

2015-2022年中国婴幼儿洗 护用品市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国婴幼儿洗护用品市场深度调研与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/rihua1507/D571989QQ2.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-07-28

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国婴幼儿洗护用品市场深度调研与投资前景研究报告》共八章。报告介绍了婴幼儿洗护用品行业相关概述、中国婴幼儿洗护用品产业运行环境、分析了中国婴幼儿洗护用品行业的现状、中国婴幼儿洗护用品行业竞争格局、对中国婴幼儿洗护用品行业做了重点企业经营状况分析及中国婴幼儿洗护用品产业发展前景与投资预测。您若想对婴幼儿洗护用品产业有个系统的了解或者想投资婴幼儿洗护用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

婴儿洗护用品就婴儿日常护理必备的用品，包括淋浴液、润肤露、按摩油、痱子粉、乳液等。因为婴儿的皮肤比较薄，特别娇嫩，所以家长在为孩子选购此类用品时，应选择无香精、着色剂等添加剂的用品，避免刺激宝宝的肌肤，引起过敏反应。

报告目录：

第1章：中国婴幼儿洗护用品行业发展综述 18

1.1 婴幼儿洗护用品行业定义及分类 18

1.1.1 行业概念及定义 18

1.1.2 主要产品大类 18

1.2 婴幼儿洗护用品行业PEST模型 18

1.2.1 行业政治法律环境分析（P） 18

（1）行业相关标准 18

（2）行业法律法规 19

1.2.2 行业经济环境分析（E） 21

（1）国内经济增长 21

（2）居民收入水平 21

（3）城镇化水平 23

（4）消费者信心指数 24

1.2.3 行业社会环境分析（S） 25

（1）居民消费结构 25

（2）居民消费观念 26

1.2.4 行业信息技术环境分析（T） 28

- (1) 行业信息技术使用现状分析 28
- (2) 行业信息技术利用趋势分析 28
- 1.3 婴幼儿洗护用品行业波特五力模型 29
 - 1.3.1 行业上游议价能力分析 29
 - 1.3.2 行业下游议价能力分析 29
 - 1.3.3 行业新进入者威胁分析 30
 - 1.3.4 行业替代品威胁分析 30
 - 1.3.5 行业现有竞争者竞争分析 30

第2章：婴幼儿洗护用品行业产业链解析 32

- 2.1 婴幼儿洗护用品行业产业链描述 32
- 2.2 婴幼儿洗护用品行业上游产业供应链解析 33
 - 2.2.1 上游细分行业供给与价格关系 33
 - (1) 天然油脂原料市场供给与发展趋势分析 33
 - (2) 合成油脂原料市场供给与发展趋势分析 36
 - (3) 粉质原料市场供给与发展趋势分析 38
 - (4) 胶质原料市场供给与发展趋势分析 40
 - (5) 植物提取物市场供给与价格走势 41
 - (6) 婴幼儿洗护用品包装行业 43
 - 2.2.2 婴幼儿洗护用品行业成本结构与比重 45
 - (1) 成本结构构成分析 45
 - (2) 用工成本分析 46
 - (3) 营销成本分析 46
 - (4) 成本上涨对行业的影响 47
 - (5) 消化成本压力的途径与方法 48
- 2.3 婴幼儿洗护用品行业下游产业流通链解析 50
 - 2.3.1 传统零售业发展现状与需求 50
 - (1) 传统零售业发展现状 50
 - 1) 零售行业发展概况 50
 - 2) 零售行业发展特征 50
 - 3) 零售行业经济运行 52
 - 4) 零售行业竞争情况 54

- (2) 婴幼儿洗护用品综合零售渠道需求 54
- 2.3.2 电子商务发展现状与需求 55
 - (1) 电子商务行业发展现状 55
 - 1) 中国电子商务行业发展概况 55
 - 2) 中国电子商务网站规模 56
 - 3) 中国电子商务行业市场规模 56
 - 4) 中国电子商务行业市场竞争格局分析 57
 - (2) 婴幼儿洗护用品电子商务渠道需求 58

