



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国日化市场运营 动态及发展前景预测报告

## 一、调研说明

《2012-2016年中国日化市场运营动态及发展前景预测报告》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/212124.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](mailto: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

### 第一章、日化行业相关概述

#### 第一节、日化行业基本介绍

- 一、日用化工的定义
- 二、日用化学品分类
- 三、日用化学品的特点

#### 第二节、日化行业的经济地位及特点

- 一、日化行业在社会经济中的地位
- 二、中国日化产业发展的特点

### 第二章、中国日化行业发展分析

#### 第一节、我国日化行业发展概况

- 一、我国日化行业整体发展现状
- 二、我国日化行业各项成本有所增加
- 三、我国日化行业发展进入新阶段

#### 第二节、2009-2011年我国日化行业发展状况

- 一、2009年国内日化行业发展状况
- 二、2010年我国日化行业重大事件概述
- 三、2011年我国日化行业发展状况

#### 第三节、中药日化

- 一、中药日化产品成市场研发热点
- 二、国内药企大举进军中药日化领域
- 三、中草药产品成本本土日化企业的优势
- 四、中药日化产品将成市场主角之一
- 五、日化产品"中草药"概念受限制
- 六、中药企业进入日化行业的战略

#### 第四节、日化产品包装

- 一、日化产品包装性能及主要形式
- 二、我国日化包装取得长足发展
- 三、竞争促使日化包装技术不断更新
- 四、差异化包装提高日化品牌价值

五、日化企业青睐热收缩包装

六、国内日化产品包装未来展望

### 第三章、中国日用化学产品行业财务状况分析

#### 第一节、中国日用化学品制造行业经济规模

一、2007-2011年日用化学品制造业销售规模

二、2007-2011年日用化学品制造业利润规模

三、2007-2011年日用化学品制造业资产规模

#### 第二节、中国日用化学品制造行业盈利能力指标分析

一、2007-2011年日用化学品制造业亏损面

二、2007-2011年日用化学品制造业销售毛利率

三、2007-2011年日用化学品制造业成本费用利润率

四、2007-2011年日用化学品制造业销售利润率

#### 第三节、中国日用化学品制造行业营运能力指标分析

一、2007-2011年日用化学品制造业应收账款周转率

二、2007-2011年日用化学品制造业流动资产周转率

三、2007-2011年日用化学品制造业总资产周转率

#### 第四节、中国日用化学品制造行业偿债能力指标分析

一、2007-2011年日用化学品制造业资产负债率

二、2009-2011年日用化学品制造业利息保障倍数

#### 第五节、中国日用化学品制造行业财务状况综合评价

一、日用化学品制造业财务状况综合评价

二、影响日用化学品制造业财务状况的经济因素分析

### 第四章、中国日化市场

#### 第一节、我国本土日化市场消费行为分析

一、本土日化市场整体情况

二、本土日化市场推广渠道

三、市场消费者购买渠道

四、消费者购买考虑因素

#### 第二节、农村日化市场

一、农村日化市场消费特点

- 二、农村日化市场发展环境得天独厚
- 三、本土日化企业扎根农村市场
- 四、洗涤用品下乡策略及案例分析
- 五、下乡日化产品需符合农村市场诉求
- 六、农村日化市场开拓措施

### 第三节、日化市场资本运营

- 一、日化行业开始与资本市场接轨
- 二、日化行业资本运营的机遇与风险
- 三、国内日化业缺乏风险投资的原因
- 四、资本运作将改变日化市场竞争格局

### 第四节、日化OEM

- 一、中国日化行业OEM发展迅速
- 二、日化OEM迎来全球化发展机遇
- 三、日化OEM企业面临的难题及发展策略
- 四、OEM是化妆品行业未来发展趋势

## 第五章、日化行业产品产量数据分析

### 第一节、2010-2012年3月全国及主要省份香精产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份香精产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份香精产量分析
- 三、2012年1-3月全国及主要省份香精产量分析

### 第二节、2010-2012年3月全国及主要省份合成洗涤剂产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份合成洗涤剂产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份合成洗涤剂产量分析
- 三、2012年1-3月全国及主要省份合成洗涤剂产量分析

