



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年中国日化用品行业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007年中国日化用品行业市场分析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/45172.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

内容简介

未来几年，中国日用化工用品将持续稳步增长，2007年到2009年的年均复合增长率保持在13.4%左右，比国际整体市场增速要快，预计2009年整体市场可达到2000亿元。2006年中国日化市场规模达1373亿元，比上年增长13.1%。化妆品市场占比略有上升，洗涤用品、口腔清洁用品市场则略有下降，美发、美容用品以及护肤品等细分市场增长速度较快。从细分市场来看，中国日化市场主要呈现为化妆品、洗涤用品以及口腔清洁用品三足鼎立之势。预计2007年化妆品市场的占比将继续扩大，而洗涤用品、口腔清洁用品市场将保持稳定的发展态势。

从洗涤市场情况来看，各大厂商将会进一步加大技术和宣传上的投资。一方面，洗涤用品在2007年将进入到一个细分阶段，各品牌生产厂家都开始酝酿比拼环保、比拼洗涤效果的技术大战。消费者对于洗涤产品价格的敏感度已经下降，而更关心产品质量和使用结果。另外一方面，洗涤用品市场的竞争已经加剧，价格战不可避免。化妆品市场的最看好的发展潜力将来自男士化妆品，经过几年市场的培育，预计2008年将会受到更多的关注，市场表现将令人欣喜。2007年，药妆市场将逐渐升温，众多医药界巨头都纷纷涉足，但药妆连锁新模式有待于在未来两三年内接受市场考验。而化妆品连锁店将快速扩张，国内外机构投资者迅速抢占市场，意图全国连锁品牌。

近两年来，本土企业与跨国公司之间的差距一直在逐步拉大，就整个市场的销售金额来看，国外品牌占据的份额目前已经超过70%。国际日化企业在垄断中国日化行业高端市场的基础上，开始蚕食具有巨大发展潜力的中、低端市场，在新产品以及投放广告的基础上，加大降低成本以及降低价格的力度，与本土企业展开激烈竞争。中国日化是脆弱的，脆弱到没有真正的品牌，但是中国日化又是坚强的，个性化的营销使中国日化企业走出了中国的特色。面对宝洁、欧莱雅、高露洁等跨国日化巨头，国内日化企业避其锋芒，寻求差异市场，涌现了一批正在壮大的企业。历经20余年市场化历练的日化产业已经跨过一个新的大拐点，竞争更激烈、集中度更高的第二次革命已经开始。

本研究咨询报告依据国家统计局、国家海关总署、中华全国商业信息中心、中国轻工业协

会、中国香料香精化妆品工业协会、中国洗涤工业协会、《化妆品报》、《化妆品行业信息》、中国行业研究网等国内外相关报刊杂志的基础信息以及日化行业研究单位等公布和提供的大量资料和基础数据，重点分析了全球日化市场发展现状、我国日化市场发展状况、日化细分市场发展情况、日化产品进出口市场状况、日化区域市场发展情况、行业市场营销分析、市场竞争格局、行业领先企业和竞争策略，以及中国日化行业的趋势分析及思考等。本报告是日化生产业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前日化行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

第一部分 国内外发展概况

第一章 国际日化用品行业发展概况 1

第一节 香料香精化妆品行业发展概述 1

- 一、全球香料香精市场规模 1
- 二、欧盟拟修改“化妆品指令” 1
- 三、日本化妆品市场现状 3
- 四、意大利化妆品及护理品市场综述 4
- 五、西班牙化妆业发展概况 7
- 六、东欧化妆品市场前景分析 9
- 七、中东化妆品及护理品市场概况 13
- 八、英国防晒品市场趋势及新特点 16
- 第二节 洗涤剂行业发展概况 18
- 一、日本洗涤剂市场概况 18
- 二、俄罗斯洗涤市场概况 20
- 三、国外洗涤市场的现状与发展趋势 22

第二章 中国日化市场发展概况 27

第一节 日化市场发展概况 27

- 一、我国日化产业发展概况 27
- 二、我国日化行业发展历程 30

第二节 日化行业现状分析 32

- 一、2006年日化市场规模 32

二、2006年日化行业发展回顾	34
三、日化产业发展潜力分析	40
第三节 日化市场运行情况	43
一、销售收入排名	43
二、主要经济指标	47
三、分经济类型主要经济指标	86
第四节 行业相关政策标准	99
一、新《化妆品卫生规范》实施	99
二、表面活性剂基础标准与通用方法	101
三、《日用香精》等日化行业标准	104
四、《化妆品标签标识管理规范》将出台	105
五、我国化妆品重金属禁用限用列表	106