第3章：婴幼儿洗护用品行业细分产品市场 59

3.1 细分产品市场供需及趋势分析 59

3.1.1 洗浴用品市场供需及趋势 59

- (1) 婴幼儿洗发产品市场供需及趋势 59
 - 1) 婴幼儿洗发产品市场需求 59
 - 2) 婴幼儿洗发产品主要品牌及企业 59
 - 3) 婴幼儿洗发产品购买决策与购买行为 60
 - 4) 婴幼儿洗发产品营销特征与针对性 60
 - 5) 婴幼儿洗发产品市场趋势与前景 61
 - (2) 婴幼儿沐浴产品市场供需及趋势 61
 - 1) 婴幼儿沐浴产品市场需求 61
 - 2) 婴幼儿沐浴产品主要品牌及企业 61
 - 3) 婴幼儿沐浴产品购买决策与购买行为 62
 - 4) 婴幼儿沐浴产品市场趋势与前景 62
 - (3) 婴幼儿沐浴工具市场供需及趋势 63
 - 1) 婴幼儿浴盆/浴床市场需求 63
 - 2) 婴幼儿浴盆/浴床主要品牌及企业 63
 - 3) 婴幼儿浴盆/浴床购买决策与购买行为 64
 - 4) 婴幼儿浴盆/浴床市场趋势与前景 64
- ##### 3.1.2 洗涤用品市场供需及趋势 64
- (1) 婴幼儿洗衣液市场供需及趋势 64
 - 1) 婴幼儿洗衣液市场需求 64
 - 2) 婴幼儿洗衣液主要品牌及企业 65

- 3) 婴幼儿洗衣液购买决策与购买行为 65
- 4) 婴幼儿洗衣液市场趋势与前景 65
 - (2) 婴幼儿皂市场供需及趋势 66
- 1) 婴幼儿皂主要品牌及企业 66
- 2) 婴幼儿皂购买决策与购买行为 66
- 3) 婴幼儿皂市场趋势与前景 67
- 3.1.3 护肤用品市场供需及趋势 67
 - (1) 婴幼儿润肤霜（油）市场供需及趋势 67
- 1) 婴幼儿润肤霜（油）市场需求 67
- 2) 婴幼儿润肤霜（油）主要品牌及企业 67
- 3) 婴幼儿润肤霜（油）购买决策与购买行为 68
- 4) 婴幼儿润肤霜（油）市场趋势与前景 69
 - (2) 婴幼儿防晒霜市场供需及趋势 69
- 1) 婴幼儿防晒霜市场需求 69
- 2) 婴幼儿防晒霜主要品牌及企业 69
- 3) 婴幼儿防晒霜市场趋势与前景 70
 - (3) 婴幼儿按摩油市场供需及趋势 71
- 1) 婴幼儿按摩油市场需求 71
- 2) 婴幼儿按摩油主要品牌及企业 71
- 3) 婴幼儿按摩油市场趋势与前景 71
- 3.1.4 特效用品市场供需及趋势 72
 - (1) 婴幼儿爽身粉市场供需及趋势 72
- 1) 婴幼儿爽身粉市场需求 72
- 2) 婴幼儿爽身粉主要品牌及企业 72
- 3) 婴幼儿爽身粉购买决策与购买行为 72
- 4) 婴幼儿爽身粉营销特征与针对性 73
- 5) 婴幼儿爽身粉市场趋势与前景 73
 - (2) 婴幼儿护臀（唇）膏市场供需及趋势 74
- 1) 婴幼儿护臀（唇）膏市场需求 74
- 2) 婴幼儿护臀（唇）膏主要品牌及企业 74
- 3) 婴幼儿护臀（唇）膏购买决策与购买行为 75
- 4) 婴幼儿护臀（唇）膏营销特征与针对性 76

