

2008年中国护肤品行业研究咨询报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2008年中国护肤品行业研究咨询报告》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/fangzhi/2852728527.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

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

【英文版价】15000元【英文电子】16000元【交付方式】EMS特快专递 内容简介在中国宏观经济快速发展的环境下，化妆品及美容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。2008年，护肤品依然是化妆品市场的主角，护肤品的主要目标对象是白领女性，但男士化妆品经过几年的酝酿后将有良好的发展潜力，预计增长速度超过20%。2008年，护肤品市场将呈现以下发展趋势：男性护肤品市场比例上升，国际品牌纷纷推出自己的男士护肤用品来抢占市场，未来几年中国男士护肤品的市场竞争将会更加激烈，2008年男士美容护理品在全球的销售额将上升67%，达到195亿美元，这其中，中国男士对美容护理品的市场需求在未来五年内，将以96%的年复增长速度递增；功能性护肤品和护肤品的换季概念进一步强化；奢华保养品呈现大热姿态。护肤品市场的重要特征是进入企业多，竞争白热化，资金投入高，市场更新快。各品牌无所不用其极。护肤品是化妆品市场中发展最快的一个分类市场。由于产品的新概念不断涌现，产品细分化进程加快，目前，市场处于多品牌竞争状态，品牌起伏较大；中档产品的市场份额有较大幅度上升，表现出较佳的市场前景。外资品牌要更大地赢得市场，除了保持销售高档产品外，要实现更大的利润，就必须在销售规模上取得突破。国内品牌如果丧失价格优势，中国化妆品业界将重新进行一次洗牌过程。事实上面对激烈的市场竞争，业内知名企业都更加注重企业的管理、品牌塑造、渠道建设、人力资源、企业文化等各个方面，以获得更卓越的赢利能力、更迅猛的增长速度与更持续的竞争力。2008年，宝洁、欧莱雅继续推进农村市场战略，大宝也要面对隆力奇的挑战，区域品牌必将反抗到底。随着宝洁、欧莱雅等国际化妆品巨头在全国各地的扩张，逐渐深入到农村市场，地方区域品牌将面临极大的压力。跨国巨头深入农村低端市场趋势不可避免，而品牌形象、产品价格、营销渠道已成为战略发展的关键。虽然我国的农村护肤品市场前景广阔，但大多数被区域品牌及老牌产品占领。随着隆力奇、索芙特的崛起，再加上老牌的上海日化重新焕发出光彩，不论是中低端产品还是三四线市场，竞争更加激烈。本研究咨询报告由公司领衔撰写，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、全国商业信息中心、中国轻工业统计局、中国香料香精化妆品工业协会、《中国化妆品》、《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化妆品行业研究单位等公布和提供的大量资料和基础数据，主要分析了全球护肤品市场现状、我国护肤品市场状况、护肤品细分市场发展状况、护肤品进出口市场状况、市场竞争格局、护肤品领域领先企业和竞争策略等，以及当前北京、上海等各大城市消费者消费心理，最后总结出未来护肤品市场的发展趋势，用数字说话，图文并茂。报告还对中国护肤品产业政策进行了分析及探讨，是护肤品生产企业、渠道商、科研机构、零售企业等单位准确了解目前护肤品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。目 录CONTENTS第一部分 行业市场发展概况第一章 我国护肤品市场及宏观环境概况 1第一节 护肤品发展概况 1一、定义 1二、分类