### 第三节、2010-2012年3月全国及主要省份肥(香)皂产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份肥(香)皂产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份肥(香)皂产量分析
- 三、2012年1-3月全国及主要省份肥(香)皂产量分析

### 第四节、2010-2012年3月全国及主要省份牙膏(折65克标准支)产量分析

- 一、2010年1-12月全国及主要省份牙膏(折65克标准支)产量分析
- 二、2011年1-12月全国及主要省份牙膏(折65克标准支)产量分析

### 三、2012年1-3月全国及主要省份牙膏(折65克标准支)产量分析

## 第六章、化妆品

### 第一节、化妆品市场总体发展概况

- 一、国际化妆品市场的发展现状
- 二、"十一五"期间我国化妆品发展情况
- 三、我国化妆品零售市场发展变化

### 第二节、2010年我国化妆品网络市场调查分析

- 一、2010年我国化妆品市场总体分析
- 二、2010年我国化妆品牌等级分类情况
- 三、2010年我国化妆品网民特征

### 第三节、2011年我国化妆品市场分析

- 一、2011年我国化妆品市场总体分析
- 二、2011年我国化妆品牌等级分类状况
- 三、2011年我国化妆品产品分类状况
- 四、2011年我国化妆品网购市场分析

### 第四节、化妆品市场消费分析

- 一、化妆品市场消费者的构成
- 二、化妆品市场消费的特点
- 三、美容化妆品市场的消费状况调查
- 四、女性购买化妆品的心理因素研究

### 第五节、化妆品包装

- 一、化妆品包装的特性
- 二、国内美容化妆品包装分析
- 三、化妆品包装需标注所有成分
- 四、2010年化妆品新规正式实施
- 五、中草药成为化妆品包装禁用语惹争端
- 六、美容化妆品包装的发展走向

### 第六节、化妆品行业发展难题及对策

- 一、国内化妆品工业与发达国家的差距
- 二、我国化妆品发展存在的主要问题
- 三、国内美容化妆品市场的薄弱方面

四、我国化妆品行业的发展对策

五、我国化妆品行业发展建议

#### 第七节、化妆品行业未来发展分析

一、全球化妆品市场的发展趋势

二、"十二五"期间我国化妆品发展目标

三、"十二五"期间我国化妆品行业发展战略

### 第七章、化妆品细分市场

#### 第一节、护肤品

一、我国护肤品品牌的发展阶段

二、我国护肤品市场发展总体概况

三、2010年我国护肤品市场发展强劲

四、2010年我国护肤产品网络市场调查分析

五、2011年我国护肤产品网络市场调查分析

六、我国护肤品企业战略营销模式综述

#### 第二节、彩妆

一、我国彩妆市场的运作模式

二、我国彩妆市场发展现状

三、2010年我国彩妆产品网络市场调查分析

四、2011年我国彩妆产品关注度分析

五、我国彩妆市场竞争激烈

#### 第三节、药妆

一、药妆功能概述

二、国内医药巨头进入药妆市场的可行性

三、药妆业的制约因素与突破策略

四、本土药妆业的不足及发展建议

#### 第四节、香水

一、我国香水行业发展现状

二、国内香水市场发展特点

三、中国香水市场消费者群体分析

四、香水市场发展的制约因素

五、我国香水市场全新发展的建议

## 第五节、男士化妆品

- 一、男士化妆品开发的可行性
- 二、国内男士化妆品市场成长情况
- 三、2011年男士化妆品网络市场调查分析
- 四、男士化妆品市场的制约因素
- 五、男士化妆品市场的发展建议
- 六、我国男士化妆品市场发展趋势

## 第八章、洗涤用品

### 第一节、中国洗涤用品行业的发展

- 一、"十一五"期间我国洗涤用品行业的发展
- 二、2010年我国洗涤用品行业经济运行分析
- 三、2011年我国洗涤用品行业发展态势
- 四、洗涤用品生产技术进展状况