第三章 日化用品进出口贸易分析 109

第一节 我国化妆品进口现状及问题 109

第二节 进出口统计 111

一、化妆及盥洗用品进口统计 111

二、化妆及盥洗用品出口统计 118

三、肥皂洗涤剂用品进口统计 125

四、肥皂洗涤剂用品出口统计 128

第三节 我国与东盟化妆品贸易情况 131

一、中国与东盟化妆品贸易情况 131

二、中国与东盟化妆品贸易主要特点 132

三、中国化妆品降税情况 133

四、东盟国家化妆品降税情况 134

第二部分 细分市场发展分析

第四章 洗涤用品行业发展分析 139

第一节 洗涤行业现状及发展趋势分析 139

一、2007年洗涤用品市场发展趋势 139

二、洗涤用品市场规模的新趋势 141

第二节 洗衣粉市场现状分析 142

一、全国产量统计	142
二、消费者行为分析	150
三、洗衣粉质量情况	153
四、洗涤用品告别“有磷时代”	153
五、中国肥(香)皂市场	154
第三节 洗发水市场现状分析	163
一、防脱洗发水市场现状	163
二、二线洗发水消费者调查	165
三、洗发水行业发展趋势	168
第四节 主要城市洗发水品牌分析	170
一、郑州洗发水市场分析	170
二、青岛洗发水市场分析	172
三、杭州洗发水市场分析	174
四、深圳洗发水市场分析	176
五、厦门洗发水市场分析	178
六、重庆洗发水市场分析	180
七、昆明洗发水市场分析	182
八、西安洗发水市场分析	184
九、福州洗发水市场分析	186
十、武汉洗发水市场分析	188
十一、南京洗发水市场分析	190
十二、天津洗发水市场分析	192
十三、广州洗发水市场分析	194
十四、上海洗发水市场分析	196
十五、北京洗发水市场分析	198
第五节 主要城市沐浴露品牌分析	200
一、昆明沐浴露市场分析	200
二、西安沐浴露市场分析	202
三、福州沐浴露市场分析	204
四、武汉沐浴露市场分析	205
五、南京沐浴露市场分析	207
六、济南沐浴露市场分析	209

七、沈阳沐浴露市场分析	210
八、天津沐浴露市场分析	212
九、成都沐浴露市场分析	214
十、广州沐浴露市场分析	215
十一、上海沐浴露市场分析	217
十二、北京沐浴露市场分析	219
第六节 洗手液市场概况分析	220
一、中国洗手液发展趋势	220
二、洗手液行业发展的主导趋动因素	222
第七节 主要城市洗手液品牌分析	223
一、天津洗手液市场分析	223
二、南昌洗手液市场分析	225
三、长春洗手液市场分析	227
四、大连洗手液市场分析	228
五、青岛洗手液市场分析	230
六、郑州洗手液市场分析	231
七、杭州洗手液市场分析	233
八、深圳洗手液市场分析	234
九、重庆洗手液市场分析	235
十、武汉洗手液市场分析	237

第五章 牙膏市场分析 239

第一节 牙膏市场发展现状分析 239

- 一、牙膏相关概念 239
- 二、牙膏市场发展概况 239
- 三、中外草本牙膏品牌竞争分析 240
- 四、牙膏安全标准问题 241
- 五、中国牙膏市场新变局 242
- 六、牙膏新标准有待出台 244
- 七、牙膏产量统计 246