2三、使用类型	2四、成分分析	3五、发展历史	7第二节 护肤品原料发展与趋势
8一、护肤品原料的分类	8二、护肤品原料研发方向	13三、2008年护肤品原料市场发展分析	
15四、2008年原料上涨是中小化妆品发展的好机会	15五、国际化妆品原料市场新趋势		
19第三节 2007-2008年宏观经济发展形势分析	20一、2007年我国宏观经济发展分析		
20二、2008年一季度我国宏观经济发展分析	27第二章 全球护肤品市场概述	30第一节 国际护肤品市场发展概况	
30一、国际化妆品市场概述	30二、国际护肤品市场概述		
31第二节 部分 国家护肤品市场概况	35一、日本男性护肤品市场规模分析		
35二、韩国护肤品市场概况	36三、法国护肤品市场概况	39四、德国男性护肤品市场概况	
39第三节 国际护肤品市场发展趋势	40一、茶护肤品成全球新热潮		
40二、全球护肤品市场的发展趋势	41三、2010年全球化妆品消费新格局		
41四、2010年全球化妆品市场发展趋势	42第二部分 行业市场发展现状	第三章 护肤品市场发展现状分析	
49第一节 我国护肤品市场现状			
49一、我国护肤品产品定位现状及分析	49二、我国护肤品销售渠道现状及分析		
51三、我国护肤品营销手段现状及分析	53第二节 我国护肤品市场发展分析		
55一、2007年护肤品市场分析	55二、医学护肤品市场扩大	58三、护肤品市场寻求品牌突围	
60四、植物护肤品市场潜力无限	61第三节 中国护肤品市场的发展态势分析		
63一、众多品牌瓜分市场	64二、市场细分已成必然	64三、专业护肤品企业出现	
65四、高档护肤品发展迅速	65第四章 护肤品包装市场发展分析	67第一节 护肤品包装市场现状分析	
67一、护肤品包装市场及分类	67二、个人护理包装用材料分析		
69三、国内护肤品市场玻璃材质包装是主流	71四、未来化妆品包装市场的发展趋势		
72第二节 美容化妆品包装的未来趋势	74一、多层塑料复合技术	74二、真空包装	
75三、胶囊包装	75四、绿色包装趋势	76五、塑料瓶依旧占有重要地位	76第五章 中国化妆品市场现状分析
78第一节 中国化妆品行业概况分析			
78一、最受关注的化妆品品牌分析	78二、2007年化妆品行业排行榜		
83三、2007中国化妆品制造企业十强	89第二节 2008年中国化妆品市场分析		
91一、2008年化妆品企业不再迷信电视广告	91二、2008年美容化妆业的奥运市场分析		
92三、2008年化妆业的奥运市场分析	93四、未来化妆品的热点分析	94第三节 2007-2008年化妆品进出口分析	
95一、2007-2008年我国化妆品出口分析			
95二、2007-2008年化妆品进口分析	101三、2009-2010年中国化妆品降税情况		
106四、2009-2010年东盟国家化妆品降税情况	108第四节 中国化妆品行业发展趋势		
111一、“绿色”化妆品日渐成为关注焦点	111二、2008年化妆品行业市场规模分析		
113三、2008年化妆品流行趋势预测	114四、2010年我国美容业收入预测		
116五、未来几年中国美容消费热点流行趋势	117第三部分 行业细分市场发展现状	第六章 各类护肤品市场分析	
119第一节 面膜市场分析	119一、面膜的分类		
119二、面膜市场现状分析	121三、氧概念洗牌面膜市场	123第二节 美白护肤市场分析	

129一、美白护肤市场整体竞争格局 129二、2007年美白化妆品趋势分析 131第三节
防晒护肤品市场分析 132一、知名防晒化妆品比较 132二、2007年防晒用品市场分析
132三、2008年防晒化妆品发展趋势 134第四节 其他护肤品市场情况
135一、膏霜类护肤品介绍 135二、抗衰老产品市场容量大 137第七章
重点消费人群护肤品市场分析 138第一节 女性护肤品市场
138一、城市女性对护肤品包装选择 138二、五大城市女性防晒护肤调查 140第二节
男性护肤品市场 145一、21世纪男人重视护肤 145二、男士护肤品市场的出路
149三、2008年中国男士美容护理品发展潜力分析 149第三节 中老年人护肤品市场
150一、中老年女性对抗衰老化妆品情有独钟 150二、老年人专用护肤品市场需求大
150三、老年化妆品市场有待开拓 151第四节 儿童及婴幼儿用护肤品市场
154一、儿童护肤品市场分析 154二、儿童护肤品抢滩成人市场
155三、婴幼儿护理用品种类及其发展 156四、儿童护肤品的发展方向 158第八章
我国护肤品区域市场分析 159第一节 京津护肤品市场分析 159一、北京护肤品市场概述
159二、天津男士化妆品市场 162第二节 上海护肤品市场分析
163一、2007年上海护肤品市场国货势力大旺 163二、国际化妆品零售商争夺上海市场
165第三节 广东护肤品市场分析 166一、2007年广东制定纳米护肤品联盟标准
166二、2008年广东美容化妆品市场分析 166三、深圳男性护肤品市场发展分析 167第四节
其他区域护肤品市场分析 168一、成都护肤品市场分析
168二、2007年杭州男士护肤品销量骤增 169第九章 护肤品市场品牌及消费群体分析
170第一节 中国护肤品市场品牌分析 170一、洁肤品市场 170二、护肤品市场 171第二节
护肤品消费群体分析 175一、我国高校化妆品市场特征 175二、高校学生护肤品牌态度分析
176三、美容化妆品市场消费状况调查 190第四部分 行业市场营销及竞争格局第十章
护肤品市场营销分析 199第一节 中小型化妆品公司护肤品的对策分析
199一、护肤品的产品定位及市场定位 199二、中小型化妆品公司护肤品的战略分析
199第二节 护肤品营销形态分析 202一、护肤品三级市场分类形态
202二、护肤品市场的销售形态 204三、我国护肤品营销的通路 204第三节
护肤品营销策略分析 206一、补水护肤品广告心理策略分析 206二、护肤品广告市场分析
211三、护肤品包装色彩营销 213第十一章 护肤品市场竞争格局 215第一节
市场竞争表现特点 215一、2008年化妆品市场竞争激烈 215二、护肤品市场整体竞争格局
218三、护肤品品牌评价排名 220四、护肤化妆品品牌比较分析 222第二节
市场竞争形势分析 226一、“药妆品”挑战护肤品 226二、隆力奇与玉兰油竞争分析
228三、欧莱雅与宝洁竞争分析 230第十二章 国际护肤品市场主要企业 236第一节
日本资生堂 236一、资生堂在中国 236二、资生堂中国市场渠道策略 236三、公司动态
242第二节 美国雅芳 244一、雅芳在中国 244二、公司动态 244第三节 法国欧莱雅
245一、企业概况 245二、企业发展策略 245三、2008年企业业绩发展状况 247第四节

