

2009-2012年化妆品行业发展前景分析及投资风险 预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2009-2012年化妆品行业发展前景分析及投资风险预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/200911/F2098C82A29F1078.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

尽管当前全球经济环境日趋恶化，但一些生产商和供应商仍继续投资化妆品领域，化妆品市场需求将快速增长。未来5年美国、欧盟等主要化妆品和护理品市场需求有望以年均5.8%的速度快速增长。上世纪80年代初，中国人年均消费化妆品仅为1元人民币，而在2007年中国化妆品的销售额已达1200亿元。中国化妆品市场销售额仅次于美国和日本，成为全球第三大化妆品销售市场。虽然总额庞大，但中国人均化妆品消费水平不足百元，距世界平均水平仍有不小差距。因此，中国化妆品市场的平均消费能力仍然偏低，对中低端市场的争夺就显得尤为重要，不然很难拓展市场份额。收购整合成熟的本土品牌，并藉此迅速扩大销售网络，构建更完整的品牌线，已经成为跨国企业与中国本土企业展开竞争的重要手段。在国际国内企业日趋白热化竞争中，迅速成长的中国日化企业也在大浪淘沙中重新洗牌，涌现出一批积极向中高端市场渗透的品牌。截至目前，在国产化妆品传统名牌中，隆力奇、美加净、雅倩、丁家宜仍然在竞争中发展。新兴的国产品牌也在不断涌现，如六神、索芙特、滋采、澳雪、黛妃等都已逐步发展壮大起来。2008年全年社会消费品零售总额同比增长21.6%，其中，化妆品类增长22.1%。而以往多年，这个数字常超越30%。虽然整个化妆品市场还保持着增长的态势，但应注意到，中国经济受金融风暴的影响也许还并未度过最糟糕的时期，由于零售消费滞后于宏观经济，2009年第二季度零售行业整体仍难有起色，第三至第四季度或将出现明显回升机会。随着出口业受到金融危机的打击，沿海地区的零售业受到严重影响，如广东省2008年化妆品类零售额下降5.5%。相比而言，华中和西部地区正在成为新的消费热点。另一个明显的变化出现在农村消费市场。2009年一季度，全国县及县以下地区的消费品零售额同比增长17%，城市消费品零售额则同比增长14.1%。这是近年来农村市场零售增长速度首次超过城市。

随着经济的飞速发展，中国已经成为了全球最大的日化消费市场之一。然而，全球性金融危机使一帆风顺的中国经济遭遇了前所未有的困难与挑战，也催生了更多的不确定因素。原材料价格的不稳定性、金融改革、税费等政策面的变化等因素。影响中国化妆品行业发展。应该在产品、渠道、营销等各方面进行立体式创新，以此提升企业的综合竞争力，完成产业结构的升级和改造。基于产业链的全球化竞争正在成为日化行业的发展趋势，顺应这种发展趋势，如何将本土优势与国际经验进行完美融合，做好与国际日化企业的优势融合，既保持品牌独立发展，又能够有效地借力国际资源和经验，已成为许多中国企业都需要思考的重要问题。对于单一企业来说，保持品牌的可持续发展是应对危机的关键。而对于整个行业来说，结构化调整已经迫在眉睫了。经济环境的变化直接导致了化妆品消费者决策行为的变化、商业模式的变化。日化企业应该以不变应万变，保持品牌的连贯性至关重要。中国化妆品产业要实现可持续发展，需要继续坚持自由平等贸易的原则，需要化妆品企业在利润追求之上，更多地关注消费者、关注社会发展。

本研究咨询报告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、中国香料香精化妆品工业协会、中国经济景气监测中心、《中国化妆品》、《化妆品报》、《化妆品行业信息》、《美容时尚报》、国内外相关刊物杂志的基础信息以及化妆品研究单位等公布和提供的大量资料，结合对化妆品相关企业的实地调查，对我国化妆品行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了化妆品行业的前景与风险。报告揭示了化妆品市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划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。

