妆品网民地区分布

图表 2012年1-12月主要国家化妆品及护肤品进口量及进口额情况#p#分页标题#e#

图表 2013年1-12月主要国家化妆品及护肤品进口量及进口额情况

图表 2014年1-6月主要国家化妆品及护肤品进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要国家化妆品及护肤品出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要国家化妆品及护肤品出口量及出口额情况

图表 2014年1-6月主要国家化妆品及护肤品出口量及出口额情况

图表 2012年1-12月主要省份化妆品及护肤品进口量及进口额情况

图表 2013年1-12月主要省份化妆品及护肤品进口量及进口额情况

图表 2014年1-6月主要省份化妆品及护肤品进口量及进口额情况

图表 2012年1-12月主要省份化妆品及护肤品出口量及出口额情况

图表 2013年1-12月主要省份化妆品及护肤品出口量及出口额情况

图表 2014年1-6月主要省份化妆品及护肤品出口量及出口额情况

图表 四城市女性使用化妆护肤品的比例

图表 不同年龄段的女性使用化妆护肤品的比例

图表 不同收入女性使用化妆品的比例

图表 清洁护肤化妆品品牌知名度

图表 年龄与化妆品品牌选择关系

图表 收入与化妆品品牌选择关系

图表 不同地域的女性偏好

图表 对当前美容院开展的美容服务的总体评价

图表 对当前化妆品使用效果的总体评价

图表 对当前美容服务最不满意的方面

图表 当前化妆品市场存在的最主要问题

图表 如何看待名人代言的美容化妆品广告

图表 纹眉、纹唇等属于生活美容还是医疗美容

图表 不同文化程度认为纹眉等属于生活美容还是医疗美容

图表 选购化妆品时首先想要知道的信息

图表 整顿和规范美容化妆品市场的首要问题

图表 2012年男士化妆品搜索指数

图表 2012年男士化妆品品牌关注度排行

图表 2012年男士化妆品产品大类关注度

图表 2012年男士化妆品用途关注度排行

图表 2012年男士面部清洁产品口碑关注度排行

图表 2011年彩妆品牌关注度排行

图表 2012年彩妆化妆品搜索指数

图表 2012年彩妆类化妆品搜索词特征

图表 2012年彩妆类化妆品品牌关注度

图表 2011年护肤品牌搜索指数

图表 2011年护肤产品类别关注度

图表 2011年护肤产品品类关注度排行

图表 2012年护肤类化妆品搜索指数

图表 2012年护肤类化妆品搜索词特征

图表 2012年护肤类化妆品品牌关注度

图表 2012年护肤类用途关注度排行

图表 "十一五"期间我国洗涤用品规划产量指标执行情况

图表 2006年-2010年我国洗涤用品产品结构变化情况

图表 洗衣粉消费者购买普及率

图表 洗衣粉消费者购买考虑因素

图表 洗衣粉消费者购买频率

图表 洗衣粉消费者购买场所

图表 洗衣粉消费者购买价位#p#分页标题#e#

图表 洗衣粉消费者购买规格

图表 洗衣粉市场品牌知晓度

图表 品牌洗衣粉使用频率

图表 品牌洗衣粉购买频率

图表 品牌洗衣粉议价空间

图表 品牌洗衣粉推荐度

图表 洗衣粉品牌形象

图表 洗衣粉价值分析

图表 品牌洗衣粉广告到达率

图表 品牌洗衣粉广告到达途径

图表 品牌洗衣粉广告喜爱度

图表 品牌洗衣粉广告购买说服力

图表 品牌洗衣粉广告效果综合分析

图表 中国洗洁精市场份额

图表 中国洗洁精市场占有率前三品牌情况表

图表 洗洁精品牌主要产品系列

图表 常见的口腔问题

图表 消费者在意的牙膏功能

图表 消费者在乎的口腔护理产品功能

图表 消费者对牙膏功能的重视程度

图表 消费者对牙膏功能数量的重视程度

图表 消费者对牙本质敏感的认识

图表 消费者用完一支牙膏的时间

图表 消费者对购买时机的选择

图表 消费者对购买地点的选择

图表 消费者对产品包装的关注度

图表 消费者轮换品牌的情况

图表 消费者判断产品档次的依据

图表 消费者购买的口腔护理产品的价格分布

图表 消费者喜欢购买的口腔护理产品香型

图表 香精香料行业收入和净利润增长情况

图表 香精香料下游行业香精香料用量比例

图表 香精香料分产品毛利情况

图表 全球前十大香料香精企业市场集中度

图表 国内市场国内外知名企业市场占有率

图表 日化渠道分销示意图

图表 深度营销模式渠道操作示意图

图表 深度营销渠道价值链管控示意图

图表 一级市场终端门店的匹配要求

图表 二级市场终端门店的匹配要求

图表 三级市场终端门店的匹配要求

图表 重点终端资源的投入和控制

图表 导购终端资源的投入和控制

图表 普通终端资源的投入和控制

图表 2013-2014年6月末上海和黄白猫股份有限公司总资产和净资产

