



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国日化用品行业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国日化用品行业市场分析及发展趋势研究报告》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/44939.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

〔描述〕

2008年，中国日化行业将保持稳步增长态势。随着经济的增长、城镇化水平的提高、消费观念的转变、农村市场的开发，以及人口的增长，未来几年，中国日用化工品生产也将继续保持稳步增长，2008-2009年年均复合增长率将保持在13.4%左右，其中化妆品市场仍将以高于国民经济增长的速度快速发展，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。其中，2008年日化市场规模预测将达到1773.7亿元，增长率将高达13.7%；2009年市场规模将达到2000亿元左右，增长率为12.8%。

从洗涤市场情况来看，各大厂商将会进一步加大技术和宣传上的投资。从近年来我国洗涤剂行业的竞争来看，国产洗涤剂产品越来越具有竞争力，国内的洗涤剂企业越做越强。预计未来几年内我国合成洗涤行业供给规模将会稳定增长，预计2008年我国合成洗涤剂行业的产量将突破640万吨，到2010年将会超过700万吨。并且，在中国宏观经济快速发展的环境下，化妆品行业在中国得到迅速发展，近年来一直保持着快速增长，预计2008年中国化妆品市场规模将达到800亿元左右，并且同时会出现以下新格局：天然化妆品市场备受青睐，中老年化妆品市场需求巨大，专业化妆品市场一触即发，儿童化妆品市场方兴未艾，运动用化妆品市场前景广阔。

目前，中国日化行业竞争已经进入无序和白热化，产品模仿、恶意降价、渠道纷乱、成本上涨、费用升高是目前无序和白热化的关键。就市场来说产品成本上涨、运输费用提升、零售价格下降、营销费用升涨、大卖场并购等因素都大大提高企业门槛进而使整个行业进行洗牌。然而，近两年来，本土企业与跨国公司之间的差距一直在逐步拉大国际日化企业在垄断中国日化行业高端市场的基础上，开始蚕食具有巨大发展潜力的中、低端市场，在新产品以及投放广告的基础上，加大降低成本以及降低价格的力度，与本土企业展开激烈竞争。

本研究咨询在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、中华全国商业信息中心、中国轻工业协会、中国香料香精化妆品工业协会、中国洗涤用品工业协会、《化妆品报》《化妆品行业信息》、中国行业研究网等国内外相关报刊杂志的基础信息以及日化行业研究单位等公布和提供的大量资料和基础数据，重点分析了全

球日化市场发展现状、我国日化市场发展状况、日化细分市场发展情况、日化产品进出口市场状况、行业市场营销分析、行业市场发展策略、市场竞争格局、行业领先企业和竞争策略，以及中国日化行业的趋势分析及思考等。本报告是日化生产业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前日化行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

【 目 录 】

第一部分 国内外行业发展概况

第一章 国际日化用品行业发展概况 1

第一节 国际化妆品市场发展分析 1

一、国际日化香精市场发展分析 1

二、全球香水市场发展分析 4

三、全球护肤品市场的发展趋势 7

四、2008年国际香精香料产量预测 7

五、2010年全球化妆品消费新格局 8

六、2010年全球化妆品市场发展趋势 9

第二节 洗涤剂行业发展概况 14

一、全球沐浴露市场发展分析 14

二、俄罗斯粉状洗涤用品市场情况 18

三、2008年美国家庭洗护品牌攀柔莎试水中国 18

第二章 中国日化市场发展概况 21

第一节 日化市场发展现状分析 21

一、我国日化产业发展概况 21

二、日化产业发展潜力巨大 24

三、日化用品消费分析 27

四、日化市场需求强劲 29

第二节 2007-2008年日化市场经济运行分析 34

一、2007-2008年销售收入前十家企业排名 34

二、2008年主要经济指标分析 36

第三节 行业相关政策标准 76

- 一、2008年起实施《化妆品生产企业卫生规范》 76
- 二、2008年政策将主导的日化市场 77

第三章 日化用品进出口贸易分析 80

第一节 2007-2008年洗涤行业进出口分析 80

- 一、2007-2008年肥皂及洗涤剂用品进口统计 80
- 二、2007-2008年肥皂及洗涤剂用品出口统计 88

第二节 2007-2010年化妆品进出口分析 93

- 一、2007-2008年我国化妆品出口分析 93
- 二、2007-2008年化妆品进口分析 99
- 三、2009-2010年中国化妆品降税情况 104
- 四、2009-2010年东盟国家化妆品降税情况 105

第二部分 细分市场发展分析

第四章 洗涤用品行业发展分析 111

第一节 洗涤行业现状及发展趋势分析 111

- 一、2007-2008年日化洗涤市场分析 111
- 二、我国合成洗涤剂行业稳定发展 111
- 三、消费者更看重洗涤剂品牌 112
- 四、洗涤剂行业主要专利技术及其发展分析 113
- 五、洗涤用品行业发展趋势 119
- 六、洗涤行业向规模化方向发展 120

第二节 洗衣粉市场现状分析 121

- 一、2007年洗衣粉市场发展分析 121
- 二、洗衣粉产品品牌竞争特点 128
- 三、2008年洗衣液与洗衣粉对比分析 129

第三节 主要城市洗衣粉品牌分析 130

- 一、武汉洗衣粉市场分析 130
- 二、上海洗衣粉市场分析 131
- 三、济南洗衣粉市场分析 133
- 四、深圳洗衣粉市场分析 135
- 五、长春洗衣粉市场分析 136

