

2013-2018年中国婴儿洗护 用品市场销售态势及投资盈利预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2013-2018年中国婴儿洗护用品市场销售态势及投资盈利预测报告》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.abaogao.com/b/riyongpin/K77161NPPV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

第1章：中国婴儿洗护用品行业进展综述 18

1.1 婴儿洗护用品行业定义及种类 18

1.1.1 行业概念及定义 18

1.1.2 主要产品大类 18

1.2 婴儿洗护用品行业PEST模型 18

1.2.1 行业zhengzhi法律环境条件预测（P） 18

（1）行业相关标准 18

（2）行业法律法规 19

1.2.2 行业经济环境条件预测（E） 21

（1）中国经济增长 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 行业社会环境条件预测（S） 25

（1）居民消费结构 25

（2）居民消费观念 26

1.2.4 行业信息技能环境条件预测（T） 28

（1）行业信息技能使用现状透析 28

（2）行业信息技能利用状况预测 28

1.3 婴儿洗护用品行业波特五力模型 29

1.3.1 行业上游议价能力预测 29

1.3.2 行业下游议价能力预测 29

1.3.3 行业新进入者威胁预测 30

1.3.4 行业替代品威胁预测 30

1.3.5 行业现有竞争者竞争预测 30

第2章：婴儿洗护用品行业产业链解析 32

2.1 婴儿洗护用品行业产业链描述 32

2.2 婴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进展状况预测 33
 - (2) 合成油脂原料市场供给与进展状况预测 36
 - (3) 粉质原料市场供给与进展状况预测 38
 - (4) 胶质原料市场供给与进展状况预测 40
 - (5) 植物提取物市场供给与价格动态 41
 - (6) 婴儿洗护用品包装行业 43
- 2.2.2 婴儿洗护用品行业成本结构与比重 45
 - (1) 成本结构构成预测 45
 - (2) 用工成本预测 46
 - (3) 运营成本预测 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 传统零售业进展现状与需求 50
 - (1) 传统零售业进展现状 50
 - 1) 零售行业进展概况 50
 - 2) 零售行业进展特征 50
 - 3) 零售行业经济运行 52
 - 4) 零售行业竞争情况 54
 - (2) 婴儿洗护用品综合零售渠道需求 54
 - 2.3.2 电子商务进展现状与需求 55
 - (1) 电子商务行业进展现状 55
 - 1) 中国电子商务行业进展概况 55
 - 2) 中国电子商务网站范围 56
 - 3) 中国电子商务行业市场范围 56
 - 4) 中国电子商务行业市场竞争格局预测 57
 - (2) 婴儿洗护用品电子商务渠道需求 58

第3章：婴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状况预测 59

3.1.1 洗浴用品市场供需及状况 59

(1) 婴幼儿洗发产品市场供需及状况 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公司 59
- 3) 婴幼儿洗发产品购买决策与购买行为 60
- 4) 婴幼儿洗发产品运营特征与针对性 60
- 5) 婴幼儿洗发产品市场状况与未来 61

(2) 婴幼儿沐浴产品市场供需及状况 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公司 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状况与未来 62

(3) 婴幼儿沐浴工具市场供需及状况 63

- 1) 婴幼儿浴盆/浴床市场需求 63
- 2) 婴幼儿浴盆/浴床主要品牌及公司 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/浴床市场状况与未来 64

3.1.2 洗涤用品市场供需及状况 64

(1) 婴幼儿洗衣液市场供需及状况 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公司 65
- 3) 婴幼儿洗衣液购买决策与购买行为 65
- 4) 婴幼儿洗衣液市场状况与未来 65

