



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国男士沐浴露市场 分析预测及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国男士沐浴露市场分析预测及投资战略研究报告》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/248586.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

第一部分 行业现状

第一章 男士沐浴露综合概述

第一节 男士沐浴露概述

一、男士沐浴露概念

二、男士沐浴露特性

三、男士沐浴露分类

第二节 男士沐浴露行业特性分析

一、男士沐浴露市场特点

二、男士沐浴露行业经济特性

三、男士沐浴露行业成熟度分析

第三节 男士沐浴露行业产业链分析

一、男士沐浴露产业链上游分析

二、男士沐浴露产业下游分析

三、男士沐浴露成本构成

第二章 2014年中国男士沐浴露行业市场发展环境分析

第一节 2014年全球环境分析

一、经济环境分析

二、社会环境分析

三、政策环境分析

四、研发环境

第二节 2014年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况

二、消费价格指数CPI、PPI分析

三、全国居民收入情况解读

四、2008-2014年恩格尔系数分析

五、2008-2014年工业发展形势走势

六、固定资产投资情况

七、2008-2014年对外贸易进出口分析

第三节 2014年中国男士沐浴露行业政策环境分析

一、与男士沐浴露相关的监管机构

二、与男士沐浴露相关的政策法规

三、其男士沐浴露相关的法律法规

四、国外男士沐浴露政策法规

第四节 2014年中国男士沐浴露行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育情况分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民消费观念和习惯分析