六、大连洗衣粉市场分析	138
七、北京洗衣粉市场分析	140
八、哈尔滨洗衣粉市场分析	141
九、天津洗衣粉市场分析	143
十、南昌洗衣粉市场分析	145
第四节 洗发水市场现状分析	146
一、中国洗发水销售市场细分分析	146
二、洗发水市场细分与定位策略分析	150
第五节 主要城市洗发水品牌分析	158
一、深圳洗发水市场分析	158
二、武汉洗发水市场分析	160
三、南京洗发水市场分析	162
四、天津洗发水市场分析	164
五、广州洗发水市场分析	166
六、上海洗发水市场分析	168
七、北京洗发水市场分析	170
八、重庆洗发水市场分析	172
九、昆明洗发水市场分析	174
十、西安洗发水市场分析	176
第六节 沐浴露市场分析	178
一、沐浴露市场的发展情况	178
二、沐浴露市场格局酝酿规模化集约	180
第七节 主要城市沐浴露品牌分析	181
一、昆明沐浴露市场分析	181
二、西安沐浴露市场分析	183
三、武汉沐浴露市场分析	184
四、南京沐浴露市场分析	186
五、济南沐浴露市场分析	188
六、天津沐浴露市场分析	189
七、成都沐浴露市场分析	191
八、广州沐浴露市场分析	193
九、上海沐浴露市场分析	194

十、北京沐浴露市场分析	196
第八节 洗手液市场分析	198
一、洗手液行业发展的主导趋动因素	198

二、中国洗手液发展趋势	199
-------------	-----

第九节 主要城市洗手液品牌分析	201
-----------------	-----

一、天津洗手液市场分析	201
-------------	-----

二、南昌洗手液市场分析	203
-------------	-----

三、长春洗手液市场分析	204
-------------	-----

四、大连洗手液市场分析	206
-------------	-----

五、青岛洗手液市场分析	208
-------------	-----

六、郑州洗手液市场分析	209
-------------	-----

七、杭州洗手液市场分析	211
-------------	-----

八、深圳洗手液市场分析	213
-------------	-----

九、重庆洗手液市场分析	214
-------------	-----

十、武汉洗手液市场分析	216
-------------	-----

第五章 牙膏市场分析	218
------------	-----

第一节 牙膏市场发展现状分析	218
----------------	-----

一、中国牙膏市场状况分析	218
--------------	-----

二、牙膏将成为老年人日化市场的突破点	225
--------------------	-----

三、我国牙膏企业营销战略的选择	226
-----------------	-----

第二节 我国牙膏市场深度分析	228
----------------	-----

一、田七牙膏借外资切入高端市场抵抗外资品牌	228
-----------------------	-----

二、牙膏主要品牌竞争手段分析	230
----------------	-----

第三节 主要城市牙膏品牌分析	231
----------------	-----

一、大连牙膏市场分析	231
------------	-----

二、哈尔滨牙膏市场分析	233
-------------	-----

三、南昌牙膏市场分析	235
------------	-----

四、青岛牙膏市场分析	236
------------	-----

五、太原牙膏市场分析	238
------------	-----

六、长沙牙膏市场分析	240
------------	-----

七、南宁牙膏市场分析	241
------------	-----

八、海口牙膏市场分析	243
九、杭州牙膏市场分析	245
十、深圳牙膏市场分析	246
第四节 牙膏行业发展趋势分析	248
一、中国牙膏市场的发展趋势预测	248
二、牙膏市场未来发展走势	251
三、牙膏功能多样化趋势	252
第六章 化妆品市场分析	253
第一节 中国化妆品行业概况分析	253
一、最受关注的化妆品品牌分析	253
二、2007年化妆品行业排行榜	258
三、2007年中国化妆品制造企业十强	264
第二节 香精香水行业发展分析	266
一、国产香水市场潜力分析	266
二、2007-2008年精油市场发展分析	269
三、香水行业市场的发展趋势	271
第三节 2008年中国化妆品市场分析	272
一、2008年化妆品企业不再迷信电视广告	272
二、2008年美容化妆业的奥运市场分析	273
三、2008年化妆业的奥运市场分析	274
四、2008年新概念化妆品市场被看好	275
五、2008年本土化妆品品牌市场分析	276
六、未来化妆品的热点分析	282
第四节 中国化妆品行业发展趋势	283
一、“绿色”化妆品日渐成为关注焦点	283
二、2008年化妆品行业市场规模分析	285
三、2008年化妆品流行趋势预测	286
四、2010年我国美容业收入预测	288
五、未来几年中国美容消费热点流行趋势	288

第三部分 行业竞争格局分析

第七章 行业竞争格局分析	291
第一节 行业竞争现状分析	291
一、2007年日化行业十佳品牌	291
二、本土日化品牌竞争激烈	291
三、本土日化品牌时局分析	293
四、做精日化区域市场拓展国内市场	297
第二节 企业竞争格局	300
一、2008年白猫股份退出日化领域	300
二、欧莱雅与宝洁竞争分析	300
第三节 行业竞争形势与策略	306
一、中国日化企业竞争力分析	306
二、日化行业“五力模型”分析	308
三、日化市场竞争中的渠道拦截	310
第八章 国际重点企业分析	315
第一节 美国宝洁公司	315
一、公司概况	315
二、产品种类	317
三、企业品牌战略	317
第二节 英国联合利华集团	319
一、企业概况	319
二、发展状况	321
三、竞争优势	322
第三节 美国安利公司	324
一、安利在中国	324
二、主要产品	325
三、企业品牌的营销战略	329
第四节 法国欧莱雅集团有限公司	336
一、企业概况	336
二、企业发展策略	337
三、2008年企业业绩发展状况	338

