

2017-2022年中国珍珠粉行业监测及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2017-2022年中国珍珠粉行业监测及投资前景预测报告》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/201708/141425.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

淡水珍珠与海水珍珠（以南珠为例）的养殖技术是不同的，因此结构也有所不同。淡水珍珠是无核的，所有的成分都由珍珠质组成，因此若以淡水珍珠制成珍珠粉，不存在其它物质混杂。而海水珍珠是有核的，其核一般由猪蹄蚌的贝壳磨成，珍珠质仅覆盖于表面，厚0.1~0.3毫米，生长期1年左右（淡水珠达4~5年）。但如果海水珍珠要加工成100%的珍珠粉，必须先去掉内核，成本很高，也不易加工。

水溶珍珠粉一般是使用酸（多为乳酸）或者酶对珍珠粉进行处理，使不溶于水的 CaCO_3 变成可溶的乳酸钙，生成乳酸盐如钙盐、锶盐、镁盐等可溶性盐类。除补钙外，还可生成乳酸铁、乳酸铁铵、乳酸钾、乳酸钠、乳酸铋、乳酸锰等种种补血、补肾的滋补益品。然其氨基酸种类或多或少会被酸解掉一部分，氨基酸含量没有纳米级的珍珠粉含量高，但纳米级珍珠粉中各种微量元素诸如P、Fe、In、Mn、Ca、Se、Ge、Cu、V等的吸收率没有可溶珍珠粉吸收率高，毕竟可溶珍珠粉中的各种微量元素都是离子形态，易于人体吸收。可溶珍珠粉与纳米珍珠粉各有优缺点，可溶珍珠粉：氨基酸含量没有纳米珍珠粉含量高，可以改善睡眠质量，各种微量元素的充分吸收对皮肤也有很好的营养作用；纳米珍珠粉：珍珠中原有的氨基酸成分没有被破坏，但其余微量元素吸收率低，在外用美白功效方面优于可溶珍珠粉，若二者搭配使用效果会更佳。

报告目录

第一章 珍珠粉发展环境分析 7

第一节 经济环境分析 7

一、中国GDP分析 7

二、固定资产投资 7

三、居民消费价格指数 11

四、恩格尔系数分析 14

五、2017-2022年我国宏观经济发展预测 15

第二节 政策环境分析 16

一、产业政策分析 16

二、相关产业政策影响分析 17

三、进出口政策分析 18

第三节 社会环境分析 18

一、人口规模分析 18

二、年龄结构分析 19

三、学历结构分析 20

第四节 技术环境分析 20

一、技术发展现状 20

二、新技术的发展 21

三、技术发展趋势 21

第二章 市场规模分析 22

第一节 2014-2016年中国珍珠粉市场规模分析 22

第二节 2014-2016年我国珍珠粉区域结构分析 22

第三节 中国珍珠粉区域市场规模分析 23

一、2014-2016年份东北地区市场规模分析 23

二、2014-2016年份华北地区市场规模分析 23

三、2014-2016年份华东地区市场规模分析 24

四、2014-2016年份华中地区市场规模分析 25

五、2014-2016年份华南地区市场规模分析 26

六、2014-2016年份西部地区市场规模分析 26

第四节 2017-2022年中国珍珠粉市场规模预测 27

第三章 中国珍珠粉需求与消费者偏好调查 29

第一节 2014-2016年中国珍珠粉产量统计分析 29

第二节 2014-2016年中国珍珠粉历年消费量统计分析 30

第三节 珍珠粉产品目标客户群体调查 30

一、不同收入水平消费者偏好调查 30

二、不同年龄的消费者偏好调查 31

三、不同地区的消费者偏好调查 31

第四节 珍珠粉产品的品牌市场调查 32

一、消费者对珍珠粉品牌认知度宏观调查 32

二、消费者对珍珠粉产品的品牌偏好调查 33

三、消费者对珍珠粉品牌的首要认知渠道 34

四、消费者经常购买的品牌调查 34

五、珍珠粉品牌忠诚度调查 35

六、珍珠粉前十名品牌市场占有率调查 36

- 七、消费者的性别比例调查 36
- 九、消费者的购买频率调查 37
- 十、消费者的接受价格范围分析 37
- 十一、消费者的喜好规格范围分析 38
- 十二、消费者的消费金额范围分析 38
- 第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析 39
 - 一、价格敏感程度 39
 - 二、品牌的影响 39
 - 三、购买方便的影响 40
 - 四、广告的影响程度 40
 - 五、包装的影响程度 40

第四章 中国品牌珍珠粉市场价格分析 41

- 第一节 价格形成机制分析 41
- 第二节 2014-2016年中国品牌珍珠粉平均价格趋向势分析 41
- 第三节 2017-2022年中国品牌珍珠粉价格趋向预测分析 41

第五章 中国品牌珍珠粉进出口市场分析 42

- 第一节 2014-2016年中国品牌珍珠粉进出口量分析 42
 - 一、2014-2016年中国品牌珍珠粉进口分析 42
 - 二、2014-2016年中国品牌珍珠粉出口分析 42
- 第二节 2017-2022年中国品牌珍珠粉进出口市场预测分析 42
 - 一、2017-2022年中国品牌珍珠粉进口预测 42
 - 二、2017-2022年中国品牌珍珠粉出口预测 42

第六章 中国珍珠粉优势品牌企业分析 44

- 第一节 长生鸟 44
 - 一、企业概况 44
 - 二、近三年企业经营状况 46
 - 三、近三年品牌竞争力分析 47
 - 四、近三年品牌市场份额分析 47
 - 五、未来五年该品牌竞争策略 47

