

# 2014-2019年女性洗液市场 监测与发展趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2014-2019年女性洗液市场监测与发展趋势预测报告》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.cction.com/report/201403/102486.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

就中国目前市面，已有的女性洗液而言，分为以天然乳酸和草本植物精华为主要成分的保健型和以中草药为主要成分的非处方药物型。女性抗菌洗液有别于化工洗液及日常生活中的洗涤液，特别为女性私处清洁护理设计，具有广泛的适用性和较高的安全性。因针对的人群及功效不同，又分为“妆”字号、“消”字号及“药”字号洗液。调查显示32%的女性时常使用，25%的女性每天使用，58%的人一周至少使用1次，19%的女性经期不间断使用，91%的人选择中药或植物型洗液，5%的人定期做冲洗。可以看出，洗液已成为妇女卫生保健的常用品，中药植物型洗液受到女性们的特别青睐。女性洗液是日化产品之一，其市场状况与日化市场息息相关。国内的日化行业曾经造就出许多国人耳熟能详的知名品牌，但在宝洁、联合利华等跨国巨头大举进入后，日化市场被迅速吞噬殆尽，国内企业只能在夹缝中求生存。近年来随着自身实力的逐渐壮大，国内企业开始纷纷向跨国巨头叫板，巨头们当然不甘心让出市场，于是日化行业开始硝烟弥漫。由于中国日化市场庞大的规模和增长潜力以及较低的市场准入门槛，全球知名的企业纷纷进入中国市场抢夺市场份额。宝洁、联合利华等国际巨头凭借强大的实力和多年的中国市场开拓，已经树立了在中国地区的相对垄断地位。这种垄断地位将在相当一段时期内占据主要位置。但是，他们也是为了广大消费者，没有了消费群体就相当于没有了市场，企业就会破产倒闭。只有产品得到消费者的认可，消费者才可能买你的产品，企业才有出路。中国日化行业的发展趋势已经愈来愈明朗化，竞争白热化的加剧导致各类日化企业必然会为了基本的生存需求与企业发展壮大需要，而进行一系列的突破求新，从而开辟出适合本企业的发展之道。在各类日化企业的发展之道中，资本运营的方式无疑是一种具有风险，但又具有大收益的有效方式，于是便有很多规模大小不等的日化企业进入资本运营的时代，其中尤为大企业喜好这种方式进行发展运营。

相对较高的利润率，吸引越来越多的传统中国日化公司以外的中国大型企业集团进入这个市场。以往的高端日化产品已逐渐成为大众消费产品。在过去的20年中，产品价格的下降和消费者购买力的增长使一部分日化产品从以前的“奢侈品”转变为一般消费者日常使用的产品。例如，以前洗发水对于普通中国消费者来说较为昂贵，但现在洗发水产品已经渗透98%的城市市场。另外，国际知名化妆品品牌也已经在大多数一线和二线城市占主导地位。一直以来，中国日化市场，尤其是化妆品，外资品牌占据着绝对优势。随着全球经济形势走低，更多外资品牌试图进入中国市场，国产品牌面临着巨大的市场压力。从竞争情况来看，“洋”品牌依旧是各城市商场里化妆品专柜的主角。我国日化市场销售额平均以每年23.8%的速度增长，最高达41%，增长速度远远高于国民经济的平均增长速度，且具有相当大的发展潜力，自然而然使中国市场成为国际日化巨头和本土品牌觊觎已久的大蛋糕。

