



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年洗手液行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年洗手液行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/125927.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

2009年，随着甲型H1N1流感在全球范围内的蔓延，消费者对于杀菌消毒类产品的需求有所增加，杀菌型洗手液和消毒液销量出现较大增幅。洗手液、消毒液、沐浴露都卖得多起来了。随着甲型H1N1流感的蔓延，洗手液和消毒液的销量明显增加，销量比平时增加10%左右，其中洗手液销量增加20%，消毒液等日常洗涤用品也增加了5%至8%。洗手液在国内的出现不过几年，而且只局限于大中城市。现在的洗手液作为一种大众消费品正在逐步为大家所认可，但由于许多人对洗手液的成分、功能以及与香皂相比的优劣性都还不太了解，市场上名牌产品和新产品种类还不多，加之长久以来使用香皂洗手的习惯，使得洗手液真正走进千家万户仍需时日，目前家庭使用洗手液的一般是高收入的白领，高收入的公务员之家。公共场所也只是北京、广州、上海等星级酒店，宾馆和极少数的写字楼里有摆设。在北京、天津、武汉三地的市场调查表明：所有被访者中，使用美容香皂进行日常洁手的占48.2%。其次是普通肥皂31.8%，可见不同类型的肥皂依然是人们洁手的首选，极个别被访者表示只用清水或用洗面奶作为洁手用品，但没有人提及日常会用洗手液。

洗手液毕竟是化妆品市场细分之下的新产品，从启蒙到普及需要一个较为漫长的过程，而且其市场推广的难度及风险莫测，这是其目前的市场劣势。但是，任何一个新产品必将孕育着一个新的市场机会。由于洗手液是一种日用生活消费品，依靠的是重复性消费，而不像汽车、电脑学习机等市场周期短的投机、过渡产品只是一次性消费。目前洗手液市场处于启蒙认知阶段，产品生命周期长，因而市场机会更为可观。原因是：洗手液的消费范围是公共场所以及居家、旅游等，稳定性强，集团消费力极强大；洗手液的主要目标消费群是容易接受新观念的一代，其“崇拜时尚、从众”的社会消费观念具有强大的感染力，因而其必将成为“男女老少皆宜”的产品。所以，从洗手液的产品特性、市场前景来看，它是一个市场生命周期长、蕴藏着丰富市场潜力的产品。如果某厂商抓紧这个市场机遇，完全可以以“洗手液”一炮走红，既可以产生名牌效应，又会成为新的经济增长点。洗手液市场目前尚无品牌优势可言，品牌秩序尚未建立，洗手液市场表现为多品牌共存的格局，明显领跑的品牌尚未出现，顾客在购买洗手液时，也远未形成指牌购买的习惯。竞争也未达到激烈的地步。而且，国外的日化巨头在中国生产、销售洗手液也未形成一定的气候，他们也只是在洗手液市场的初期摸索阶段，所以他们的存在并未给市场造成一定的压力，这给了国内的企业一个很好的发展机遇、给那些追求鹤立鸡群效应的国内厂商提供了很大的市场空间。

本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、中国洗涤用品工业协会、中国轻工业协会、中国日用化工协会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及对国内消费市场调查获得的第一手资料，对我国洗手液行业的发展现状、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，

并重点分析了洗手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，并对洗手液企业的发展提出了建设性的意见。报告还对我国洗手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洗手液行业发展的主要因素以及洗手液行业的发展趋势，并对我国主要洗手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，针对我洗手液竞争力的现状，提出了提高我国洗手液行业竞争力的策略，是洗手液生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前洗手液行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 洗手液行业发展概述

第一节 洗手液定义及分类

一、洗手液的定义

二、洗手液的种类

三、洗手液的特性

第二节 洗手液产业链分析

一、行业经济特性

二、主要细分行业

三、产业链结构分析

第三节 洗手液行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球洗手液市场发展分析

第一节 2008年全球洗手液市场分析

一、2008年全球洗手液市场回顾

二、2008年全球洗手液市场环境

三、2008年全球洗手液产销分析

四、2008年全球洗手液技术分析

第二节 2009年全球洗手液市场分析

- 一、2009年全球洗手液需求分析
- 二、2009年欧美洗手液需求分析
- 三、2009年全球洗手液产销分析
- 四、2009年中外洗手液市场对比

第三节 主要国家地区洗手液市场分析

- 一、2008-2009年美国洗手液市场分析
- 二、2008-2009年欧洲洗手液市场分析
- 三、2008-2009年日本洗手液市场分析
- 四、2008-2009年韩国洗手液市场分析
- 五、2008-2009年其他国家洗手液市场

