

2015- 2020年中国化妆品行业市场前景及投资咨 询报告

ASKCI CONSULTING CO.,LTD

一、调研说明

中商产业研究院全新发布的《2015-2020年中国化妆品行业市场前景及投资咨询报告》主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、中国海关、国务院发展研究中心、行业协会、工商、税务、海关、国内外相关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商产业研究院的资深专家和研究人员的分析。首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述，其次，对本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局等进行了细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，并分析相关经营财务数据。最后，对该行业未来的发展前景，投资风险及投资策略给出科学的建议。本报告是行业生产、贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察市场先机，根据市场需求及时调整经营策略，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了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告名称	2015-2020年中国化妆品行业市场前景及投资咨询报告
出版日期	2014年12月
报告格式	PDF电子版或纸介版
交付方式	Email发送或EMS快递
中文价格	印刷版9500元 电子版9500元 中文印刷版+电子版9800元
订购热线	400-666-1917 400-788-9700

【版权声明】

本报告由中商产业研究院出品，报告版权归中商产业研究院所有。本报告是中商产业研究院的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中商产业研究院书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中商产业研究院有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中商产业研究院是中国拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推

□□□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□



二、研究报告目录

第一章 [化妆品](#)的相关概述

第一节 化妆品简介

- 一、化妆品的定义
- 二、化妆品的主要作用
- 三、化妆品的分类

第二节 化妆品的发展历程

- 一、世界化妆品的发展阶段
- 二、中国古代化妆品
- 三、中国现代化妆品行业发展历程

第三节 化妆品[产业](#)特性分析

- 一、化妆品的产品特性
- 二、化妆品行业的生命周期分析
- 三、化妆品的品牌分类

第二章 2013-2014年国际化妆品市场运行概况

第一节 2013-2014年国际化妆品市场的总体概况

- 一、世界化妆品行业发展概况
- 二、世界名牌化妆品的特点分析
- 三、世界知名化妆品品牌

第二节 世界主要国家和地区化妆品行业发展分析

- 一、美国化妆品行业发展概况
- 二、日本化妆品行业发展概况
- 三、法国化妆品行业发展概况
- 四、欧盟化妆品行业发展概况

五、韩国化妆品行业发展概况

第三节 世界化妆品发展前景及趋势分析

一、世界化妆品市场发展趋势

二、世界化妆品原料发展趋势

第三章 2013-2014年中国化妆品行业发展环境分析

第一节 2013-2014年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、中国工业经济发展形势分析

三、中国全社会固定资产投资分析

四、中国社会消费品零售总额分析

五、中国城乡居民收入与消费分析

六、中国对外贸易发展形势分析

第二节 2013-2014年中国化妆品行业政策环境分析

一、中国化妆品监管机构及职责

二、中国化妆品被监管对象及特点

三、中国化妆品监管领域的新问题

四、中国化妆品监管的最新进展

五、中国化妆品行业新政策解读

第三节 2013-2014年中国化妆品行业技术环境分析

一、中国化妆品行业技术发展现状

二、中国化妆品行业的新技术

三、中国化妆品行业的新原料

四、中国化妆品技术开发研究方向

第四节 2013-2014年中国化妆品行业社会环境分析

一、中国人口及城镇化

二、中国女性人口特征

三、女性化妆品消费观念变革

四、男性化妆品消费观念建立

第五节 2013-2014年中国日化行业发展分析

- 一、中国日化行业现状概述
- 二、中国日化行业发展概况
- 三、中国日化行业发展状况
- 四、中国日化行业发展影响因素分析
- 五、中国日化行业未来发展前景分析
- 第四章 2013-2014年中国化妆品行业经济运行状况
- 第一节 2013-2014年中国化妆品制造行业发展分析
 - 一、中国化妆品行业发展概况
 - 二、中国化妆品行业发展概况
 - 三、中国化妆品行业发展概况
- 第二节 2013-2014年中国化妆品行业总体运行情况
 - 一、中国化妆品行业企业数量统计
 - 二、中国化妆品行业从业人员统计
 - 三、中国化妆品行业资产负债分析
 - 四、中国化妆品行业销售收入分析
 - 五、中国化妆品行业利润总额分析
 - 六、中国化妆品行业亏损情况分析
- 第三节 2013-2014年中国化妆品行业盈利能力分析
 - 一、中国化妆品行业成本费用利润率
 - 二、中国化妆品行业毛利率分析
 - 三、中国化妆品行业销售利润率分析
 - 四、中国化妆品行业资产利润率分析
- 第四节 2013-2014年中国化妆品行业偿债能力分析
- 第五节 2013-2014年中国化妆品行业营运能力分析
 - 一、中国化妆品行业流动资产周转率
 - 二、中国化妆品行业应收账款周转率
 - 三、中国化妆品行业资产周转率分析
- 第六节 2013-2014年化妆品行业成本费用结构分析

