

# 2016-2022年中国日化市场运行态势及十三五前景 预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国日化市场运行态势及十三五前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/243547243547.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

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，我国日用化学品制造业销售收入达到3866.543亿元，同比增长9.36%；利润总额达到379.004亿元，同比增长10.09%。2014年我国日化产品制造行业主营业务收入4221.97亿元，同比增长9.2%。2015年以来，日化企业积极开拓电商和微商渠道，使得线上渠道的日化产品销售额快速增长。

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。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。

《2016-2022年中国日化市场运行态势及十三五前景预测报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

### 【报告大纲】

#### 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 2013-2015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 经济总体状况

#### 2.2.2 工业经济运行

#### 2.2.3 固定资产投资

#### 2.2.4 社会消费规模

#### 2.2.5 产业结构优化

### 2.3 社会环境分析

#### 2.3.1 人口规模及结构

#### 2.3.2 居民价格水平

#### 2.3.3 网络购物兴起

#### 2.3.4 城镇化影响分析

### 2.4 技术环境分析

#### 2.4.1 技术发展现状

#### 2.4.2 表面活性剂新技术

#### 2.4.3 技术发展趋势

## 第三章 2013-2015年中国日化行业总体发展分析

### 3.1 2013-2015年中国日化行业运行状况

#### 3.1.1 2013年日化行业发展特征

#### 3.1.2 2014年日化行业景气状况

#### 3.1.3 2015年日化行业利润分析

#### 3.1.4 2015年日化行业发展态势

### 3.2 2013-2015年本土日化品牌市场发展分析

#### 3.2.1 本土日化品牌崛起

#### 3.2.2 本土日化企业两极分化

#### 3.2.3 本土日化企业推广渠道

#### 3.2.4 市场消费者购买渠道

### 3.3 2013-2015年中药日化市场分析

#### 3.3.1 中药日化产品日渐充盈

#### 3.3.2 中国中药日化市场发展现状

#### 3.3.3 中药日化新时代正在崛起

### 3.3.4 中药企业进入日化行业的战略

## 3.4 2013-2015年农村日化市场分析

### 3.4.1 中国农村日化市场消费特点

### 3.4.2 中国农村特色中的劣势现象

### 3.4.3 中国农村市场营销策略

## 3.5 2013-2015年日化OEM市场分析

### 3.5.1 日化OEM迎来全球化发展机遇

### 3.5.2 韩国五大化妆品OEM工厂透析

### 3.5.3 化妆品需求增大成就OEM品牌

### 3.5.4 化妆品OEM行业不能说的秘密

### 3.5.5 日化OEM企业面临的难题及策略

## 第四章 2011-2015年中国日化行业财务状况分析

### 4.1 中国日用化学产品制造行业经济规模分析

#### 4.1.1 2011-2015年日用化学产品制造业销售规模

#### 4.1.2 2011-2015年日用化学产品制造业利润规模

#### 4.1.3 2011-2015年日用化学产品制造业资产规模

### 4.2 中国日用化学产品制造行业盈利能力指标分析

#### 4.2.1 2011-2015年日用化学产品制造业亏损面

#### 4.2.2 2011-2015年日用化学产品制造业销售毛利率

#### 4.2.3 2011-2015年日用化学产品制造业成本费用利润率

#### 4.2.4 2011-2015年日用化学产品制造业销售利润率

### 4.3 中国日用化学产品制造行业营运能力指标分析

#### 4.3.1 2011-2015年日用化学产品制造业应收账款周转率

#### 4.3.2 2011-2015年日用化学产品制造业流动资产周转率

#### 4.3.3 2011-2015年日用化学产品制造业总资产周转率

### 4.4 中国日用化学产品制造行业偿债能力指标分析

#### 4.4.1 2011-2015年日用化学产品制造业资产负债率

#### 4.4.2 2011-2015年日用化学产品制造业利息保障倍数

### 4.5 中国日用化学产品制造行业财务状况综合评价

#### 4.5.1 日用化学产品制造业财务状况综合评价

#### 4.5.2 影响日用化学产品制造业财务状况的经济因素分析

## 第五章 2013-2015年中国日化产品进出口数据分析

### 5.1 2013-2015年中国精油进出口数据分析

#### 5.1.1 2013-2015年进出口总体状况分析

#### 5.1.2 2013-2015年主要贸易国进出口分析

5.1.3 2013-2015年主要省市进出口分析

5.2 2013-2015年中国香料进出口数据分析

5.2.1 2013-2015年进出口总体状况分析

5.2.2 2013-2015年主要贸易国进出口分析

5.2.3 2013-2015年主要省市进出口分析

5.3 2013-2015年中国香水及花露水进出口数据分析

5.3.1 2013-2015年进出口总体状况分析

5.3.2 2013-2015年主要贸易国进出口分析

5.3.3 2013-2015年主要省市进出口分析

5.4 2013-2015年中国化妆品及护肤品进出口数据分析

5.4.1 2013-2015年进出口总体状况分析

5.4.2 2013-2015年主要贸易国进出口分析

5.4.3 2013-2015年主要省市进出口分析

5.5 2013-2015年中国护发品进出口数据分析

5.5.1 2013-2015年进出口总体状况分析

5.5.2 2013-2015年主要贸易国进出口分析

5.5.3 2013-2015年主要省市进出口分析

5.6 2013-2015年中国口腔及牙齿清洁剂进出口数据分析

5.6.1 2013-2015年进出口总体状况分析

5.6.2 2013-2015年主要贸易国进出口分析