### 第二节、中国洗涤用品市场动态

- 一、我国洗涤用品市场发展回顾
- 二、我国洗涤用品市场发展现况
- 三、我国洗涤用品市场销售特点
- 四、洗涤用品与化妆品市场比较

### 第三节、洗涤用品行业存在的问题及对策

- 一、我国洗涤用品行业存在的问题
- 二、洗涤用品行业需关注的六大难题
- 三、洗涤用品行业的突破创新之路

### 第四节、洗涤用品行业发展前景及趋势

- 一、"十二五"期间我国洗涤用品行业发展基本思路
- 二、"十二五"期间我国洗涤用品行业发展重点任务
- 三、未来我国洗涤用品的发展趋势

## 第九章、洗涤用品细分市场

### 第一节、洗发水

- 一、洗发水市场的主要驱动因素
- 二、我国洗发水销售市场细分概述



- 三、洗发水市场细分与市场定位
- 四、我国高端洗发水市场竞争激烈
- 五、洗发水市场三种典型商业模式分析

## 第二节、洗衣粉

- 一、我国洗衣粉市场的发展阶段
- 二、洗衣粉市场消费及机会分析
- 三、2010年我国洗衣粉市场消费者分析
- 四、2011年我国洗衣粉产量状况
- 五、推进洗衣粉市场发展壮大的战略

## 第三节、洗衣液

- 一、2010年中国洗衣液市场步入高速发展期
- 二、2011年我国洗衣液市场的发展
- 三、我国洗衣液市场的品牌格局
- 四、我国洗衣液市场竞争日趋激烈

## 第四节、洗洁精

- 一、国内洗洁精市场结构
- 二、我国洗洁精市场发展概况
- 三、洗洁精的经销渠道
- 四、洗洁精行业竞争战略
- 五、洗洁精产品消费趋势

## 第五节、沐浴露

- 一、我国沐浴露市场总体发展状况
- 二、我国沐浴露市场发展简况
- 三、国内沐浴露市场需求持续增长
- 四、我国沐浴露市场营销分析

# 第十章、牙膏

## 第一节、中国牙膏市场概况

- 一、中国牙膏市场的发展阶段
- 二、牙膏市场消费特征分析
- 三、中国牙膏市场发展趋势预测

## 第二节、中草药牙膏

- 一、中草药牙膏成为市场开发热点
- 二、中草药成为牙膏行业新盈利点
- 三、中药牙膏面临的机遇与挑战
- 四、云南白药牙膏制胜策略

### 第三节、牙膏市场竞争格局

- 一、国内牙膏品牌竞争环境分析
- 二、中国牙膏市场形成三大阵营
- 三、两大外资牙膏品牌竞争策略比较
- 四、本土牙膏品牌在二线市场发起反攻
- 五、新兴品牌探索差异化发展道路

### 第四节、牙膏行业存在的问题及应对策略

- 一、国内牙膏企业面临的问题
- 二、我国牙膏企业的营销战略
- 三、本土牙膏品牌亟需产品升级
- 四、本土牙膏企业渠道开发策略
- 五、国内牙膏企业的品牌重塑战略

### 第五节、牙膏行业标准及市场监管

- 一、我国牙膏列入化妆品监管范畴
- 二、功效牙膏监管有新标准可依
- 三、牙膏新国标解读

## 第十一章、日化行业区域市场

### 第一节、广东

- 一、广东本土日化品牌开始转向高端
- 二、广东化妆品产业发展环境良好
- 三、广东化妆品行业发展成就与瓶颈
- 四、广东洗发水行业的突围之路
- 五、广东日化企业成功发展的策略

### 第二节、汕头

- 一、汕头美容化妆品形成产业集群
- 二、2011年1-10月汕头化妆品出口状况
- 三、汕头日化产业注入新活力

#### 四、汕头日化企业加强合作应对激烈竞争

### 第三节、浙江

- 一、浙江日化行业发展基本情况及特点
- 二、浙江日化行业积极开展电子商务业务
- 三、杭州借助上海优势打造化妆品生产基地

### 第四节、上海

- 一、上海化妆品行业重新崛起
- 二、上海化妆品安全监管制度日益完善
- 三、上海日化行业诚信经营实现新发展

### 第五节、日化行业部分区域市场比较分析

- 一、日化南北市场差异决定经营思路不同
- 二、华南与华东地区日化企业交叉发展
- 三、珠三角与长三角日化产业发展比较
- 四、广州和上海日化业平行发展
- 五、汉正街日化批发市场的兴衰浮沉