美国宝洁	248一、企业概况	248二、产品种类	250三、企业品牌战略	251第五节
美国雅诗兰黛	253一、企业概况	253二、在华战略	254三、企业动态	257第六节
美国安利	258一、安利在中国	258二、主要产品	259三、企业品牌的营销战略	262第七节
英国联合利华	270一、企业概况	270二、竞争优势	272三、企业的销售策略	273第八节
美国玫琳凯	277一、玫琳凯在中国	277二、企业的品牌战略	278三、公司动态	286第十三章
主要国内护肤品企业	288第一节	索芙特股份有限公司	288一、公司概况	
	288二、2007-2008年公司经营状况	289第二节	上海家化联合股份有限公司	
292一、公司概况	292二、2007-2008年公司经营状况	294三、公司动态	299第三节	
江苏隆力奇生物科技股份有限公司	301一、公司概况	301二、2007年公司新模式分析		
302第四节	广州市采诗化妆品有限公司	307一、公司概况	307二、公司发展状况	308第五节
天津郁美净集团	310一、公司概况	310二、公司产品技术分析	311第六节	
自然美化妆品有限公司	312第七节	北京大宝化妆品有限公司	314第八节	
上海郑明明化妆品有限公司	316第五部分	行业市场发展趋势分析	第十四章	
2008年护肤品行业趋势分析	319第一节	2008年护肤品市场热点分析		
319一、男性护肤品市场比例上升		319二、功能性护肤品概念加强		
320三、奢华保养品呈现大热姿态	320第二节	2008年护肤品的流行趋势	323一、中草药护肤	
323二、抗污染	324三、无添加护肤	324四、绿色化妆品	324五、儿童护肤	
325六、美白祛斑	325七、抗衰老	326八、保湿	326九、抗过敏	
327图表目录	图表：护肤品基质原料的分类	9图表：表面活性剂的分类表		
10图表：2007年我国GDP增长11.4%	21图表：2007年我国农业生产稳定发展			
21图表：2007年全国社会消费品零售总额同比增长16.8%				
22图表：2007年我国CPI上涨4.8%	22图表：2007年全国居民收入快速增长就业增加较多			
23图表：2007年我国货币供应量增长较快				
23图表：2007年我国工业生产增长加快企业效益提高				
24图表：2007年我国固定资产投资快速增长				
24图表：国内外综合因素推动2007年CPI涨幅创11年新高				
25图表：2007年1季度-2008年1季度我国GDP变化情况				
29图表：2007年7月-2008年3月我国居民消费价格指数变化				
29图表：2008年1季度我国GDP增长变化	29图表：2004年欧洲化妆品产品分类市场情况			
30图表：2005年全球护肤品市场品牌占有率				
33图表：2006-2010年全球化妆品市场所占比例				
43图表：2006-2010年全球各类产品零售额增长情况				
45图表：2006年十大公司占据全球市场50%以上的市场份额				
46图表：2007年护肤品、彩妆品、美发品检索量比例				
56图表：2007年十大畅销化妆品品牌榜	58图表：我国护肤品包装分类及技术指标一览表			