一、中国化妆品行业销售成本分析

二、中国化妆品行业销售费用分析

三、中国化妆品行业管理费用统计

四、中国化妆品行业财务费用统计

第五章 2013-2014年中国化妆品市场发展分析

第一节 2013-2014年中国化妆品市场总体概况

一、中国化妆品市场规模

二、中国化妆品交易规模分析

三、中国化妆品市场特点分析

四、中国化妆品市场结构分析

五、化妆品区域市场结构分析

第二节 2013-2014年中国化妆品市场区域分析

一、华东地区化妆品市场分析

二、华中地区化妆品市场分析

三、华北和东北地区化妆品市场分析

四、西北地区化妆品市场分析

五、华南地区化妆品市场分析

六、西南地区化妆品市场分析

第三节 中国化妆品市场存在的问题

一、中国化妆品市场总体问题分析

二、中国化妆品市场的卫生问题

三、中国化妆品市场薄弱环节

第四节 中国化妆品市场发展的对策分析

一、中国化妆品市场发展总体对策

二、中国化妆品市场卫生问题的对策

三、中国化妆品行业地位提升的对策

四、中国化妆品市场营销策略分析

第六章 2013-2014年中国化妆品进出口状况分析

第一节 2013-2014年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析

- 一、中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析
- 二、中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价分析
- 三、中国化妆品、美容品及护肤品进出口流向分析
- 四、中国化妆品、美容品及护肤品进出口省市分析
- 五、中国化妆品、美容品及护肤品进出口关区分析

第二节 2013-2014年中国香水及花露水进出口分析

- 一、中国香水及花露水进出口分析
- 二、中国香水及花露水进出口均价分析
- 三、中国香水及花露水进出口流向分析
- 四、中国香水及花露水进出口省市分析
- 五、中国香水及花露水进出口关区分析

第三节 2013-2014年中国护发品进出口分析

- 一、中国护发品进出口分析
- 二、中国护发品进出口均价分析
- 三、中国护发品进出口流向分析
- 四、中国护发品进出口省市分析
- 五、中国护发品进出口关区分析

第四节 2013-2014年中国口腔护理用品进出口分析

- 一、中国口腔护理用品进出口分析
- 二、中国口腔护理用品进出口均价分析
- 三、中国口腔护理用品进出口流向分析
- 四、中国口腔护理用品进出口省市分析
- 五、中国口腔护理用品进出口关区分析

