



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2010年中国沐浴露行业市场调查及发展预测报告

# 一、调研说明

《2009-2010年中国沐浴露行业市场调查及发展预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，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，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/125409.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

### 目录

#### 第一章 2008-2009年全球沐浴露行业整体运营状况

##### 一、2008-2009年全球沐浴露行业市场发展格局

###### （一）全球沐浴露市场特征

###### （二）全球沐浴露品牌综述

###### （三）全球沐浴露市场动态

##### 二、2008-2009年全球主要国家沐浴露市场运行

###### （一）美国

###### （二）日本

###### （三）德国

##### 三、2009-2012年全球沐浴露行业发展趋势

#### 第二章 2008-2009年中国沐浴露行业市场发展环境

##### 一、2008-2009年中国经济发展环境

###### （一）2009年第一季度中国宏观经济运行情况

###### （二）全球金融危机对中国产业格局影响

###### （三）中国应对金融危机的措施

##### 二、2008-2009年中国沐浴露市场政策环境

###### （一）洗涤剂环境标志产品认证技术要求

###### （二）合成洗涤剂工业污染物排放标准

##### 三、2008-2009年中国沐浴露市场社会环境

###### （一）居民消费情况

###### （二）消费观念

#### 第三章 2008-2009年中国沐浴露行业市场运行态势

##### 一、2008-2009年中国沐浴露市场动态

###### （一）沐浴露市场本土品牌领风骚

###### （二）上海家化几乎占花露水和沐浴露的最大市场份额

###### （三）一批次"相依"沐浴露菌落总数超标

##### 二、2008-2009年中国沐浴露行业现状综述

- (一) 沐浴露行业运行特点
- (二) 产品升级势在必行 高端市场开始试水
- (三) 塑料瓶在化妆品包材领域不断突破
- 三、沐浴露肤感与配方技术
- 四、2008-2009年中国沐浴露行业存在的问题
- (一) 除菌沐浴露市场须加强规范管理
- (二) 沐浴露市场应走规模化集约化之路

#### 第四章 2007-2009年中国沐浴露相关产品产量数据统计

- 一、2007年中国合成洗涤剂产量数据
- (一) 2007年全国合成洗涤剂产量数据
- (二) 2007年合成洗涤剂重点省市数据
- 二、2008年中国合成洗涤剂产量数据
- (一) 2008年全国合成洗涤剂产量数据
- (二) 2008年合成洗涤剂重点省市数据
- 三、2009年中国合成洗涤剂产量数据
- (一) 2009年全国合成洗涤剂产量数据
- (二) 2009年合成洗涤剂重点省市数据

#### 第五章 2008-2009年中国沐浴露业内热点产品运营态势

- 一、2008-2009年中国沐浴露市场运行状况
- (一) 沐浴露市场整体供需格局
- (二) 沐浴露价格同比
- 二、2008-2009年中国婴儿沐浴露市场运行
- (一) 强生婴儿沐浴露的定位与越位
- (二) 婴儿沐浴露市场消费情况
- 三、2008-2009年中国沐浴露进出口

#### 第六章 2008-2009年沐浴露行业市场营销

- 一、主要营销模式
- (一) 直营模式
- (二) 代理经销商模式

(三) 大型综合连锁卖场模式

(四) 网络营销

## 二、营销策略

(一) 产品定位策略

(二) 品牌策略

## 三、沐浴露企业营销模式建议

(一) 沐浴露企业的渠道建设

(二) 沐浴露企业的品牌建设

## 第七章 2008-2009年中国沐浴露市场消费调查

### 一、消费者基体情况

(一) 性别比例

(二) 年龄分布

### 二、沐浴露消费者消费习惯调查

(一) 购买频率

(二) 购买沐浴露的规格

(三) 购买沐浴露消费金额

### 三、2008年沐浴露市场前五大品牌构成

### 四、消费者沐浴露功能关注度调查

### 五、影响消费者购买的因素调查

## 第八章 2008-2009年中国沐浴露市场竞争格局

### 一、2008-2009年中国沐浴露市场竞争格局

(一) 浴露市场进入乱战时代

(二) 婴幼儿沐浴露市场将群雄逐鹿

(三) 欲抢夺强生丢失市场婴儿用品企业大力促销

(四) 沐浴露品牌竞争力排行榜

### 二、2008-2009年中国超市沐浴露趋向同质化问题严重

### 三、2009-2012年中国沐浴露行业竞争趋势

## 第九章 全球品牌沐浴露企业

### 一、宝洁

二、强生

三、德国汉高

四、联合利华

## 第十章 中国沐浴露行业重点企业

### 一、广州宝洁有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况

### 二、广东省熊猫日化用品有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况

### 三、惠州兆婷化妆品有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况

### 四、金华洁灵家居用品有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况

### 五、汕头市飘影洗涤用品有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况

### 六、宁波永发浴保用品有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况

### 七、利高曼（广州）有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况

### 八、上海耐斯日用品化工有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况

### 九、广州市宝丽化妆品有限公司

（一）企业概况

（二）企业经营状况

## 十、浙江润爽日化有限公司

### （一）企业概况

### （二）企业经营状况

## 第十一章 2009-2012年中国沐浴露行业发展预测及投资分析

### 一、2009-2012年中国沐浴露行业发展前景

#### （一）中国沐浴露市场前景

#### （二）二合一沐浴露的市场前景

### 二、2009-2012年中国沐浴露行业发展趋势

#### （一）沐浴露产品功效发展趋势

#### （二）沐浴露市场营销趋势

#### （三）沐浴露包装趋势探析

### 三、2009-2012年中国沐浴露行业市场预测

### 四、2009-2012年中国沐浴露行业投资

#### （一）中国沐浴露行业投资环境

#### （二）中国沐浴露行业投资机会

#### （三）中国沐浴露行业投资风险

## 图表目录（部分）：

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率（当季）

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率（累计）

图表：2007-2009年工业增加值增长率（当月）

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/125409.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>



中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。