本《2014-2019年女性洗液市场竞争格局与投资策略研究咨询报告》，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、国务院发展研究中心、国家商务部、国家财政部、中国洗涤用品工业协会、中国医药协会、中国轻工业协会、中国日用化工协会、中国行业研究网、国内外行业相关的信息以及对国内消费市场调查获得的第一手资料，对我国女性洗液行业的发展现状、竞争与消费状况、销售情况、重点企业以及国家相关产业政策等进行了研究，并重点分析了女性洗液市场的消费状况以及行业竞争格局，详解了行业知名品牌营销策略，剖析了行业企业竞争状况，并对女性洗液企业的发展提出了建设性的意见。报告还对我国女性洗液行业的原料资源和发展环境进行了详细深入的分析及研究，重点分析了影响我国女性洗液行业发展的主要因素以及女性洗液行业的发展趋势，并对我国主要女性洗液行业的经营现状及发展战略进行了详细科学的分析及预测，针对我女性洗液竞争力的现状，提出了提高我国女性洗液行业竞争力的策略，是女性洗液生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前女性洗液行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考。

## 报告目录

### 第一部分 行业现状

#### 第一章 女性洗液综合概述 1

##### 第一节 女性洗液概述 1

###### 一、女性洗液概念 1

###### 二、女性洗液特性 1

###### 三、女性洗液分类 2

##### 第二节 女性洗液行业特性分析 3

###### 一、女性洗液市场特点 3

###### 二、女性洗液行业经济特性 4

###### 三、女性洗液行业成熟度分析 5

##### 第三节 女性洗液行业产业链分析 6

###### 一、女性洗液产业链上游分析 6

###### 二、女性洗液产业下游分析 13

###### 三、女性洗液成本构成 18

#### 第二章 2012年中国女性洗液行业市场发展环境分析 19

##### 第一节 2012年全球环境分析 19

###### 一、经济环境分析 19

###### 二、社会环境分析 20

三、政策环境分析	28
四、研发环境	29
第二节 2012年中国经济环境分析	32
一、国民经济运行情况	32
二、消费价格指数CPI、PPI分析	38
三、全国居民收入情况解读	51
四、2008-2012年恩格尔系数分析	52
五、2008-2012年工业发展形势走势	55
六、固定资产投资情况	58
七、2008-2012年对外贸易进出口分析	61
第三节 2012年中国女性洗液行业政策环境分析	73
一、与女性洗液相关的监管机构	73
二、其女性洗液相关的法律法规	76
第四节 2012年中国女性洗液行业社会环境分析	77
一、人口环境分析	77
二、教育情况分析	80
三、文化环境分析	80
四、生态环境分析	82
五、中国城镇化率	85
六、女性消费心理分析	87
第三章 2012年世界女性洗液行业运行态势分析	92
第一节 2012年世界清洁护理用品运行概况	92
一、世界个人清洁护理用品总体消费情况	92
二、世界个人清洁护理用品市场主要产品销售情况	93
三、世界个人护理用品前景趋势	94
第二节 2012年世界女性洗液市场运行现状综述	96
一、世界女性洗液市场特点	96
二、世界女性洗液市场品牌点评	97
三、世界女性洗液成份分析	97
第三节 2012年世界主要国家女性洗液市场点评	97
一、美国	97
二、日本	98

三、	韩国	98
四、	法国	98
第四章	中国女性洗液发展现状分析	100
第一节	女性洗液行业发展概况	100
一、	中国女性洗液行业的现状	100
二、	中国女性洗液行业存在的问题	101
三、	中国女性洗液行业的发展趋势	102
四、	女性洗液行业的最新动态	103
第二节	中国女性洗液行业要素分析	104
一、	2012年中国女性洗液行业企业数量分析	104
二、	2012年中国女性洗液行业资产规模分析	105
三、	从业人员数	105
四、	中国女性洗液需求分析	105
第三节	2012年中国女性洗液行业经营分析	106
一、	女性洗液行业收入结构分析	106
二、	女性洗液行业成本费用分析	106
三、	女性洗液行业盈利分析	106
第五章	女性洗液行业政策分析	107
第一节	现行发展政策分析	107
一、	“十二五”规划对女性洗液行业的影响分析	107
二、	“城镇化”对女性洗液行业影响分析	115
第二节	女性洗液行业监管政策分析	116
一、	现行的政策分析	116
二、	关于切实加强民族医药事业发展的指导意见	116
三、	违法广告涉及的药品医疗器械保健食品暂停销售通知	118
第六章	中国女性洗液行业消费分析	120
第一节	女性洗液行业产品消费者分析	120
一、	不同收入水平消费者偏好分析	120
二、	不同年龄的消费者偏好分析	120
三、	不同地区的消费者偏好分析	120
第二节	女性洗液消费市场状况分析	123
一、	女性洗液行业消费特点	123

