



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国精油皂市场发展现状及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国精油皂市场发展现状及投资前景分析报告》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/257628.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 精油皂行业发展概述 1

第一节 精油皂的概念 1

一、精油皂的定义及分类 1

二、精油皂的地位及特点 2

三、精油皂的应用 3

第二节 精油皂行业发展成熟度 3

一、行业发展周期分析 3

二、中外市场成熟度对比 4

三、行业及其主要子行业成熟度分析 5

第三节 精油皂市场特征分析 5

一、市场规模 5

二、影响需求的关键因素 6

三、国内和国际市场 6

四、主要竞争因素 6

五、生命周期 7

第四节 精油皂的产业链情况 8

一、产业链模型介绍 8

二、产业链分析 10

第五节 精油皂行业发展历史回顾 10

第二章 中国精油皂行业发展现状分析 12

第一节 中国宏观经济环境分析 12

一、GDP历史变动轨迹 12

二、固定资产投资历史变动轨迹 26

三、进出口贸易历史变动轨迹 29

第二节 国际发展环境分析 33

第三节 中国宏观经济及行业政策法规分析 34

一、宏观经济政策影响 34

二、政策法规及影响 34

三、行业相关标准 39

第四节 精油皂行业技术环境分析 46

第三章 2014年中国精油皂行业技术发展分析	49
第一节 中国精油皂行业技术发展现状	49
第二节 精油皂行业技术特点分析	51
第三节 精油皂行业技术发展趋势分析	54
第四章 精油皂行业供需分析	55
第一节 精油皂行业供给分析	55
一、2013-2014年供给总量及发展趋势	55
二、2013-2014年历史产能及发展趋势	55
三、2015-2020年供给总量及前景预测	56
第二节 精油皂行业需求分析	57
一、2013-2014年历史需求总量及趋势	57
二、2015-2020年需求总量及前景预测	57
第三节 影响精油皂供需状况的主要因素	58
一、精油皂行业供需现状	58
二、精油皂行业供需平衡趋势预测	59
第五章 2013-2014年我国精油皂产业进出口分析	60
第一节 我国精油皂进口分析	60
一、行业进口总量	60
二、行业进口金额	60
第二节 我国精油皂出口分析	61
一、行业出口总量	61
二、行业出口金额	61
第三节 我国精油皂行业进出口平均单价分析	62
第四节 我国精油皂行业进出口国家或地区分析	62
一、行业进口国家或地区分析	62
二、行业出口国家或地区分析	63
第六章 精油皂区域市场发展分析	64
第一节 华北地区精油皂市场分析	64
一、2013-2014年行业发展现状	64
二、2013-2014年市场需求分析	65
三、2013-2014年市场规模分析	66
四、2015-2020年行业发展形势	67

第二节 东北地区精肥皂市场分析	67
第三节 华东地区精肥皂市场分析	69
第四节 华南地区精肥皂市场分析	71
第五节 华中地区精肥皂市场分析	72
第六节 西南地区精肥皂市场分析	74
第七节 西北地区精肥皂市场分析	75
第七章 2013 - 2014年中国精肥皂所属行业数据监测分析	78
第一节 2013 - 2014年中国精肥皂所属行业总体数据分析	78
一、2014年所属行业全部企业数据分析	78
二、2014年所属行业全部企业数据分析	80
三、2014年所属行业全部企业数据分析	81
第二节 2013 - 2014年中国精肥皂行业不同规模企业数据分析	83
一、2014年所属行业不同规模企业数据分析	83
二、2014年所属行业不同规模企业数据分析	84
三、2014年所属行业不同规模企业数据分析	84
第三节 2013 - 2014年中国精肥皂所属行业不同所有制企业数据分析	84
一、2014年所属行业不同所有制企业数据分析	84
二、2014年所属行业不同所有制企业数据分析	85
三、2014年所属行业不同所有制企业数据分析	85
第八章 精肥皂行业典型企业分析	87
第一节 佛山市诗婷日用品有限公司	87
一、企业概况	87
二、企业主要经济指标分析	87
三、企业盈利能力分析	88
四、企业偿债能力分析	88
五、企业运营能力分析	89
六、企业成长能力分析	89
第二节 纳爱斯集团有限公司	89
一、企业概况	89
二、企业主要经济指标分析	90
三、企业盈利能力分析	91
四、企业偿债能力分析	91

五、企业运营能力分析	92
六、企业成长能力分析	92
第三节 汕头市松泰兴实业有限公司	92
一、企业概况	92
二、企业主要经济指标分析	93
三、企业盈利能力分析	94
四、企业偿债能力分析	94
五、企业运营能力分析	94
六、企业成长能力分析	95
第四节 苏州江南日用化工有限公司	95
一、企业概况	95
二、企业主要经济指标分析	96
三、企业盈利能力分析	96
四、企业偿债能力分析	97
五、企业运营能力分析	97
六、企业成长能力分析	97
第五节 南通市科迪日用化工厂	98
一、企业概况	98
二、企业主要经济指标分析	98
三、企业盈利能力分析	99
四、企业偿债能力分析	99
五、企业运营能力分析	99
六、企业成长能力分析	100
第六节 乐陵市跃龙日化有限公司	100
一、企业概况	100
二、企业主要经济指标分析	100
三、企业盈利能力分析	101
四、企业偿债能力分析	101
五、企业运营能力分析	102
六、企业成长能力分析	102
第七节 深圳市宁泰科技实业有限公司	102
一、企业概况	102