## 第十二章、日化行业营销

### 第一节、日化营销渠道分析

- 一、渠道成本本土日化企业发展关键因素
- 二、日化渠道特征及深度营销模型
- 三、电子商务促进日化渠道革新
- 四、日化行业自建渠道大有可为
- 五、日化行业优化和整合渠道的策略

### 第二节、日化营销终端

- 一、日化终端类型及管理方法
- 二、日化企业终端布局与建设方案
- 三、国产日化品牌在终端竞争中开创蓝海
- 四、日化终端度过经济危机的对策

### 第三节、日化专营店

- 一、日化专营店应对市场环境变化的思路
- 二、日化专营店与大型商超竞争的策略
- 三、日化专营店提高利润率的路径

#### 四、国内日化专营店未来发展趋势

#### 第四节、部分地区化妆品专营店发展状况

- 一、广东省化妆品专营店发展现状
- 二、浙江地区化妆品专营店发展特色
- 三、湖北化妆品专营店经营状况

#### 第五节、日化包场

- 一、日化包场模式概述
- 二、全国各地日化包场发展现状
- 三、日化包场的优势与缺陷
- 四、日化包场发展面临难题
- 五、日化包场模式发展前途分析

#### 第六节、日化行业营销策略

- 一、日化行业常用营销策略解析
- 二、日化行业营销模式创新
- 三、中小型日化企业生存法则
- 四、我国日化企业的创新型营销战略

### 第十三章、日化行业品牌竞争

#### 第一节、日化行业竞争格局

- 一、国内日化行业竞争环境分析
- 二、日化产业呈现新竞争格局
- 三、竞争加剧推动日化品牌功能细化

#### 第二节、外资收购和替代本土品牌

- 一、外资品牌占据中国日化市场战略要地
- 二、外资品牌在竞争中占有强大优势
- 三、外资品牌通过并购抢占日化市场
- 四、日化中外资品牌各自向对方阵地渗透
- 五、外资入侵本土低端品牌和二三线市场
- 六、反垄断法将规范日化市场竞争秩序

#### 第三节、本土日化品牌在竞争中的发展现状

- 一、本土日化品牌发展成就卓著
- 二、国产日化品牌借助中药概念强势崛起

### 三、国产日化品牌有巨大拓展空间

#### 第四节、民族日化品牌的缺陷及发展对策

- 一、本土日化品牌的短处及改进策略
- 二、国内日化企业改革品牌管理的策略
- 三、国产日化品牌应向高端发展
- 四、本土日化品牌未来发展路线
- 五、本土日化企业品牌谋胜之路

## 第十四章、日化行业重点企业

### 第一节、上海白猫股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月白猫经营状况分析
- 三、2011年1-12月白猫经营状况分析
- 四、2012年1-3月白猫经营状况分析

### 第二节、上海家化联合股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月上海家化经营状况分析
- 三、2011年1-12月上海家化经营状况分析
- 四、2012年1-3月上海家化经营状况分析

### 第三节、南风化工集团股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月南风化工经营状况分析
- 三、2011年1-12月南风化工经营状况分析
- 四、2012年1-3月南风化工经营状况分析

### 第四节、广州市浪奇实业股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月广州浪奇经营状况分析
- 三、2011年1-12月广州浪奇经营状况分析
- 四、2012年1-3月广州浪奇经营状况分析