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球化妆品行业发展分析

第一节 2008年全球化妆品市场分析

一、2008年全球化妆品市场回顾

二、2008年全球化妆品市场环境

三、2008年全球化妆品销售分析

四、2008年全球化妆品研发分析

第二节 2009年全球化妆品市场分析

一、2009年全球化妆品需求分析

二、2009年全球化妆品研发分析

三、2009年全球化妆品品牌分析

四、2009年中外化妆品市场对比

第三节 部分国家地区化妆品行业发展状况

一、2008-2009年美国化妆品行业发展分析

二、2008-2009年欧洲化妆品行业发展分析

三、2008-2009年日本化妆品行业发展分析

四、2008-2009年韩国化妆品行业发展分析

第二章 我国化妆品行业发展现状

第一节 中国化妆品行业发展概述

一、中国化妆品行业发展历程

二、中国化妆品行业发展面临问题

三、中国化妆品行业技术发展现状及趋势

第二节 我国化妆品行业发展状况

一、2008年中国化妆品行业发展回顾

二、2008年化妆品行业发展情况分析

三、2008年我国化妆品市场特点分析

四、2009年我国化妆品市场发展分析

第三节 中国化妆品行业供需分析

一、2008年中国化妆品市场供给总量分析

二、2008年中国化妆品市场供给结构分析

三、2009年中国化妆品市场需求总量分析

四、2009年中国化妆品市场需求结构分析

五、2009年中国化妆品市场供需平衡分析

第三章 中国化妆品行业经济运行分析

第一节 2009年化妆品行业运行情况分析

一、2009年化妆品行业经济指标分析

二、2009年化妆品行业收入前十家企业

第二节 2009年化妆品行业产量分析

一、2009年我国化妆品产品产量分析

二、2009年我国化妆品产品产量预测

第三节 2009年化妆品行业进出口分析

一、2009年化妆品行业进口总量及价格

二、2009年化妆品行业出口总量及价格

三、2009年化妆品行业进出口数据统计

四、2009-2012年化妆品进出口态势展望

第四章 中国化妆品消费市场分析

第一节 化妆品行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 化妆品市场消费需求分析

一、化妆品市场的消费需求变化

二、化妆品行业的需求情况分析

三、2009年化妆品品牌市场消费需求分析

第三节 化妆品消费市场状况分析

一、化妆品行业消费特点

二、化妆品消费者分析

三、化妆品消费结构分析

四、化妆品消费的市场变化

五、化妆品市场的消费方向

第四节 化妆品行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、化妆品行业品牌忠诚度调查
- 六、化妆品行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第五章 化妆品细分市场情况分析

第一节 美白护肤市场分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 防晒用品市场分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 天然化妆品市场分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 香水市场发展分析

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 彩妆市场发展分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 个人护理市场发展分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第七节 洗发护发市场发展分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第六章 中国化妆品行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区化妆品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第二节 2009年东北地区化妆品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第三节 2009年华东地区化妆品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第四节 2009年华南地区化妆品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第五节 2009年华中地区化妆品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第六节 2009年西南地区化妆品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第七节 2009年西北地区化妆品行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第七章 化妆品行业投资与发展前景分析

第一节 2009年上半年化妆品行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资结构

二、2009年上半年投资规模情况

- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 第二节 化妆品行业投资机会分析
 - 一、化妆品投资项目分析
 - 二、可以投资的化妆品模式
 - 三、2009年化妆品投资机会
 - 四、2009年化妆品细分行业投资机会
 - 五、2009年化妆品投资新方向
- 第三节 化妆品行业发展前景分析
 - 一、化妆品市场发展前景分析
 - 二、我国化妆品市场蕴藏的商机
 - 三、金融危机下化妆品市场的发展前景
 - 四、2009年化妆品市场面临的发展商机
 - 五、2009-2012年化妆品市场面临的发展商机
- 第二部分 市场竞争格局与形势
- 第八章 化妆品行业竞争格局分析
 - 第一节 化妆品行业集中度分析
 - 一、化妆品市场集中度分析
 - 二、化妆品企业集中度分析
 - 三、化妆品区域集中度分析
 - 第二节 化妆品行业主要企业竞争力分析
 - 一、重点企业资产总计对比分析
 - 二、重点企业从业人员对比分析
 - 三、重点企业全年营业收入对比分析
 - 四、重点企业利润总额对比分析
 - 五、重点企业综合竞争力对比分析
 - 第三节 化妆品行业竞争格局分析
 - 一、2008年化妆品行业竞争分析
 - 二、2008年中外化妆品产品竞争分析
 - 三、2008-2009年国内外化妆品竞争分析
 - 四、2008-2009年我国化妆品市场竞争分析
 - 五、2008-2009年我国化妆品市场集中度分析
 - 六、2009-2012年国内主要化妆品企业动向
- 第九章 2009-2012年中国化妆品行业发展形势分析

