

2009-2010年中国护手霜行业市场分析及发展预测报告

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《2009-2010年中国护手霜行业市场分析及发展预测报告》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/huazhuang/3219332193.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

第一章 护手霜行业分类及发展历程

第一节 产品分类

- 一、防护型
- 二、保湿型
- 三、活肤型
- 四、其他类型

第二节 行业发展历程

第二章 2008-2009年世界护手霜行业发展状况

第一节 2008-2009年世界护手霜行业发展概况

- 一、世界护手霜市场供需情况
- 二、世界护手霜主要产品价格走势
- 三、世界护手霜市场竞争

第二节 2008-2009年世界各国护手霜市场现状

- 一、美国
- 二、法国
- 三、日本
- 四、韩国

第三节 2009-2010年世界护手霜行业发展趋势

第三章 2008-2009年中国护手霜行业的发展环境

第一节 2008-2009年中国政策环境

- 一、环境保护
- 二、行业新规定

第二节 2008-2009年中国经济环境对护手霜行业的影响

- 一、国民经济和行业发展
- 二、能源供应、原材料与行业发展
- 三、加息周期与行业发展

第三节 2008-2009年中国护手霜社会环境

- 一、外资的介入市场
- 二、全球市场现状
- 三、中国消费规模与市场盲点

第四章 2008-2009年中国护手霜行业市场运行现状

第一节 2008-2009年护手霜行业市场发展

- 一、护手霜行业市场寻求品牌突围

二、药房护手霜另辟蹊径走红

三、植物护手霜市场潜力无限

第二节 2008-2009年护手霜行业市场供给

一、市场占有率

二、市场结构

三、渗透率

四、品牌选择相关性

第三节 2008-2009年护手霜产品市场价格

一、2008-2009年价格消费特征

二、2008-2009年主要品牌产品价位

三、价格与成本的关系并不密切

四、策略与品牌战略

第四节 中国护手霜行业市场问题

一、中国护手霜行业面临的主要问题

二、中外日化用品企业的差距

第五章 2008-2009年中国护手霜行业进出口

第一节 2008-2009年中国出口及增长情况

一、2008-2009年行业出口情况

二、行业增长情况

第二节 2008-2009年主要海外重点出口地区

一、美国

二、法国

三、日本

四、韩国

第三节 2008-2009年中国护手霜行业进口

第六章 2008-2009年中国护手霜行业市场渠道

第一节 渠道对行业至关重要

第二节 2008-2009年护手霜行业市场渠道格局

第三节 2008-2009年护手霜行业销售渠道形式

第四节 销售渠道要素对比

第五节 对竞争对手渠道策略的研究

第六节 2008-2009年中国各区域市场主要代理商情况

一、西南地区

二、东北地区

三、华北地区

四、西北地区

五、华东及华南地区

六、华中地区

第七章 2008-2009年中国护手霜行业市场竞争格局与策略

第一节 2008-2009年行业竞争格局

一、进入者的威胁

二、2008-2009年主要原料的供应情况

三、2008-2009年行业内企业竞争状况

第二节 2008-2009年中国护手霜行业机遇和威胁

一、2008-2009年中国护手霜行业的威胁

二、2008-2009年中国护手霜行业的机遇

第三节 2007-2008年护手霜行业市场竞争行为

一、中国护手霜市场价格竞争状况

二、中国护手霜市场渠道竞争状况

三、中国护手霜市场品牌竞争状况

第四节 中国护手霜企业竞争策略

一、增加研发投入和推出新品

二、市场细分

三、产品差异化

四、服务竞争

五、高、低端竞争

第五节 护手霜行业替代品竞争

第八章 中国护手霜行业品牌企业竞争

第一节 宝洁（中国）有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第二节 联合利华（中国）

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第三节 强生（中国）

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第四节 资生堂（中国）

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第五节 VOV（中国）

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第六节 美加净

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第七节 其他护手霜品牌

第九章 2009-2010年中国护手霜行业市场供需状况预测

第一节 2009-2010年中国护手霜市场供给状况

第二节 2009-2010年中国护手霜市场消费状况

一、消费者消费意识的不断提高

二、2009-2010年中国护手霜消费量增加

第三节 2009-2010年中国护手霜市场竞争态势

一、市场竞争愈加激烈

二、产品成本增加

第四节 2008-2010年中国护手霜市场前景展望

第十章 2009-2010年中国护手霜市场投资收益与价值

第一节 中国护手霜市场投资环境

第二节 中国护手霜市场投资机会与潜力

一、2009-2010年中国护手霜市场存在商机

二、2009-2010年中国护手霜市场具有发展机遇

第三节 中国护手霜市场投资收益

第四节 中国护手霜市场投资风险

一、市场竞争激烈

二、成本

第五节 权威专家投资策略与建议

图表目录：（部分）

图表：2007-2008年中国GDP增长率

图表：2007-2008年中国居民消费价格分类指数

图表：2007-2008年中国护手霜产品的生产量

图表：2007-2008年中国护手霜产品的消费量

图表：2007-2008年中国护手霜产品市场容量

图表：2007-2008年中国护手霜产品生产量

图表：2007-2008年中国护手霜产品市场集中度

图表：2007-2008年中国护手霜产品主要品牌的市场份额

图表：2007-2008年中国护手霜产品增长情况

图表：2007-2008年中国护手霜产品品牌渠道购买占有率

图表：2007-2008年中国护手霜差品的进口量

图表：2007-2008年中国护手霜产品的出口量

图表：2007-2008年中国护手霜行业市场销售额

图表：2007-2008年中国护手霜产品消费量

图表：2007-2008年中国消费者对护手霜产品品牌的首要认知渠道调查

图表：2007-2008年中国消费者对护手霜产品品牌偏好调查

图表：2007-2008年中国消费者对护手霜产品品牌占有率与忠诚度比较

图表：2008-2010年中国护手霜产品进出口情况预测

图表：2008-2010年中国护手霜行业增长率预测

图表：2008-2010年中国护手霜行业生产量预测

图表：2008-2010年中国护手霜行业消费量预测

略.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/3219332193.html>