5.6.3 2013-2015年主要省市进出口分析

5.7 2013-2015年中国肥皂进出口数据分析

5.7.1 2013-2015年进出口总体状况分析

5.7.2 2013-2015年主要贸易国进出口分析

5.7.3 2013-2015年主要省市进出口分析

第六章 2013-2015年化妆品行业发展分析

6.1 2013-2015年中国化妆品行业发展现状

6.1.1 行业发展规模

6.1.2 本土品牌现状

6.1.3 行业热点分析

6.1.4 市场发展态势

6.1.5 行业资本整合

6.2 2013-2015年中国化妆品消费市场分析

6.2.1 产品消费结构

6.2.2 消费者的构成

### 6.2.3 市场消费特征

### 6.2.4 市场需求特点

### 6.2.5 女性消费心理

## 6.3 2013-2015年化妆品行业竞争格局变动因素分析

### 6.3.1 渠道因素

### 6.3.2 消费者因素

### 6.3.3 消费结构因素

### 6.3.4 国内企业竞争力因素

## 6.4 中国化妆品行业发展难题

### 6.4.1 与发达国家的差距

### 6.4.2 发展面临的问题

### 6.4.3 行业发展的瓶颈

## 6.5 中国化妆品行业发展战略

### 6.5.1 行业发展建议

### 6.5.2 市场监管建议

### 6.5.3 行业发展策略

## 6.6 中国化妆品行业发展前景展望

### 6.6.1 市场规模预测

### 6.6.2 品牌营销方向

### 6.6.3 绿色环保趋势

### 6.6.4 婴幼儿护肤品市场

## 第七章 2013-2015年化妆品细分市场发展分析

### 7.1 2013-2015年男士化妆品市场发展分析

#### 7.1.1 市场需求分析

#### 7.1.2 产品开发分析

#### 7.1.3 市场营销分析

#### 7.1.4 面临问题分析

#### 7.1.5 市场发展策略

#### 7.1.6 发展趋势分析

### 7.2 2013-2015年彩妆市场发展分析

#### 7.2.1 市场需求分析

#### 7.2.2 消费行为偏好

#### 7.2.3 市场竞争分析

#### 7.2.4 市场营销分析

#### 7.2.5 网络市场SWOT分析

#### 7.2.6 彩妆发展趋势

#### 7.2.7 发展前景分析

### 7.3 2013-2015年药妆市场发展分析

#### 7.3.1 药妆发展历程

#### 7.3.2 药妆品牌分析

#### 7.3.3 市场竞争分析

#### 7.3.4 药妆护肤品市场

#### 7.3.5 市场发展策略

#### 7.3.6 市场发展趋势

#### 7.3.7 发展前景分析

### 7.4 2013-2015年护肤品市场发展分析

#### 7.4.1 市场规模现状

#### 7.4.2 消费差异分析

#### 7.4.3 市场竞争分析

#### 7.4.4 市场营销分析

#### 7.4.5 市场发展趋势

### 7.5 2013-2015年香水市场发展分析

#### 7.5.1 市场需求分析

#### 7.5.2 市场品牌格局

#### 7.5.3 市场竞争分析

#### 7.5.4 网购市场分析

#### 7.5.5 市场发展特点

#### 7.5.6 消费群体分析

#### 7.5.7 发展对策建议

#### 7.5.8 市场发展前景

### 7.6 2013-2015年洗发水市场发展分析

#### 7.6.1 品牌阵营分析

#### 7.6.2 二线品牌市场

#### 7.6.3 本土品牌发展

#### 7.6.4 市场销售结构

#### 7.6.5 品牌营销分析

#### 7.6.6 市场发展趋势

### 7.7 2013-2015年沐浴露市场发展分析

#### 7.7.1 总体发展状况

#### 7.7.2 市场需求分析



### 7.7.3 品牌竞争分析

### 7.7.4 市场营销分析

### 7.7.5 市场发展前景

## 第八章 2013-2015年洗涤用品行业发展分析

### 8.1 洗涤用品行业发展概述

#### 8.1.1 市场比较分析

#### 8.1.2 生产技术分析

#### 8.1.3 化学品安全性

### 8.2 2013-2015年洗涤用品市场分析

#### 8.2.1 行业发展现状

#### 8.2.2 产品市场特点

#### 8.2.3 创新品牌培育

#### 8.2.4 面临问题分析

#### 8.2.5 发展策略建议

### 8.3 2013-2015年全国及主要省份合成洗涤剂产量分析

#### 8.3.1 2013年全国及主要省份合成洗涤剂产量分析

#### 8.3.2 2014年全国及主要省份合成洗涤剂产量分析

#### 8.3.3 2015年全国及主要省份合成洗涤剂产量分析

### 8.4 洗涤用品行业发展前景及趋势分析

#### 8.4.1 产品设计趋势

#### 8.4.2 行业发展方向

#### 8.4.3 全球发展趋势

#### 8.4.4 国内发展趋势

## 第九章 2013-2015年洗涤用品细分市场发展分析

### 9.1 2013-2015年洗衣粉市场发展分析

#### 9.1.1 市场发展阶段

#### 9.1.2 行业产量规模

#### 9.1.3 市场需求分析

#### 9.1.4 消费者行为分析

#### 9.1.5 品牌突破战略

### 9.2 2013-2015年洗衣液市场发展分析

#### 9.2.1 市场竞争分析

#### 9.2.2 市场品牌格局

#### 9.2.3 市场发展趋势

### 9.3 2013-2015年洗洁精市场发展分析

### 9.3.1 市场结构分析

### 9.3.2 品牌企业排名

### 9.3.3 经销渠道分析

### 9.3.4 产品生产标准

### 9.3.5 产品竞争战略

### 9.3.6 产品消费趋势

## 9.4 2013-2015年香皂市场发展分析

### 9.4.1 香皂市场特点

### 9.4.2 消费者购买习惯

### 9.4.3 市场营销建议

### 9.4.4 市场发展趋势

## 9.5 2013-2015年洗手液市场发展分析

### 9.5.1 洗手液特点分析

### 9.5.2 网络市场排名

### 9.5.3 市场价格分析

### 9.5.4 包装容量设计

### 9.5.5 发展前景分析

## 9.6 2013-2015年果蔬清洗剂市场发展分析

### 9.6.1 产品功效分析

### 9.6.2 市场发展瓶颈

### 9.6.3 市场发展趋势

## 第十章 2013-2015年口腔清洁用品行业发展分析

### 10.1 2013-2015年中国口腔清洁用品行业的发展

#### 10.1.1 行业发展概况

#### 10.1.2 经济效益分析

#### 10.1.3 行业产销规模

#### 10.1.4 行业运行特点

#### 10.1.5 行业集中度状况

### 10.2 中国口腔清洁用品市场消费分析

#### 10.2.1 消费者口腔保健需求介绍

#### 10.2.2 消费者购买行为考虑因素

#### 10.2.3 消费者口腔护理产品购买习惯

#### 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 牙膏纳入化妆品范畴

10.3.2 口腔清洁用品产品质量状况