第七章 2013-2014年中国护肤品市场发展分析

第一节 中国护肤品行业发展概况

- 一、中国护肤品行业简况
- 二、中国护肤品品牌发展历程
- 三、中国护肤品行业产品概况

第二节 2013-2014年中国护肤品市场运行现状分析

- 一、护肤品市场规模分析
- 二、护肤品市场结构分析
- 三、中国护肤品市场热点透视
- 四、中国护肤品市场消费特点
- 五、中国护肤品市场总体特征

第三节 2013-2014年中国护肤品市场竞争分析

- 一、中国护肤品市场竞争格局
- 二、中国护肤品品牌竞争状况
- 三、中国护肤品细分市场竞争状况

第四节 中国护肤品市场营销分析

- 一、中国护肤品企业的战略营销模型
- 二、中国护肤品企业战略营销模式

第五节 中国护肤品行业存在的问题与对策分析

- 一、中国护肤品市场存在的问题
- 二、中国护肤品企业竞争力提升策略

第六节 2015-2020年中国护肤品行业发展前景与趋势预测

- 一、中国护肤品市场发展趋势分析
- 二、2015-2020年护肤品总体市场规模预测
- 三、2015-2020年中国护肤品各细分产品市场规模预测

第八章 2013-2014年中国洗浴用品市场发展分析

第一节 2013-2014年中国洗浴用品市场运行分析

- 一、中国洗浴用品市场规模
- 二、中国洗浴用品市场结构
- 三、中国洗浴用品市场消费特点

第二节 中国洗浴用品市场竞争分析

- 一、中国洗浴用品市场竞争格局
- 二、中国洗浴用品品牌竞争状况

第三节 2015-2020年中国洗浴用品行业发展前景和趋势预测

- 一、2015-2020年洗浴用品总体市场规模预测
- 二、2015-2020年中国洗浴产品结构预测分析
- 第九章 2013-2014年中国发用化妆品市场发展分析
- 第一节 2013-2014年中国发用化妆品市场运行分析
 - 一、中国发用化妆品市场规模
 - 二、中国发用化妆品市场消费特点
 - 三、发用定型剂市场规模分析
- 第二节 2013-2014年中国发用化妆品市场竞争分析
 - 一、中国发用化妆品企业市场占有率
 - 二、中国发用化妆品品牌市场占有率
 - 三、中国发用定型剂品牌市场占有率
 - 四、中国染发剂品牌市场占有率
- 第三节 2015-2020年中国发用化妆品行业发展前景和趋势预测
 - 一、2015-2020年发用化妆品总体市场规模预测
 - 二、2015-2020年中国发用化妆品市场结构预测
- 第十章 2013-2014年中国彩妆市场发展分析
- 第一节 彩妆用品概述
 - 一、彩妆用品分类
 - 二、彩妆品牌简介
- 第二节 2013-2014年中国彩妆市场分析
 - 一、中国彩妆市场规模
 - 二、中国彩妆市场结构
 - 三、中国彩妆市场消费特点
- 第三节 2013-2014年中国彩妆市场竞争分析
 - 一、中国彩妆企业市场占有率
 - 二、中国彩妆品牌市场占有率
 - 三、中国面部彩妆品牌市场占有率
 - 四、中国眼部彩妆品牌市场占有率