(2) 婴幼儿皂市场供需及状况 66

- 1) 婴幼儿皂主要品牌及公司 66
- 2) 婴幼儿皂购买决策与购买行为 66
- 3) 婴幼儿皂市场状况与未来 67

3.1.3 护肤用品市场供需及状况 67

(1) 婴幼儿润肤霜(油)市场供需及状况 67

- 1) 婴幼儿润肤霜(油)市场需求 67
- 2) 婴幼儿润肤霜(油)主要品牌及公司 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)市场状况与未来 69
 - (2) 婴幼儿防晒霜市场供需及状况 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公司 69
 - 3) 婴幼儿防晒霜市场状况与未来 70
 - (3) 婴幼儿25油市场供需及状况 71
 - 1) 婴幼儿25油市场需求 71
 - 2) 婴幼儿25油主要品牌及公司 71
 - 3) 婴幼儿25油市场状况与未来 71
- 3.1.4 特效用品市场供需及状况 72
 - (1) 婴幼儿爽身粉市场供需及状况 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公司 72
 - 3) 婴幼儿爽身粉购买决策与购买行为 72
 - 4) 婴幼儿爽身粉运营特征与针对性 73
 - 5) 婴幼儿爽身粉市场状况与未来 73
 - (2) 婴幼儿护臀(唇)膏市场供需及状况 74
 - 1) 婴幼儿护臀(唇)膏市场需求 74
 - 2) 婴幼儿护臀(唇)膏主要品牌及公司 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)膏运营特征与针对性 76
 - 5) 婴幼儿护臀(唇)膏市场状况与未来 76
 - (3) 婴幼儿防蚊水市场供需及状况 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公司 77
 - 3) 婴幼儿防蚊水运营特征与针对性 79
 - 4) 婴幼儿防蚊水市场状况与未来 79
- 3.1.5 防尿用品市场供需及状况 79
 - (1) 婴幼儿纸尿裤市场供需及状况 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公司 80
 - 3) 婴幼儿纸尿裤购买决策与购买行为 80

- 4) 婴幼儿纸尿裤运营特征与针对性 81
- 5) 婴幼儿纸尿裤市场状况与未来 81
- 3.2 婴儿洗护用品产业链延伸 81
 - 3.2.1 延伸至养生16品市场 81
 - 3.2.2 延伸至婴幼儿童医疗市场 82

第4章：婴儿洗护用品行业进展与竞争关系 85

- 4.1 国际婴儿洗护用品市场竞争关系 85
 - 4.1.1 国际婴儿洗护用品市场竞争关系 85
 - 4.1.2 国际跨国企业在中国的竞争战略预测 85
 - 4.1.3 国际婴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) 公司运营战略预测 88
 - 4) 公司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) 公司运营战略预测 89
 - 4) 公司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) 公司运营战略预测 91
 - 4) 公司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) 公司运营战略预测 92
 - 4) 公司投资与渠道建设情况 92

- (5) B&B 92
 - 1) 品牌pai形象 92
 - 2) 产品特征与定位 92
 - 3) 公司运营战略预测 93
 - 4) 公司投资与渠道建设情况 93
- (6) 贝亲 93
 - 1) 品牌pai形象 93
 - 2) 产品特征与定位 94
 - 3) 公司运营战略预测 94
 - 4) 公司投资与渠道建设情况 95
- 4.2 中国婴儿洗护用品市场进展与竞争关系 95
 - 4.2.1 婴儿洗护用品市场进展需求 95
 - 4.2.2 婴儿洗护用品竞争格局 95
 - (1) 中外品牌pai竞争格局 95
 - (2) 中国品牌pai竞争力 96
 - 4.2.3 中国婴儿洗护用品品牌pai调研 96
 - (1) 宝宝金水 96
 - 1) 产品特征及定位 96
 - 2) 运营模式及动向 97
 - 3) 品牌pai门店数量及分布 97
 - (2) 孩儿面 97
 - 1) 产品特征及定位 97
 - 2) 运营模式及动向 97
 - 3) 品牌pai门店数量及分布 98
 - (3) 郁mei净 98
 - 1) 产品特征及定位 98
 - 2) 运营模式及动向 98
 - 3) 品牌pai门店数量及分布 99
 - (4) 暖呵 99
 - 1) 产品特征及定位 99
 - 2) 运营模式及动向 99
 - 3) 品牌pai门店数量及分布 99

(5) 六神 100

- 1) 产品特征及定位 100
- 2) 运营模式及动向 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) 运营模式及动向 101
- 3) 品牌门店数量及分布 101

第5章：婴儿洗护用品行业消费需求调研 102

5.1 婴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状况 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预测 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 婴儿洗护用品需求空间预测 110