### 第五节、柳州两面针股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月两面针经营状况分析

三、2011年1-12月两面针经营状况分析

四、2012年1-3月两面针经营状况分析

## 第六节、索芙特股份有限公司

一、公司简介

二、2010年1-12月索芙特经营状况分析

三、2011年1-12月索芙特经营状况分析

四、2012年1-3月索芙特经营状况分析

## 第七节、上市公司财务比较分析

一、盈利能力分析

二、成长能力分析

三、营运能力分析

四、偿债能力分析

## 第十五章、日化行业发展趋势及前景展望

### 第一节、日化行业发展趋势

一、我国日化行业未来发展趋势

二、“十二五”期间我国将推进日化产业整合

### 第二节、日化行业前景展望

一、我国日化行业发展前景广阔

二、2012-2016年中国日化行业发展预测

## 附录

附录一：化妆品生产企业卫生规范

附录二：化妆品标识管理规定

## 图表目录：

图表 中国日化行业销售额情况

图表 中国日化产品销售额按产品分类

图表 中国护肤品市场销售额复合增长率表

图表 中国彩妆市场销售额复合增长率表

图表 中国发类用品市场销售额复合增长率表

图表 中国香品市场销售额复合增长率表

图表 中国口腔卫生用品市场销售额复合增长率表

图表 中国洗涤用品市场销售额复合增长率表

图表 2010年6月和2010年12月日化产品主要原料价格对比

图表 中国历年化妆品销售额

图表 "差异化"产品发展模式提升盈利能力

图表 差异化产品的开发周期

图表 中药日化产品价格定位策略

图表 跨国品牌与本土品牌的品牌管理差别

图表 2007-2011年日用化学品制造业销售收入

图表 2007-2011年日用化学品制造业销售收入增长趋势图

图表 2009-2010年11月日用化学品制造业不同规模企业销售额

图表 2010年1-11月日用化学品制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2011年1-12月日用化学品制造业不同规模企业销售额

图表 2011年1-12月日用化学品制造业不同规模企业销售额对比图

图表 2009-2010年11月日用化学品制造业不同所有制企业销售额

图表 2010年1-11月日用化学品制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2011年1-12月日用化学品制造业不同所有制企业销售额

图表 2011年1-12月日用化学品制造业不同所有制企业销售额对比图

图表 2007-2011年日用化学品制造业利润总额

图表 2007-2011年日用化学品制造业利润总额增长趋势图

图表 2009-2010年11月日用化学品制造业不同规模企业利润总额

图表 2010年1-11月日用化学品制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2011年1-12月日用化学品制造业不同规模企业利润总额