第三章 我国洗手液行业发展现状

第一节 我国洗手液行业发展现状

- 一、洗手液行业品牌发展现状
- 二、洗手液行业消费市场现状
- 三、洗手液市场消费层次分析
- 四、我国洗手液市场走向分析

第二节 2007-2009年洗手液业发展情况分析

- 一、2007年洗手液行业发展情况分析
- 二、2008年洗手液行业发展情况分析
- 三、2009年洗手液行业发展特点分析
- 四、2009年1-5月洗手液行业发展情况

第三节 2008-2009年洗手液行业运行分析

- 一、2008-2009年洗手液业产销存运行分析
- 二、2008-2009年洗手液行业利润情况分析
- 三、2008-2009年洗手液行业发展周期分析
- 四、2009-2012年洗手液行业发展机遇分析
- 五、2009-2012年洗手液行业利润增速预测

第四节 对中国洗手液市场的分析及思考

- 一、洗手液市场特点
- 二、洗手液市场分析

- 三、洗手液市场变化的方向
- 四、中国洗手液产业发展的新思路
- 五、对中国洗手液产业发展的思考

第四章 我国洗手液市场发展研究

第一节 2008年我国洗手液市场发展研究

- 一、2008年1季度我国洗手液市场研究
- 二、2008年2季度我国洗手液市场研究
- 三、2008年3季度我国洗手液市场研究
- 四、2008年4季度我国洗手液市场研究

第二节 2009年我国洗手液市场情况

- 一、2009年1-5月我国洗手液产销情况
- 二、2009年1-5月我国洗手液市场价格情况
- 三、2009年1-5月重点城市洗手液市场发展情况
- 四、2009年1-5月我国洗手液市场发展情况

第三节 2009年我国洗手液市场结构和价格走势分析

- 一、2009年Q1我国洗手液市场结构和价格走势概述
- 二、2009年Q1我国洗手液市场结构分析
- 三、2009年Q1我国洗手液市场价格走势分析
- 四、2009年1-5月我国洗手液市场结构和价格走势概述
- 五、2009年1-5月我国洗手液市场结构分析
- 六、2009年1-5月我国洗手液市场价格走势分析

第四节 2009年我国洗手液业市场发展特点分析

- 一、2009年Q1我国洗手液市场格局特点
- 二、2009年Q1我国洗手液产品创新特点
- 三、2009年Q1我国洗手液市场服务特点
- 四、2009年Q1我国洗手液市场品牌特点

第五章 我国洗手液市场调查分析

第一节 2008年我国洗手液市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析

三、价格走势分析

四、厂商分析

第二节 2009年1季度我国洗手液市场调查分析

一、主要观点

二、整体市场调查

三、产品关注度调查

四、市场价格调查

第三节 2009年4月份中国洗手液市场调查分析

一、整体市场关注度

二、品牌关注度格局

三、产品关注度调查

四、不同价位关注度

第四节 2009年5月份中国洗手液市场调查分析

一、整体市场关注度

二、品牌关注度格局

三、产品关注度调查

四、不同价位关注度

第六章 洗手液行业经济运行分析

第一节 2008-2009年洗手液产量分析

一、2008年洗手液产量分析

二、2009年1-5月洗手液产量分析

第二节 2008-2009年洗手液行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2008年洗手液行业主要经济指标分析

三、2009年1-5月洗手液行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国洗手液行业绩效分析

一、2008-2009年行业产销情况

二、2008-2009年行业规模情况

三、2008-2009年行业盈利能力

四、2008-2009年行业经营发展能力

五、2008-2009年行业偿债能力分析

第七章 我国洗手液行业进出口分析

第一节 我国洗手液进口分析

一、2008年进口总量分析

二、2008年进口结构分析

三、2008年进口区域分析

第二节 我国洗手液出口分析

一、2008年出口总量分析

二、2008年出口结构分析

三、2008年出口区域分析

第三节 我国洗手液进出口预测

一、2009年1季度进口分析

二、2009年1季度出口分析

三、2009年洗手液进口预测

四、2009年洗手液出口预测

第八章 洗手液区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第九章 中国洗手液行业消费市场分析

第一节 中国洗手液消费者收入分析

一、中国人口、人民生活分析

二、2008-2009年消费者收入水平

三、2009年消费者信心指数分析

第二节 洗手液行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 洗手液市场消费需求分析

一、洗手液市场的消费需求变化

二、洗手液行业的需求情况分析

三、2009年洗手液品牌市场消费需求分析

第四节 洗手液消费市场状况分析

一、洗手液行业消费特点

二、洗手液消费者分析

三、洗手液消费结构分析

四、洗手液消费的市场变化

五、洗手液市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 洗手液行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