5.2.1 城市婴幼儿消费范围 110

5.2.2 城市婴幼儿消费结构 111

5.2.3 农村婴幼儿消费范围 111

5.2.4 农村婴幼儿消费结构 111

5.2.5 婴儿洗护用品需求空间预测 111

5.3 婴儿洗护用品消费需求调研 112

5.3.1 婴儿洗护用品消费层次 112

5.3.2 婴儿洗护用品消费承受能力 112

5.3.3 婴儿洗护用品消费质量要求 112

5.3.4 婴儿洗护用品品牌忠诚度 113

第6章：婴儿洗护用品销售渠道与进展战略	114
6.1 婴儿洗护用品销售渠道	114
6.1.1 婴儿洗护用品销售渠道进展	114
6.1.2 国外婴儿洗护用品进入渠道	114
(1) 直运营售渠道	114
(2) 大型综合连锁卖场	115
(3) 超商大卖场	115
(4) 品pai专卖店	116
6.1.3 中国婴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 婴儿洗护用品销售渠道进展状况	118
6.2 婴儿洗护用品运营战略及形式	119
6.2.1 婴儿洗护用品运营战略形式	119
(1) 形象运营战略	119
(2) 概念运营战略	120
(3) 品pai运营战略	120
(4) 文化运营战略	120
(5) 情感运营战略	121
6.2.2 婴儿洗护用品广告运营战略	121
(1) 行业广告创意诉求预测	121
(2) 行业主要广告运营战略比较	122
(3) 行业主要广告运营战略预测	125
第7章：婴儿洗护用品行业主要公司生产经营预测	128
7.1 婴儿洗护用品公司进展总体趋势预测	128
7.1.1 婴儿洗护用品行业公司范围	128
7.1.2 婴儿洗护用品行业工业产值趋势	129

7.1.3 婴儿洗护用品行业销售收入和利润 129

7.2 婴儿洗护用品行业领先公司个案预测 130

7.2.1 江苏隆力奇生物科技股份有限公司企业经营情况预测 130

- (1) 公司进展简况预测 130
- (2) 公司产销能力预测 131
- (3) 公司盈利能力预测 132
- (4) 公司营销能力预测 132
- (5) 公司偿债能力预测 133
- (6) 公司进展能力预测 133
- (7) 公司组织架构预测 134
- (8) 公司产品结构及新产品动向 134
- (9) 公司销售渠道与网络 135
- (10) 公司经营趋势优劣势预测 135
- (11) 公司投资兼并与重组预测 135
- (12) 公司最新进展动向预测 136

7.2.2 强生（中国）有限企业经营情况预测 136

- (1) 公司进展简况预测 136
- (2) 公司产销能力预测 137
- (3) 公司盈利能力预测 137
- (4) 公司营销能力预测 138
- (5) 公司偿债能力预测 138
- (6) 公司进展能力预测 139
- (7) 公司产品结构及新产品动向 139
- (8) 公司销售渠道与网络 140
- (9) 公司经营趋势优劣势预测 140
- (10) 公司最新进展动向预测 140

7.2.3 宝洁（中国）有限企业经营情况预测 141

- (1) 公司进展简况预测 141
- (2) 公司产销能力预测 141
- (3) 公司盈利能力预测 142
- (4) 公司营销能力预测 143
- (5) 公司偿债能力预测 143

- (6) 公司进展能力预测 144
 - (7) 公司产品结构及新产品动向 144
 - (8) 公司销售渠道与网络 146
 - (9) 公司经营趋势优劣势预测 147
 - (10) 公司投资兼并与重组预测 147
 - (11) 公司最新进展动向预测 148
- 7.2.4 浙江贝因mei科工贸股份有限公司企业经营情况预测 148
- (1) 公司进展简况预测 148
 - (2) 主要经济指标预测 148
 - (3) 公司盈利能力预测 149
 - (4) 公司营销能力预测 150
 - (5) 公司偿债能力预测 150
 - (6) 公司进展能力预测 151
 - (7) 公司股权结构及内部组织架构预测 152
 - (8) 公司经营模式预测 155
 - (9) 公司产品结构及新产品动向 156
 - (10) 公司经营趋势优劣势预测 158
 - (11) 公司最新进展动向预测 158
- 7.2.5 汕头市金发妇幼用品股份有限公司企业经营情况预测 158
- (1) 公司进展简况预测 158
 - (2) 公司产销能力预测 159
 - (3) 公司盈利能力预测 159
 - (4) 公司营销能力预测 160
 - (5) 公司偿债能力预测 160
 - (6) 公司进展能力预测 161
 - (7) 公司产品结构及新产品动向 162
 - (8) 公司销售渠道与网络 162
 - (9) 公司经营趋势优劣势预测 162
 - (10) 公司最新进展动向预测 162

- 8.1 婴儿洗护用品市场状况与未来 216
 - 8.1.1 中国婴儿洗护用品市场进展状况 216
 - (1) 婴儿洗护用品需求稳步增长 216
 - (2) 婴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 中国婴儿洗护用品市场未来分析 218
 - (1) 婴儿洗护用品进展空间巨大 218
 - (2) 婴儿洗护用品市场未来广阔 218
 - (3) 小城市前景的购买力不容忽视 219
- 8.2 婴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 婴儿洗护用品行业投资风险 221
 - 8.3.1 政策风险 221
 - 8.3.2 技能风险 222
 - (1) 质量安全风险 222
 - (2) 品类单一风险 222
 - (3) 外来技能竞争 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 婴儿洗护用品行业投资意见 224
 - 8.4.1 行业投资现状 224
 - 8.4.2 主要投资意见 224