图表 2011年1-12月日用化学品制造业不同规模企业利润总额对比图

图表 2009-2010年11月日用化学品制造业不同所有制企业利润总额

图表 2011年1-12月日用化学品制造业不同所有制企业利润总额

图表 2011年1-12月日用化学品制造业不同所有制企业利润总额对比图

图表 2007-2011年日用化学品制造业资产总额

图表 2007-2011年日用化学品制造业总资产增长趋势图

图表 截至2011年12月底日用化学品制造业不同规模企业总资产

图表 截至2011年12月底日用化学品制造业不同规模企业总资产对比图

图表 截至2011年12月底日用化学品制造业不同所有制企业总资产

图表 截至2011年12月底日用化学品制造业不同所有制企业总资产对比图

图表 2007-2011年日用化学品制造业亏损面

图表 2007-2011年日用化学品制造业亏损企业亏损总额

图表 2007-2011年日用化学品制造业销售毛利率趋势图

图表 2007-2011年日用化学品制造业成本费用率

图表 2007-2011年日用化学品制造业成本费用利润率趋势图

图表 2007-2011年日用化学品制造业销售利润率趋势图

图表 2007-2011年日用化学品制造业应收账款周转率对比图

图表 2007-2011年日用化学品制造业流动资产周转率对比图

图表 2007-2011年日用化学品制造业总资产周转率对比图

图表 2007-2011年日用化学品制造业资产负债率对比图

图表 2009-2011年日用化学品制造业利息保障倍数对比图

图表 农村与城市消费特点比较

图表 2010年1-12月全国香精产量数据

图表 2010年1-12月天津市香精产量数据

图表 2010年1-12月广东省香精产量数据

图表 2010年1-12月河南省香精产量数据

图表 2010年1-12月上海市香精产量数据

图表 2010年1-12月浙江省香精产量数据

图表 2010年1-12月江苏省香精产量数据

图表 2010年1-12月四川省香精产量数据

图表 2011年1-12月全国香精产量数据

图表 2011年1-12月天津市香精产量数据

图表 2011年1-12月广东省香精产量数据

图表 2011年1-12月河南省香精产量数据

图表 2011年1-12月上海市香精产量数据

图表 2011年1-12月浙江省香精产量数据

图表 2011年1-12月江苏省香精产量数据

图表 2011年1-12月四川省香精产量数据

图表 2012年1-3月全国香精产量数据

图表 2012年1-3月天津市香精产量数据

图表 2012年1-3月广东省香精产量数据

图表 2012年1-3月河南省香精产量数据



图表 2012年1-3月上海市香精产量数据

图表 2012年1-3月浙江省香精产量数据

图表 2012年1-3月江苏省香精产量数据

图表 2012年1-3月四川省香精产量数据

图表 2010年1-12月全国合成洗涤剂产量数据

图表 2010年1-12月广东省合成洗涤剂产量数据

图表 2010年1-12月四川省合成洗涤剂产量数据

图表 2010年1-12月安徽省合成洗涤剂产量数据

图表 2010年1-12月浙江省合成洗涤剂产量数据

图表 2010年1-12月河南省合成洗涤剂产量数据

图表 2010年1-12月山东省合成洗涤剂产量数据

图表 2010年1-12月湖南省合成洗涤剂产量数据

图表 2011年全国合成洗涤剂产量数据

图表 2011年广东省合成洗涤剂产量数据

图表 2011年安徽省合成洗涤剂产量数据

图表 2011年四川省合成洗涤剂产量数据

图表 2011年浙江省合成洗涤剂产量数据

图表 2011年河南省合成洗涤剂产量数据

图表 2011年湖南省合成洗涤剂产量数据

图表 2011年山东省合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-3月全国合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-3月广东省合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-3月安徽省合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-3月四川省合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-3月浙江省合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-3月河南省合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-3月湖南省合成洗涤剂产量数据

图表 2012年1-3月山东省合成洗涤剂产量数据

图表 2010年1-12月全国肥(香)皂产量数据

图表 2010年1-12月浙江省肥(香)皂产量数据

图表 2010年1-12月河北省肥(香)皂产量数据

图表 2010年1-12月广东省肥(香)皂产量数据

图表 2010年1-12月江苏省肥(香)皂产量数据

图表 2010年1-12月福建省肥(香)皂产量数据

图表 2010年1-12月河南省肥(香)皂产量数据

图表 2010年1-12月安徽省肥(香)皂产量数据

图表 2011年1-12月全国肥(香)皂产量数据

图表 2011年1-12月浙江省肥(香)皂产量数据

图表 2011年1-12月河北省肥(香)皂产量数据

图表 2011年1-12月广东省肥(香)皂产量数据

图表 2011年1-12月江苏省肥(香)皂产量数据

图表 2011年1-12月福建省肥(香)皂产量数据

图表 2011年1-12月河南省肥(香)皂产量数据

图表 2011年1-12月安徽省肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-3月全国肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-3月浙江省肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-3月河北省肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-3月广东省肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-3月江苏省肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-3月福建省肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-3月河南省肥(香)皂产量数据

图表 2012年1-3月安徽省肥(香)皂产量数据

图表 2010年1-12月全国牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2010年1-12月广东省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2010年1-12月安徽省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2010年1-12月江苏省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2010年1-12月广西自治区牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2010年1-12月上海市牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2010年1-12月重庆市牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2010年1-12月浙江省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2011年1-12月全国牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2011年1-12月广东省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2011年1-12月安徽省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2011年1-12月江苏省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2011年1-12月广西壮族自治区牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2011年1-12月上海市牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2011年1-12月重庆市牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2011年1-12月浙江省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年1-3月全国牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年1-3月广东省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年1-3月安徽省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年1-3月江苏省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年1-3月广西壮族自治区牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年1-3月上海市牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年1-3月重庆市牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 2012年1-3月浙江省牙膏(折65克标准支)产量数据