- 68图表：化妆品包装市场按地区细目分类
- 72图表：全球化妆品包装产品分布图表
- 73图表：2006年度最受网民关注中高端化妆品品牌榜
- 78图表：2006年度最受网民关注大众化妆品品牌榜
- 79图表：2006年度最受关注四大直销化妆品品牌
- 79图表：2006年度最受关注五大本土化妆品品牌
- 79图表：2006年度最受关注彩妆品牌
- 79图表：2006年度最受关注洁面产品
- 80图表：2006年度最受关注彩妆用品
- 80图表：2006年度最受关注眼霜品牌
- 81图表：2006年度最受关注粉底品牌
- 81图表：2006年度最受关注睫毛膏品牌
- 81图表：2006年度最受关注洗发水品牌
- 82图表：2006年度最受关注男士护肤品牌
- 82图表：2006年度最受关注化妆品品牌国家
- 82图表：2006年度最受关注肌肤问题
- 82图表：2007年最受网民关注中高端化妆品品牌榜
- 83图表：2007年最受网民关注大众化妆品品牌榜
- 83图表：2007年最受关注四大直销化妆品品牌
- 84图表：2007年最受关注五大本土化妆品品牌
- 84图表：2007年最受关注彩妆品牌
- 84图表：2007年最受关注洁面产品
- 85图表：2007年最受关注彩妆用品
- 85图表：2007年最受关注的眼霜品牌
- 86图表：2007年最受关注粉底品牌
- 86图表：2007年最受关注睫毛膏品牌
- 87图表：2007年最受关注洗发水品牌
- 87图表：2007年最受关注男士护肤品牌
- 87图表：2007年最受关注化妆品品牌国家
- 88图表：2007年最受关注肌肤问题
- 88图表：2007中国化妆品制造企业十强
- 89图表：2007年中国化妆品制造企业五十强
- 89图表：2005-2009年中国化妆品市场规模预测
- 94图表：2007年1月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 97图表：2007年2月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 97图表：2007年3月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 97图表：2007年一季度美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 97图表：2007年4月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 98图表：2007年5月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 98图表：2007年6月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 98图表：2007年二季度美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 98图表：2007年7月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 98图表：2007年8月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 99图表：2007年9月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 99图表：2007年三季度美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 99图表：2007年10月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 99图表：2007年11月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 99图表：2007年12月美容品或化妆品及护肤品出口数据

- 100图表：2007年四季度美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 100图表：2008年1月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 100图表：2008年2月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 100图表：2008年3月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 100图表：2008年一季度美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 101图表：2007年1月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 101图表：2007年2月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 101图表：2007年3月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 102图表：2007年一季度美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 102图表：2007年4月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 102图表：2007年5月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 103图表：2007年6月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 103图表：2007年二季度美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 103图表：2007年7月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 103图表：2007年8月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 104图表：2007年9月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 104图表：2007年三季度美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 104图表：2007年10月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 104图表：2007年11月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 104图表：2007年12月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 105图表：2007年四季度美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 105图表：2008年1月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 105图表：2008年2月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 105图表：2008年3月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 105图表：2008年一季度美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 106图表：2006年男士化妆品品牌质量评价排名
- 147图表：2006年男士化妆品品牌性价比评价排名
- 147图表：2006年男士化妆品品牌售后服务评价排名
- 148图表：2006年男士拥有化妆品品牌排名 148图表：男士以后想购买的化妆品品牌排名
- 148图表：北京消费者对国内护肤品品牌认知的手段
- 160图表：北京消费者对国外护肤品品牌认知的手段
- 160图表：2006年儿童洗浴护肤品北京市场品牌渗透率
- 161图表：北京居民各年龄层对护肤品和化妆品的信息接触情况
- 161图表：2006年儿童洗浴护肤品上海市场品牌渗透率
- 165图表：2006年清洁护肤品品牌喜爱度
- 171图表：2006年护肤品面霜喜爱度