第五节 2014年中国男士沐浴露行业技术环境分析

第三章 全球男士沐浴露行业发展分析

第一节 全球男士沐浴露行业市场发展分析

一、男士沐浴露市场现状分析

二、男士沐浴露全球市场规模分析

三、男士沐浴露消费结构分析

四、全球男士沐浴露的研发分析

五、全球男士沐浴露市场未来展望

第二节 美国男士沐浴露产业运行概况

一、美国男士沐浴露市场现状

二、美国男士沐浴露进出口分析

三、美国男士沐浴露市场品牌分析

四、美国男士沐浴露市场发展趋势

第三节 德国男士沐浴露产业运行概况

一、德国男士沐浴露市场现状

二、德国男士沐浴露进出口分析

三、德国男士沐浴露市场品牌分析

四、德国男士沐浴露市场发展趋势

第四节 英国男士沐浴露产业运行概况

一、英国男士沐浴露市场现状

二、英国男士沐浴露进出口分析

三、英国男士沐浴露市场品牌分析

四、英国男士沐浴露市场发展趋势

第五节 法国男士沐浴露产业运行概况

一、法国男士沐浴露市场现状

二、法国男士沐浴露进出口分析

三、法国男士沐浴露市场品牌分析

四、法国男士沐浴露市场发展趋势

第六节 日本男士沐浴露产业运行概况

一、日本男士沐浴露市场现状

二、日本男士沐浴露进出口分析

三、日本男士沐浴露市场品牌分析

四、日本男士沐浴露市场发展趋势

第七节 韩国男士沐浴露产业运行概况

一、韩国男士沐浴露市场现状

二、韩国男士沐浴露进出口分析

三、韩国男士沐浴露市场品牌分析

四、韩国男士沐浴露市场发展趋势

第四章 中国男士沐浴露发展现状分析

第一节 男士沐浴露行业发展概况

一、中国男士沐浴露行业的现状

二、中国男士沐浴露行业发展的阶段

二、中国男士沐浴露行业存在的问题

三、中国男士沐浴露行业的发展趋势

四、男士沐浴露行业的最新动态

第二节 2014年中国男士沐浴露行业发展状况

一、2014年中国男士沐浴露行业发展回顾

二、2014年男士沐浴露行业发展特点分析

三、2014年中国男士沐浴露行业市场分析

第三节 中国男士沐浴露行业要素分析

一、2014年中国男士沐浴露行业企业数量分析

二、2014年男士沐浴露行业从业人员分析

三、2014年中国男士沐浴露行业资产规模分析

四、中国男士沐浴露供需分析

五、中国男士沐浴露行业品牌分析

第四节 2014年中国男士沐浴露行业经营分析

一、男士沐浴露行业收入结构分析

二、男士沐浴露行业成本费用分析

三、男士沐浴露行业盈利分析

第五节 男士沐浴露行业发展动态聚焦

第五章 男士沐浴露行业政策分析

第一节 现行发展政策分析

一、"十二五规划"对男士沐浴露行业的影响分析

二、"城镇化"对男士沐浴露行业影响分析

三、国家对男士沐浴露行业的规划分析

三、最新政策动向分析

第二节 男士沐浴露行业监管政策分析

一、现行的政策分析

二、现行政策的不足

三、行业监管分析

四、未来的政策趋势

第六章 中国男士沐浴露行业消费分析

第一节 男士沐浴露行业产品消费者分析

一、不同收入水平消费者偏好分析

二、不同年龄的消费者偏好分析

三、不同地区的消费者偏好分析

第二节 男士沐浴露市场消费需求分析

一、男士沐浴露市场的消费需求变化

二、男士沐浴露行业的需求情况分析

三、2014年男士沐浴露品牌市场消费需求分析

第三节 男士沐浴露消费市场状况分析

一、男士沐浴露行业消费特点

二、男士沐浴露消费者分析

三、男士沐浴露消费结构分析

四、男士沐浴露消费的市场变化

五、男士沐浴露市场的消费方向

第四节 影响消费因素分析

- 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
- 六、品牌忠诚度分析

第二部分 市场竞争格局

第七章 中国男士沐浴露行业市场分析

第一节 中国男士沐浴露行业市场综述

- 一、中国男士沐浴露行业市场现状
- 二、中国男士沐浴露行业市场结构分析
- 三、男士沐浴露行业市场规模分析
- 四、男士沐浴露行业趋势分析
- 五、2015-2020年男士沐浴露行业的市场空间预测

第二节 2014年男士沐浴露行业市场分析

- 一、2014年男士沐浴露行业市场供给分析
- 二、2014年男士沐浴露行业市场需求分析
- 三、2014年男士沐浴露行业市场规模分析
- 四、2014年市场结构格局分析
- 五、市场渠道分析
- 六、男士沐浴露行业市场发展策略

第三节 男士沐浴露贸易分析

- 一、男士沐浴露对外贸易现状
- 二、贸易市场趋势分析
- 三、未来贸易前景分析

第四节 男士沐浴露行业市场动态解析

第八章 男士沐浴露行业竞争分析

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

四、品牌集中度分析

第三节 中国男士沐浴露行业竞争格局综述

一、2014年男士沐浴露行业集中度

二、2014年男士沐浴露行业竞争程度

三、2014年男士沐浴露行业竞争格局

第四节 2015-2020年中国男士沐浴露行业竞争分析及预测

一、2013年男士沐浴露市场竞争情况分析

二、2014年男士沐浴露市场竞争形势分析

三、2015-2020年集中度分析及预测

四、2015-2020年SWOT分析及预测

五、2015-2020年进入退出状况分析及预测

六、2015-2020年生命周期分析及预测

第九章 重点区域分析

第一节 华东地区男士沐浴露市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第二节 华南地区男士沐浴露市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第三节 华中地区男士沐浴露市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第四节 华北地区男士沐浴露市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第五节 西南地区男士沐浴露市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第六节 东北地区男士沐浴露市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第七节 西北地区男士沐浴露市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第十章 男士沐浴露行业相关洗涤用品行业分析