五、中国唇部彩妆品牌市场占有率

六、中国美甲产品品牌市场占有率

第四节 2015-2020年中国彩妆行业发展前景和趋势预测

一、2015-2020年中国彩妆总体市场规模预测

二、2015-2020年中国彩妆品细分产品市场规模预测

第十一章 2013-2014年中国口腔护理用品市场发展分析

第一节 2013-2014年中国口腔护理用品市场分析

一、中国口腔护理用品市场现状

二、中国口腔护理用品市场规模

三、中国口腔护理用品市场消费热点

四、中国牙刷市场分析

第二节 2013-2014年中国口腔护理用品市场竞争分析

一、中国口腔护理用品市场竞争格局

二、中国口腔护理用品品牌市场占有率

第三节 2015-2020年中国口腔护理用品行业发展前景和趋势预测

一、2015-2020年中国口腔护理用品总体市场规模预测

二、2015-2020年中国口腔护理用品细分产品市场规模预测

第十二章 2013-2014年中国香水市场发展分析

第一节 2013-2014年中国香水市场分析

一、中国香水市场规模

二、中国香水市场结构

第二节 中国香水市场竞争分析

一、中国香水企业市场占有率

二、中国香水品牌市场占有率

第三节 2015-2020年中国香水行业发展前景和趋势预测

一、2015-2020年香水总体市场规模预测

二、2015-2020年中国香水品细分产品市场规模预测

第十三章 2013-2014年中国防晒品市场发展分析

第一节 防晒品的概述

一、防晒品的基本常识

二、防晒品的分类及成分

第二节 2013-2014年中国防晒品市场分析

一、世界防晒品市场现状及特点

二、中国防晒化妆品市场规模

三、中国防晒化妆品市场结构

四、中国防晒品市场消费特点

第三节 2013-2014年中国防晒品市场竞争分析

一、中国防晒品市场竞争格局

二、中国防晒品品牌市场占有率

第四节 2015-2020年中国防晒品行业发展前景和趋势预测

一、中国防晒品行业发展趋势

二、2015-2020年中国防晒品总体市场规模预测

三、2015-2020年中国防晒品细分产品市场规模预测

第十四章 2013-2014年中国化妆品品牌消费调研分析

第一节 2013-2014年中国化妆品总体关注度分析

一、中国化妆品品牌等级关注度

二、中国化妆品细分市场关注度

第二节 2013-2014年中国化妆品品牌等级关注度分析

一、中国大众化妆品关注度

二、中国高档化妆品关注度

三、中国活性化妆品关注度

第三节 2013-2014年中国化妆品细分市场关注度分析

一、中国护肤品关注度

二、中国彩妆关注度

三、中国香水关注度

第四节 2013-2014年中国男士化妆品关注度分析

一、男士化妆品细分市场关注度

二、中国男士护肤品牌关注度

第章 2013-2014年中国化妆品市场营销分析

第一节 化妆品直复营销分析

一、直复营销的概念

二、直复营销的特征

三、直复营销的类型

四、化妆品直复营销的优势

五、中外品牌化妆品直复营销对比

六、中国化妆品企业直营SWOT分析

第二节 化妆品网络营销分析

一、网络营销定义及分类

二、网络营销的理论及特点优势

三、中国化妆品网络营销的现状

四、中国化妆品业网络化的特点

第三节 化妆品直销分析

一、直销的定义

二、中国化妆品业直销现状概述

三、中国化妆品直销五大竞争阵地

第四节 化妆品业连锁经营分析

一、化妆品业连锁经营的必然性

二、化妆品业连锁经营的优势分析

三、中国化妆品业连锁经营的问题

四、中国化妆品业连锁经营的重新构建

五、化妆品企业建立连锁经营组织的步骤

第五节 化妆品梯度营销分析

一、化妆品行业梯度营销的必要性

二、渠道梯度

三、目标消费者梯度

四、品牌梯度

五、价格梯度

六、促销梯度

七、服务梯度

第十六章 2013-2014年世界化妆品企业及品牌分析

第一节 欧莱雅（L'Oreal）

一、企业简介

二、欧莱雅在中国的最新发展

三、公司经营情况分析

四、欧莱雅在中国的经营策略分析

五、欧莱雅建亚洲最大彩妆生产基地

第二节 宝洁（P&G, Procter & Gamble）

一、公司简介

二、公司经营情况分析

三、宝洁在中国迅速发展的成功经验

四、宝洁公司多品牌策略的分析

五、宝洁品牌广告的四大绝招

六、宝洁公司“4C”营销策略分析

第三节 联合利华（Unilever）

一、公司简介

二、联合利华在中国的发展情况

三、公司经营情况分析

四、联合利华在华发展策略分析

五、联合利华多品牌营销战略优势分析

六、联合利华品牌战略提升竞争力

七、联合利华圈地加大产品投入

第四节 雅芳（Avon）

一、企业简介

二、雅芳的产品简介

三、企业经营状况

四、雅芳营销模式转型分析

五、雅芳在[上海](#)建最大海外研发中心

第五节 资生堂（Shiseido）

一、企业简介

二、资生堂历史

三、企业经营状况

四、日本资生堂品牌线路探讨

五、资生堂彩妆业务经营特色

六、资生堂在华未来发展战略

第六节 安利（Amway）

一、企业简介

二、近年来安利经营情况

三、安利中国的现状分析

四、安利（中国）品牌战略

第七节 雅诗兰黛（Estée Lauder）

一、企业及品牌简介

二、雅诗兰黛发展简史

三、雅诗兰黛的产品与服务

四、雅诗兰黛在华发展情况

五、企业经营情况

六、雅诗兰黛市场前景发展

第八节 如新（Nu Skin）

一、企业简介

二、如新业务部门介绍

三、企业经营状况

四、如新在中国的发展状况

五、如新公司经营策略分析

第九节 花王株式会社

一、企业简介

二、花王中国旗下品牌介绍

三、公司经营情况分析

四、花王在中国发展战略分析

第十节 爱茉莉（Amore）

一、企业简介

二、爱茉莉品牌介绍

三、爱茉莉直销模式

第十七章 2013-2014年中国化妆品企业及品牌分析

第一节 上海家化联合股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、企业发展战略及展望

第二节 索芙特股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

八、企业发展战略及展望

第三节 霸王国际集团

一、企业基本情况

二、霸王**洗发水**主要产品

三、公司经营状况分析

四、霸王洗发水市场分析

