



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国沐浴露行业运行态势及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国沐浴露行业运行态势及发展趋势研究报告》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/247435.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

### 第一章 沐浴露的相关概述 11

#### 1.1 日化行业及产品简介 11

##### 1.1.1 日用化工的定义 11

##### 1.1.2 日用化学品分类 11

##### 1.1.3 日用化学品的特点 11

#### 1.2 沐浴露的概述 12

##### 1.2.1 洗涤用品的定义 12

##### 1.2.2 洗涤用品的分类 12

##### 1.2.3 沐浴露的定义及特性 13

### 第二章 2014年中国沐浴露行业发展环境分析 14

#### 2.1 宏观经济环境 14

##### 2.1.1 2013-2014年中国GDP增长分析 14

##### 2.1.2 2014年中国工业经济运行情况分析 14

##### 2.1.3 2013-2014年中国商品进出口贸易 15

##### 2.1.4 2014年中国人口结构 17

##### 2.1.5 2014年中国居民收入与消费状况 17

#### 2.2 政策环境分析 19

##### 2.2.1 中国日化行业环境监管政策分析 19

##### 2.2.2 《消费品使用说明化妆品通用标签》 20

##### 2.2.3 2014年《化妆品标签标识管理规范》 21

##### 2.2.4 2010年化妆品包装标准开始实施 21

#### 2.3 产业发展环境 22

##### 2.3.1 2014年中国日化市场销售规模 22

##### 2.3.2 2014年洗涤用品行业发展概况 22

##### 2.3.3 2014年洗涤用品市场运行情况 25

##### 2.3.4 2014年中国洗涤市场销售特点 26

### 第三章 2014年中国沐浴露市场分析 30

#### 3.1 中国沐浴露市场现状 30

##### 3.1.1 中国沐浴露市场状况 30

##### 3.1.2 沐浴露销售的季节性分析 30

3.1.3 沐浴露产品定位分类分析	31
3.1.4 中国宠物沐浴露市场现状	32
3.1.5 中国茶籽沐浴露企业及产品	32
3.2 沐浴露消费市场分析	33
3.2.1 中国沐浴露市场消费群体分析	33
3.2.2 沐浴露市场需求进入急剧上攻阶段	33
3.2.3 零售终端沐浴露品牌的价格战分析	33
3.2.4 沐浴露替代装和折扣装成市场新宠	34
3.3 2014年沐浴产品市场分析	34
3.3.1 2009-2014年中国沐浴产品市场规模	34
3.3.2 2009-2014年中国块状皂市场规模分析	35
3.3.3 2009-2014年中国液体皂产品市场规模	36
3.3.4 2009-2014年中国滑石爽身粉市场规模	37
3.4 2014年沐浴露市场分析	38
3.4.1 2014年中国沐浴露市场规模分析	38
3.4.2 2014年中国沐浴露市场竞争分析	38
3.4.3 2014年中国沐浴露品牌市场分析	39
3.4.4 2014年中国沐浴露产品功能升级	41
3.4.5 2014年中国沐浴露产品大包装化	41
3.5 沐浴露市场发展策略	42
3.5.1 沐浴露制造商品牌策略分析	42
3.5.2 中国沐浴露新市场开发建议	43
3.5.3 国产沐浴露市场竞争策略分析	43
第四章 2014年中国主要区域沐浴露消费调研分析	45
4.1 华北地区	45
4.1.1 北京市沐浴露消费市场调研分析	45
4.1.2 天津市沐浴露消费市场调研分析	47
4.1.3 太原市沐浴露消费市场调研分析	48
4.1.4 哈尔滨沐浴露消费市场调研分析	49
4.2 东北地区	51
4.2.1 长春市沐浴露消费市场调研分析	51
4.2.2 沈阳市沐浴露消费市场调研分析	52