- 五、洗手液行业品牌忠诚度调查
- 六、洗手液行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第二部分 行业竞争格局

第十章 洗手液行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 中国洗手液行业竞争格局综述

- 一、2008年洗手液行业集中度
- 二、2008年洗手液行业竞争程度
- 三、2008年洗手液企业与品牌数量
- 四、2008年洗手液行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年洗手液行业竞争格局分析

- 一、2008-2009年国内外洗手液竞争分析
- 二、2008-2009年我国洗手液市场竞争分析
- 三、2008-2009年我国洗手液市场集中度分析
- 四、2009-2012年国内主要洗手液企业动向
- 五、2009年国内洗手液拟在建项目分析

第十一章 洗手液企业竞争策略分析

第一节 洗手液市场竞争策略分析

- 一、2009年洗手液市场增长潜力分析
- 二、2009年洗手液主要潜力品种分析

三、现有洗手液产品竞争策略分析

四、潜力洗手液品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 洗手液企业竞争策略分析

一、金融危机对洗手液行业竞争格局的影响

二、金融危机后洗手液行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国洗手液市场竞争趋势

四、2009-2012年洗手液行业竞争格局展望

五、2009-2012年洗手液行业竞争策略分析

六、2009-2012年洗手液企业竞争策略分析

第十二章 重点洗手液企业竞争分析

第一节 主要品牌特点及竞争分析

一、祖丝

二、蓝月亮

三、恩威

四、安利必速

五、威露士

六、开米贝芬

七、三九

八、魁士

第二节 西安开米股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 广州蓝月亮有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 莱曼赫斯健康产品（广州）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 利洁时中国有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 广州市诗维娅化妆品厂

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十三章 洗手液行业发展趋势分析

第一节 我国洗手液行业前景与机遇分析

一、我国洗手液行业发展前景

二、我国洗手液发展机遇分析

三、2009年洗手液的发展机遇分析

四、金融危机对洗手液行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国洗手液市场趋势分析

一、2008-2009年洗手液市场趋势总结

二、2009-2012年洗手液发展趋势分析

三、2009-2012年洗手液市场发展空间

四、2009-2012年洗手液产业政策趋向

五、2009-2012年洗手液技术革新趋势

六、2009-2012年洗手液价格走势分析

七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十四章 未来洗手液行业发展预测

第一节 未来洗手液需求与消费预测

- 一、2009-2012年洗手液产品消费预测
- 二、2009-2012年洗手液市场规模预测
- 三、2009-2012年洗手液行业总产值预测
- 四、2009-2012年洗手液行业销售收入预测
- 五、2009-2012年洗手液行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国洗手液行业供需预测

- 一、2008-2012年中国洗手液供给预测
- 二、2009-2012年中国洗手液产量预测
- 三、2009-2012年中国洗手液需求预测
- 四、2009-2012年中国洗手液供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国洗手液产品价格预测
- 六、2009-2012年主要洗手液产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十五章 洗手液行业投资现状分析

第一节 2008年洗手液行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月洗手液行业投资情况分析

- 一、2009年1-5月总体投资及结构
- 二、2009年1-5月投资规模情况
- 三、2009年1-5月投资增速情况
- 四、2009年1-5月分行业投资分析
- 五、2009年1-5月分地区投资分析
- 六、2009年1-5月外商投资情况

第十六章 洗手液行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年洗手液行业政策环境分析
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

- 一、国内洗手液技术现状
- 二、2009年洗手液技术发展分析
- 三、2009-2012年洗手液技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第五节 化工行业振兴规划

- 一、化工行业振兴规划概述
- 二、化工行业振兴规划细则
- 三、化工行业振兴规划主要任务
- 四、化工行业振兴规划主要工程
- 五、化工行业振兴规划主要措施
- 六、化工行业振兴规划的意义与作用
- 七、化工行业振兴规划对洗手液行业的影响

第十七章 洗手液行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2009年相关产业活力系数比较
- 二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2009年相关产业投资收益率比较
- 二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 洗手液行业投资效益分析