10.3.3 儿童口腔护理用品市场

10.3.4 本土品牌突围办法

10.4 中国口腔清洁用品行业发展趋势及前景

10.4.1 市场发展趋势

10.4.2 未来发展目标

10.4.3 未来发展任务

10.4.4 行业技术趋势

第十一章 2013-2015年口腔清洁用品细分市场发展分析

11.1 2013-2015年中国牙膏市场概况

11.1.1 市场发展阶段

11.1.2 经济效益分析

11.1.3 行业运行特点

11.1.4 市场消费特征

11.1.5 产品销售结构

11.1.6 竞争格局分析

11.2 2013-2015年中国牙膏细分市场分析

11.2.1 儿童牙膏市场发展潜力大

11.2.2 中草药牙膏受市场青睐

11.2.3 中草药牙膏市场竞争状况

11.2.4 中草药牙膏市场规模预测

11.2.5 中药牙膏面临的机遇与挑战

11.3 2013-2015年高端牙膏市场发展分析

11.3.1 市场竞争格局

11.3.2 终端渠道竞争

11.3.3 市场面临的问题

11.4 2013-2015年中国牙膏市场竞争分析

11.4.1 品牌竞争环境

11.4.2 外资品牌竞争策略

11.4.3 新兴品牌差异化发展

11.5 2013-2015年中国牙膏行业的问题及应对

11.5.1 存在的问题

11.5.2 多品类战略

11.5.3 市场营销策略

11.5.4 渠道开发策略

#### 11.5.5 品牌重塑战略

### 11.6 中国牙膏行业标准及市场监管

#### 11.6.1 牙膏列入化妆品监管范畴

#### 11.6.2 药物牙膏存在监管漏洞

#### 11.6.3 功效牙膏监管标准

#### 11.6.4 牙膏新国标解读

### 11.7 漱口水

#### 11.7.1 市场消费者特征

#### 11.7.2 中医应用于口腔护理

#### 11.7.3 中草药漱口水市场待挖掘

#### 11.7.4 市场营销中面临的问题

#### 11.7.5 企业发展对策建议

## 第十二章 2013-2015年香精香料行业发展分析

### 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

### 12.2 全球香精香料市场发展分析

#### 12.2.1 全球市场格局

#### 12.2.2 全球市场规模

#### 12.2.3 全球市场特点

#### 12.2.4 国际市场趋势

### 12.3 中国香精香料行业发展分析

#### 12.3.1 行业发展规模

#### 12.3.2 市场发展空间

#### 12.3.3 行业技术环境

#### 12.3.4 行业产业链分析

#### 12.3.5 行业竞争格局

#### 12.3.6 行业发展趋势

### 12.4 食用香精香料行业发展分析

#### 12.4.1 行业发展概况

#### 12.4.2 市场格局分析

#### 12.4.3 行业相关政策

#### 12.4.4 行业发展方向

### 12.5 中国香精香料行业存在的问题与相应对策

#### 12.5.1 香精香料产业发展障碍

#### 12.5.2 香精香料行业亟待强化

#### 12.5.3 本土企业发展战略

### 12.6 中国香精香料行业发展趋势与前景

#### 12.6.1 行业发展路径

#### 12.6.2 技术研究方向

#### 12.6.3 产业发展趋势

#### 12.6.4 转型升级方向

## 第十三章 2013-2015年中国日化行业区域发展状况

### 13.1 广东

#### 13.1.1 行业发展状况

#### 13.1.2 生存态势分析

#### 13.1.3 市场洗牌剖析

#### 13.1.4 立法管治状况

#### 13.1.5 行业存在的问题

#### 13.1.6 企业发展的策略

### 13.2 浙江

#### 13.2.1 行业发展特点

#### 13.2.2 产品进口趋向

#### 13.2.3 企业转型升级

#### 13.2.4 政策法规动态

### 13.3 上海

#### 13.3.1 行业发展概况

#### 13.3.2 行业监管状况

#### 13.3.3 市场发展趋势

### 13.4 河南

#### 13.4.1 市场基本情况

#### 13.4.2 市场发展现状

#### 13.4.3 行业发展趋势

### 13.5 山东

#### 13.5.1 行业运行概况

#### 13.5.2 市场形势分析

#### 13.5.3 企业竞争状况

#### 13.5.4 电商平台建设

#### 13.5.5 行业规划情况

### 13.6 其他地区

13.6.1 重庆市

13.6.2 山西省

13.6.3 四川省

13.6.4 贵州省

#### 第十四章 2013-2015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 2013-2015年中国日化行业竞争格局分析

14.2.1 退出及进入市场的品牌

14.2.2 外资品牌全方位布局

14.2.3 本土品牌小品类突围

14.3 2013-2015年中国日化市场竞争动态

14.3.1 本土日化企业发展趋好

14.3.2 本土企业竞争仍面临挑战

14.3.3 外资日化品牌增长乏力

14.3.4 韩日日化品牌布局中国

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 2013-2015年中国日化行业营销分析

15.1 2013-2015年日化行业营销现状概述

15.1.1 日化行业转向深度营销

15.1.2 本土品牌营销战愈演愈烈

15.1.3 跨国企业布局数字化营销

15.1.4 日化行业娱乐营销白热化

15.2 日化营销渠道分析

15.2.1 日化行业渠道发展态势

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 2013-2015年中国日化行业重点企业发展分析
  - 16.1 上海家化联合股份有限公司
    - 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 南风化工集团股份有限公司