4.2.3	大连市沐浴露消费市场调研分析	54
4.3	华东地区	55
4.3.1	济南市沐浴露消费市场调研分析	55
4.3.2	青岛市沐浴露消费市场调研分析	57
4.3.3	南京市沐浴露消费市场调研分析	58
4.3.4	苏州市沐浴露消费市场调研分析	59
4.3.5	上海市沐浴露消费市场调研分析	61
4.3.6	杭州市沐浴露消费市场调研分析	62
4.3.7	宁波市沐浴露消费市场调研分析	64
4.3.8	福州市沐浴露消费市场调研分析	65
4.3.9	厦门市沐浴露消费市场调研分析	66
4.4	华中地区	68
4.4.1	合肥市沐浴露消费市场调研分析	68
4.4.2	南昌市沐浴露消费市场调研分析	69
4.4.3	郑州市沐浴露消费市场调研分析	71
4.4.4	长沙市沐浴露消费市场调研分析	72
4.4.5	武汉市沐浴露消费市场调研分析	74
4.5	华南地区	75
4.5.1	广州市沐浴露消费市场调研分析	75
4.5.2	深圳市沐浴露消费市场调研分析	77
4.5.3	佛山市沐浴露消费市场调研分析	78
4.5.4	南宁市沐浴露消费市场调研分析	79
4.5.5	海口市沐浴露消费市场调研分析	81
4.6	西部地区	82
4.6.1	成都市沐浴露消费市场调研分析	82
4.6.2	重庆市沐浴露消费市场调研分析	84
4.6.3	昆明市沐浴露消费市场调研分析	85
4.6.4	西安市沐浴露消费市场调研分析	87
	第五章 2014年中国肥（香）皂市场分析	89
5.1	肥（香）皂的相关概述	89
5.1.1	肥皂的成分	89
5.1.2	肥皂的种类	89

5.1.3	香皂的定义与成分	90
5.1.4	香皂的作用与分类	91
5.2	中国肥皂市场概述	92
5.2.1	中国肥皂市场发展分析	92
5.2.2	肥皂市场的创新与创意	93
5.2.3	肥（香）皂附加值产品延伸	94
5.2.4	2014年中国肥（香）皂产量情况	94
5.3	2014年中国香皂市场分析	95
5.3.1	2014年中国香皂零售增长分析	95
5.3.2	2014年香皂市场品牌竞争情况	96
5.3.3	2014年中国香皂市场价格分析	97
5.3.4	2014年中国香皂市场集中度分析	97
5.4	肥皂市场发展前景	98
5.4.1	中国肥皂市场未来发展展望	98
5.4.2	天然绿色配方肥皂前景分析	99
第六章	2014年国内外沐浴露重点企业分析	100
6.1	宝洁公司	100
6.1.1	企业基本情况	100
6.1.2	公司沐浴露产品	100
6.1.3	2014年公司经营状况	100
6.1.4	广州宝洁公司经营状况	101
6.2	联合利华	102
6.2.1	企业基本情况	102
6.2.2	公司沐浴露产品	103
6.2.3	2014年公司经营状况	103
6.2.4	联合利华在中国的发展情况	105
6.3	强生公司	106
6.3.1	企业基本情况	106
6.3.2	公司沐浴露产品	107
6.3.3	2014年公司经营状况分析	107
6.3.4	强生公司在中国发展情况	108
6.4	花王株式会社	109