- 一、2008-2009年洗手液行业投资状况分析
- 二、2009-2012年洗手液行业投资效益分析
- 三、2009-2012年洗手液行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年洗手液行业的投资方向
- 五、2009-2012年洗手液行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响洗手液行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响洗手液行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响洗手液行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响洗手液行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国洗手液行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国洗手液行业发展面临的机遇分析

第五节 洗手液行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年洗手液行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年洗手液行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年洗手液行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年洗手液行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年洗手液行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年洗手液行业其他风险及控制策略

第十八章 洗手液行业投资战略研究

第一节 洗手液行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国洗手液品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性

二、洗手液实施品牌战略的意义

三、洗手液企业品牌的现状分析

四、我国洗手液企业的品牌战略

五、洗手液品牌战略管理的策略

第三节 洗手液企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

第四节 洗手液行业投资战略研究

一、2009年洗涤用品行业投资战略

二、2009年洗手液行业投资战略

三、2009-2012年洗手液行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：洗手液产业链分析

图表：国际洗手液市场规模

图表：国际洗手液生命周期

图表：2003-2008年中国洗手液行业市场规模

图表：2002-2008年全球洗手液产业市场规模

图表：2006-2008年洗手液重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国洗手液行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国洗手液行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国洗手液行业资产情况分析

图表：2007-2008年洗手液产品进口数量比较

图表：2007-2008年洗手液进口金额趋势比较

图表：2007-2008年洗手液进口数量趋势比较

图表：2007-2008年洗手液出口金额趋势比较

图表：2007-2008年洗手液出口数量趋势比较

图表：2008年我国前十位出口洗手液数量省市地区

图表：2008年我国前十位出口洗手液金额省市地区

图表：2007-2008年中国洗手液发展能力分析

图表：2007-2008年中国洗手液竞争力分析

图表：2009-2012年中国洗手液产能预测

图表：2009-2012年中国洗手液消费量预测

图表：2009-2012年中国洗手液市场前景预测

图表：2009-2012年中国洗手液市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国洗手液发展前景预测

图表：2008年1-12月洗手液产量全国合计

图表：2008年1-12月洗手液产量北京市合计

图表：2008年1-12月洗手液产量天津市合计

图表：2008年1-12月洗手液产量河北省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量山西省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量吉林省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月洗手液产量上海市合计

图表：2008年1-12月洗手液产量江苏省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量浙江省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量安徽省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量福建省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量江西省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量山东省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量河南省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量湖北省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量湖南省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量广东省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量广西区合计

图表：2008年1-12月洗手液产量海南省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量重庆市合计

图表：2008年1-12月洗手液产量四川省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量贵州省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量云南省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量陕西省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月洗手液产量新疆区合计

图表：2008年1-12月洗手液产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月洗手液产量全国合计

图表：2009年1-5月洗手液产量北京市合计

图表：2009年1-5月洗手液产量天津市合计

图表：2009年1-5月洗手液产量河北省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量山西省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量吉林省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月洗手液产量上海市合计

图表：2009年1-5月洗手液产量江苏省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量浙江省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量安徽省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量福建省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量江西省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量山东省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量河南省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量湖北省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量湖南省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量广东省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量广西区合计

图表：2009年1-5月洗手液产量海南省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量重庆市合计

图表：2009年1-5月洗手液产量四川省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量贵州省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量云南省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量陕西省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月洗手液产量新疆区合计

图表：2009年1-5月洗手液产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月洗涤用品行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月洗手液进口数据