### 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 广州市浪奇实业股份有限公司

### 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 柳州两面针股份有限公司

### 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 索芙特股份有限公司

### 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 浙江赞宇科技股份有限公司

### 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 中国日化行业投资潜力分析

### 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 日化行业进入资本运营时代

#### 17.1.3 日化行业资本运作的重要性

#### 17.1.4 日化企业资本运营的机遇与风险

### 17.2 中国日用化学品产业投资现状

#### 17.2.1 中国日化产业投资动向回顾

#### 17.2.2 本土日化企业更受资本热捧

#### 17.2.3 联想资本数亿投向日化行业

#### 17.2.4 香精香料巨头投资中国市场

### 17.3 中国日化行业投资风险

#### 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 中国日化行业投资建议

#### 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 观研网对2016-2022年中国日化行业前景预测

### 18.1 中国日化产业发展趋势分析

#### 18.1.1 未来行业发展趋势

#### 18.1.2 行业发展方向分析

#### 18.1.3 行业转型趋势分析

### 18.2 中国日化行业前景展望

#### 18.2.1 产业发展前景分析

#### 18.2.2 市场规模增长展望

#### 18.2.3 细分市场发展潜力

#### 18.2.4 未来零售市场格局

### 18.3 观研网对2016-2022年中国日化行业发展规模预测

#### 18.3.1 观研网对2016-2022年日化行业影响因素分析

#### 18.3.2 观研网对2016-2022年中国日用化学产品制造行业收入预测

#### 18.3.3 观研网对2016-2022年中国日用化学产品制造行业利润预测

## 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1 2013年欧盟化妆品新法规的条款及相关内容

图表2 2010-2014年国内生产总值及其增长速度

图表3 2010-2014年国家全员劳动生产率

图表4 2010-2014年全国一般公共财政收入

图表5 2010-2014年全国粮食产量增长情况

图表6 2010-2014年全部工业增加值及其增长情况

图表7 2010-2014年全社会建筑业增加值及其增长速度

图表8 2010-2014年全社会固定资产投资规模

图表9 2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增速

图表10 2014年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表11 2010-2014年社会消费品零售总额

图表12 2010-2014年我国货物进出口总额

图表13 2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表14 2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表15 2010-2014年固定互联网宽带及移动宽带用户规模

图表16 2014年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表17 2014年全国居民人均可支配收入来源结构

图表18 2014-2015年规模以上工业增加值月度增长情况

图表19 2015年规模以上工业企业主要财务指标情况

图表20 2014-2015年固定资产投资（不含农户）增长情况

图表21 2014-2015年社会消费品零售总额增速情况

图表22 2014年年末全国人口数及其构成

图表23 2010-2014年城镇新增就业人数

图表24 2014年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表25 2014-2015年居民消费价格同比增长情况