图表 化妆品与社会消费品零售总额增幅表

图表 大众护肤品市场零售总额

图表 洗发水市场零售总额

图表 美发定型品市场零售额

图表 化妆品市场占有率前十名总额

图表 2010年化妆品行业搜索指数

图表 2010年美容护肤品相关搜索内容

图表 2010年肌肤问题关注度排行

图表 2010年化妆品市场品牌等级关注度

图表 2010年化妆品产品大类

图表 2010年大众化妆品牌关注度排行

图表 2010年高档化妆品品牌关注度排行

图表 2010年天然活性化妆品品牌关注度排行

图表 2010年化妆品网民兴趣分布

图表 2010年化妆品网民地区分布

图表 2010年化妆品网民性别分布

图表 2010年化妆品网民年龄分布

图表 2011年大众化妆品牌关注度排行

图表 2011年高档化妆品品牌关注度排行

图表 2011年天然活性化妆品品牌关注度排行

图表 四城市女性使用化妆护肤品的比例

图表 不同年龄段的女性使用化妆护肤品的比例

图表 不同收入女性使用化妆品的比例

图表 清洁护肤化妆品品牌知名度

图表 年龄与化妆品品牌选择关系

图表 收入与化妆品品牌选择关系

图表 不同地域的女性偏好

图表 对当前美容院开展的美容服务的总体评价

图表 对当前化妆品使用效果的总体评价

图表 对当前美容服务最不满意的方面

图表 当前化妆品市场存在的最主要问题

图表 如何看待名人代言的美容化妆品广告

图表 纹眉、纹唇等属于生活美容还是医疗美容

图表 不同文化程度认为纹眉等属于生活美容还是医疗美容

图表 选购化妆品时首先想要知道的信息

图表 整顿和规范美容化妆品市场的首要问题

图表 2010年护肤品牌关注度排行

图表 2010年护肤产品类别

图表 2010年护肤产品关注度排行

图表 2010年彩妆品牌关注度排行

图表 2010年彩妆产品类别

图表 2010年彩妆产品关注度排行

图表 女性对化妆品的功能性要求

图表 药妆消费者描述

图表 不同学历男士使用化妆品情况

图表 不同收入男性使用化妆品情况

图表 男性不使用化妆品的原因

图表 2010年男士化妆品搜索指数

图表 2010年男士肌肤问题关注度排行

图表 2010年男士化妆品牌关注度排行

图表 2010年男士护肤品牌检索量变化

图表 2010年男士护肤产品关注度排行

图表 "十一五"期间我国洗涤用品规划产量指标执行情况

图表 2006年-2010年我国洗涤用品产品结构变化情况

图表 洗衣粉消费者购买普及率

图表 洗衣粉消费者购买考虑因素

图表 洗衣粉消费者购买频率

图表 洗衣粉消费者购买场所

图表 洗衣粉消费者购买价位

图表 洗衣粉消费者购买规格

图表 洗衣粉市场品牌知晓度

图表 品牌洗衣粉使用频率

图表 品牌洗衣粉购买频率

图表 品牌洗衣粉议价空间

图表 品牌洗衣粉推荐度

图表 洗衣粉品牌形象

图表 洗衣粉价值分析

图表 品牌洗衣粉广告到达率

图表 品牌洗衣粉广告到达途径

图表 品牌洗衣粉广告喜爱度

图表 品牌洗衣粉广告购买说服力

图表 品牌洗衣粉广告效果综合分析

图表 洗洁精市场份额

图表 洗洁精市场占有率前三品牌情况表

图表 洗洁精品牌主要产品系列

图表 日化渠道分销示意图

图表 深度营销模式渠道操作示意图

图表 深度营销渠道价值链管控示意图

图表 一级市场终端门店的匹配要求

图表 二级市场终端门店的匹配要求

图表 三级市场终端门店的匹配要求

图表 重点终端资源的投入和控制

图表 导购终端资源的投入和控制

图表 普通终端资源的投入和控制

图表 2010年1-12月白猫主要财务数据

图表 2010年1-12月白猫非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年白猫主要会计数据

图表 2008年-2010年白猫主要财务指标

图表 2010年1-12月白猫主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月白猫主营业务分地区情况

图表 2010年1-12月白猫主营业务收入或主营业务利润总额10%以上的主要经营活动

图表 2011年1-12月白猫主要财务数据

图表 2011年1-12月白猫非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年白猫主要会计数据

图表 2009年-2011年白猫主要财务指标

图表 2011年1-12月白猫主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月白猫主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月白猫占主营业务收入或主营业务利润总额10%以上的主要产品