第九章 国内重点企业分析 340

第一节 上海家化联合股份有限公司 340

一、公司概况 340

二、2007-2008年公司经营状况 342

三、公司动态 347

第二节 索芙特股份有限公司 349

一、公司概况 349

二、2007-2008年公司经营状况 351

第三节 柳州两面针股份有限公司 355

一、公司概况 355

二、2007-2008年公司经营状况 357

三、公司动态 362

第四节 广州市浪奇实业股份有限公司 364

一、公司概况 364

二、2007-2008年公司经营状况 365

三、公司动态 369

第五节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司 371

一、公司概况 371

二、公司模式分析 372

第六节 山西南风化工集团股份有限公司 377

一、公司概况 377

二、2007-2008年公司经营状况 378

三、公司动态 382

第四部分 行业发展策略与趋势分析

第十章 日化市场营销策略分析 385

第一节 日化市场渠道分析 385

一、渠道变革趋势与应对策略 385

二、日化企业分销渠道突围 390

三、日化专营店开发与营销策略 394

四、日化专营店与大型商超比较 396

五、省级代理渠道选择分析 399

第二节 日化市场营销模式分析 401

一、体验营销 401

二、差异化营销 402

三、整合营销 403

四、品牌营销 404

第三节 中小日化品牌实现品牌突围的策略 405

一、差异化的产品定位是终端突围的根本 406

二、精益化的营销手段是终端突围的法宝 406

三、大力拓展销售网点与全方位落实终端包装 407

四、产品组合及实施生动化陈列分析 407

五、重视促销活动的开展 408

六、开辟团购销售渠道 409

第四节 日化市场营销策略分析 410

一、日化业差异化战略定位 410

二、中小日化品牌大卖场发展策略 413

三、日化行业创新战略分析 419

四、日化产品的分星级包装战略 423

第五节 日化品牌快速增值策略分析 427

一、基于品牌优势基因提升品牌资产 427

二、营销模式创新驱动品牌增值 428

三、市场定位驱动品牌增值 429

四、产品创新驱动品牌增值 429

五、社会热点创造品牌增值机会 430

六、联合品牌激活品牌真空地带 431

第十一章 日化企业发展策略分析 433

第一节 中小日化企业的品牌战略分析 433

一、品牌管理当前所面临的主要问题 433

二、中小日化企业品牌战略思考 434

三、日化产品工业设计及品牌命名 437

第二节 日化企业战略市场分析 437

一、日化企业的奥运营销策略分析 437

二、本土日化企业新品上市策略分析	439
第三节 民族日化品牌自强出路分析	442
一、产品创新	444
二、品牌创新	445
三、销售渠道创新	447
第四节 日化企业发展战略分析	449
一、立白的奥运营销策略分析	449
二、拉芳营销策略分析	452
三、宝洁的广告宣传策略分析	455
第十二章 我国日化行业发展趋势	459
第一节 2008年日化行业的发展趋势分析	459
一、2008年国际化妆品零售商将瞄准中国市场	459
二、2008年国际化妆品市场发展趋势	460
三、2008年儿童化妆品风起云涌	461
四、2008年夏季防晒护肤品成为新热点	462
五、2008年男女化妆品通用成趋势	463
六、2008年日化专营店的发展	464
七、2008年国内外化妆品品牌的发展	464
八、2008年终端顾客争夺战将更加激烈	465
第二节 2008-2010年日化市场发展预测	466
一、2008-2009年中国日化市场规模预测	466
二、2008-2010年国内合成洗涤剂行业发展展望	467

图表目录

图表：2006-2010年全球化妆品市场所占比例	9
图表：2006-2010年全球各类产品零售额增长情况	11
图表：2006年十大公司占据全球市场50%以上的市场份额	12
图表：2002-2006年中国日化行业市场规模与增长	29
图表：2002-2006年中国日化行业市场规模走势	30
图表：2006年中国日化行业市场结构	30
图表：2007-2009年中国日化市场规模预测	33

图表：2007年2月日用化学产品制造销售收入前十家企业	34
图表：2007年5月日用化学产品制造销售收入前十家企业	34
图表：2007年8月日用化学产品制造销售收入前十家企业	35
图表：2007年11月日用化学产品制造销售收入前十家企业	35
图表：2008年2月日用化学产品制造销售收入前十家企业	35
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造全国合计	36
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造北京市合计	37
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造天津市合计	39
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造河北省合计	40
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造山西省合计	41
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造内蒙古合计	43
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造辽宁省合计	44
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造吉林省合计	46
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造黑龙江合计	47
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造上海市合计	48
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造江苏省合计	50
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造浙江省合计	51
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造安徽省合计	53
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造福建省合计	54
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造江西省合计	55
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造山东省合计	57
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造河南省合计	58
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造湖南省合计	60
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造广东省合计	61
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造广西区合计	62
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造海南省合计	64
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造重庆市合计	65
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造四川省合计	67
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造贵州省合计	68
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造云南省合计	69
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造陕西省合计	71
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造甘肃省合计	72