图表26 2014年中国B2C购物网站交易规模市场份额

图表27 2011-2013年中轻日化景气指数月度走势

图表28 2013年12月中轻日化分项指数

图表29 2012-2013年日化行业完成利润总额及增速对比

图表30 2012-2013年日化子行业完成利润总额情况对比

图表31 2011-2013年三资企业完成利润总额占比变化情况

图表32 2013年全国日化行业累计利润总额地区占比情况

图表33 2013年全国日化行业累计利润总额地区同比增长情况

图表34 2011-2014年日化利润景气指数月度走势

图表35 2013-2014年日化行业完成利润总额及增速对比

图表36 2014年日化子行业完成利润总额情况对比

图表37 “差异化”产品发展模式提升盈利能力

图表38 差异化产品的开发周期

图表39 中药日化产品价格定位策略

图表40 跨国品牌与本土品牌的品牌管理差别

图表41 农村与城市消费特点比较

图表42 2011-2015年日用化学产品制造业销售收入

图表43 2011-2014年日用化学产品制造业销售收入增长趋势图

图表44 2013-2014年日用化学产品制造业不同所有制企业销售额

图表45 2014年日用化学产品制造业不同所有制企业销售额对比图

图表46 2015年日用化学产品制造业不同所有制企业销售额

图表47 2015年日用化学产品制造业不同所有制企业销售额对比图

图表48 2011-2015年日用化学产品制造业利润总额

图表49 2011-2014年日用化学产品制造业利润总额增长趋势图

图表50 2013-2014年日用化学产品制造业不同所有制企业利润总额

图表51 2015年日用化学产品制造业不同所有制企业利润总额

图表52 2015年日用化学产品制造业不同所有制企业利润总额对比图

图表53 2011-2015年日用化学产品制造业资产总额

图表54 2011-2014年日用化学产品制造业总资产增长趋势图

图表55 截至2015年日用化学产品制造业不同所有制企业总资产

图表56 截至2015年日用化学产品制造业不同所有制企业总资产对比图

图表57 2011-2015年日用化学产品制造业亏损面

图表58 2011-2015年日用化学产品制造业亏损企业亏损总额

图表59 2011-2014年日用化学产品制造业销售毛利率趋势图

图表60 2011-2015年日用化学产品制造业成本费用率

图表61 2011-2014年日用化学产品制造业成本费用利润率趋势图

图表62 2011-2014年日用化学产品制造业销售利润率趋势图

图表63 2011-2014年日用化学产品制造业应收账款周转率对比图

图表64 2011-2014年日用化学产品制造业流动资产周转率对比图

图表65 2011-2014年日用化学产品制造业总资产周转率对比图

图表66 2011-2014年日用化学产品制造业资产负债率对比图

图表67 2011-2015年日用化学产品制造业利息保障倍数对比图

图表68 2013-2015年中国精油进口分析

图表69 2013-2015年中国精油出口分析

图表70 2013-2015年中国精油贸易现状分析

图表71 2013-2015年中国精油贸易顺逆差分析

图表72 2013年主要贸易国精油进口量及进口额情况

图表73 2014年主要贸易国精油进口量及进口额情况

图表74 2015年主要贸易国精油进口量及进口额情况

图表75 2013年主要贸易国精油出口量及出口额情况

图表76 2014年主要贸易国精油出口量及出口额情况

图表77 2015年主要贸易国精油出口量及出口额情况

图表78 2013年主要省市精油进口量及进口额情况

图表79 2014年主要省市精油进口量及进口额情况

图表80 2015年主要省市精油进口量及进口额情况

图表81 2013年主要省市精油出口量及出口额情况

图表82 2014年主要省市精油出口量及出口额情况

图表83 2015年主要省市精油出口量及出口额情况

图表84 2013-2015年中国香料进口分析

图表85 2013-2015年中国香料出口分析

图表86 2013-2015年中国香料贸易现状分析

图表87 2013-2015年中国香料贸易顺逆差分析

图表88 2013年主要贸易国香料进口量及进口额情况

图表89 2014年主要贸易国香料进口量及进口额情况

图表90 2015年主要贸易国香料进口量及进口额情况

图表91 2013年主要贸易国香料出口量及出口额情况

图表92 2014年主要贸易国香料出口量及出口额情况

图表93 2015年主要贸易国香料出口量及出口额情况

图表94 2013年主要省市香料进口量及进口额情况

图表95 2014年主要省市香料进口量及进口额情况

图表96 2015年主要省市香料进口量及进口额情况

图表97 2013年主要省市香料出口量及出口额情况

图表98 2014年主要省市香料出口量及出口额情况

图表99 2015年主要省市香料出口量及出口额情况

图表100 2013-2015年中国香水及花露水进口分析

图表101 2013-2015年中国香水及花露水出口分析

图表102 2013-2015年中国香水及花露水贸易现状分析

图表103 2013-2015年中国香水及花露水贸易顺逆差分析

图表104 2013年主要贸易国香水及花露水进口量及进口额情况

图表105 2014年主要贸易国香水及花露水进口量及进口额情况

图表106 2015年主要贸易国香水及花露水进口量及进口额情况

图表107 2013年主要贸易国香水及花露水出口量及出口额情况

图表108 2014年主要贸易国香水及花露水出口量及出口额情况

图表109 2015年主要贸易国香水及花露水出口量及出口额情况

图表110 2013年主要省市香水及花露水进口量及进口额情况

图表111 2014年主要省市香水及花露水进口量及进口额情况

图表112 2015年主要省市香水及花露水进口量及进口额情况

图表113 2013年主要省市香水及花露水出口量及出口额情况

图表114 2014年主要省市香水及花露水出口量及出口额情况

图表115 2015年主要省市香水及花露水出口量及出口额情况

图表116 2013-2015年中国美容品或化妆品及护肤品进口分析

图表117 2013-2015年中国美容品或化妆品及护肤品出口分析

图表118 2013-2015年中国美容品或化妆品及护肤品贸易现状分析

图表119 2013-2015年中国美容品或化妆品及护肤品贸易顺逆差分析

图表120 2013年主要贸易国美容品或化妆品及护肤品进口量及进口额情况

图表121 2014年主要贸易国美容品或化妆品及护肤品进口量及进口额情况

图表122 2015年主要贸易国美容品或化妆品及护肤品进口量及进口额情况

图表123 2013年主要贸易国美容品或化妆品及护肤品出口量及出口额情况

图表124 2014年主要贸易国美容品或化妆品及护肤品出口量及出口额情况

图表125 2015年主要贸易国美容品或化妆品及护肤品出口量及出口额情况

图表126 2013年主要省市美容品或化妆品及护肤品进口量及进口额情况

图表127 2014年主要省市美容品或化妆品及护肤品进口量及进口额情况

图表128 2015年主要省市美容品或化妆品及护肤品进口量及进口额情况

图表129 2013年主要省市美容品或化妆品及护肤品出口量及出口额情况

图表130 2014年主要省市美容品或化妆品及护肤品出口量及出口额情况

图表131 2015年主要省市美容品或化妆品及护肤品出口量及出口额情况

图表132 2013-2015年中国护发品进口分析

图表133 2013-2015年中国护发品出口分析

图表134 2013-2015年中国护发品贸易现状分析

图表135 2013-2015年中国护发品贸易顺逆差分析

图表136 2013年主要贸易国护发品进口量及进口额情况

- 图表137 2014年主要贸易国护发品进口量及进口额情况
- 图表138 2015年主要贸易国护发品进口量及进口额情况
- 图表139 2013年主要贸易国护发品出口量及出口额情况
- 图表140 2014年主要贸易国护发品出口量及出口额情况
- 图表141 2015年主要贸易国护发品出口量及出口额情况
- 图表142 2013年主要省市护发品进口量及进口额情况
- 图表143 2014年主要省市护发品进口量及进口额情况
- 图表144 2015年主要省市护发品进口量及进口额情况
- 图表145 2013年主要省市护发品出口量及出口额情况
- 图表146 2014年主要省市护发品出口量及出口额情况
- 图表147 2015年主要省市护发品出口量及出口额情况
- 图表148 2013-2015年中国口腔及牙齿清洁剂进口分析
- 图表149 2013-2015年中国口腔及牙齿清洁剂出口分析
- 图表150 2013-2015年中国口腔及牙齿清洁剂贸易现状分析
- 图表151 2013-2015年中国口腔及牙齿清洁剂贸易顺逆差分析
- 图表152 2013年主要贸易国口腔及牙齿清洁剂进口量及进口额情况
- 图表153 2014年主要贸易国口腔及牙齿清洁剂进口量及进口额情况
- 图表154 2015年主要贸易国口腔及牙齿清洁剂进口量及进口额情况
- 图表155 2013年主要贸易国口腔及牙齿清洁剂出口量及出口额情况
- 图表156 2014年主要贸易国口腔及牙齿清洁剂出口量及出口额情况
- 图表157 2015年主要贸易国口腔及牙齿清洁剂出口量及出口额情况
- 图表158 2013年主要省市口腔及牙齿清洁剂进口量及进口额情况
- 图表159 2014年主要省市口腔及牙齿清洁剂进口量及进口额情况
- 图表160 2015年主要省市口腔及牙齿清洁剂进口量及进口额情况
- 图表161 2013年主要省市口腔及牙齿清洁剂出口量及出口额情况
- 图表162 2014年主要省市口腔及牙齿清洁剂出口量及出口额情况
- 图表163 2015年主要省市口腔及牙齿清洁剂出口量及出口额情况
- 图表164 2013-2015年中国肥皂进口分析
- 图表165 2013-2015年中国肥皂出口分析
- 图表166 2013-2015年中国肥皂贸易现状分析
- 图表167 2013-2015年中国肥皂贸易顺逆差分析
- 图表168 2013年主要贸易国肥皂进口量及进口额情况
- 图表169 2014年主要贸易国肥皂进口量及进口额情况
- 图表170 2015年主要贸易国肥皂进口量及进口额情况
- 图表171 2013年主要贸易国肥皂出口量及出口额情况