图表 2012-2013年上海和黄白猫股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014年1-6月上海和黄白猫股份有限公司营业收入和净利润

图表 2012-2013年上海和黄白猫股份有限公司现金流量

图表 2014年1-6月上海和黄白猫股份有限公司现金流量

图表 2013年上海和黄白猫股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2013年上海和黄白猫股份有限公司主营业务收入分产品

图表 2013年上海和黄白猫股份有限公司主营业务收入分区域

图表 2012-2013年上海和黄白猫股份有限公司成长能力#p#分页标题#e#

图表 2014年1-6月上海和黄白猫股份有限公司成长能力

图表 2012-2013年上海和黄白猫股份有限公司短期偿债能力

图表 2014年1-6月上海和黄白猫股份有限公司短期偿债能力

图表 2012-2013年上海和黄白猫股份有限公司长期偿债能力

图表 2014年1-6月上海和黄白猫股份有限公司长期偿债能力

图表 2012-2013年上海和黄白猫股份有限公司运营能力

图表 2014年1-6月上海和黄白猫股份有限公司运营能力

图表 2012-2013年上海和黄白猫股份有限公司盈利能力

图表 2014年1-6月上海和黄白猫股份有限公司盈利能力

图表 2013-2014年6月末上海家化联合股份有限公司总资产和净资产

图表 2012-2013年上海家化联合股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014年1-6月上海家化联合股份有限公司营业收入和净利润

图表 2012-2013年上海家化联合股份有限公司现金流量

图表 2014年1-6月上海家化联合股份有限公司现金流量

图表 2013年上海家化联合股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2013年上海家化联合股份有限公司主营业务收入分产品

图表 2013年上海家化联合股份有限公司主营业务收入分区域

图表 2012-2013年上海家化联合股份有限公司成长能力

图表 2014年1-6月上海家化联合股份有限公司成长能力

图表 2012-2013年上海家化联合股份有限公司短期偿债能力

图表 2014年1-6月上海家化联合股份有限公司短期偿债能力

图表 2012-2013年上海家化联合股份有限公司长期偿债能力

图表 2014年1-6月上海家化联合股份有限公司长期偿债能力

图表 2012-2013年上海家化联合股份有限公司运营能力

图表 2014年1-6月上海家化联合股份有限公司运营能力

图表 2012-2013年上海家化联合股份有限公司盈利能力

图表 2014年1-6月上海家化联合股份有限公司盈利能力

图表 2013-2014年6月末南风化工集团股份有限公司总资产和净资产

图表 2012-2013年南风化工集团股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014年1-6月南风化工集团股份有限公司营业收入和净利润

图表 2012-2013年南风化工集团股份有限公司现金流量

图表 2014年1-6月南风化工集团股份有限公司现金流量

图表 2013年南风化工集团股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2013年南风化工集团股份有限公司主营业务收入分产品

图表 2013年南风化工集团股份有限公司主营业务收入分区域

图表 2012-2013年南风化工集团股份有限公司成长能力

图表 2014年1-6月南风化工集团股份有限公司成长能力

图表 2012-2013年南风化工集团股份有限公司短期偿债能力

图表 2014年1-6月南风化工集团股份有限公司短期偿债能力

图表 2012-2013年南风化工集团股份有限公司长期偿债能力

图表 2014年1-6月南风化工集团股份有限公司长期偿债能力

图表 2012-2013年南风化工集团股份有限公司运营能力

图表 2014年1-6月南风化工集团股份有限公司运营能力

图表 2012-2013年南风化工集团股份有限公司盈利能力

图表 2014年1-6月南风化工集团股份有限公司盈利能力#p#分页标题#e#

图表 2013-2014年6月末广州市浪奇实业股份有限公司总资产和净资产

图表 2012-2013年广州市浪奇实业股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014年1-6月广州市浪奇实业股份有限公司营业收入和净利润