二、女性洗液消费者分析	124
三、女性洗液市场的消费方向	124
第三节 影响消费因素分析	125
一、价格敏感程度	125
二、品牌的影响	129
三、购买方便的影响	131
四、广告的影响程度	131
五、包装的影响程度	134
六、品牌忠诚度分析	136
第二部分 市场竞争格局	
第七章 中国女性洗液行业市场分析	137
第一节 中国女性洗液行业市场综述	137
一、中国女性洗液行业市场现状	137
二、中国女性洗液行业市场结构分析	139
三、女性洗液行业市场规模分析	139
四、2014-2019年女性洗液行业的销售规模预测	140
第二节 2012年女性洗液行业市场分析	140
一、2012年女性洗液行业市场供给分析	140
二、2012年女性洗液行业市场需求分析	140
三、2012年女性洗液行业市场规模分析	141
四、2012年市场结构格局分析	141
五、市场渠道分析	142
六、女性洗液行业市场发展策略	142
第三节 妇科病况分析分析	147
一、妇科疾病患病情况	147
二、妇科感染性疾病概述	147
三、常见的妇科生殖道感染及其患病率	147
第八章 女性洗液行业竞争分析	149
第一节 行业竞争结构分析	149
一、现有企业间竞争	149
二、潜在进入者分析	150
三、替代品威胁分析	150

四、	供应商议价能力	150
五、	客户议价能力	151
第二节	行业集中度分析	152
一、	市场集中度分析	152
二、	企业集中度分析	153
三、	区域集中度分析	154
四、	品牌集中度分析	154
第三节	中国女性洗液行业竞争格局综述	155
一、	2012年女性洗液行业集中度	155
二、	2012年女性洗液行业竞争程度	155
三、	2012年女性洗液行业竞争格局	156
第四节	2014-2019年中国女性洗液行业竞争分析及预测	157
一、	2011年女性洗液市场竞争情况分析	157
二、	2012年女性洗液市场竞争形势分析	158
三、	2014-2019年集中度分析及预测	159
四、	2014-2019年SWOT分析及预测	159
五、	2014-2019年进入退出状况分析及预测	159
六、	2014-2019年生命周期分析及预测	160
第九章	重点区域分析	161
第一节	华东地区女性洗液市场分析	161
一、	消费者消费意识形态	161
二、	国内外品牌渗透情况	161
三、	市场销售动态	161
四、	区域潜在消费空间	162
第二节	华南地区女性洗液市场分析	162
一、	消费者消费意识形态	162
二、	国内外品牌渗透情况	162
三、	市场销售动态	162
四、	区域潜在消费空间	162
第三节	华中地区女性洗液市场分析	163
一、	消费者消费意识形态	163
二、	国内外品牌渗透情况	163



- 三、市场销售动态 163
- 四、区域潜在消费空间 164
- 第四节 华北地区女性洗液市场分析 164
  - 一、消费者消费意识形态 164
  - 二、国内外品牌渗透情况 164
  - 三、市场销售动态 164
  - 四、区域潜在消费空间 164
- 第五节 西南地区女性洗液市场分析 165
  - 一、消费者消费意识形态 165
  - 二、国内外品牌渗透情况 165
  - 三、市场销售动态 165
  - 四、区域潜在消费空间 165
- 第六节 东北地区女性洗液市场分析 166
  - 一、消费者消费意识形态 166
  - 二、国内外品牌渗透情况 166
  - 三、市场销售动态 166
  - 四、区域潜在消费空间 166
- 第七节 西北地区女性洗液市场分析 167
  - 一、消费者消费意识形态 167
  - 二、国内外品牌渗透情况 167
  - 三、市场销售动态 167
  - 四、区域潜在消费空间 167
- 第十章 女性洗液市场细分行业分析 168
  - 第一节 “消”字号女性洗液市场分析 168
    - 一、“消”字号女性洗液市场发展现状 168
    - 二、2012年“消”字号女性洗液销售分析 168
    - 三、“消”字号女性洗液市场焦点 168
    - 四、“消”字号女性洗液市场前景 169
    - 五、“消”字号女性洗液未来趋势 169
  - 第二节 “妆”字号女性洗液市场分析 169
    - 一、“妆”字号女性洗液市场发展现状 169
    - 二、2012年“妆”字号女性洗液销售分析 169