6.4.1	企业基本情况	109
6.4.2	上海花王沐浴露产品情况	111
6.4.3	2014财年公司经营情况分析	112
6.4.4	上海花王有限公司经营情况	113
6.5	上海家化联合股份有限公司	114
6.5.1	企业基本情况	114
6.5.2	公司主要产品及业务概况	115
6.5.3	2014年公司经营状况分析	115
6.5.4	上海家化未来发展的展望	116
6.6	索芙特股份有限公司	117
6.6.1	企业基本情况	117
6.6.2	公司沐浴露产品	118
6.6.3	2014年公司经营状况	119
6.6.4	索芙特竞争策略分析	120
6.7	中山市美日洁宝有限公司	123
6.7.1	企业基本情况	123
6.7.2	公司主要沐浴露产品	123
6.7.3	2014年公司经营状况	124
6.7.4	企业经营策略分析	125
6.8	中山市嘉丹婷日用品有限公司	126
6.8.1	企业基本情况	126
6.8.2	公司主要沐浴露产品	126
6.8.3	2014年公司经营状况	127
6.8.4	企业经营策略分析	127
6.9	澳宝化妆品（惠州）有限公司	128
6.9.1	企业基本情况	128
6.9.2	公司主要沐浴露产品	129
6.9.3	2014年公司经营状况	129
6.10	上海华银日用品有限公司	130
6.10.1	企业基本情况	130
6.10.2	公司主要产品	130
6.10.3	企业经营状况	131

## 第七章 2015-2020年中国沐浴露市场投资前景分析 134

### 7.1 2015-2020年中国沐浴露投资潜力分析 134

#### 7.1.1 沐浴露市场增长动力分析 134

#### 7.1.2 沐浴露行业吸引力分析 134

#### 7.1.3 沐浴露行业区域投资潜力 135

### 7.2 2015-2020年沐浴露行业投资风险分析 135

#### 7.2.1 市场竞争风险 135

#### 7.2.2 品牌经营风险 135

#### 7.2.3 新品开发风险 136

### 7.3 2015-2020年沐浴露市场预测 136

#### 7.3.1 2015-2020年中国洗涤用品市场规模预测 136

#### 7.3.2 2015-2020年中国沐浴产品市场规模预测 137

#### 7.3.3 2015-2020年中国沐浴露市场规模预测 138

### 7.4 2015-2020年中国沐浴露行业投资策略分析 138

## 图表目录:

图表 1 2005-2014年中国国内生产总值及增长速度 14

图表 2 2014年中国货物进出口总额及其增长速度 16

图表 3 2009-2014年中国商品进出口贸易总额增长趋势图 16

图表 4 2014年中国人口数及其构成情况 17

图表 5 2009-2014年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 17

图表 6 2009-2014年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 18

图表 7 2009-2014年中国城镇居民家庭恩格尔系数 18

图表 8 2009-2014年中国农村居民家庭恩格尔系数 18

图表 9 2009-2014年中国日化市场规模统计 22

图表 10 2009-2014年中国日化市场规模增长趋势图 22

图表 11 2014年中国洗涤用品行业经济指标统计 23

图表 12 2014年中国洗涤用品行业前5省区企业数量排名 24

图表 13 2014年中国洗涤用品行业前5省区总资产排名 24

图表 14 2014年中国洗涤用品行业前5省区销售规模排名 24

图表 15 2014年中国洗涤用品行业前5省区利润排名 25

图表 16 中国主要茶籽沐浴露主要企业及产品 32



图表 17	2009-2014年中国沐浴产品市场规模统计	35
图表 18	2009-2014年中国沐浴产品市场规模趋势图	35
图表 19	2014年中国沐浴产品市场结构比例图	35
图表 20	2009-2014年中国块状皂市场规模统计	36
图表 21	2009-2014年中国块状皂市场规模趋势图	36
图表 22	2009-2014年中国液体皂市场规模统计	36
图表 23	2009-2014年中国液体皂市场规模趋势图	37
图表 24	2009-2014年中国滑石爽身粉市场规模统计	37
图表 25	2009-2014年中国滑石爽身粉市场规模趋势图	37
图表 26	2009-2014年中国沐浴产品市场规模统计	38
图表 27	2009-2014年中国沐浴露市场规模趋势图	38
图表 28	中国30大城市沐浴露市场需求总体状况	39
图表 29	中国30大城市沐浴露品牌渗透率总体情况	39
图表 30	中国30大城市消费者最经常使用的沐浴露品牌总体情况	40
图表 31	北京市沐浴露品牌渗透率总体情况	45
图表 32	北京市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	46
图表 33	天津市沐浴露品牌渗透率总体情况	47
图表 34	天津市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	47
图表 35	太原市沐浴露品牌渗透率总体情况	48
图表 36	太原市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	49
图表 37	哈尔滨沐浴露品牌渗透率总体情况	49
图表 38	哈尔滨消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	50
图表 39	长春市沐浴露品牌渗透率总体情况	51
图表 40	长春市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	52
图表 41	沈阳市沐浴露品牌渗透率总体情况	52
图表 42	沈阳市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	53
图表 43	大连市沐浴露品牌渗透率总体情况	54
图表 44	大连市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	54
图表 45	济南市沐浴露品牌渗透率总体情况	55
图表 46	济南市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	56
图表 47	青岛市沐浴露品牌渗透率总体情况	57
图表 48	青岛市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	57