图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造宁夏区合计	74
图表：2008年1-2月主要经济指标日用化学产品制造新疆区合计	75
图表：2007年1月肥皂及洗涤剂用品进口数据	82
图表：2007年2月肥皂及洗涤剂用品进口数据	82
图表：2007年3月肥皂及洗涤剂用品进口数据	83
图表：2007年1季度肥皂及洗涤剂用品进口数据	83
图表：2007年4月肥皂及洗涤剂用品进口数据	83
图表：2007年5月肥皂及洗涤剂用品进口数据	83
图表：2007年6月肥皂及洗涤剂用品进口数据	84
图表：2007年2季度肥皂及洗涤剂用品进口数据	84
图表：2007年7月肥皂及洗涤剂用品进口数据	84
图表：2007年8月肥皂及洗涤剂用品进口数据	84
图表：2007年9月肥皂及洗涤剂用品进口数据	85
图表：2007年3季度肥皂及洗涤剂用品进口数据	85
图表：2007年10月肥皂及洗涤剂用品进口数据	85
图表：2007年11月肥皂及洗涤剂用品进口数据	85
图表：2007年12月肥皂及洗涤剂用品进口数据	86
图表：2007年4季度肥皂及洗涤剂用品进口数据	86
图表：2008年1月肥皂及洗涤剂用品进口数据	86
图表：2008年2月肥皂及洗涤剂用品进口数据	86
图表：2008年3月肥皂及洗涤剂用品进口数据	87
图表：2008年1季度肥皂及洗涤剂用品进口数据	87
图表：2008年4月肥皂及洗涤剂用品进口数据	87
图表：2007年1月肥皂及洗涤剂用品出口数据	88
图表：2007年2月肥皂及洗涤剂用品出口数据	88
图表：2007年3月肥皂及洗涤剂用品出口数据	88
图表：2007年1季度肥皂及洗涤剂用品出口数据	89
图表：2007年4月肥皂及洗涤剂用品出口数据	89
图表：2007年5月肥皂及洗涤剂用品出口数据	89
图表：2007年6月肥皂及洗涤剂用品出口数据	89
图表：2007年2季度肥皂及洗涤剂用品出口数据	90
图表：2007年7月肥皂及洗涤剂用品出口数据	90

图表：2007年8月肥皂及洗涤剂用品出口数据	90
图表：2007年9月肥皂及洗涤剂用品出口数据	90
图表：2007年3季度肥皂及洗涤剂用品出口数据	91
图表：2007年10月肥皂及洗涤剂用品出口数据	91
图表：2007年11月肥皂及洗涤剂用品出口数据	91
图表：2007年12月肥皂及洗涤剂用品出口数据	91
图表：2007年4季度肥皂及洗涤剂用品出口数据	92
图表：2008年1月肥皂及洗涤剂用品出口数据	92
图表：2008年2月肥皂及洗涤剂用品出口数据	92
图表：2008年3月肥皂及洗涤剂用品出口数据	92
图表：2008年1季度肥皂及洗涤剂用品出口数据	93
图表：2008年4月肥皂及洗涤剂用品出口数据	93
图表：2007年1月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品	95
出口数据	95
图表：2007年2月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	95
图表：2007年3月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	95
图表：2007年一季度精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	96
图表：2007年4月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	96
图表：2007年5月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	96
图表：2007年6月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	96
图表：2007年二季度精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	96
图表：2007年7月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	97
图表：2007年8月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	97
图表：2007年9月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	97
图表：2007年三季度精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	97
图表：2007年10月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	97
图表：2007年11月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	98
图表：2007年12月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	98
图表：2007年四季度精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	98
图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	98
图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	98
图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	99

图表：2008年一季度精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	99
图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品出口数据	99
图表：2007年1月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	99
图表：2007年2月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	100
图表：2007年3月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	100
图表：2007年一季度精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	100
图表：2007年4月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	100
图表：2007年5月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	100
图表：2007年6月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	101
图表：2007年二季度精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	101
图表：2007年7月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	101
图表：2007年8月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	101
图表：2007年9月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	101
图表：2007年三季度精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	102
图表：2007年10月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	102
图表：2007年11月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	102
图表：2007年12月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	102
图表：2007年四季度精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	102
图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	103
图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	103
图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	103
图表：2008年一季度精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	103
图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品和化妆盥洗品进口数据	103
图表：2000-2007年11月我国氧化铝生产规模变动轨迹	112
图表：2006年洗衣粉武汉市场品牌绝对渗透率	130
图表：2006年洗衣粉武汉市场品牌相对渗透率	130
图表：2006年洗衣粉武汉市场品牌市场份额	130
图表：2006年洗衣粉武汉市场品牌忠诚度	131
图表：2006年洗衣粉武汉各品牌群体人口分析	131
图表：2006年洗衣粉上海市场品牌绝对渗透率	131
图表：2006年洗衣粉上海市场品牌相对渗透率	132
图表：2006年洗衣粉上海市场品牌市场份额	132