第一节 化妆品行业发展概况

- 一、化妆品行业发展特点分析
- 二、化妆品行业投资现状分析
- 三、化妆品行业总产值分析
- 四、化妆品行业技术发展分析

第二节 2008-2009年化妆品行业市场情况分析

- 一、化妆品行业市场发展分析
- 二、化妆品市场存在的问题
- 三、化妆品市场规模分析

第三节 2008-2009年化妆品产销状况分析

- 一、化妆品产量分析
- 二、化妆品产能分析
- 三、化妆品市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

- 一、产品发展新动态
- 二、技术新动态
- 三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第十章 中国化妆品行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国化妆品行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国化妆品行业产销分析

- 一、行业产成品情况总体分析
- 二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009年年中国化妆品行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十一章 化妆品行业赢利水平分析

第一节 成本分析

- 一、2008-2009年化妆品原材料价格走势
- 二、2008-2009年化妆品行业人工成本分析

第二节 产销运存分析

- 一、2008-2009年化妆品行业产销情况
- 二、2008-2009年化妆品行业库存情况
- 三、2008-2009年化妆品行业资金周转情况

第三节 盈利水平分析

- 一、2008-2009年化妆品行业价格走势
- 二、2008-2009年化妆品行业营业收入情况
- 三、2008-2009年化妆品行业毛利率情况
- 四、2008-2009年化妆品行业赢利能力
- 五、2008-2009年化妆品行业赢利水平
- 六、2009-2012年化妆品行业赢利预测

第十二章 化妆品行业盈利能力分析

第一节 2009年中国化妆品行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 2009年中国化妆品行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 2009年中国化妆品行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 2009年中国化妆品行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十三章 化妆品重点企业发展分析

第一节 美国玫琳凯化妆品有限公司

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况
- 三、2009-2012年盈利能力分析
- 四、2009-2012年投资风险

第二节 法国欧莱雅集团有限公司

- 一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第三节 日本资生堂有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四节 美国雅芳化妆品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第五节 美国宝洁公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第六节 美国雅诗兰黛国际集团有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第七节 美国安利公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第八节 英国联合利华有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第九节 索芙特股份有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第十节 上海家化联合股份有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第十一节 台湾自然美

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第十二节 珠海姗拉娜化妆品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第十三节 上海郑明明化妆品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第十四节 北京大宝化妆品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第十五节 天津郁美净集团有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第十六节 广州市采诗化妆品有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