- 图表172 2014年主要贸易国肥皂出口量及出口额情况
- 图表173 2015年主要贸易国肥皂出口量及出口额情况
- 图表174 2013年主要省市肥皂进口量及进口额情况
- 图表175 2014年主要省市肥皂进口量及进口额情况
- 图表176 2015年主要省市肥皂进口量及进口额情况
- 图表177 2013年主要省市肥皂出口量及出口额情况
- 图表178 2014年主要省市肥皂出口量及出口额情况
- 图表179 2015年主要省市肥皂出口量及出口额情况
- 图表180 中国化妆品市场规模
- 图表181 全球主要化妆品消费国年均消费复合增长率
- 图表182 百货渠道化妆品市场规模变化
- 图表183 各档次品牌销售额份额变化趋势
- 图表184 本土美容和个人护理品牌的市场份额
- 图表185 十大本土化妆品公司的总体市场份额
- 图表186 十大国际化妆品公司在华市场总份额
- 图表187 各细分市场前十大本土化妆品公司的市场总份额
- 图表188 各细分市场前十大外资化妆品公司的在华市场总份额
- 图表189 四城市女性使用化妆护肤品的比例
- 图表190 不同年龄段的女性使用化妆护肤品的比例
- 图表191 不同收入女性使用化妆品的比例
- 图表192 清洁护肤化妆品品牌知名度
- 图表193 年龄与化妆品品牌选择关系
- 图表194 收入与化妆品品牌选择关系
- 图表195 不同地域的女性偏好
- 图表196 个人护理产品市场各渠道占比
- 图表197 化妆品市场各渠道占比
- 图表198 国际和内资连锁专营店
- 图表199 化妆品专营店数量
- 图表200 主要电商平台
- 图表201 2013年最受中国女性网民欢迎的10种商品
- 图表202 移动购物交易规模及增长率
- 图表203 微信活跃用户数量
- 图表204 各类微信消费
- 图表205 微商市场中的各类产品
- 图表206 消费者选择内资品牌的意愿

图表207 2000-2014年出境游客人次及增速

图表208 2014年各线城市的化妆品市场增速

图表209 2014年部分品牌的销售网点位置

图表210 本土公司积极进行赞助营销

图表211 跨国公司收购的内资品牌

图表212 2011-2018中国整体网民及移动网民规模

图表213 2014年移动彩妆市场融资情况

图表214 2012-2015年彩妆App呈爆发式增长

图表215 2015年女性移动彩妆用户媒体接触分布

图表216 2015年女性获取彩妆信息的主要渠道

图表217 2015年女性移动彩妆用户使用原因分布

图表218 2015年女性移动彩妆用户互动活动喜好分布

图表219 2015中国女性移动彩妆用户App使用构成

图表220 2015中国女性移动彩妆用户App尝鲜习惯

图表221 2015年上半年女性移动彩妆用户消费情况

图表222 2015年女性移动彩妆用户消费金额分布

图表223 2015年女性移动彩妆用户年龄分布

图表224 2015年女性移动彩妆用户学历分布

图表225 2015年女性移动彩妆用户职业分布

图表226 2015年女性移动彩妆用户个人月收入分布

图表227 彩妆产品消费者行为偏好关系

图表228 2014年全球化妆品细分产品市场规模对比

图表229 2010-2014年全球护肤品市场份额变动情况

图表230 2009-2014年全球护肤品市场规模走势图

图表231 不同地区的护肤品消费差异

图表232 2015年全国重点大型零售企业护肤品市场综合占有率前十

图表233 2010-2015年全国重点大型零售企业化妆品和护肤品零售额增速对比

图表234 2009-2015年全国大型零售企业护肤品销售前十位品牌市场综合占有率合计

图表235 护肤品两种典型销售模式的比较

图表236 2013年我国香水网购情况

图表237 2013-2014年洗发水分包装销售占比

图表238 2013-2014年洗发水分包装价格走势

图表239 2013-2014年洗发水分渠道销售占比

图表240 2013-2014年洗发水分区域销售占比

图表241 2010-2014年我国合成洗涤剂产量



- 图表242 2013年全国合成洗涤剂产量数据
- 图表243 2013年广东省合成洗涤剂产量数据
- 图表244 2013年四川省合成洗涤剂产量数据
- 图表245 2013年安徽省合成洗涤剂产量数据
- 图表246 2013年浙江省合成洗涤剂产量数据
- 图表247 2013年山东省合成洗涤剂产量数据
- 图表248 2013年湖南省合成洗涤剂产量数据
- 图表249 2014年全国合成洗涤剂产量数据
- 图表250 2014年广东省合成洗涤剂产量数据
- 图表251 2014年四川省合成洗涤剂产量数据
- 图表252 2014年安徽省合成洗涤剂产量数据
- 图表253 2014年浙江省合成洗涤剂产量数据
- 图表254 2014年山东省合成洗涤剂产量数据
- 图表255 2014年湖南省合成洗涤剂产量数据
- 图表256 2015年全国合成洗涤剂产量数据
- 图表257 2015年广东省合成洗涤剂产量数据
- 图表258 2015年四川省合成洗涤剂产量数据
- 图表259 2015年河南省合成洗涤剂产量数据
- 图表260 2015年安徽省合成洗涤剂产量数据
- 图表261 2015年山东省合成洗涤剂产量数据
- 图表262 2015年浙江省合成洗涤剂产量数据
- 图表263 2015年天津市合成洗涤剂产量数据
- 图表264 2014年全国合成洗衣粉行业月度产量及同比
- 图表265 全国合成洗衣粉行业连续三年月度产量对比
- 图表266 洗衣粉消费者购买普及率
- 图表267 洗衣粉消费者购买考虑因素
- 图表268 洗衣粉消费者购买频率
- 图表269 洗衣粉消费者购买场所
- 图表270 洗衣粉消费者购买价位
- 图表271 洗衣粉消费者购买规格
- 图表272 洗衣粉市场品牌知晓度
- 图表273 品牌洗衣粉使用频率
- 图表274 品牌洗衣粉购买频率
- 图表275 品牌洗衣粉议价空间
- 图表276 品牌洗衣粉推荐度