图表：2008年1季度洗手液进口数据

图表：2008年1月洗手液进口数据

图表：2008年2月洗手液进口数据

图表：2008年3月洗手液进口数据

图表：2008年2季度洗手液进口数据

图表：2008年4月洗手液进口数据

图表：2008年5月洗手液进口数据

图表：2008年6月洗手液进口数据

图表：2008年3季度洗手液进口数据

图表：2008年7月洗手液进口数据

图表：2008年8月洗手液进口数据

图表：2008年9月洗手液进口数据

图表：2008年4季度洗手液进口数据

图表：2008年10月洗手液进口数据

图表：2008年11月洗手液进口数据

图表：2008年12月洗手液进口数据

图表：2008年1-12月洗手液出口数据

图表：2008年1季度洗手液出口数据

图表：2008年1月洗手液出口数据

图表：2008年2月洗手液出口数据

图表：2008年3月洗手液出口数据

图表：2008年2季度洗手液出口数据

图表：2008年4月洗手液出口数据

图表：2008年5月洗手液出口数据

图表：2008年6月洗手液出口数据

图表：2008年3季度洗手液出口数据

图表：2008年7月洗手液出口数据

图表：2008年8月洗手液出口数据

图表：2008年9月洗手液出口数据

图表：2008年4季度洗手液出口数据

图表：2008年10月洗手液出口数据

图表：2008年11月洗手液出口数据

图表：2008年12月洗手液出口数据

图表：2009年1-5月洗手液进口数据

图表：2009年1季度洗手液进口数据

图表：2009年1月洗手液进口数据

图表：2009年2月洗手液进口数据

图表：2009年3月洗手液进口数据

图表：2009年2季度洗手液进口数据

图表：2009年4月洗手液进口数据

图表：2009年5月洗手液进口数据

图表：2009年1-5月洗手液出口数据

图表：2009年1季度洗手液出口数据

图表：2009年1月洗手液出口数据

图表：2009年2月洗手液出口数据

图表：2009年3月洗手液出口数据

图表：2009年2季度洗手液出口数据

图表：2009年4月洗手液出口数据

图表：2009年5月洗手液出口数据

图表：2007-2010年中国洗手液市场规模变化趋势图

图表：2007-2010年中国城市洗手液市场规模变化趋势图

图表：城市洗手液市场结构比例图

图表：2007-2010年中国农村洗手液市场规模变化趋势图

图表：中国十大洗手液品牌榜中榜

图表：日用清洁品的市场渗透率对比图

图表：洗手液市场品牌认知度调研

图表：对洗手液各项功能的重视程度

图表：消费者获取手部清洁品信息的渠道

图表：洗手液北京市场品牌绝对渗透率

图表：洗手液北京市场品牌相对渗透率

图表：洗手液北京市场品牌市场份额

图表：洗手液北京市场品牌忠诚度分析

图表：洗手液北京市场品牌群体人口

图表：洗手液上海市场品牌绝对渗透率

图表：洗手液上海市场品牌相对渗透率

图表：洗手液上海市场品牌市场份额

图表：洗手液上海市场品牌忠诚度分析

图表：洗手液上海市场品牌群体人口

图表：洗手液重庆市场品牌绝对渗透率

图表：洗手液重庆市场品牌相对渗透率

图表：洗手液重庆市场品牌市场份额

图表：洗手液重庆市场品牌忠诚度分析

图表：洗手液重庆市场品牌群体人口

图表：洗手液南京市场品牌绝对渗透率

图表：洗手液南京市场品牌相对渗透率

图表：洗手液南京市场品牌市场份额

图表：洗手液南京市场品牌忠诚度分析

图表：洗手液南京市场品牌群体人口

图表：洗手液深圳市场品牌绝对渗透率

图表：洗手液深圳市场品牌相对渗透率

图表：洗手液深圳市场品牌市场份额

图表：洗手液深圳市场品牌忠诚度分析

图表：洗手液深圳市场品牌群体人口

图表：洗手液杭州市场品牌绝对渗透率

图表：洗手液杭州市场品牌相对渗透率

图表：洗手液杭州市场品牌市场份额

图表：洗手液杭州市场品牌忠诚度分析

图表：洗手液杭州市场品牌群体人口

图表：洗手液昆明市场品牌绝对渗透率

图表：洗手液昆明市场品牌相对渗透率

图表：洗手液昆明市场品牌市场份额

图表：洗手液昆明市场品牌忠诚度分析

图表：洗手液昆明市场品牌群体人口

图表：洗手液西安市场品牌绝对渗透率

图表：洗手液西安市场品牌相对渗透率

图表：洗手液西安市场品牌市场份额

图表：洗手液西安市场品牌忠诚度分析

图表：洗手液西安市场品牌群体人口

图表：洗手液武汉市场品牌绝对渗透率

图表：洗手液武汉市场品牌相对渗透率

图表：洗手液武汉市场品牌市场份额

图表：洗手液武汉市场品牌忠诚度分析

图表：洗手液武汉市场品牌群体人口

图表：洗手液济南市场品牌绝对渗透率

图表：洗手液济南市场品牌相对渗透率

图表：洗手液济南市场品牌市场份额

图表：洗手液济南市场品牌忠诚度分析

图表：洗手液济南市场品牌群体人口

图表：洗手液成都市场品牌绝对渗透率

图表：洗手液成都市场品牌相对渗透率

图表：洗手液成都市场品牌市场份额

图表：洗手液成都市场品牌忠诚度分析

图表：洗手液成都市场品牌群体人口

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/125927.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）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专业提供投资咨询报告、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。