5) 婴幼儿护臀（臀）膏市场趋势与前景 76

(3) 婴幼儿防蚊水市场供需及趋势 77

1) 婴幼儿防蚊水市场需求 77

2) 婴幼儿防蚊水主要品牌及企业 77

3) 婴幼儿防蚊水营销特征与针对性 79

4) 婴幼儿防蚊水市场趋势与前景 79

3.1.5 防尿用品市场供需及趋势 79

(1) 婴幼儿纸尿裤市场供需及趋势 79

1) 婴幼儿纸尿裤市场需求 79

2) 婴幼儿纸尿裤主要品牌及企业 80

3) 婴幼儿纸尿裤购买决策与购买行为 80

4) 婴幼儿纸尿裤营销特征与针对性 81

5) 婴幼儿纸尿裤市场趋势与前景 81

3.2 婴幼儿洗护用品产业链延伸 81

3.2.1 延伸至养生保健品市场 81

3.2.2 延伸至婴幼儿童医疗市场 82

第4章：婴幼儿洗护用品行业发展与竞争关系 85

4.1 国际婴幼儿洗护用品市场竞争关系 85

4.1.1 国际婴幼儿洗护用品市场竞争关系 85

4.1.2 国际跨国公司在华的竞争策略分析 85

4.1.3 国际婴幼儿洗护用品品牌调研及在华投资 87

(1) 强生 87

1) 品牌形象 87

2) 产品特征与定位 87

3) 企业营销策略分析 88

4) 企业投资与渠道建设情况 88

(2) 宝洁 88

1) 品牌形象 88

2) 产品特征与定位 89

3) 企业营销策略分析 89

4) 企业投资与渠道建设情况 90

- (3) 雅漾 90
 - 1) 品牌形象 90
 - 2) 产品特征与定位 90
 - 3) 企业营销策略分析 91
 - 4) 企业投资与渠道建设情况 91
- (4) 婴姿坊 91
 - 1) 品牌形象 91
 - 2) 产品特征与定位 91
 - 3) 企业营销策略分析 92
 - 4) 企业投资与渠道建设情况 92
- (5) B&B 92
 - 1) 品牌形象 92
 - 2) 产品特征与定位 92
 - 3) 企业营销策略分析 93
 - 4) 企业投资与渠道建设情况 93
- (6) 贝亲 93
 - 1) 品牌形象 93
 - 2) 产品特征与定位 94
 - 3) 企业营销策略分析 94
 - 4) 企业投资与渠道建设情况 95
- 4.2 国内婴幼儿洗护用品市场发展及竞争关系 95
 - 4.2.1 婴幼儿洗护用品市场发展需求 95
 - 4.2.2 婴幼儿洗护用品竞争格局 95
 - (1) 中外品牌竞争格局 95
 - (2) 国内品牌竞争力 96
 - 4.2.3 国内婴幼儿洗护用品品牌调研 96
 - (1) 宝宝金水 96
 - 1) 产品特征及定位 96
 - 2) 营销模式及动向 97
 - 3) 品牌门店数量及分布 97
 - (2) 孩儿面 97
 - 1) 产品特征及定位 97

- 2) 营销模式及动向 97
- 3) 品牌门店数量及分布 98
 - (3) 郁美净 98
- 1) 产品特征及定位 98
- 2) 营销模式及动向 98
- 3) 品牌门店数量及分布 99
 - (4) 暖呵 99
- 1) 产品特征及定位 99
- 2) 营销模式及动向 99
- 3) 品牌门店数量及分布 99
 - (5) 六神 100
- 1) 产品特征及定位 100
- 2) 营销模式及动向 100
- 3) 品牌门店数量及分布 100
 - (6) 全因爱 101
- 1) 产品特征及定位 101
- 2) 营销模式及动向 101
- 3) 品牌门店数量及分布 101