第四节 [北京](#)大宝化妆品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第五节 [广东](#)拉芳日化有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第六节 [江苏](#)隆力奇集团有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第七节 [江苏](#)少女之春有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第八节 [联合利华（中国）](#)有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第九节 玫琳凯（中国）化妆品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十节 妮维雅（上海）有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十一节 上海卓多姿中信化妆品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十二节 沈阳新生活实业有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十三节 [天津](#)郁美净集团有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十四节 中山市嘉丹婷日用品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第节 资生堂丽源化妆品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十六节 广州市好迪化妆品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十七节 上海自然美富丽化妆品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十八节 松泽化妆品（深圳）有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十九节 苏州尚美国际化妆品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二十节 广东名臣有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二十一节 广东雅倩化妆品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二十二节 [湖北](#)丝宝日化有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第二十三节 上海相宜本草化妆品制造有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第二十四节 雅芳（中国）制造有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第二节 [浙江](#)欧诗漫特种化妆品有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第二十六节 江苏东洋之花化妆品股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第二十七节 仙妮蕾德（中国）有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第十八章 2015-2020年中国化妆品行业前景预测

第一节 中国化妆品行业的发展趋势

- 一、化妆品行业发展总趋势
- 二、未来化妆品市场发展趋势预测
- 三、化妆品连锁专卖将逐步取代单体店
- 四、药妆将成化妆品行业发展新趋势

第二节 2015-2020年中国化妆品市场规模预测

- 一、中国化妆品市场规模预测
- 二、中国高档化妆品市场规模预测

第三节 2015-2020年中国化妆品各区域市场规模预测

- 一、华东地区
- 二、华中地区
- 三、华北和东北地区
- 四、西北地区
- 五、华南地区
- 六、西南地区

第十九章 2015-2020年中国化妆品行业投资分析

第一节 中国化妆品业投资概况分析

- 一、外行投资者看好化妆品行业
- 二、化妆品市场需求持续上升引发投资热潮
- 三、化妆品市场竞争环境趋于规范有利投资
- 四、化妆品利润空间大营造新的投资增长点
- 五、化妆品产业关联化带来新的投资点
- 六、化妆品市场热点清晰有助投资
- 七、化妆品行业环境不断完善将带来更多投资

第二节 2015-2020年中国化妆品行业的投资前景分析

- 一、男士化妆品投资前景分析
- 二、[中药](#)化妆品行业的投资前景分析



Placeholder text block with various symbols and the word IPO.

中商产业研究院产品与服务

Placeholder text block describing products and services.

Placeholder text block at the bottom of the page.

核心优势

专业

团队

请选择报告版本： _____

1 PDF电子版9000元/份 2 印刷版9000元/份 3 PDF电子版+印刷版9000元/份

总计金额： _____万 _____仟 _____佰 _____拾 _____元 （小写： _____元）

预计付款日期： _____年 _____月 _____日

指定账号：

开户行：中国工商银行深圳市分行

开户名：深圳中商产业研究院有限公司

帐 号：4000 0230 0920 1417 009

款到后，发票随后寄发。此账号为唯一指定账号。

联系方式：

研究报告：400-666-1917

IPO咨询专线：400-788-9689

产业园区咨询专线：400-788-9700

可研报告¥商业计划书：400-788-9700

市场调研：400-666-1917

政府投资规划咨询热线：400-788-9700

北京：北京市朝阳区东四环中路41号嘉泰国际大厦B座13层（中国纺织科学研究院）

深圳：深圳市福田区中心区红荔路1001号银盛大厦7层（团市委办公大楼）

香港：香港皇后大道中183号中远大厦19楼

传真：0755-25407715/010-83525881

网址：<http://www.askci.com>

电邮：service@askci.com

备注：请将订阅信息填好后，传真至我中心客服部，款到后发票随后寄发。