三、"妆"字号女性洗液市场焦点	170
四、"妆"字号女性洗液市场前景	170
五、"妆"字号女性洗液未来趋势	170
第三节 "药"字号女性洗液市场分析	170
一、"药"字号女性洗液市场发展现状	170
二、2012年"药"字号女性洗液销售分析	171
三、"药"字号女性洗液市场焦点	171
四、"药"字号女性洗液市场前景	171
五、"药"字号女性洗液未来趋势	172
第十一章 女性洗液行业相关洗涤市场分析	173
第一节 洗涤市场分析	173
一、洗涤市场概况分析	173
二、"十二五"规划对洗涤的影响	176
三、洗涤市场运行分析	186
四、洗涤发展存在的问题	187
五、洗涤市场前景分析	188
第二节 2011-2013年一季度洗涤市场分析	190
一、2011年洗涤市场情况	190
二、2012年洗涤市场情况	197
三、2013年一季度洗涤市场情况	203
第三节 洗涤发展策略分析	204
一、洗涤市场定位分析	204
二、洗涤相关政策解读	206
三、洗涤发展趋势分析	208
第四节 洗涤市场最新动态	213
第十二章 女性洗液行业国内重点企业分析	215
第一节 洁尔阴-成都恩威投资(集团)有限公司	215
一、企业概况	215
二、企业经营情况分析	215
三、企业经济指标分析	217
四、企业盈利能力分析	217
五、企业运营能力分析	217

六、企业战略分析	218
第二节 肤阴洁-广西源安堂药业有限公司	223
一、企业概况	223
二、企业经营情况分析	224
三、企业经济指标分析	226
四、企业盈利能力分析	226
五、企业运营能力分析	226
六、企业战略分析	227
第三节 妇炎洁-江西仁和药业股份有限公司	231
一、企业概况	231
二、企业经营情况分析	232
三、企业经济指标分析	233
四、企业盈利能力分析	235
五、企业偿债能力分析	239
六、企业运营能力分析	241
七、企业战略分析	245
第四节 花红-广西花红药业股份有限公司	246
一、企业概况	246
二、企业经营情况分析	247
三、企业经济指标分析	248
四、企业运营能力分析	249
五、企业战略分析	250
第五节 西妮-润世界(北京)个人用品有限公司	251
一、企业概况	251
二、企业运营能力分析	251
第六节 日舒安-贵州汉方制药有限公司	252
一、企业概况	252
二、竞争优势	253
三、企业经营情况分析	254
四、企业经济指标分析	255
五、企业运营能力分析	256
六、企业战略分析	256