第四部分 投资策略与风险预警

第十四章 化妆品行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 化妆品行业投资效益分析

一、2009年化妆品行业投资状况分析

二、2009年化妆品行业投资效益分析

三、2009-2012年化妆品行业投资方向

四、2009-2012年化妆品行业投资建议

第四节 化妆品行业投资策略研究

一、2008年化妆品行业投资策略

二、2009年化妆品行业投资策略

三、2009-2012年化妆品行业投资策略

四、2009-2012年化妆品细分行业投资策略

第十五章 化妆品行业投资风险预警

第一节 影响化妆品行业发展的主要因素

一、2009年影响化妆品行业运行的有利因素

二、2009年影响化妆品行业运行的稳定因素

三、2009年影响化妆品行业运行的不利因素

四、2009年我国化妆品行业发展面临的挑战

五、2009年我国化妆品行业发展面临的机遇

第二节 化妆品行业投资风险预警

一、2009-2012年化妆品行业市场风险预测

二、2009-2012年化妆品行业政策风险预测

三、2009-2012年化妆品行业经营风险预测

四、2009-2012年化妆品行业技术风险预测

五、2009-2012年化妆品行业竞争风险预测

六、2009-2012年化妆品行业其他风险预测

第五部分 发展趋势与规划建议

第十六章 化妆品行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年中国化妆品市场趋势分析

一、2008-2009年我国化妆品市场趋势总结

二、2009-2012年我国化妆品发展趋势分析

第二节 2009-2012年化妆品产品发展趋势分析

一、2009-2012年化妆品产品技术趋势分析

二、2009-2012年化妆品产品价格趋势分析

第三节 2009-2012年中国化妆品行业供需预测

一、2008-2012年中国化妆品供给预测

二、2009-2012年中国化妆品需求预测

三、2009-2012年中国化妆品价格预测

第四节 2009-2012年化妆品行业规划建议

一、化妆品行业“十一五”整体规划

二、化妆品行业“十一五”发展预测

三、2009-2012年化妆品行业规划建议

第十七章 化妆品企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

一、化妆品价格策略分析

二、化妆品渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高化妆品企业竞争力的策略

一、提高中国化妆品企业核心竞争力的对策

二、化妆品企业提升竞争力的主要方向

三、影响化妆品企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高化妆品企业竞争力的策略

第四节 对我国化妆品品牌的战略思考

一、化妆品实施品牌战略的意义

二、化妆品企业品牌的现状分析

三、我国化妆品企业的品牌战略

四、化妆品品牌战略管理的策略

图表目录

图表：化妆品产业链分析

图表：化妆品行业生命周期

图表：2008-2009年中国化妆品行业市场规模

图表：2008-2009年全球化妆品产业市场规模

图表：2008-2009年化妆品重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国化妆品行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国化妆品行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国化妆品行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国化妆品竞争力分析

图表：2009-2012年中国化妆品市场前景预测

图表：2009-2012年中国化妆品市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国化妆品发展前景预测

图表：2001-2008年美国化妆品市场销售规模

图表：2009-2012年美国化妆品市场销售规模预测

图表：2002-2008年英国化妆品市场规模

图表：2002-2008年英国化妆品市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年英国化妆品市场规模预测

图表：2008-2012年英国化妆品市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年德国化妆品市场规模

图表：2002-2008年德国化妆品市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年德国化妆品市场规模预测

图表：2008-2012年德国化妆品市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年日本化妆品市场规模

图表：2002-2008年日本化妆品市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年日本化妆品市场规模预测

图表：2009-2012年日本化妆品市场规模趋预测势图

图表：2002-2008年中国化妆品市场规模

图表：2002-2008年中国化妆品市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年中国化妆品市场规模预测

图表：2009-2012年中国化妆品市场规模趋预测势图

图表：2008-2009年9月化妆品行业销售成本分析

- 图表：2008-2009年9月化妆品行业销售费用分析
- 图表：2008-2009年9月化妆品行业管理费用分析
- 图表：2008-2009年9月化妆品行业财务费用分析
- 图表：2008-2009年9月化妆品行业销售及利润分析
- 图表：2008-2009年9月化妆品行业销售毛利率分析
- 图表：2008-2009年9月化妆品行业销售利润率分析
- 图表：2008-2009年9月化妆品行业成本费用利润率分析
- 图表：2008-2009年9月化妆品行业总资产利润率分析
- 图表：2008-2009年9月化妆品行业资产分析
- 图表：2008-2009年9月化妆品行业负债分析
- 图表：2008-2009年9月化妆品行业偿债能力分析
- 图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度
- 图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表：2004-2008年年末国家外汇储备
- 图表：2004-2008年税收收入及其增长速度
- 图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度
- 图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度
- 图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度
- 图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度
- 图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度
- 图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度
- 图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度
- 图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力
- 图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况
- 图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表：2008年货物进出口总额及其增长速度
- 图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度
- 图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度
- 图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度
- 图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
- 图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
- 图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-9月工业生产主要指标

图表：2008-2009年9月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年9月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-9月我国化妆品产品进口数据