图表 49	南京市沐浴露品牌渗透率总体情况	58
图表 50	南京市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	59
图表 51	苏州市沐浴露品牌渗透率总体情况	59
图表 52	苏州市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	60
图表 53	上海市沐浴露品牌渗透率总体情况	61
图表 54	上海市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	62
图表 55	杭州市沐浴露品牌渗透率总体情况	62
图表 56	杭州市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	63
图表 57	宁波市沐浴露品牌渗透率总体情况	64
图表 58	宁波市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	64
图表 59	福州市沐浴露品牌渗透率总体情况	65
图表 60	福州市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	66
图表 61	厦门市沐浴露品牌渗透率总体情况	67
图表 62	厦门市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	67
图表 63	合肥市沐浴露品牌渗透率总体情况	68
图表 64	合肥市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	69
图表 65	南昌市沐浴露品牌渗透率总体情况	69
图表 66	南昌市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	70
图表 67	郑州市沐浴露品牌渗透率总体情况	71
图表 68	郑州市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	72
图表 69	长沙市沐浴露品牌渗透率总体情况	72
图表 70	长沙市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	73
图表 71	武汉市沐浴露品牌渗透率总体情况	74
图表 72	武汉市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	74
图表 73	广州市沐浴露品牌渗透率总体情况	75
图表 74	广州市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	76
图表 75	深圳市沐浴露品牌渗透率总体情况	77
图表 76	深圳市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	77
图表 77	佛山市沐浴露品牌渗透率总体情况	78
图表 78	佛山市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	79
图表 79	南宁市沐浴露品牌渗透率总体情况	79
图表 80	南宁市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	80