图表：2006年洗衣粉上海市场品牌忠诚度	132
图表：2006年洗衣粉上海各品牌群体人口分析	133
图表：2006年洗衣粉济南市场品牌绝对渗透率	133
图表：2006年洗衣粉济南市场品牌相对渗透率	133
图表：2006年洗衣粉济南市场品牌市场份额	134
图表：2006年洗衣粉济南市场品牌忠诚度	134
图表：2006年洗衣粉济南各品牌群体人口分析	134
图表：2006年洗衣粉深圳市场品牌绝对渗透率	135
图表：2006年洗衣粉深圳市场品牌相对渗透率	135
图表：2006年洗衣粉深圳市场品牌市场份额	135
图表：2006年洗衣粉深圳市场品牌忠诚度	136
图表：2006年洗衣粉深圳各品牌群体人口分析	136
图表：2006年洗衣粉长春市场品牌绝对渗透率	136
图表：2006年洗衣粉长春市场品牌相对渗透率	137
图表：2006年洗衣粉长春市场品牌市场份额	137
图表：2006年洗衣粉长春市场品牌忠诚度	137
图表：2006年洗衣粉长春各品牌群体人口分析	138
图表：2006年洗衣粉大连市场品牌绝对渗透率	138
图表：2006年洗衣粉大连市场品牌相对渗透率	138
图表：2006年洗衣粉大连市场品牌市场份额	139
图表：2006年洗衣粉大连市场品牌忠诚度	139
图表：2006年洗衣粉大连各品牌群体人口分析	139
图表：2006年洗衣粉北京市场品牌绝对渗透率	140
图表：2006年洗衣粉北京市场品牌相对渗透率	140
图表：2006年洗衣粉北京市场品牌市场份额	140
图表：2006年洗衣粉北京市场品牌忠诚度	141
图表：2006年洗衣粉北京各品牌群体人口分析	141
图表：2006年洗衣粉哈尔滨市场品牌绝对渗透率	141
图表：2006年洗衣粉哈尔滨市场品牌相对渗透率	142
图表：2006年洗衣粉哈尔滨市场品牌市场份额	142
图表：2006年洗衣粉哈尔滨市场品牌忠诚度	142
图表：2006年洗衣粉哈尔滨各品牌群体人口分析	143

图表：2006年洗衣粉天津市场品牌绝对渗透率	143
图表：2006年洗衣粉天津市场品牌相对渗透率	143
图表：2006年洗衣粉天津市场品牌市场份额	144
图表：2006年洗衣粉天津市场品牌忠诚度	144
图表：2006年洗衣粉天津各品牌群体人口分析	144
图表：2006年洗衣粉南昌市场品牌绝对渗透率	145
图表：2006年洗衣粉南昌市场品牌忠诚度	145
图表：2006年洗衣粉南昌各品牌群体人口分析	145
图表：2006年洗衣粉南昌市场品牌市场份额	146
图表：2006年洗衣粉南昌市场品牌相对渗透率	146
图表：2006年洗发水深圳市场品牌绝对渗透率	158
图表：2006年洗发水深圳市场品牌相对渗透率	158
图表：2006年洗发水深圳市场品牌市场份额	159
图表：2006年洗发水深圳市场品牌忠诚度	159
图表：2006年洗发水深圳各品牌群体人口分析	159
图表：2006年洗发水武汉市场品牌绝对渗透率	160
图表：2006年洗发水武汉市场品牌相对渗透率	160
图表：2006年洗发水武汉市场品牌市场份额	161
图表：2006年洗发水武汉市场品牌忠诚度	161
图表：2006年洗发水武汉各品牌群体人口分析	161
图表：2006年洗发水南京市场品牌绝对渗透率	162
图表：2006年洗发水南京市场品牌相对渗透率	162
图表：2006年洗发水南京市场品牌市场份额	163
图表：2006年洗发水南京市场品牌忠诚度	163
图表：2006年洗发水南京各品牌群体人口分析	163
图表：2006年洗发水天津市场品牌绝对渗透率	164
图表：2006年洗发水天津市场品牌相对渗透率	164
图表：2006年洗发水天津市场品牌市场份额	165
图表：2006年洗发水天津市场品牌忠诚度	165
图表：2006年洗发水天津各品牌群体人口分析	165
图表：2006年洗发水广州市场品牌绝对渗透率	166
图表：2006年洗发水广州市场品牌相对渗透率	166

图表：2006年洗发水广州市场品牌市场份额	167
图表：2006年洗发水广州市场品牌忠诚度	167
图表：2006年洗发水广州各品牌群体人口分析	167
图表：2006年洗发水上海市场品牌绝对渗透率	168
图表：2006年洗发水上海市场品牌相对渗透率	168
图表：2006年洗发水上海市场品牌市场份额	169
图表：2006年洗发水上海市场品牌忠诚度	169
图表：2006年洗发水上海各品牌群体人口分析	169
图表：2006年洗发水北京市场品牌绝对渗透率	170
图表：2006年洗发水北京市场品牌相对渗透率	170
图表：2006年洗发水北京市场品牌市场份额	171
图表：2006年洗发水北京市场品牌忠诚度	171
图表：2006年洗发水北京各品牌群体人口分析	171
图表：2006年洗发水重庆市场品牌绝对渗透率	172
图表：2006年洗发水重庆市场品牌相对渗透率	172
图表：2006年洗发水重庆市场品牌市场份额	173
图表：2006年洗发水重庆市场品牌忠诚度	173
图表：2006年洗发水重庆各品牌群体人口分析	173
图表：2006年洗发水昆明市场品牌绝对渗透率	174
图表：2006年洗发水昆明市场品牌相对渗透率	174
图表：2006年洗发水昆明市场品牌市场份额	175
图表：2006年洗发水昆明市场品牌忠诚度	175
图表：2006年洗发水昆明各品牌群体人口分析	175
图表：2006年洗发水西安市场品牌绝对渗透率	176
图表：2006年洗发水西安市场品牌相对渗透率	176
图表：2006年洗发水西安市场品牌市场份额	177
图表：2006年洗发水西安市场品牌忠诚度	177
图表：2006年洗发水西安各品牌群体人口分析	177
图表：2006年沐浴露昆明市场品牌绝对渗透率	181
图表：2006年沐浴露昆明市场品牌相对渗透率	181
图表：2006年沐浴露昆明市场品牌市场份额	182
图表：2006年沐浴露昆明市场品牌忠诚度	182