第5章：婴幼儿洗护用品行业消费需求调研 102

5.1 婴幼儿洗护用品需求背景 102

5.1.1 人口结构变迁与“婴儿潮”红利 102

- (1) 我国婴幼儿占总人口比重变化趋势 102
- (2) 我国人口结构变化特征 103
- (3) 中国儿童消费群体成长情况 105

5.1.2 家庭消费生命周期与消费特征分析 107

- (1) 家庭消费生命周期界定 107
- (2) 不同家庭消费生命周期的消费特征 108

5.2 婴幼儿洗护用品需求空间分析 110

5.2.1 城市婴幼儿消费规模 110

5.2.2 城市婴幼儿消费结构 111

5.2.3 农村婴幼儿消费规模 111

- 5.2.4 农村婴幼儿消费结构 111
- 5.2.5 婴幼儿洗护用品需求空间分析 111
- 5.3 婴幼儿洗护用品消费需求调研 112
 - 5.3.1 婴幼儿洗护用品消费层次 112
 - 5.3.2 婴幼儿洗护用品消费承受能力 112
 - 5.3.3 婴幼儿洗护用品消费质量要求 112
 - 5.3.4 婴幼儿洗护用品品牌忠诚度 113

第6章：婴幼儿洗护用品销售渠道与发展策略 114

- 6.1 婴幼儿洗护用品销售渠道 114
 - 6.1.1 婴幼儿洗护用品销售渠道发展 114
 - 6.1.2 国外婴幼儿洗护用品进入渠道 114
 - (1) 直营销销售渠道 114
 - (2) 大型综合连锁卖场 115
 - (3) 超商大卖场 115
 - (4) 品牌专卖店 116
 - 6.1.3 国内婴幼儿洗护用品销售渠道 117
 - (1) 加盟连锁销售渠道 117
 - (2) 会员配送销售渠道 117
 - (3) 电子商务销售渠道 118
 - (4) 婴幼儿用品专营店 118
 - (5) 批发市场销售渠道 118
 - 6.1.4 婴幼儿洗护用品销售渠道发展趋势 118
- 6.2 婴幼儿洗护用品营销策略及形式 119
 - 6.2.1 婴幼儿洗护用品营销策略形式 119
 - (1) 形象营销策略 119
 - (2) 概念营销策略 120
 - (3) 品牌营销策略 120
 - (4) 文化营销策略 120
 - (5) 情感营销策略 121
 - 6.2.2 婴幼儿洗护用品广告营销策略 121
 - (1) 行业广告创意诉求分析 121