图表 2012年1-3月白猫主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月白猫非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月上海家化主要财务数据

图表 2010年1-12月上海家化非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年上海家化主要会计数据

图表 2008年-2010年上海家化主要财务指标

图表 2010年1-12月上海家化主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月上海家化主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月上海家化主要财务数据

图表 2011年1-12月上海家化非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年上海家化主要会计数据

图表 2009年-2011年上海家化主要财务指标

图表 2011年1-12月上海家化主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月上海家化主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月上海家化主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月上海家化非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月南风化工主要财务数据

图表 2010年1-12月南风化工非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年南风化工主要会计数据

图表 2008年-2010年南风化工主要财务指标

图表 2010年1-12月南风化工主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月南风化工主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月南风化工主要财务数据

图表 2011年1-12月南风化工非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年南风化工主要会计数据

图表 2009年-2011年南风化工主要财务指标

图表 2011年1-12月南风化工主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月南风化工主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月南风化工主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月南风化工非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月广州浪奇主要财务数据

图表 2010年1-12月广州浪奇非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年广州浪奇主要会计数据

图表 2008年-2010年广州浪奇主要财务指标

图表 2010年1-12月广州浪奇主营业务分行业情况

图表 2010年1-12月广州浪奇主营业务分产品情况

图表 2010年1-12月广州浪奇主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月广州浪奇主要财务数据

图表 2011年1-12月广州浪奇非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年广州浪奇主要会计数据

图表 2009年-2011年广州浪奇主要财务指标

图表 2011年1-12月广州浪奇主营业务分行业情况

图表 2011年1-12月广州浪奇主营业务分产品情况

图表 2011年1-12月广州浪奇主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月广州浪奇主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月广州浪奇非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月两面针主要财务数据

图表 2010年1-12月两面针非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年两面针主要会计数据

图表 2008年-2010年两面针主要财务指标

图表 2010年1-12月两面针主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月两面针主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月两面针主要财务数据

图表 2011年1-12月两面针非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年两面针主要会计数据

图表 2009年-2011年两面针主要财务指标

图表 2011年1-12月两面针主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月两面针主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月两面针主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月两面针非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月索芙特主要财务数据

图表 2010年1-12月索芙特非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年索芙特主要会计数据

图表 2008年-2010年索芙特主要财务指标

图表 2010年1-12月索芙特主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月索芙特主营业务分地区情况

图表 2010年1-12月索芙特占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上产品情况

图表 2011年1-12月索芙特主要财务数据

图表 2011年1-12月索芙特非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年索芙特主要会计数据

图表 2009年-2011年索芙特主要财务指标

图表 2011年1-12月索芙特主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月索芙特主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月索芙特占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上的产品情况

图表 2012年1-3月索芙特主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月索芙特非经常性损益项目及金额

图表 2012年第一季度日化行业上市公司盈利能力指标分析

图表 2011年日化行业上市公司盈利能力指标分析

图表 2010年日化行业上市公司盈利能力指标分析

图表 2012年第一季度日化行业上市公司成长能力指标分析

图表 2011年日化行业上市公司成长能力指标分析

图表 2010年日化行业上市公司成长能力指标分析



图表 2012年第一季度日化行业上市公司营运能力指标分析  
图表 2011年日化行业上市公司营运能力指标分析  
图表 2010年日化行业上市公司营运能力指标分析  
图表 2012年第一季度日化行业上市公司偿债能力指标分析  
图表 2011年日化行业上市公司偿债能力指标分析  
图表 2010年日化行业上市公司偿债能力指标分析  
图表 2012-2014年我国日化产品销售额及同比增长预测  
图表 日化各细分市场未来年均增速（美容及个人护理用品）  
图表 日化各细分市场未来年均增速（家庭清洁用品）  
图表 我国人均日化产品消费仍出于较低水平  
图表 各产品人均消费水平与世界平均水平差距  
图表 2012-2016年中国日化行业销售收入预测  
图表 2012-2016年中国日化行业利润总额预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/212124.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。