## 第七节 百艾-湖南省守护神制药有限公司 257

### 一、企业概况 257

### 二、企业经营情况分析 258

### 三、企业盈利能力分析 259

### 四、企业运营能力分析 259

### 五、企业战略分析 260

## 第八节 菌花-重庆希尔安药业有限公司 260

### 一、企业概况 260

### 二、企业经营情况分析 262

### 三、企业经济指标分析 262

### 四、企业盈利能力分析 263

### 五、企业运营能力分析 263

### 六、企业战略分析 264

## 第九节 妇科千金-株洲千金药业股份有限公司 264

### 一、企业概况 264

### 二、企业经营情况分析 265

### 三、企业经济指标分析 266

### 四、企业盈利能力分析 268

### 五、企业偿债能力分析 273

### 六、企业运营能力分析 275

### 七、企业战略分析 279

## 第十节 夏依-上海百润医药科技有限公司 280

### 一、企业概况 280

### 二、企业经营情况分析 280

### 三、企业盈利能力分析 281

### 四、企业运营能力分析 283

### 五、企业战略分析 284

## 第三部分 行业预测

## 第十三章 女性洗液行业投资机会与风险 285

### 第一节 女性洗液行业投资效益分析 285

#### 一、2010-2012年女性洗液行业投资状况分析 285

#### 二、2014-2019年女性洗液行业投资效益分析 286

三、2014-2019年女性洗液行业投资市场空间预测	286
四、2014-2019年女性洗液行业的投资方向	287
五、2014-2019年女性洗液行业投资的建议	288
六、新进入者应注意的障碍因素分析	289
第二节 影响女性洗液行业发展的主要因素	289
一、2014-2019年影响女性洗液行业运行的有利因素分析	289
二、2014-2019年影响女性洗液行业运行的稳定因素分析	290
三、2014-2019年影响女性洗液行业运行的不利因素分析	291
四、2014-2019年我国女性洗液行业发展面临的挑战分析	291
五、2014-2019年我国女性洗液行业发展面临的机遇分析	291
第三节 女性洗液行业投资风险及控制策略分析	292
一、2014-2019年女性洗液行业市场风险及控制策略	292
二、2014-2019年女性洗液行业政策风险及控制策略	292
三、2014-2019年女性洗液行业经营风险及控制策略	293
四、2014-2019年女性洗液同业竞争风险及控制策略	293
五、2014-2019年女性洗液行业其他风险及控制策略	294
第四部分 投资战略	
第十四章 女性洗液行业投资战略研究	295
第一节 女性洗液行业发展战略研究	295
一、战略综合规划	295
二、业务组合战略	296
三、区域战略规划	297
四、产业战略规划	298
五、营销品牌战略	307
六、竞争战略规划	308
第二节 对女性洗液品牌的战略思考	310
一、企业品牌的重要性	310
二、女性洗液实施品牌战略的意义	311
三、女性洗液企业品牌的现状分析	312
四、女性洗液企业的品牌战略	314
五、女性洗液品牌战略管理的策略	316
第三节 女性洗液行业投资战略研究	318

- 一、2012年女性洗液行业投资战略 318
  - 二、2013年女性洗液行业投资战略 319
  - 三、2014-2019年女性洗液行业投资战略 321
  - 四、2014-2019年细分行业投资战略 321
- 第四节 研究结论与建议 322

- 一、研究结论 322
- 二、建议 322

#### 图表目录

- 图表：2012年国内生产总值核算数据 37
- 图表：2012年国内生产总值环比增速 37
- 图表：2006-2011年国内生产总值及其增长速度 38
- 图表：2012年全国居民消费价格涨跌幅 39
- 图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 39
- 图表：2011年居民消费价格比2010年涨跌幅度 39
- 图表：2012年居民消费价格分类别同比涨跌幅 41
- 图表：2011年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 42
- 图表：2012年居民消费价格分类别环比涨跌幅 43
- 图表：2011-2012年蔬菜环比价格指数 43
- 图表：2012年各地蔬菜价格环比平均涨幅 44
- 图表：2011-2012年猪肉、牛肉和羊肉价格指数 45
- 图表：2012年12月份部分食品同比价格指数 45
- 图表：2012年50个城市部分食品价格 46
- 图表：工业生产者出厂价格涨跌幅 47
- 图表：工业生产者购进价格涨跌幅 47
- 图表：生产资料出厂价格涨跌幅 48
- 图表：生活资料出厂价格涨跌幅 48
- 图表：2013年2月份工业生产者价格主要数据 49
- 图表：2008年1月-2013年2月中国PPI指数走势图 50
- 图表：1978-2011年我国城乡居民家庭人均收入及恩格尔系数 54
- 图表：2008年11月-2009年11月工业总产值和同比增长率 57
- 图表：固定资产投资（不含农户）同比增长 58
- 图表：分地区投资相邻两月累计同比增长 59