第二节 上药 48

一、企业概况 48

二、近三年企业经营状况 48

三、近三年品牌竞争力分析 49

四、近三年品牌市场份额分析 50

五、未来五年该品牌竞争策略 50

第三节 京润 52

一、企业概况 52

二、近三年企业经营状况 53

三、近三年品牌竞争力分析 53

四、近三年品牌市场份额分析 54

五、未来五年该品牌竞争策略 54

第四节 海润/海之南 55

一、企业概况 55

二、近三年企业经营状况 56

三、近三年品牌竞争力分析 56

四、近三年品牌市场份额分析 57

五、未来五年该品牌竞争策略 57

第五节 满月牌 57

一、企业概况 57

二、近三年企业经营状况 57

三、近三年品牌竞争力分析 58

四、近三年品牌市场份额分析 58

五、未来五年该品牌竞争策略 58

第六节 同仁堂 59

一、企业概况 59

二、近三年企业经营状况 59

三、近三年品牌竞争力分析 63

四、近三年品牌市场份额分析 64

五、未来五年该品牌竞争策略 64

第七节 欧诗漫osm 64

一、企业概况 64

- 二、近三年企业经营状况 65
- 三、近三年品牌竞争力分析 65
- 四、近三年品牌市场份额分析 65
- 五、未来五年该品牌竞争策略 66

第八节 愿美堂BeautyWish 66

- 一、企业概况 66
- 二、近三年企业经营状况 66
- 三、近三年品牌竞争力分析 67
- 四、近三年品牌市场份额分析 67
- 五、未来五年该品牌竞争策略 67

第九节 千足 67

- 一、企业概况 67
- 二、近三年企业经营状况 69
- 三、近三年品牌竞争力分析 72
- 四、近三年品牌市场份额分析 72
- 五、未来五年该品牌竞争策略 73

第十节 晶美 73

- 一、企业概况 73
- 二、近三年企业经营状况 74
- 三、近三年品牌竞争力分析 75
- 四、近三年品牌市场份额分析 75
- 五、未来五年该品牌竞争策略 75

第七章 中国品牌珍珠粉竞争格局分析 77

第一节 珍珠粉行业历史竞争格局概况 77

- 一、珍珠粉行业集中度分析 77
- 二、珍珠粉行业竞争程度分析 77

第二节 珍珠粉行业企业竞争状况分析 77

- 一、领导企业的市场力量 77
- 二、其他企业的竞争力 78

第三节 2017-2022年中国品牌珍珠粉竞争格局展望 79

第八章 2017-2022年中国品牌珍珠粉发展预测 80

第一节 2017-2022年珍珠粉行业产量预测 80

第二节 2017-2022年珍珠粉行业总资产预测 80

第三节 2017-2022年珍珠粉行业营业费用预测 81

第四节 2017-2022年珍珠粉行业营业收入预测 82

第九章 行业投资价值与投资策略分析 83

第一节 行业SWOT模型分析 83

一、优势分析 83

二、劣势分析 83

三、机会分析 83

四、风险分析 83

第二节 珍珠粉行业投资价值分析 84

一、行业盈利能力 84

二、行业偿债能力 84

三、行业发展能力 85

第三节 2017-2022年中国品牌珍珠粉投资风险预警 85

一、金融危机风险预警 86

二、政策风险预警 86

三、技术风险预警 86

四、经营风险预警 86

第四节 珍珠粉行业投资策略分析 86

一、重点投资品种分析 86

二、重点投资地区分析 87

部分图表目录

图表 1 2014-2016年我国国内生产总值分析 7

图表 2 2014-2016年全社会固定资产投资 8

图表 3 2016年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 8

图表 4 2016年固定资产投资新增主要生产能力 10

图表 5 2016年房地产开发和销售主要指标完成情况 11

图表 6 2014-2016年居民消费价格涨跌幅度 12

图表 7	2016年CPI同比涨幅走势	12
图表 8	2016年居民消费价格比上年涨跌幅度	13
图表 9	2014-2016年我国城镇农村居民家庭恩格尔系数分析	14
图表 10	2014-2016年我国人口数量分析	18
图表 11	2016年人口数及其构成	19
图表 12	2016年我国人口年龄结构	19
图表 13	2014-2016年普通高等教育、中等职业教育及普及通高中招生人数	20
图表 14	2014-2016年我国珍珠粉市场规模分析	22
图表 15	2014-2016年我国东北地区珍珠粉市场规模分析	23
图表 16	2014-2016年我国华北地区珍珠粉市场规模分析	24
图表 17	2014-2016年我国华东地区珍珠粉市场规模分析	24
图表 18	2014-2016年我国华中地区珍珠粉市场规模分析	25
图表 19	2014-2016年我国华南地区珍珠粉市场规模分析	26
图表 20	2014-2016年我国西部地区珍珠粉市场规模分析	26
图表 21	2017-2022年我国珍珠粉市场规模分析预测	27
图表 22	2014-2016年我国珍珠粉产量分析	29
图表 23	2014-2016年我国珍珠粉消费量分析	30
图表 24	不同收入水平消费者偏好调查	30
图表 25	不同年龄消费者偏好调查	31
图表 26	不同地区的消费者偏好调查	32
图表 27	消费者对珍珠粉品牌认知度宏观调查	32
图表 28	消费者对珍珠粉产品的品牌偏好调查	33
图表 29	消费者对珍珠粉制品品牌的首要认知渠道	34
图表 30	消费者经常购买的品牌调查	34
更多图表见正文。。。		

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201708/141425.html>