图表：2006年沐浴露昆明各品牌群体人口分析	182
图表：2006年沐浴露西安市场品牌绝对渗透率	183
图表：2006年沐浴露西安市场品牌相对渗透率	183
图表：2006年沐浴露西安市场品牌市场份额	183
图表：2006年沐浴露西安市场品牌忠诚度	184
图表：2006年沐浴露西安各品牌群体人口分析	184
图表：2006年沐浴露武汉市场品牌绝对渗透率	184
图表：2006年沐浴露武汉市场品牌相对渗透率	185
图表：2006年沐浴露武汉市场品牌市场份额	185
图表：2006年沐浴露武汉市场品牌忠诚度	185
图表：2006年沐浴露武汉各品牌群体人口分析	186
图表：2006年沐浴露南京市场品牌绝对渗透率	186
图表：2006年沐浴露南京市场品牌相对渗透率	186
图表：2006年沐浴露南京市场品牌市场份额	187
图表：2006年沐浴露南京市场品牌忠诚度	187
图表：2006年沐浴露南京各品牌群体人口分析	187
图表：2006年沐浴露济南市场品牌绝对渗透率	188
图表：2006年沐浴露济南市场品牌相对渗透率	188
图表：2006年沐浴露济南市场品牌市场份额	188
图表：2006年沐浴露济南市场品牌忠诚度	189
图表：2006年沐浴露济南各品牌群体人口分析	189
图表：2006年沐浴露天津市场品牌绝对渗透率	189
图表：2006年沐浴露天津市场品牌相对渗透率	190
图表：2006年沐浴露天津市场品牌市场份额	190
图表：2006年沐浴露天津市场品牌忠诚度	190
图表：2006年沐浴露天津各品牌群体人口分析	191
图表：2006年沐浴露成都市场品牌绝对渗透率	191
图表：2006年沐浴露成都市场品牌相对渗透率	191
图表：2006年沐浴露成都市场品牌市场份额	192
图表：2006年沐浴露成都市场品牌忠诚度	192
图表：2006年沐浴露成都各品牌群体人口分析	192
图表：2006年沐浴露广州市场品牌绝对渗透率	193

图表：2006年沐浴露广州市场品牌相对渗透率	193
图表：2006年沐浴露广州市场品牌市场份额	193
图表：2006年沐浴露广州市场品牌忠诚度	194
图表：2006年沐浴露广州各品牌群体人口分析	194
图表：2006年沐浴露上海市场品牌绝对渗透率	194
图表：2006年沐浴露上海市场品牌相对渗透率	195
图表：2006年沐浴露上海市场品牌市场份额	195
图表：2006年沐浴露上海市场品牌忠诚度	195
图表：2006年沐浴露上海各品牌群体人口分析	196
图表：2006年沐浴露北京市场品牌绝对渗透率	196
图表：2006年沐浴露北京市场品牌相对渗透率	196
图表：2006年沐浴露北京市场品牌市场份额	197
图表：2006年沐浴露北京市场品牌忠诚度	197
图表：2006年沐浴露北京各品牌群体人口分析	197
图表：2006年洗手液天津市场品牌绝对渗透率	201
图表：2006年洗手液天津市场品牌相对渗透率	201
图表：2006年洗手液天津市场品牌市场份额	202
图表：2006年洗手液天津市场品牌忠诚度	202
图表：2006年洗手液天津各品牌群体人口分析	202
图表：2006年洗手液南昌市场品牌绝对渗透率	203
图表：2006年洗手液南昌市场品牌相对渗透率	203
图表：2006年洗手液南昌市场品牌市场份额	203
图表：2006年洗手液南昌市场品牌忠诚度	204
图表：2006年洗手液南昌各品牌群体人口分析	204
图表：2006年洗手液长春市场品牌绝对渗透率	204
图表：2006年洗手液长春市场品牌相对渗透率	205
图表：2006年洗手液长春市场品牌市场份额	205
图表：2006年洗手液长春市场品牌忠诚度	205
图表：2006年洗手液长春各品牌群体人口分析	206
图表：2006年洗手液大连市场品牌绝对渗透率	206
图表：2006年洗手液大连市场品牌相对渗透率	206
图表：2006年洗手液大连市场品牌市场份额	207