- 172图表：2006年护肤品眼霜喜爱度
- 173图表：2006年护肤品爽肤水喜爱度
- 174图表：2006年护肤品防晒霜喜爱度
- 174图表：2006年高校护肤品牌态度调研被调查的样本年龄分布图
- 176图表：2006年高校护肤品牌态度调研主要涉及29个护肤品品牌
- 176图表：2006年高校学生护肤品购买周期
- 177图表：2006年高校学生护肤品注重的功效调查
- 177图表：2006年高校学生护肤品购买影响因素
- 178图表：2006年高校学生护肤品购买价格
- 178图表：2006年高校学生护肤品购买价格
- 179图表：2006年高校学生护肤品品牌未提示第一提及率
- 179图表：2006年高校学生护肤品品牌未提示累计提及率
- 180图表：2006年高校学生护肤品品牌未提示加权提及率
- 180图表：2006年高校学生护肤品品牌提示后累计提及率
- 181图表：2006年高校学生护肤品品牌喜爱度
- 181图表：2006年高校学生护肤品品牌渗透率
- 182图表：2006年高校学生护肤品男生品牌预购率
- 182图表：2006年高校学生护肤品女生品牌预购率
- 183图表：2006年高校学生心目中护肤品品牌国际化大公司
- 183图表：2006年高校学生心目中护肤品品牌生产工艺先进公司
- 184图表：2006年高校学生心目中护肤品品牌极富创新精神企业
- 184图表：2006年高校学生心目中护肤品产品祛痘、祛皱效果好品牌
- 185图表：2006年高校学生心目中护肤品产品控油、补水效果好品牌
- 185图表：2006年高校学生心目中护肤品产品美白、防晒效果好品牌
- 186图表：2006年高校学生心目中护肤品包装设计最吸引人品牌
- 186图表：2006年高校学生心目中护肤品产品性价比最高品牌
- 187图表：2006年高校学生心目中护肤品产品售后服务最好品牌
- 187图表：2006年高校学生护肤品产品促销活动最让人心动的品牌调查
- 188图表：2006年高校学生护肤品产品消费者最新潮时尚的品牌调查
- 188图表：2006年高校学生护肤品产品消费者最自信的品牌调查
- 189图表：2006年高校学生护肤品产品消费者最实用至上的品牌调查
- 189图表：2006年高校学生护肤品产品消费者最接近大学生气质的品牌调查
- 190图表：消费者对当前美容院开展的美容服务的总体评价
- 191图表：消费者对当前化妆品使用效果的总体评价
- 191图表：消费者对当前美容服务最不满意的方面
- 192图表：消费者认为当前化妆品市场存在的最主要问题
- 193图表：消费者看待名人代言的美容化妆品广告态度
- 194图表：不同文化程度消费者认为纹眉等属于生活美容还是医疗美容调查

- 195图表：消费者选购化妆品时首先想要知道的信息
- 196图表：消费者对整顿和规范美容化妆品市场的首要问题的看法
- 197图表：护肤品的国际分销渠道
- 204图表：中国互联用户化妆品品牌占有率
- 204图表：各区域市场的销售通路
- 216图表：中国互联网用户化妆品品牌占有率与预购度对比
- 217图表：中国互联网用户化妆品品牌满意度统计
- 218图表：2006年护肤品品牌质量评价排名
- 220图表：2006年护肤品品牌性价比评价排名
- 220图表：2006年护肤品品牌售后服务评价排名
- 221图表：2006年消费者拥有的护肤品品牌排名
- 221图表：2006年以后想购买的护肤品品牌排名
- 221图表：消费者对不同国家的护肤化妆品的好感度分析
- 222图表：美国消费者对护肤化妆品的好感度分析
- 223图表：中国大陆消费者对护肤化妆品的好感度分析
- 223图表：法国消费者对护肤化妆品的好感度分析
- 224图表：日本消费者对护肤化妆品的好感度分析
- 224图表：韩国消费者对护肤化妆品的好感度分析
- 225图表：不同品牌化妆品形象比较分析
- 225图表：美国雅诗兰黛集团在中国的销售网络图
- 253图表：2007年二、四季度索芙特股份有限公司主营构成表
- 289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
- 290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
- 291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
- 291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
- 291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
- 291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
- 292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
- 292图表：2007年二、四季度上海家化联合股份有限公司主营构成表
- 294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
- 295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
- 296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
- 296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
- 296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
- 297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
- 297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
- 297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
- 298图表：2007-2009年上海家化联合股份有限公司财务数据

299图表：2007-2009年上海家化联合股份有限公司财务数据

299图表：江苏隆力奇生物科技股份有限公司治理机构

305图表：天津郁美净集团护肤类产品系列 311图表：自然美产品分类及市场定位 313

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2852728527.html>