图表277 洗衣粉品牌形象

图表278 洗衣粉价值分析

图表279 品牌洗衣粉广告到达率

图表280 品牌洗衣粉广告到达途径

图表281 品牌洗衣粉广告喜爱度

图表282 品牌洗衣粉广告购买说服力

图表283 品牌洗衣粉广告效果综合分析

图表284 2014年中国洗洁精十大品牌企业排名

图表285 2014年中国洗手液网络零售市场排名

图表286 2013-2014年日化行业完成利润总额及增速对比

图表287 2013-2014年口腔清洁用品行业完成利润总额情况

图表288 口腔护理市场集中度状况

图表289 常见的口腔问题

图表290 消费者在意的牙膏功能

图表291 消费者在乎的口腔护理产品功能

图表292 消费者对牙膏功能的重视程度

图表293 消费者对牙膏功能数量的重视程度

图表294 消费者对牙本质敏感的认识

图表295 消费者用完一支牙膏的时间

图表296 消费者对购买时机的选择

图表297 消费者对购买地点的选择

图表298 消费者对产品包装的关注度

图表299 消费者轮换品牌的情况

图表300 消费者判断产品档次的依据

图表301 消费者购买的口腔护理产品的价格分布

图表302 消费者喜欢购买的口腔护理产品香型

图表303 消费者群体使用牙膏类型分析

图表304 消费者购买牙膏场所分析

图表305 2014年中国11大牙膏品牌排名

图表306 中草药牙膏消费者使用状况

图表307 中草药牙膏消费者受欢迎程度状况

图表308 中草药牙膏消费者使用空间状况

图表309 消费者使用中草药牙膏有效性状况

图表310 2011-2017年中草药牙膏市场规模及预测状况

图表311 牙膏分价格级别的金额占比和增长状况

- 图表312 牙膏市场排名前十位市场占有率状况
- 图表313 世界十大香料香精公司2013年销售额及市场份额
- 图表314 2006-2013年全球香料香精市场收入状况
- 图表315 亚太地区香料香精市场需求状况
- 图表316 2009-2014年香精香料行业销售收入及增速
- 图表317 2012-2014年中国香料香精行业出口额状况
- 图表318 食品饮料行业收入变动情况
- 图表319 日化行业和烟草行业收入变动情况
- 图表320 1994-2013年我国香精香料行业专利申请量
- 图表321 2008-2013年我国香精香料行业发明专利公开专利量及其比重
- 图表322 中国香精香料行业专利申请人申请分布
- 图表323 香精香料行业产业链
- 图表324 2011-2012年中国香精香料行业市场竞争格局（按销售收入）
- 图表325 2013年主要地区日化行业规模以上企业累计主营业务收入占比情况
- 图表326 近几年退出中国市场的化妆品品牌统计
- 图表327 近几年被外资收购的本土日化品牌统计
- 图表328 日化渠道分销示意图
- 图表329 深度营销模式渠道操作示意图
- 图表330 深度营销渠道价值链管控示意图
- 图表331 一级市场终端门店的匹配要求
- 图表332 二级市场终端门店的匹配要求
- 图表333 三级市场终端门店的匹配要求
- 图表334 重点终端资源的投入和控制
- 图表335 导购终端资源的投入和控制
- 图表336 普通终端资源的投入和控制
- 图表337 2013-2015年上海家化联合股份有限公司总资产和净资产
- 图表338 2013-2014年上海家化联合股份有限公司营业收入和净利润
- 图表339 2015年上海家化联合股份有限公司营业收入和净利润
- 图表340 2013-2014年上海家化联合股份有限公司现金流量
- 图表341 2015年上海家化联合股份有限公司现金流量
- 图表342 2014年上海家化联合股份有限公司主营业务收入分行业、产品
- 图表343 2014年上海家化联合股份有限公司主营业务收入分区域
- 图表344 2013-2014年上海家化联合股份有限公司成长能力
- 图表345 2015年上海家化联合股份有限公司成长能力
- 图表346 2013-2014年上海家化联合股份有限公司短期偿债能力