图表：2009年1-9月我国化妆品产品出口数据

图表：2009年1月我国化妆品产品进口数据

图表：2009年1月我国化妆品产品出口数据

图表：2009年2月我国化妆品产品进口数据

图表：2009年2月我国化妆品产品出口数据

图表：2009年3月我国化妆品产品进口数据

图表：2009年3月我国化妆品产品出口数据

图表：2009年上半年我国化妆品产品进口数据

图表：2009年上半年我国化妆品产品出口数据

图表：2009年4月我国化妆品产品进口数据

图表：2009年4月我国化妆品产品出口数据

图表：2009年5月我国化妆品产品进口数据

图表：2009年5月我国化妆品产品出口数据

图表：2009年6月我国化妆品产品进口数据

图表：2009年6月我国化妆品产品出口数据

图表：2009年2季度我国化妆品产品进口数据

图表：2009年2季度我国化妆品产品出口数据

图表：2009年7月我国化妆品产品进口数据

图表：2009年7月我国化妆品产品出口数据

图表：2009年8月我国化妆品产品进口数据

图表：2009年8月我国化妆品产品出口数据

图表：2009年9月我国化妆品产品进口数据

图表：2009年9月我国化妆品产品出口数据

图表：2009年3季度我国化妆品产品进口数据

图表：2009年3季度我国化妆品产品出口数据

- 图表：2009年1-9月中国化妆品行业国有企业工业数据
- 图表：2009年1-9月中国化妆品行业集体企业工业数据
- 图表：2009年1-9月中国化妆品行业股份合作制企业工业数据
- 图表：2009年1-9月中国化妆品行业股份制企业工业数据
- 图表：2009年1-9月中国化妆品行业私营企业工业数据
- 图表：2009年1-9月中国化妆品行业外商和港澳台投资企业工业数据
- 图表：2009年1-9月中国化妆品行业其他类型企业工业数据
- 图表：2009年1-9月中国不同所有制化妆品企业累计工业总产值对比
- 图表：2009年1-9月中国不同所有制化妆品企业累计产品销售收入对比
- 图表：2009年1-9月中国不同所有制化妆品企业累计资产总计对比
- 图表：2009年1-9月中国不同所有制化妆品企业累计利润总额对比
- 图表：2009年1-9月中国不同所有制化妆品企业累计工业总产值增长对比
- 图表：2009年1-9月中国不同所有制化妆品企业累计产品销售收入增长对比
- 图表：2009年1-9月中国不同所有制化妆品企业累计利润总额增长对比
- 图表：2009年1-9月中国不同所有制化妆品企业产销率对比
- 图表：2009年1-9月中国不同所有制化妆品企业流动资产周转次数对比
- 图表：2009年1-9月中国不同所有制化妆品企业人均销售率对比
- 图表：2009年1-9月中国不同所有制化妆品企业亏损面对比
- 图表：2009年1-9月中国不同所有制化妆品企业销售利润率对比
- 图表：2009年1-9月中国不同所有制化妆品企业资金利税率对比
- 图表：2009年1-9月化妆品产品产量北京市统计
- 图表：2009年1-9月化妆品产品产量天津市统计
- 图表：2009年1-9月化妆品产品产量河北省统计
- 图表：2009年1-9月化妆品产品产量内蒙古统计
- 图表：2009年1-9月化妆品产品产量辽宁省统计
- 图表：2009年1-9月化妆品产品产量吉林省统计
- 图表：2009年1-9月化妆品产品产量黑龙江统计
- 图表：2009年1-9月化妆品产品产量上海市统计
- 图表：2009年1-9月化妆品产品产量江苏省统计
- 图表：2009年1-9月化妆品产品产量浙江省统计
- 图表：2009年1-9月化妆品产品产量安徽省统计
- 图表：2009年1-9月化妆品产品产量福建省统计
- 图表：2009年1-9月化妆品产品产量江西省统计
- 图表：2009年1-9月化妆品产品产量山东省统计
- 图表：2009年1-9月化妆品产品产量河南省统计

图表：2009年1-9月化妆品产品产量湖北省统计

图表：2009年1-9月化妆品产品产量湖南省统计

图表：2009年1-9月化妆品产品产量广东省统计

图表：2009年1-9月化妆品产品产量广西区统计

图表：2009年1-9月化妆品产品产量海南省统计

图表：2009年1-9月化妆品产品产量四川省统计

图表：2009年1-9月化妆品产品产量云南省统计

图表：2009年1-9月化妆品产品产量陕西省统计

图表：2009年1-9月化妆品产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-9月化妆品产品产量青海省统计

图表：2009年1-9月化妆品产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-9月化妆品产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/200911/F2098C82A29F1078.html>