图表：2012年我国固定资产投资到位资金同比增速 60

图表：2009-2012年全国固定投资统计分析 60

图表：2011年我国固定资产投资资金来源增速 60

图表：2012年我国东、中西部地区固定资产投资增速 61

图表：2012年1月-2013年1月我国出口走势 64

图表：2013年1月我国进口市场结构 64

图表：2013年1月我国出口市场结构 65

图表：2012年12月我国进口市场结构 65

图表：2011年10月-2012年10月我国出口走势 66

图表：2012年1月-2013年1月我国进口走势 66

图表：2012年12月我国出口市场结构 67

图表：2011年10月-2012年10月我国进口走势 67

图表：2011年11月-2012年11月我国出口走势 68

图表：2012年10月我国进口市场结构 68

图表：2011年1月-2012年1月我国进口走势 69

图表：2011年我国进口走势 69

图表：2011年1月我国出口走势 70

图表：2009年1-12月我国出口走势 70

图表：2009年1-12月我国进口走势 71

图表：2009年1-12月我国进口市场结构 71

图表：2009年1-12月我国出口市场结构 72

图表：2010年12月我国出口市场结构 72

图表：2010年12月我国进口市场结构 73

图表：中国人口分布分析 78

图表：中国人口年龄分布 79

图表：2008-2012年中国人口净增规模及增长 79

图表：2008-2012年世界个人清洁护理用品市场规模及增长 92

图表：女性清洁私处的常用方法 100

图表：消费者对女性洗液气味的选择 102

图表：使用护理液的原因 103

图表：2008-2012年中国洗涤行业企业数量规模及增长 104

图表：2008-2012年中国女性洗液知名企业数量规模及增长 104

图表：2008-2012年中国洗涤行业资产规模及增长 105

图表：2008-2012年中国洗涤行业从业人员数量规模及增长 105

图表：女性洗液的使用频率 106

图表：女性洗液档次划分 128

图表：女性洗液市场各价格档次占比 129

图表：女性洗液产品价格比较 129

图表：2012年女性洗液市场品牌影响力分析 130

图表：消费者对广告的关注情况 132

图表：消费者获取产品/服务信息时所关注的广告类型和影响力 133

图表：女性洗液市场购买受广告类型和影响力 134

图表：女性洗液广告代言人分析 134

图表：女性洗液市场消费者对包装的重视程度 136

图表：女性洗液品牌忠诚度分析 136

图表：购买影响因素 139

图表：认知使用地区品牌分析 139

图表：2014-2019年女性洗液市场销量规模及增长分析 140

图表：女性洗液的使用频率 141

图表：2012年各品牌销量分析 141

图表：女性洗液市场消费者认知渠道 142

图表：妇科疾病分析 147

图表：“十一五”规划产量指标执行情况 178

图表：2006年~2010年我国洗涤用品产品结构变化情况 178

图表：2005~2009年产品抽检情况 180

图表：2011年我国日用化学产品制造企业单位数 192

图表：2011年我国日用化学产品制造亏损企业单位数 193

图表：2011年我国日用化学产品制造从业人员平均人数 193

图表：2011年我国日用化学产品制造亏损企业亏损总额 193

图表：2011年我国日用化学产品制造产成品 194

图表：2011年我国日用化学产品制造应收帐款净额同比增长 194

图表：2011年我国日用化学产品制造出口交货值 194

图表：2011年我国日用化学产品制造工业销售产值 195

图表：2011年我国日用化学产品制造流动资产合计 195



图表：2011年我国日用化学产品制造资产合计 195

图表：2011年我国日用化学产品制造负债合计 196

图表：2011年我国日用化学产品制造主营业务收入 196

图表：2011年我国日用化学产品制造主营业务成本 196

图表：2011年我国日用化学产品制造利润总额 197

图表：2012年我国日用化学产品制造企业单位数 197

图表：2012年我国日用化学产品制造亏损企业单位数 197

图表：2012年我国日用化学产品制造从业人员平均人数 198

图表：2012年我国日用化学产品制造亏损企业亏损总额 198

图表：2012年我国日用化学产品制造工业销售产值 198

图表：2012年我国日用化学产品制造出口交货值 199

图表：2012年我国日用化学产品制造应收帐款净额 199

图表：2012年我国日用化学产品制造存货 199

图表：2012年我国日用化学产品制造产成品 200

图表：2012年我国日用化学产品制造流动资产合计 200

图表：2012年我国日用化学产品制造资产合计 200

图表：2012年我国日用化学产品制造负债合计 201

图表：2012年我国日用化学产品制造主营业务收入 201

图表：2012年我国日用化学产品制造主营业务成本 201

图表：2012年我国日用化学产品制造销售费用 202

图表：2012年我国日用化学产品制造管理费用 202

图表：2012年我国日用化学产品制造财务费用 202

图表：2012年我国日用化学产品制造利润总额 203

图表：2013年一季度我国日用化学产品制造企业单位数 203

图表：2013年一季度我国日用化学产品制造工业销售产值 204

图表：2013年一季度我国日用化学产品制造出口交货值 204

图表：2008-2012年洁尔阴洗液销量分析 216

图表：2008-2012年肤阴洁洗液销量分析 226

图表：2008-2012年妇炎洁洗液销量分析 233

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司核心财务指标 233

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司资产负债指标 234

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司利润分配指标 234

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司现金流量指标 234

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司流动资产 235