- 图表347 2015年上海家化联合股份有限公司短期偿债能力
- 图表348 2013-2014年上海家化联合股份有限公司长期偿债能力
- 图表349 2015年上海家化联合股份有限公司长期偿债能力
- 图表350 2013-2014年上海家化联合股份有限公司运营能力
- 图表351 2015年上海家化联合股份有限公司运营能力
- 图表352 2013-2014年上海家化联合股份有限公司盈利能力
- 图表353 2015年上海家化联合股份有限公司盈利能力
- 图表354 2013-2015年南风化工集团股份有限公司总资产和净资产
- 图表355 2013-2014年南风化工集团股份有限公司营业收入和净利润
- 图表356 2015年南风化工集团股份有限公司营业收入和净利润
- 图表357 2013-2014年南风化工集团股份有限公司现金流量
- 图表358 2015年南风化工集团股份有限公司现金流量
- 图表359 2014年南风化工集团股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域
- 图表360 2013-2014年南风化工集团股份有限公司成长能力
- 图表361 2015年南风化工集团股份有限公司成长能力
- 图表362 2013-2014年南风化工集团股份有限公司短期偿债能力
- 图表363 2015年南风化工集团股份有限公司短期偿债能力
- 图表364 2013-2014年南风化工集团股份有限公司长期偿债能力
- 图表365 2015年南风化工集团股份有限公司长期偿债能力
- 图表366 2013-2014年南风化工集团股份有限公司运营能力
- 图表367 2015年南风化工集团股份有限公司运营能力
- 图表368 2013-2014年南风化工集团股份有限公司盈利能力
- 图表369 2015年南风化工集团股份有限公司盈利能力
- 图表370 2013-2015年广州市浪奇实业股份有限公司总资产和净资产
- 图表371 2013-2014年广州市浪奇实业股份有限公司营业收入和净利润
- 图表372 2015年广州市浪奇实业股份有限公司营业收入和净利润
- 图表373 2013-2014年广州市浪奇实业股份有限公司现金流量
- 图表374 2015年广州市浪奇实业股份有限公司现金流量
- 图表375 2014年广州市浪奇实业股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域
- 图表376 2013-2014年广州市浪奇实业股份有限公司成长能力
- 图表377 2015年广州市浪奇实业股份有限公司成长能力
- 图表378 2013-2014年广州市浪奇实业股份有限公司短期偿债能力
- 图表379 2015年广州市浪奇实业股份有限公司短期偿债能力
- 图表380 2013-2014年广州市浪奇实业股份有限公司长期偿债能力
- 图表381 2015年广州市浪奇实业股份有限公司长期偿债能力

图表382 2013-2014年广州市浪奇实业股份有限公司运营能力

图表383 2015年广州市浪奇实业股份有限公司运营能力

图表384 2013-2014年广州市浪奇实业股份有限公司盈利能力

图表385 2015年广州市浪奇实业股份有限公司盈利能力

图表386 2013-2015年柳州两面针股份有限公司总资产和净资产

图表387 2013-2014年柳州两面针股份有限公司营业收入和净利润

图表388 2015年柳州两面针股份有限公司营业收入和净利润

图表389 2013-2014年柳州两面针股份有限公司现金流量

图表390 2015年柳州两面针股份有限公司现金流量

图表391 2014年柳州两面针股份有限公司主营业务收入分行业、产品

图表392 2014年柳州两面针股份有限公司主营业务收入分区域

图表393 2013-2014年柳州两面针股份有限公司成长能力

图表394 2015年柳州两面针股份有限公司成长能力

图表395 2013-2014年柳州两面针股份有限公司短期偿债能力

图表396 2015年柳州两面针股份有限公司短期偿债能力

图表397 2013-2014年柳州两面针股份有限公司长期偿债能力

图表398 2015年柳州两面针股份有限公司长期偿债能力

图表399 2013-2014年柳州两面针股份有限公司运营能力

图表400 2015年柳州两面针股份有限公司运营能力

图表401 2013-2014年柳州两面针股份有限公司盈利能力

图表402 2015年柳州两面针股份有限公司盈利能力

图表403 2013-2015年索芙特股份有限公司总资产和净资产

图表404 2013-2014年索芙特股份有限公司营业收入和净利润

图表405 2015年索芙特股份有限公司营业收入和净利润

图表406 2013-2014年索芙特股份有限公司现金流量

图表407 2015年索芙特股份有限公司现金流量

图表408 2014年索芙特股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表409 2013-2014年索芙特股份有限公司成长能力

图表410 2015年索芙特股份有限公司成长能力

图表411 2013-2014年索芙特股份有限公司短期偿债能力

图表412 2015年索芙特股份有限公司短期偿债能力

图表413 2013-2014年索芙特股份有限公司长期偿债能力

图表414 2015年索芙特股份有限公司长期偿债能力

图表415 2013-2014年索芙特股份有限公司运营能力

图表416 2015年索芙特股份有限公司运营能力

图表417 2013-2014年索芙特股份有限公司盈利能力

图表418 2015年索芙特股份有限公司盈利能力

图表419 2013-2015年浙江赞宇科技股份有限公司总资产和净资产

图表420 2013-2014年浙江赞宇科技股份有限公司营业收入和净利润

图表421 2015年浙江赞宇科技股份有限公司营业收入和净利润

图表422 2013-2014年浙江赞宇科技股份有限公司现金流量

图表423 2015年浙江赞宇科技股份有限公司现金流量

图表424 2014年浙江赞宇科技股份有限公司主营业务收入分行业、产品、区域

图表425 2013-2014年浙江赞宇科技股份有限公司成长能力

图表426 2015年浙江赞宇科技股份有限公司成长能力

图表427 2013-2014年浙江赞宇科技股份有限公司短期偿债能力

图表428 2015年浙江赞宇科技股份有限公司短期偿债能力

图表429 2013-2014年浙江赞宇科技股份有限公司长期偿债能力

图表430 2015年浙江赞宇科技股份有限公司长期偿债能力

图表431 2013-2014年浙江赞宇科技股份有限公司运营能力

图表432 2015年浙江赞宇科技股份有限公司运营能力

图表433 2013-2014年浙江赞宇科技股份有限公司盈利能力

图表434 2015年浙江赞宇科技股份有限公司盈利能力

图表435 2015年日化行业上市公司盈利能力指标分析

图表436 2014年日化行业上市公司盈利能力指标分析

图表437 2013年日化行业上市公司盈利能力指标分析

图表438 2015年日化行业上市公司成长能力指标分析

图表439 2014年日化行业上市公司成长能力指标分析

图表440 2013年日化行业上市公司成长能力指标分析

图表441 2015年日化行业上市公司营运能力指标分析

图表442 2014年日化行业上市公司营运能力指标分析

图表443 2013年日化行业上市公司营运能力指标分析

图表444 2015年日化行业上市公司偿债能力指标分析

图表445 2014年日化行业上市公司偿债能力指标分析

图表446 2013年日化行业上市公司偿债能力指标分析

图表447 观研网对2016-2022年中国日用化学产品制造行业收入预测

图表448 观研网对2016-2022年中国日用化学产品制造行业利润总额预测

图表详见正文•••••(GY XFT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/243547243547.html>