二、企业主要经济指标分析	103
三、企业盈利能力分析	104
四、企业偿债能力分析	104
五、企业运营能力分析	105
六、企业成长能力分析	105
第八节 广州美即化妆品有限公司	105
一、企业概况	105
二、企业主要经济指标分析	106
三、企业盈利能力分析	107
四、企业偿债能力分析	107
五、企业运营能力分析	107
六、企业成长能力分析	108
第九节 玫琳凯（中国）化妆品有限公司	108
一、企业概况	108
二、企业主要经济指标分析	109
三、企业盈利能力分析	110
四、企业偿债能力分析	110
五、企业运营能力分析	111
六、企业成长能力分析	111
第十节 义乌市美之源化妆品有限公司	112
一、企业概况	112
二、企业主要经济指标分析	112
三、企业盈利能力分析	113
四、企业偿债能力分析	113
五、企业运营能力分析	114
六、企业成长能力分析	114
第九章 精油皂细分市场分析	115
第一节 细分市场特色	115
第二节 细分市场规模及增速	116
第三节 2015-2020年细分市场规模及增速预测	116
第四节 重点细分市场前景预测	118
第十章 精油皂行业发展趋势分析	119

第一节 2015-2020年中国精油皂行业未来发展预测分析 119

一、行业发展方向及投资机会分析 119

二、2015-2020年行业发展规模分析 119

三、2015-2020年行业发展趋势分析 120

第二节 2015-2020年中国精油皂行业价格走势分析 121

第十一章 精油皂行业投资现状分析 122

第一节 2014年精油皂行业投资情况分析 122

一、2014年总体投资及结构 122

二、2014年投资规模情况 122

三、2014年投资增速情况 123

四、2014年分行业投资分析 123

五、2014年分地区投资分析 124

六、2014年外商投资情况 124

第十二章 精油皂行业投资机会与风险 125

第一节 精油皂行业投资机会分析 125

一、精油皂行业投资格局 125

二、精油皂行业进入壁垒 125

三、精油皂行业SWOT分析 125

四、精油皂行业波特五力模型分析 126

第二节 精油皂行业投资收益率比较及分析 127

一、2014年相关产业投资收益率比较 127

二、2013-2014年精油皂行业投资收益率分析 128

第三节 精油皂行业投资效益分析 128

一、2013-2014年精油皂行业投资状况分析 128

二、2015-2020年精油皂行业投资效益分析 129

三、2015-2020年精油皂行业投资趋势预测 129

四、2015-2020年精油皂行业的投资方向 129

五、2015-2020年精油皂行业投资的建议 130

六、新进入者应注意的障碍因素分析 131

第四节 影响精油皂行业发展的主要因素 131

一、2015-2020年影响精油皂行业运行的有利因素分析 131

- 二、2015-2020年影响精油皂行业运行的稳定因素分析 132
- 三、2015-2020年影响精油皂行业运行的不利因素分析 132
- 四、2015-2020年我国精油皂行业发展面临的挑战分析 132
- 五、2015-2020年我国精油皂行业发展面临的机遇分析 133

第五节 精油皂行业投资风险及控制策略分析 133

- 一、2015-2020年精油皂行业市场风险及控制策略 133
- 二、2015-2020年精油皂行业政策风险及控制策略 133
- 三、2015-2020年精油皂行业经营风险及控制策略 134
- 四、2015-2020年精油皂行业技术风险及控制策略 134
- 五、2015-2020年精油皂同业竞争风险及控制策略 134
- 六、2015-2020年精油皂行业其他风险及控制策略 135

第十三章 精油皂行业盈利模式与投资策略分析 136

第一节 国外精油皂行业投资现状及经营模式分析 136

- 一、境外精油皂行业成长情况调查 136
- 二、经营模式借鉴 137
- 三、在华投资新趋势动向 139

第二节 我国精油皂行业投资国际化发展战略分析 139

- 一、战略优势分析 139
- 二、战略机遇分析 140
- 三、战略规划目标 140
- 四、战略措施分析 141

第十四章 中国精油皂行业发展策略及投资建议 144

第一节 精油皂行业发展策略分析 144

- 一、坚持产品创新的领先战略 144
- 二、坚持品牌建设的引导战略 144
- 三、坚持工艺技术创新的支持战略 144
- 四、坚持市场营销创新的决胜战略 145
- 五、坚持企业管理创新的保证战略 145

第二节 精油皂行业市场的关键客户战略实施 145

- 一、实施关键客户战略的必要性 145

- 二、合理确立重点客户 146
 - 三、对重点客户的营销策略 147
 - 四、强化重点客户的管理 147
 - 五、实施重点客户战略要重点解决的问题 148
- 第三节 ZYWB投资建议 150
- 一、重点投资区域建议 150
 - 二、重点投资产品建议 150

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/257628.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。