图表：2006年洗手液大连市场品牌忠诚度	207
图表：2006年洗手液大连各品牌群体人口分析	207
图表：2006年洗手液青岛市场品牌绝对渗透率	208
图表：2006年洗手液青岛市场品牌相对渗透率	208
图表：2006年洗手液青岛市场品牌市场份额	208
图表：2006年洗手液青岛市场品牌忠诚度	209
图表：2006年洗手液青岛各品牌群体人口分析	209
图表：2006年洗手液郑州市场品牌绝对渗透率	209
图表：2006年洗手液郑州市场品牌相对渗透率	210
图表：2006年洗手液郑州市场品牌市场份额	210
图表：2006年洗手液郑州市场品牌忠诚度	210
图表：2006年洗手液郑州各品牌群体人口分析	211
图表：2006年洗手液杭州市场品牌绝对渗透率	211
图表：2006年洗手液杭州市场品牌相对渗透率	211
图表：2006年洗手液杭州市场品牌市场份额	212
图表：2006年洗手液杭州市场品牌忠诚度	212
图表：2006年洗手液杭州各品牌群体人口分析	212
图表：2006年洗手液深圳市场品牌绝对渗透率	213
图表：2006年洗手液深圳市场品牌相对渗透率	213
图表：2006年洗手液深圳市场品牌市场份额	213
图表：2006年洗手液深圳市场品牌忠诚度	214
图表：2006年洗手液深圳各品牌群体人口分析	214
图表：2006年洗手液重庆市场品牌绝对渗透率	214
图表：2006年洗手液重庆市场品牌相对渗透率	215
图表：2006年洗手液重庆市场品牌市场份额	215
图表：2006年洗手液重庆市场品牌忠诚度	215
图表：2006年洗手液重庆各品牌群体人口分析	216
图表：2006年洗手液武汉市场品牌绝对渗透率	216
图表：2006年洗手液武汉市场品牌相对渗透率	216
图表：2006年洗手液武汉市场品牌市场份额	217
图表：2006年洗手液武汉市场品牌忠诚度	217
图表：2006年洗手液武汉各品牌群体人口分析	217

图表：2006年牙膏大连市场品牌绝对渗透率	231
图表：2006年牙膏大连市场品牌相对渗透率	232
图表：2006年牙膏大连市场品牌市场份额	232
图表：2006年牙膏大连市场品牌忠诚度	232
图表：2006年牙膏大连各品牌群体人口分析	233
图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌绝对渗透率	233
图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌相对渗透率	233
图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌市场份额	234
图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌忠诚度	234
图表：2006年牙膏哈尔滨各品牌群体人口分析	234
图表：2006年牙膏南昌市场品牌绝对渗透率	235
图表：2006年牙膏南昌市场品牌相对渗透率	235
图表：2006年牙膏南昌市场品牌市场份额	235
图表：2006年牙膏南昌市场品牌忠诚度	236
图表：2006年牙膏南昌各品牌群体人口分析	236
图表：2006年牙膏青岛市场品牌绝对渗透率	236
图表：2006年牙膏青岛市场品牌相对渗透率	237
图表：2006年牙膏青岛市场品牌市场份额	237
图表：2006年牙膏青岛市场品牌忠诚度	237
图表：2006年牙膏青岛各品牌群体人口分析	238
图表：2006年牙膏太原市场品牌绝对渗透率	238
图表：2006年牙膏太原市场品牌相对渗透率	238
图表：2006年牙膏太原市场品牌市场份额	239
图表：2006年牙膏太原市场品牌忠诚度	239
图表：2006年牙膏太原各品牌群体人口分析	239
图表：2006年牙膏长沙市场品牌绝对渗透率	240
图表：2006年牙膏长沙市场品牌相对渗透率	240
图表：2006年牙膏长沙市场品牌市场份额	240
图表：2006年牙膏长沙市场品牌忠诚度	241
图表：2006年牙膏长沙各品牌群体人口分析	241
图表：2006年牙膏南宁市场品牌绝对渗透率	241
图表：2006年牙膏南宁市场品牌相对渗透率	242

图表：2006年牙膏南宁市场品牌市场份额	242
图表：2006年牙膏南宁市场品牌忠诚度	242
图表：2006年牙膏南宁各品牌群体人口分析	243
图表：2006年牙膏海口市场品牌绝对渗透率	243
图表：2006年牙膏海口市场品牌相对渗透率	243
图表：2006年牙膏海口市场品牌市场份额	244
图表：2006年牙膏海口市场品牌忠诚度	244
图表：2006年牙膏海口各品牌群体人口分析	244
图表：2006年牙膏杭州市场品牌绝对渗透率	245
图表：2006年牙膏杭州市场品牌相对渗透率	245
图表：2006年牙膏杭州市场品牌市场份额	245
图表：2006年牙膏杭州市场品牌忠诚度	246
图表：2006年牙膏杭州各品牌群体人口分析	246
图表：2006年牙膏深圳市场品牌绝对渗透率	246
图表：2006年牙膏深圳市场品牌相对渗透率	247
图表：2006年牙膏深圳市场品牌市场份额	247
图表：2006年牙膏深圳市场品牌忠诚度	247
图表：2006年牙膏深圳各品牌群体人口分析	248
图表：2006年度最受网民关注中高端化妆品品牌榜	253
图表：2006年度最受网民关注大众化妆品品牌榜	254
图表：2006年度最受关注四大直销化妆品品牌	254
图表：2006年度最受关注五大本土化妆品品牌	254
图表：2006年度最受关注彩妆品牌	254
图表：2006年度最受关注洁面产品	255
图表：2006年度最受关注彩妆用品	255
图表：2006年度最受关注眼霜品牌	256
图表：2006年度最受关注粉底品牌	256
图表：2006年度最受关注睫毛膏品牌	256
图表：2006年度最受关注洗发水品牌	257
图表：2006年度最受关注男士护肤品牌	257
图表：2006年度最受关注化妆品牌国家	257
图表：2006年度最受关注肌肤问题	257