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司非流动资产 235

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司所有者权益 236

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司利润分配 237

图表：2012年第二季度仁和药业股份有限公司主营业务收入 238

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司获利能力分析 239

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司投资收益分析 239

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司流动负债 239

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司非流动负债 240

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司偿债能力分析 241

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司经营活动产生的现金流量 241

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司投资活动产生的现金流量 242

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司筹资活动产生的现金流量 243

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司现金及现金等价物净增加额 244

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司资本结构分析 244

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司经营效率分析 244

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司发展能力分析 245

图表：2011-2012年仁和药业股份有限公司现金流量分析 245

图表：2008-2012年妇科花红洗液销量分析 248

图表：2008-2012年西妮洗液销量分析 252

图表：2008-2012年日舒安洗液销量分析 255

图表：2008-2012年百艾洗液销量分析 259

图表：2008-2012年菌花洗液销量分析 262

图表：2008-2012年妇科千金洗液销量分析 266

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司资产负债指标 266

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司利润分配指标 267

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司现金流量指标 267

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司流动资产 268

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司非流动资产 268

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司所有者收益 269

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司利润分配表 270

图表：2011年第四季度广西花红药业股份有限公司主营业务收入 272

图表：2012年第二季度广西花红药业股份有限公司各行业收入 272

图表：2012年第二季度广西花红药业股份有限公司各类产品收入 272

图表：2012年第二季度广西花红药业股份有限公司各地区收入 272

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司获利能力分析 273

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司投资收益分析 273

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司流动负债 273

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司非流动负债 274

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司偿债能力分析 275

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司经营活动产生的现金流量 275

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司投资活动产生的现金流量 276

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司筹资活动产生的现金流量 277

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司现金及现金等价物净增加额 278

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司资本结构分析 278

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司经营效率分析 278

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司发展能力分析 279

图表：2011-2012年广西花红药业股份有限公司现金流量分析 279

图表：2008-2012年夏依洗液销量分析 281

图表：2000-2010年我国女性人口数量变化趋势 287

图表：2014-2019年我国女性洗液市场规模预测 287

图表：女性洗液排名前十品牌 314

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102486.html>