图表目录

- 图表1：2013年婴儿洗护用品行业品pai销售收入排名（单位：万元） 2
- 图表2：2009-2013年下半年我国GDP分季度增长情况（单位：%） 21
- 图表3：2006-2013年农村居民人均纯收入及其增长率（单位：元，%） 22
- 图表4：2006-2013年城镇居民人均可支配收入及其增长率（单位：元，%） 23
- 图表5：2000-2013年我国城镇化水平（单位：万人，%） 23
- 图表6：2013年5月-2013年6月消费者信心指数、预期指数和满意指数动态 24
- 图表7：婴儿洗护用品行业产业链 32
- 图表8：1990-2013年我国油料总产量（单位：千吨） 34
- 图表9：2013年4月-2013年6月中国大豆现货平均价（单位：元/吨） 35
- 图表10：2013年4月-2013年6月中国豆油现货平均价（单位：元/吨） 35
- 图表11：2013年4月-2013年6月中国菜油现货平均价（单位：元/吨） 36
- 图表12：2013年7月原料市场主流市场商谈对比（单位：元/吨） 43
- 图表13：2009-2013年中国零售行业营收与费用情况预测（单位：万元，%） 52
- 图表14：2009-2013年中国零售行业收益与利润情况预测（单位：万元，%） 53
- 图表15：2009-2013年中国零售行业营销能力预测（单位：元，%，次） 53
- 图表16：2009-2013年中国零售行业资产负债率预测（单位：%） 53
- 图表17：2013年婴幼儿洗发用品主要品pai及公司（排名不分先后） 60
- 图表18：2013年婴幼儿沐浴产品主要品pai及公司（排名不分先后） 62
- 图表19：2013年婴幼儿浴盆/浴床市场主要品pai及公司（排名不分先后） 63
- 图表20：2013年婴幼儿洗衣液市场主要品pai及公司（排名不分先后） 65
- 图表21：2013年婴幼儿皂市场主要品pai及公司（排名不分先后） 66
- 图表22：2013年婴幼儿润肤霜（油）市场主要品pai及公司（排名不分先后） 68
- 图表23：2013年婴幼儿防晒霜主要品pai及公司（排名不分先后） 70
- 图表24：2013年婴幼儿25油主要品pai及公司（排名不分先后） 71
- 图表25：2013年婴幼儿护臀（唇）膏市场主要品pai及公司（排名不分先后） 74
- 图表26：消费者婴幼儿护臀（唇）膏品pai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29：2013年婴幼儿防蚊水主要品pai及公司（排名不分先后） 78
- 图表30：2013年青岛东元进出口有限企业销量情况（单位：个，瓶、台） 78
- 图表31：2013年婴幼儿纸尿裤市场主要品pai及公司（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：中国婴幼儿童解热镇痛药品市场销售额及分析（单位：亿元） 83
- 图表34：中国婴幼儿童药销售收入及分析（单位：亿元） 84
- 图表35：中国婴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分析（单位：%） 103
- 图表37：1978-2011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39：2011年全球各国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：专卖店婴儿洗护用品市场占有率情况（单位：%） 117
- 图表41：2013年中国婴儿洗护用品行业工业总产值、销售收入和利润总额前十名公司 128
- 图表42：2009-2013年婴儿洗护用品行业工业总产值（现价）前十位公司（单位：万元） 129
- 图表43：2009-2013年中国婴儿洗护用品行业公司产品销售收入与利润总额（单位：万元）
130
- 图表44：2009-2013年江苏隆力奇集团有限企业产销能力预测（单位：万元） 132
- 图表45：2009-2013年江苏隆力奇集团有限企业盈利能力预测（单位：%） 132
- 图表46：2009-2013年江苏隆力奇集团有限企业营销能力预测（单位：次） 133
- 图表47：2009-2013年江苏隆力奇集团有限企业偿债能力预测（单位：%、倍） 133
- 图表48：2009-2013年江苏隆力奇集团有限企业进展能力预测（单位：%） 134
- 图表49：江苏隆力奇生物科技股份有限公司优劣势预测 135
- 图表50：2009-2013年强生（中国）有限企业产销能力预测（单位：万元） 137
- 图表51：2009-2013年强生（中国）有限企业盈利能力预测（单位：%） 138
- 图表52：2009-2013年强生（中国）有限企业营销能力预测（单位：次） 138
- 图表53：2009-2013年强生（中国）有限企业偿债能力预测（单位：%、倍） 139
- 图表54：2009-2013年强生（中国）有限企业进展能力预测（单位：%） 139
- 图表55：强生（中国）有限企业优劣势预测 140
- 图表56：2009-2013年广州宝洁有限企业产销能力预测（单位：万元） 142
- 图表57：2009-2013年广州宝洁有限企业盈利能力预测（单位：%） 142
- 图表58：2009-2013年广州宝洁有限企业营销能力预测（单位：次） 143
- 图表59：2009-2013年广州宝洁有限企业偿债能力预测（单位：%、倍） 143
- 图表60：2009-2013年广州宝洁有限企业进展能力预测（单位：%） 144
- 图表61：宝洁（中国）有限企业产品系列与品牌 145