(2) 行业主要广告营销策略比较 122

(3) 行业主要广告营销策略分析 125

第7章：婴幼儿洗护用品行业主要企业生产经营分析 128

7.1 婴幼儿洗护用品企业发展总体状况分析 128

7.1.1 婴幼儿洗护用品行业企业规模 128

7.1.2 婴幼儿洗护用品行业工业产值状况 129

7.1.3 婴幼儿洗护用品行业销售收入和利润 129

7.2 婴幼儿洗护用品行业领先企业个案分析 130

7.2.1 江苏隆力奇生物科技股份有限公司经营情况分析 130

(1) 企业发展简况分析 130

(2) 企业产销能力分析 131

(3) 企业盈利能力分析 132

(4) 企业运营能力分析 132

(5) 企业偿债能力分析 133

(6) 企业发展能力分析 133

(7) 企业组织架构分析 134

(8) 企业产品结构及新产品动向 134

(9) 企业销售渠道与网络 135

(10) 企业经营状况优劣势分析 135

(11) 企业投资兼并与重组分析 135

(12) 企业最新发展动向分析 136

7.2.2 强生（中国）有限公司经营情况分析 136

(1) 企业发展简况分析 136

(2) 企业产销能力分析 137

(3) 企业盈利能力分析 137

(4) 企业运营能力分析 138

(5) 企业偿债能力分析 138

(6) 企业发展能力分析 139

(7) 企业产品结构及新产品动向 139

(8) 企业销售渠道与网络 140

(9) 企业经营状况优劣势分析 140

(10) 企业最新发展动向分析 140

7.2.3 宝洁（中国）有限公司经营情况分析 141

(1) 企业发展简况分析 141

(2) 企业产销能力分析 141

(3) 企业盈利能力分析 142

(4) 企业运营能力分析 143

(5) 企业偿债能力分析 143

(6) 企业发展能力分析 144

(7) 企业产品结构及新产品动向 144

(8) 企业销售渠道与网络 146

(9) 企业经营状况优劣势分析 147

(10) 企业投资兼并与重组分析 147

(11) 企业最新发展动向分析 148

7.2.4 浙江贝因美科工贸股份有限公司经营情况分析 148

(1) 企业发展简况分析 148

(2) 主要经济指标分析 148

(3) 企业盈利能力分析 149

(4) 企业运营能力分析 150

(5) 企业偿债能力分析 150

(6) 企业发展能力分析 151

(7) 企业股权结构及内部组织架构分析 152

(8) 企业经营模式分析 155

(9) 企业产品结构及新产品动向 156

(10) 企业经营状况优劣势分析 158

(11) 企业最新发展动向分析 158

7.2.5 汕头市金发妇幼用品有限公司经营情况分析 158

(1) 企业发展简况分析 158

(2) 企业产销能力分析 159

(3) 企业盈利能力分析 159

(4) 企业运营能力分析 160

(5) 企业偿债能力分析 160

(6) 企业发展能力分析 161

- (7) 企业产品结构及新产品动向 162
- (8) 企业销售渠道与网络 162
- (9) 企业经营状况优劣势分析 162
- (10) 企业最新发展动向分析 162

第8章：博思数据关于婴幼儿洗护用品行业发展趋势分析与预测 216

8.1 婴幼儿洗护用品市场趋势与前景 216

8.1.1 中国婴幼儿洗护用品市场发展趋势 216

- (1) 婴幼儿洗护用品需求稳步增长 216
- (2) 婴幼儿洗护用品原材料趋于天然化 216
- (3) 网络成为婴幼儿产品重要的宣传销售渠道 216
- (4) 内地三、四级城市市场成为争夺焦点 216
- (5) 产品品种趋于多元化和系列化 217
- (6) 对非必需的婴幼儿洗护用品需求日趋增大 217
- (7) 产业资源逐渐向零售商手中集中 217
- (8) 行业市场进一步细分 217
- (9) 行业零售业态多元化 217