第一节 洗涤用品市场分析

一、洗涤用品市场概况分析

二、“十二五规划”对洗涤用品的影响

三、洗涤用品市场运行分析

四、洗涤用品发展存在的问题

五、洗涤用品市场前景分析

第二节 2012-2014年洗涤用品市场分析

一、2012年洗涤用品市场情况

二、2014年洗涤用品市场情况

三、2014年洗涤用品市场情况

第三节 洗涤用品发展策略分析

一、洗涤用品市场定位分析

二、洗涤用品相关政策解读

三、洗涤用品发展趋势分析

第四节 洗涤用品最新动态

第十一章 男士沐浴露行业国际重点企业分析

第一节 宝洁

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略分析

四、公司最新动态解析

第二节 联合利华

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略分析

四、公司最新动态解析

第三节 强生

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略分析

四、公司最新动态解析

第四节 安利

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略分析

四、公司最新动态解析

第五节 利洁时

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略分析

四、公司最新动态解析

第六节 丝宝

- 一、公司概况
- 二、公司经营分析
- 三、公司发展战略分析
- 四、公司最新动态解析

第七节 汉高集团

- 一、公司概况
- 二、公司经营分析
- 三、公司发展战略分析
- 四、公司最新动态解析

第八节 阿迪达斯

- 一、公司概况
- 二、公司经营分析
- 三、公司发展战略分析
- 四、公司最新动态解析

第九节 妮维雅

- 一、公司概况
- 二、公司经营分析
- 三、公司发展战略分析
- 四、公司最新动态解析

第十二章 洗涤用品行业国内重点企业分析

第一节 力士

- 一、企业概况
- 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、企业战略分析

第二节 六神

- 一、企业概况
- 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、企业战略分析

第三节 威露士

- 一、企业概况
- 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、企业战略分析

第四节 索芙特

- 一、企业概况
- 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、企业战略分析

第五节 纳爱斯

- 一、企业概况
- 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、企业战略分析

第六节 隆力奇

- 一、企业概况
- 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、企业战略分析

第七节 清扬

- 一、企业概况
- 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、企业战略分析

第八节 郁美净

- 一、企业概况
- 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、企业战略分析

第九节 拉芳

- 一、企业概况
- 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、企业战略分析

第十节 奥雪

- 一、企业概况
- 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、企业战略分析

第三部分 行业预测

第十三章 男士沐浴露行业投资机会与风险

第一节 男士沐浴露行业投资效益分析

一、2011-2014年男士沐浴露行业投资状况分析

二、2015-2020年男士沐浴露行业投资效益分析

三、2015-2020年男士沐浴露行业投资市场空间预测

四、2015-2020年男士沐浴露行业的投资方向

五、2015-2020年男士沐浴露行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响男士沐浴露行业发展的主要因素

一、2015-2020年影响男士沐浴露行业运行的有利因素分析

二、2015-2020年影响男士沐浴露行业运行的稳定因素分析

三、2015-2020年影响男士沐浴露行业运行的不利因素分析

四、2015-2020年我国男士沐浴露行业发展面临的挑战分析

五、2015-2020年我国男士沐浴露行业发展面临的机遇分析

第三节 男士沐浴露行业投资风险及控制策略分析

一、2015-2020年男士沐浴露行业市场风险及控制策略

二、2015-2020年男士沐浴露行业政策风险及控制策略

三、2015-2020年男士沐浴露行业经营风险及控制策略

四、2015-2020年男士沐浴露同业竞争风险及控制策略

五、2015-2020年男士沐浴露行业其他风险及控制策略

第四部分 投资战略

第十四章 男士沐浴露行业投资战略研究

第一节 男士沐浴露行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对男士沐浴露品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、男士沐浴露实施品牌战略的意义

三、男士沐浴露企业品牌的现状分析

四、男士沐浴露企业的品牌战略

五、男士沐浴露品牌战略管理的策略

第三节 男士沐浴露行业投资战略研究

一、2014年男士沐浴露行业投资战略

二、2014年男士沐浴露行业投资战略

三、2015-2020年男士沐浴露行业投资战略

四、2015-2020年细分行业投资战略

第四节 研究结论与建议

一、研究结论

二、建议

图表目录：

图表：2014年沐浴露销量分析

图表：2014年沐浴露产业链分析

图表：2008-2014年中国GDP总量及增长趋势

图表：2014年中国三产业增加值结构

图表：2008-2014年中国CPI、PPI月度走势

图表：2008-2014年我国城镇居民可支配收入增长趋势

图表：2008-2014年我国农村居民人均纯收入增长趋势

图表：2008-2014年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2008-2014年中国城乡居民恩格尔系数走势

图表：2008-2014年中国工业增加值增长趋势

图表：2008-2014年我国工业增加值分季度增速

图表：2008-2014年我国全社会固定资产投资额走势

图表：2008-2014年我国城乡固定资产投资额对比

图表：2008-2014年我国财政收入支出走势

图表：2008-2014年人民币兑美元汇率中间价
图表：2008-2014年中国货币供应量统计表
图表：2008-2014年中国货币供应量月度增速走势
图表：2008-2014年中国外汇储备走势
图表：2008-2014年央行利率调整统计
图表：2008-2014年存款准备金率调整情况统计
图表：2008-2014年中国社会消费品零售总额增长趋势
图表：2008-2014年我国货物进出口总额走势
图表：2008-2014年中国货物进口总额和出口总额走势
图表：2008-2014年中国就业人数走势
图表：2008-2014年中国城镇就业人数走势
图表：2008-2014年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势
图表：2008-2014年我国总人口数量增长趋势
图表：2014年人口数量及其构成
图表：2008-2014年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势
图表：2008-2014年中国城镇化率走势
图表：2015-2020年我国沐浴露行业销售收入统计及预测
图表：2015-2020年我国沐浴露行业利润总额预测表
图表：2015-2020年我国沐浴露行业总资产统计及预测
图表：2015-2020年我国沐浴露行业营运效率预测
图表：2015-2020年我国沐浴露行业效益指标预测
图表：2015-2020年我国沐浴露行业资产负债率预测
略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/248586.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。