图表 81 海口市沐浴露品牌渗透率总体情况 81

图表 82 海口市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况 82

图表 83 成都市沐浴露品牌渗透率总体情况 82

图表 84 成都市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况 83

图表 85 重庆市沐浴露品牌渗透率总体情况 84

图表 86 重庆市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况 85

图表 87 昆明市沐浴露品牌渗透率总体情况 85

图表 88 昆明市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况 86

图表 89 西安市沐浴露品牌渗透率总体情况 87

图表 90 西安市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况 87

图表 91 肥皂按一般用途分种类 89

图表 92 2009-2014年中国肥（香）皂产量统计 94

图表 93 2009-2014年中国肥（香）皂产量增长趋势图 95

图表 94 2014年中国肥（香）皂月度产量统计 95

图表 95 2014年香皂零售量累计增速与去年同期对比趋势图 96

图表 96 2009-2014年香皂市场连续进入榜单前十的品牌排名 97

图表 97 2005-2014年中国香皂市场销售价格趋势图 97

图表 98 2005-2014年中国香皂市场集中度趋势图 98

图表 99 宝洁公司沐浴露产品情况 100

图表 100 2005-2014年宝洁公司营利情况统计 101

图表 101 2005-2014年宝洁公司净收入增长趋势图 101

图表 102 2003-2013年广州宝洁公司销售收入统计 101

图表 103 2003-2013年广州宝洁公司销售收入增长趋势图 102

图表 104 联合利华公司沐浴露主要产品 103

图表 105 2013-2014年联合利华公司经营指标统计 104

图表 106 2009-2014年联合利华公司营业额趋势图 104

图表 107 2009-2014年联合利华公司营业利润趋势图 104

图表 108 2014年联合利华公司分地区经营情况情况 105

图表 109 2014年联合利华公司分产品经营情况情况 105

图表 110 强生公司沐浴产品情况 107

图表 111 2007-2014年强生公司各业务部门营业收入统计 107

图表 112 2014年强生公司消费品及个人护理产品营业收入分布 107

图表 113 2009-2014年强生公司营业收入增长趋势图 108

图表 114 强生公司在华主要企业概况 109

图表 115 花王集团主要产品及业务概况 110

图表 116 花王集团在中国投资企业概况 111

图表 117 2009财年花王集团主要经营指标统计 112

图表 118 2003-2013年花王集团销售额增长趋势图 112

图表 119 2003-2013年花王集团营业利润趋势图 113

图表 120 上海花王有限公司资产负债指标分析 113

图表 121 上海花王有限公司销售及利润指标分析 113

图表 122 上海花王有限公司偿债能力分析 113

图表 123 上海花王有限公司盈利能力分析 114

图表 124 上海花王有限公司成本费用情况分析 114

图表 125 上海家化主要沐浴露品牌及产品 115

图表 126 2014年上海家化联合股份有限公司经营状况 115

图表 127 2009-2014年上海家化联合股份公司营业收入趋势图 116

图表 128 2014年上海家化联合股份公司营业收入分地区情况 116

图表 129 索芙特股份有限公司主要产品 118

图表 130 2014年索芙特股份有限公司经营状况 119

图表 131 2014年索芙特股份有限公司营业收入分地区情况 119

图表 132 2009-2014年索芙特股份有限公司营业收入趋势图 119

图表 133 中山市美日洁宝有限公司沐浴露品牌及产品 123

图表 134 2009-2014年中山市美日洁宝有限公司销售及利润 124

图表 135 2009-2014年中山市美日洁宝有限公司销售收入趋势图 124

图表 136 2009-2014年中山市美日洁宝有限公司利润总额趋势图 124

图表 137 2006-2014年中山市美日洁宝有限公司盈利能力分析 125

图表 138 中山市嘉丹婷日用品有限公司沐浴露产品 126

图表 139 2006-2014年中山嘉丹婷日用品公司销售及利润统计 127

图表 140 2006-2014年中山嘉丹婷日用品公司盈利能力分析 127

图表 141 澳宝化妆品（惠州）有限公司沐浴露产品 129

图表 142 2009-2014年澳宝化妆品（惠州）有限公司销售及利润 129

图表 143 2009-2014年澳宝化妆品（惠州）公司销售收入趋势图 129

图表 144 2006-2014年澳宝化妆品（惠州）公司盈利能力分析 130

图表 145 上海华银日用品有限公司主要产品 130

图表 146 2003-2014年上海华银日用品公司销售收入统计 131

图表 147 2003-2014年上海华银日用品公司销售收入趋势图 132

图表 148 上海华银日用品有限公司盈利指标情况 132

图表 149 上海华银日用品有限公司盈利能力情况 132

图表 150 上海华银日用品有限公司资产运行指标状况 132

图表 151 上海华银日用品有限公司负债能力指标分析 133

图表 152 上海华银日用品有限公司营运能力指标分析 133

图表 153 上海华银日用品有限公司成本费用构成情况 133

图表 154 2015-2020年中国洗涤用品市场规模预测 137

图表 155 2008-2015年中国洗涤用品市场规模增长趋势预测图 137

图表 156 2015-2020年中国沐浴产品市场规模预测 137

图表 157 2015-2020年中国沐浴产品市场规模增长趋势预测图 137

图表 158 2015-2020年中国沐浴露市场规模预测 138

图表 159 2015-2020年中国沐浴露市场规模增长趋势预测图 138

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/247435.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。