8.1.2 中国婴幼儿洗护用品市场前景预测 218

- (1) 婴幼儿洗护用品发展空间巨大 218
- (2) 婴幼儿洗护用品市场前景广阔 218
- (3) 小城市未来的购买力不容忽视 219

8.2 婴幼儿洗护用品行业投资特性 219

8.2.1 进入壁垒 219

8.2.2 盈利模式 220

8.2.3 盈利因素 220

8.3 婴幼儿洗护用品行业投资风险 221

8.3.1 政策风险 221

8.3.2 技术风险 222

- (1) 质量安全风险 222
- (2) 品类单一风险 222
- (3) 外来技术竞争 223

8.3.3 供求风险 223

8.3.4 宏观经济波动风险 223

8.3.5 关联产业风险 223

8.4 婴幼儿洗护用品行业投资建议 224

8.4.1 行业投资现状 224

8.4.2 主要投资建议 224

图表目录：

图表1：2014年婴幼儿洗护用品行业品牌销售收入排名（单位：万元） 2

图表2：2009-2014年上半年我国GDP分季度增长情况（单位：%） 21

图表3：2006-2015年农村居民人均纯收入及其增长率（单位：元，%） 22

图表4：2006-2015年城镇居民人均可支配收入及其增长率（单位：元，%） 23

图表5：2000-2015年我国城镇化水平（单位：万人，%） 23

图表6：2014年5月-2014年6月消费者信心指数、预期指数和满意指数走势 24

图表7：婴幼儿洗护用品行业产业链 32

图表8：1990-2014年我国油料总产量（单位：千吨） 34

图表9：2014年4月-2015年5月中国大豆现货平均价（单位：元/吨） 35

图表10：2014年4月-2015年5月中国豆油现货平均价（单位：元/吨） 35

图表11：2014年4月-2015年5月中国菜油现货平均价（单位：元/吨） 36

图表12：2015年5月原料市场主流市场商谈对比（单位：元/吨） 43

图表13：2008-2015年中国零售行业营收与费用情况分析（单位：万元，%） 52

图表14：2008-2015年中国零售行业收益与利润情况分析（单位：万元，%） 53

图表15：2008-2015年中国零售行业运营能力分析（单位：元，%，次） 53

图表16：2008-2015年中国零售行业资产负债率分析（单位：%） 53

图表17：2014年婴幼儿洗发用品主要品牌及企业（排名不分先后） 60

图表18：2014年婴幼儿沐浴产品主要品牌及企业（排名不分先后） 62

图表19：2014年婴幼儿浴盆/浴床市场主要品牌及企业（排名不分先后） 63

图表20：2014年婴幼儿洗衣液市场主要品牌及企业（排名不分先后） 65

图表21：2014年婴幼儿皂市场主要品牌及企业（排名不分先后） 66

图表22：2014年婴幼儿润肤霜（油）市场主要品牌及企业（排名不分先后） 68

图表23：2014年婴幼儿防晒霜主要品牌及企业（排名不分先后） 70

图表24：2014年婴幼儿按摩油主要品牌及企业（排名不分先后） 71

图表25：2014年婴幼儿护臀（唇）膏市场主要品牌及企业（排名不分先后） 74

图表26：消费者婴幼儿护臀（唇）膏品牌选择市场调研（单位：%）	75
图表27：消费者婴幼儿护臀（唇）膏购买渠道（单位：%）	75
图表28：消费者婴幼儿护臀（唇）膏信息获取渠道（单位：%）	76
图表29：2014年婴幼儿防蚊水主要品牌及企业（排名不分先后）	78
图表30：2014年青岛东元进出口有限公司销量情况（单位：个，瓶、台）	78
图表31：2014年婴幼儿纸尿裤市场主要品牌及企业（排名不分先后）	80
图表32：中国不同年龄段人群患病及就疹率情况（单位：%）	83
图表33：中国婴幼儿解热镇痛药品市场销售额及预测（单位：亿元）	83
图表34：中国婴幼儿药销售收入及预测（单位：亿元）	84
图表35：中国婴幼儿洗护用品市场品牌分别情况（单位：%）	96
图表36：1950-2050年中国婴幼儿、中年人群占总人口比重变化预测（单位：%）	103
图表37：1978-2014年中国人口出生率、死亡率和自然增长率变动情况（单位：%）	104
图表38：第六次人口普查中国大陆人口年龄结构占比情况（单位：%）	105
图表39：2014年世界各国15岁以下人口排名（超过1000万的33个国家）（单位：万人，%）	105
图表40：专卖店婴幼儿洗护用品市场占有率情况（单位：%）	117
图表41：2014年中国婴幼儿洗护用品行业工业总产值、销售收入和利润总额前十名企业	128
图表42：2008-2015年婴幼儿洗护用品行业工业总产值（现价）前十位企业（单位：万元）	129
图表43：2008-2015年中国婴幼儿洗护用品行业企业产品销售收入与利润总额（单位：万元）	130
图表44：2008-2015年江苏隆力奇集团有限公司产销能力分析（单位：万元）	132
图表45：2008-2015年江苏隆力奇集团有限公司盈利能力分析（单位：%）	132
图表46：2008-2015年江苏隆力奇集团有限公司运营能力分析（单位：次）	133
图表47：2008-2015年江苏隆力奇集团有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）	133
图表48：2008-2015年江苏隆力奇集团有限公司发展能力分析（单位：%）	134
图表49：江苏隆力奇科技股份有限公司优劣势分析	135
图表50：2008-2015年强生（中国）有限公司产销能力分析（单位：万元）	137
图表51：2008-2015年强生（中国）有限公司盈利能力分析（单位：%）	138
图表52：2008-2015年强生（中国）有限公司运营能力分析（单位：次）	138
图表53：2008-2015年强生（中国）有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）	139
图表54：2008-2015年强生（中国）有限公司发展能力分析（单位：%）	139