图表 2012-2013年广州市浪奇实业股份有限公司现金流量

图表 2014年1-6月广州市浪奇实业股份有限公司现金流量

图表 2013年广州市浪奇实业股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2013年广州市浪奇实业股份有限公司主营业务收入分产品

图表 2013年广州市浪奇实业股份有限公司主营业务收入分区域

图表 2012-2013年广州市浪奇实业股份有限公司成长能力

图表 2014年1-6月广州市浪奇实业股份有限公司成长能力

图表 2012-2013年广州市浪奇实业股份有限公司短期偿债能力

图表 2014年1-6月广州市浪奇实业股份有限公司短期偿债能力

图表 2012-2013年广州市浪奇实业股份有限公司长期偿债能力

图表 2014年1-6月广州市浪奇实业股份有限公司长期偿债能力

图表 2012-2013年广州市浪奇实业股份有限公司运营能力

图表 2014年1-6月广州市浪奇实业股份有限公司运营能力

图表 2012-2013年广州市浪奇实业股份有限公司盈利能力

图表 2014年1-6月广州市浪奇实业股份有限公司盈利能力

图表 2013-2014年6月末柳州两面针股份有限公司总资产和净资产

图表 2012-2013年柳州两面针股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014年1-6月柳州两面针股份有限公司营业收入和净利润

图表 2012-2013年柳州两面针股份有限公司现金流量

图表 2014年1-6月柳州两面针股份有限公司现金流量

图表 2013年柳州两面针股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2013年柳州两面针股份有限公司主营业务收入分产品

图表 2013年柳州两面针股份有限公司主营业务收入分区域

图表 2012-2013年柳州两面针股份有限公司成长能力

图表 2014年1-6月柳州两面针股份有限公司成长能力

图表 2012-2013年柳州两面针股份有限公司短期偿债能力

图表 2014年1-6月柳州两面针股份有限公司短期偿债能力

图表 2012-2013年柳州两面针股份有限公司长期偿债能力

图表 2014年1-6月柳州两面针股份有限公司长期偿债能力

图表 2012-2013年柳州两面针股份有限公司运营能力

图表 2014年1-6月柳州两面针股份有限公司运营能力

图表 2012-2013年柳州两面针股份有限公司盈利能力

图表 2014年1-6月柳州两面针股份有限公司盈利能力

图表 2013-2014年6月末索芙特股份有限公司总资产和净资产

图表 2012-2013年索芙特股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014年1-6月索芙特股份有限公司营业收入和净利润

图表 2012-2013年索芙特股份有限公司现金流量

图表 2014年1-6月索芙特股份有限公司现金流量

图表 2013年索芙特股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2013年索芙特股份有限公司主营业务收入分产品

图表 2013年索芙特股份有限公司主营业务收入分区域

图表 2012-2013年索芙特股份有限公司成长能力#p#分页标题#e#

图表 2014年1-6月索芙特股份有限公司成长能力

图表 2012-2013年索芙特股份有限公司短期偿债能力

图表 2014年1-6月索芙特股份有限公司短期偿债能力

图表 2012-2013年索芙特股份有限公司长期偿债能力

图表 2014年1-6月索芙特股份有限公司长期偿债能力

图表 2012-2013年索芙特股份有限公司运营能力

图表 2014年1-6月索芙特股份有限公司运营能力

图表 2012-2013年索芙特股份有限公司盈利能力

图表 2014年1-6月索芙特股份有限公司盈利能力

图表 2014年上半年日化行业上市公司盈利能力指标分析

图表 2013年日化行业上市公司盈利能力指标分析

图表 2012年日化行业上市公司盈利能力指标分析

图表 2014年上半年日化行业上市公司成长能力指标分析

图表 2013年日化行业上市公司成长能力指标分析

图表 2012年日化行业上市公司成长能力指标分析

图表 2014年上半年日化行业上市公司营运能力指标分析

图表 2013年日化行业上市公司营运能力指标分析

图表 2012年日化行业上市公司营运能力指标分析

图表 2014年上半年日化行业上市公司偿债能力指标分析

图表 2013年日化行业上市公司偿债能力指标分析

图表 2012年日化行业上市公司偿债能力指标分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/249617.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。