图表：2007年最受网民关注中高端化妆品品牌榜	258
图表：2007年最受网民关注大众化妆品品牌榜	258
图表：2007年最受关注四大直销化妆品品牌	259
图表：2007年最受关注五大本土化妆品品牌	259
图表：2007年最受关注彩妆品牌	259
图表：2007年最受关注洁面产品	260
图表：2007年最受关注彩妆用品	260
图表：2007年最受关注的眼霜品牌	261
图表：2007年最受关注粉底品牌	261
图表：2007年最受关注睫毛膏品牌	262
图表：2007年最受关注洗发水品牌	262
图表：2007年最受关注男士护肤品牌	262
图表：2007年最受关注化妆品牌国家	263
图表：2007年最受关注肌肤问题	263
图表：2007中国化妆品制造企业十强	264
图表：2007年中国化妆品制造企业五十强	264
图表：2005-2009年中国化妆品市场规模走势图	274
图表：2007年中国日化行业年度十佳品牌	291
图表：2007年2、4季度上海家化联合股份有限公司主营构成表	342
图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海家化联合股份有限公司每股指标	343
图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海家化联合股份有限公司获利能力表	343
图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海家化联合股份有限公司经营能力表	344
图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海家化联合股份有限公司偿债能力表	344
图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海家化联合股份有限公司资本结构表	344
图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海家化联合股份有限公司发展能力表	344
图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海家化联合股份有限公司现金流量分析表	345
图表：2007年3、4季度-2008年1季度上海家化联合股份有限公司利润分配表	345
图表：2007-2009年上海家化联合股份有限公司财务数据	346
图表：2007-2009年上海家化联合股份有限公司盈利预测	347
图表：2006-2009年上海家化联合股份有限公司预测与比率	347
图表：2007年2、4季度索芙特股份有限公司主营构成表	351
图表：2007年3、4季度-2008年1季度索芙特股份有限公司每股指标	352

图表：2007年3、4季度-2008年1季度索芙特股份有限公司获利能力表	352
图表：2007年3、4季度-2008年1季度索芙特股份有限公司经营能力表	352
图表：2007年3、4季度-2008年1季度索芙特股份有限公司偿债能力表	353
图表：2007年3、4季度-2008年1季度索芙特股份有限公司资本结构表	353
图表：2007年3、4季度-2008年1季度索芙特股份有限公司发展能力表	353
图表：2007年3、4季度-2008年1季度索芙特股份有限公司现金流量分析表	354
图表：2007年4季度-2008年1季度索芙特股份有限公司利润分配表	354
图表：2007年2、4季度柳州两面针股份有限公司主营构成表	357
图表：2007年3、4季度-2008年1季度柳州两面针股份有限公司每股指标	358
图表：2007年3、4季度-2008年1季度柳州两面针股份有限公司获利能力表	359
图表：2007年3、4季度-2008年1季度柳州两面针股份有限公司经营能力表	359
图表：2007年3、4季度-2008年1季度柳州两面针股份有限公司偿债能力表	359
图表：2007年3、4季度-2008年1季度柳州两面针股份有限公司资本结构表	359
图表：2007年3、4季度-2008年1季度柳州两面针股份有限公司发展能力表	360
图表：2007年3、4季度-2008年1季度柳州两面针股份有限公司现金流量分析表	360
图表：2007年3、4季度-2008年1季度柳州两面针股份有限公司利润分配表	360
图表：2007年2、4季度广州市浪奇实业股份有限公司主营构成表	365
图表：2007年3、4季度-2008年1季度广州市浪奇实业股份有限公司每股指标	366
图表：2007年3、4季度-2008年1季度广州市浪奇实业股份有限公司获利能力表	366
图表：2007年3、4季度-2008年1季度广州市浪奇实业股份有限公司经营能力表	366
图表：2007年3、4季度-2008年1季度广州市浪奇实业股份有限公司偿债能力表	367
图表：2007年3、4季度-2008年1季度广州市浪奇实业股份有限公司资本结构表	367
图表：2007年3、4季度-2008年1季度广州市浪奇实业股份有限公司发展能力表	367
图表：2007年3、4季度-2008年1季度广州市浪奇实业股份有限公司现金流量分析表	367
图表：2007年3、4季度-2008年1季度广州市浪奇实业股份有限公司利润分配表	368
图表：江苏隆力奇生物科技股份有限公司治理机构	375
图表：2007年2、4季度南风化工集团股份有限公司主营构成表	378
图表：2007年3、4季度-2008年1季度南风化工集团股份有限公司每股指标	378
图表：2007年3、4季度-2008年1季度南风化工集团股份有限公司获利能力表	379
图表：2007年3、4季度-2008年1季度南风化工集团股份有限公司经营能力表	379
图表：2007年3、4季度-2008年1季度南风化工集团股份有限公司偿债能力表	379
图表：2007年3、4季度-2008年1季度南风化工集团股份有限公司资本结构表	379

图表：2007年3、4季度-2008年1季度南风化工集团股份有限公司发展能力表	380
图表：2007年3、4季度-2008年1季度南风化工集团股份有限公司现金流量分析表	380
图表：2007年3、4季度-2008年1季度南风化工集团股份有限公司利润分配表	380
图表：1991-2015年日化市场增长率分析及预测	467

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44939.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。