图表55：强生（中国）有限公司优劣势分析 140

图表56：2008-2015年广州宝洁有限公司产销能力分析（单位：万元） 142

图表57：2008-2015年广州宝洁有限公司盈利能力分析（单位：%） 142

图表58：2008-2015年广州宝洁有限公司运营能力分析（单位：次） 143

图表59：2008-2015年广州宝洁有限公司偿债能力分析（单位：%，倍） 143

图表60：2008-2015年广州宝洁有限公司发展能力分析（单位：%） 144

图表61：宝洁（中国）有限公司产品系列与品牌 145

图表62：宝洁（中国）有限公司优劣势分析 147

图表63：2008-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元） 149

图表64：2008-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司盈利能力分析（单位：%） 150

图表65：2008-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司运营能力分析（单位：次） 150

图表66：2008-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍） 151

图表67：2008-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司发展能力分析（单位：%） 151

图表68：浙江贝因美科工贸股份有限公司股权结构图 152

图表69：浙江贝因美科工贸股份有限公司内部组织结构图 155

图表70：浙江贝因美科工贸股份有限公司婴幼儿食品结构图 157

图表71：浙江贝因美科工贸股份有限公司优劣势分析 158

图表72：2008-2015年汕头市金发妇幼用品有限公司产销能力分析（单位：万元） 159

图表73：2008-2015年汕头市金发妇幼用品有限公司盈利能力分析（单位：%） 160

图表74：2008-2015年汕头市金发妇幼用品有限公司运营能力分析（单位：次） 160

图表75：2008-2015年汕头市金发妇幼用品有限公司偿债能力分析（单位：%，倍） 161

图表76：2008-2015年汕头市金发妇幼用品有限公司发展能力分析（单位：%） 161

图表77：汕头市金发妇幼用品有限公司优劣势分析 162

图表78：2008-2015年福建双飞日化有限公司产销能力分析（单位：万元） 163

图表79：2008-2015年福建双飞日化有限公司盈利能力分析（单位：%） 164

图表80：2008-2015年福建双飞日化有限公司运营能力分析（单位：次） 164

图表81：2008-2015年福建双飞日化有限公司偿债能力分析（单位：%，倍） 165

图表82：2008-2015年福建双飞日化有限公司发展能力分析（单位：%） 165

图表83：福建双飞日化有限公司优劣势分析 166

图表84：2008-2015年天津郁美净集团有限公司产销能力分析（单位：万元） 167

图表85：2008-2015年天津郁美净集团有限公司盈利能力分析（单位：%） 168

图表86：2008-2015年天津郁美净集团有限公司运营能力分析（单位：次） 168

图表87：2008-2015年天津郁美净集团有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）	169
图表88：2008-2015年天津郁美净集团有限公司发展能力分析（单位：%、倍）	169
图表89：天津郁美净集团有限公司优劣势分析	170
图表90：2008-2015年立志美丽（南京）有限公司产销能力分析（单位：万元）	171
图表91：2008-2015年立志美丽（南京）有限公司盈利能力分析（单位：%）	172
图表92：2008-2015年立志美丽（南京）有限公司运营能力分析（单位：次）	172
图表93：2008-2015年立志美丽（南京）有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）	173
图表94：2008-2015年立志美丽（南京）有限公司发展能力分析（单位：%）	173
图表95：立志美丽（南京）有限公司优劣势分析	174
图表96：2008-2015年福建省梦娇兰日用化学品有限公司产销能力分析（单位：万元）	175
图表97：2008-2015年福建省梦娇兰日用化学品有限公司盈利能力分析（单位：%）	176
图表98：2008-2015年福建省梦娇兰日用化学品有限公司运营能力分析（单位：次）	176
图表99：2008-2015年福建省梦娇兰日用化学品有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）	177
图表100：2008-2015年福建省梦娇兰日用化学品有限公司发展能力分析（单位：%）	178

本研究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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1507/D571989QQ2.html>