- 图表62：宝洁（中国）有限企业优劣势预测 147
- 图表63：2009-2013年浙江贝因mei科工贸股份有限企业主要经济指标预测（单位：万元） 149
- 图表64：2009-2013年浙江贝因mei科工贸股份有限企业盈利能力预测（单位：%） 150
- 图表65：2009-2013年浙江贝因mei科工贸股份有限企业营销能力预测（单位：次） 150
- 图表66：2009-2013年浙江贝因mei科工贸股份有限企业偿债能力预测（单位：% ， 倍） 151
- 图表67：2009-2013年浙江贝因mei科工贸股份有限企业进展能力预测（单位：%） 151
- 图表68：浙江贝因mei科工贸股份有限企业股权结构图 152
- 图表69：浙江贝因mei科工贸股份有限企业内部组织结构图 155
- 图表70：浙江贝因mei科工贸股份有限企业婴幼儿食品结构图 157
- 图表71：浙江贝因mei科工贸股份有限企业优劣势预测 158
- 图表72：2009-2013年汕头市金发妇幼用品有限企业产销能力预测（单位：万元） 159
- 图表73：2009-2013年汕头市金发妇幼用品有限企业盈利能力预测（单位：%） 160
- 图表74：2009-2013年汕头市金发妇幼用品有限企业营销能力预测（单位：次） 160
- 图表75：2009-2013年汕头市金发妇幼用品有限企业偿债能力预测（单位：% ， 倍） 161
- 图表76：2009-2013年汕头市金发妇幼用品有限企业进展能力预测（单位：%） 161
- 图表77：汕头市金发妇幼用品有限企业优劣势预测 162
- 图表78：2009-2013年福建双飞日化有限企业产销能力预测（单位：万元） 163
- 图表79：2009-2013年福建双飞日化有限企业盈利能力预测（单位：%） 164
- 图表80：2009-2013年福建双飞日化有限企业营销能力预测（单位：次） 164
- 图表81：2009-2013年福建双飞日化有限企业偿债能力预测（单位：% ， 倍） 165
- 图表82：2009-2013年福建双飞日化有限企业进展能力预测（单位：%） 165
- 图表83：福建双飞日化有限企业优劣势预测 166
- 图表84：2009-2013年天津郁mei净集团有限企业产销能力预测（单位：万元） 167
- 图表85：2009-2013年天津郁mei净集团有限企业盈利能力预测（单位：%） 168
- 图表86：2009-2013年天津郁mei净集团有限企业营销能力预测（单位：次） 168
- 图表87：2009-2013年天津郁mei净集团有限企业偿债能力预测（单位：% ， 倍） 169
- 图表88：2009-2013年天津郁mei净集团有限企业进展能力预测（单位：% ， 倍） 169
- 图表89：天津郁mei净集团有限企业优劣势预测 170
- 图表90：2009-2013年立志mei丽（南京）有限企业产销能力预测（单位：万元） 171
- 图表91：2009-2013年立志mei丽（南京）有限企业盈利能力预测（单位：%） 172
- 图表92：2009-2013年立志mei丽（南京）有限企业营销能力预测（单位：次） 172
- 图表93：2009-2013年立志mei丽（南京）有限企业偿债能力预测（单位：% ， 倍） 173

- 图表94：2009-2013年立志mei丽（南京）有限企业进展能力预测（单位：%） 173
- 图表95：立志mei丽（南京）有限企业优劣势预测 174
- 图表96：2009-2013年福建省梦娇兰日用化学品有限企业产销能力预测（单位：万元） 175
- 图表97：2009-2013年福建省梦娇兰日用化学品有限企业盈利能力预测（单位：%） 176
- 图表98：2009-2013年福建省梦娇兰日用化学品有限企业营销能力预测（单位：次） 176
- 图表99：2009-2013年福建省梦娇兰日用化学品有限企业偿债能力预测（单位：%，倍） 177
- 图表100：2009-2013年福建省梦娇兰日用化学品有限企业进展能力预测（单位：%） 178

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/K77161NPPV.html>