第二节 主要城市牙膏品牌分析 253

- 一、大连牙膏市场分析 253

二、哈尔滨牙膏市场分析 254

三、南昌牙膏市场分析 256

四、青岛牙膏市场分析 258

五、太原牙膏市场分析 259

六、长沙牙膏市场分析 261

七、南宁牙膏市场分析 263

八、海口牙膏市场分析 264

九、杭州牙膏市场分析 266

十、深圳牙膏市场分析 268

第六章 化妆品市场分析 270

第一节 化妆品市场发展现状分析 270

一、2006年重点大型零售企业化妆品分析 270

二、2006年化妆品销售市场特点分析 272

三、化妆品企业发展评析 276

第二节 化妆品市场发展问题 280

一、我国化妆品行业面临的主要问题 280

二、中外化妆品企业的差距分析 281

三、我国化妆品行业发展的困境与思考 282

第三节 化妆品市场发展动态 284

一、国产彩妆品牌发展现状 284

二、OCO日化领域分析 288

三、国际巨头加速拓展中国中小城市 290

四、中国化妆品低端市场的竞争 290

第四节 化妆品市场发展趋势 293

一、中国个人护理品发展现状与趋势 293

二、茶护肤品发展潜力分析 298

三、2007年化妆品市场发展趋势 299

四、化妆品行业专业分工发展趋势 303

五、化妆品营销模式最新走向 305

第三部分 区域市场与营销策略分析

第七章 日化区域市场发展分析 307

第一节 山东省 307

一、济南日化市场概况 307

二、地级县级日化市场情况 308

第二节 辽宁省 314

一、概况及消费习惯 314

二、沈阳化妆品市场综合情况 316

三、地级县级经销市场情况 318

第三节 湖南省 320

一、洗化市场概况 320

二、长沙洗化市场综合情况 320

三、湖南洗化经销市场特点 321

四、新品推广和促销 323

五、消费者和市场特点 324

第四节 福建省 326

一、福建省概况 326

二、洗化市场简述 326

三、经营情况分析 327

四、经销商经营手段分析 328

五、经销商选择新品关注点分析 329

六、洗化市场的产品特点 330

七、福建省市场现状分析 331

第五节 云南省 333

一、云南经销商特点 333

二、昆明日化市场概况 334

三、二三线城市日化市场调查 335

第六节 江西省 340

一、江西市场概况 340

二、江西整体市场经营 343

第七节 黑龙江省 347

一、黑龙江经销商特征 348

二、哈尔滨日化市场概况 349

三、二三级城市日化产品市场 350

第八节 陕西省 354

一、陕西省概况 354

二、西安市区洗化市场概况 356

三、陕西省经营情况分析 356

四、陕西省市场现状分析 360

第九节 河南省 362

一、郑州洗化市场现状 362

二、河南经销商特点 363

三、二三线洗化市场调查 364

第八章 日化市场营销分析 368

第一节 日化市场渠道分析 368

一、渠道变革趋势与应对策略 368

二、日化企业分销渠道突围 373

三、日化专营店开发与营销策略 377

四、日化专营店与大型商超比较 379

五、省级代理渠道选择分析 382

第二节 日化市场营销策略分析 384

一、我国牙膏市场的营销战略选择 384

二、拉芳营销策略分析 389

三、高端化妆品网络营销困惑 393

四、宝洁精准化营销 395

五、化妆品的销售策略 397

第三节 日化行业市场传播分析 403

一、日化品牌媒体广告投放分析 403

二、中国日化市场传播策略 405

第四节 消费者调查分析 406

一、2006年女性消费状况调查 406

二、女性消费引领我国消费升级 409

第五节 品牌营销分析 415

一、不同的品牌定位方式 415

二、本土日化的品牌之旅	420
三、“六神”品牌延伸的瓶颈	423

第四部分 行业竞争格局

第九章 行业内重点企业分析 429

第一节 宝洁公司 429

一、企业简介	429
二、发展特色	430
三、竞争策略	432

第二节 欧莱雅 438

一、企业简介	438
二、财务状况	439
三、品牌管理	440

第三节 联合利华 444

一、企业概况	444
二、发展状况	445
三、竞争优势	447

第四节 高露洁 - 棕榄公司 449

一、企业简介	449
二、发展情况	449
三、经营业绩	455

第五节 上海家化有限公司 457

一、企业简介	457
二、主营产品	458
三、企业发展	459
四、财务状况	461

第六节 索芙特股份有限公司 463

一、公司概况	463
二、公司业务	464
三、竞争策略与优势	465
四、财务分析	470

第七节 柳州两面针股份有限公司 472

一、企业简介	472
二、财务分析	474
第八节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司	476
一、企业简介	476
二、发展状况	477
三、营销分析	479
第九节 广州市浪奇实业股份有限公司	481
一、企业概况	481
二、发展情况	482
三、财务分析	484
第十节 山西南风化工集团股份有限公司	486
一、企业概况	486
二、发展动态	487
三、财务分析	490
第十一节 浙江纳爱斯化工股份有限公司	492
一、企业概况	492
二、竞争策略	493
三、发展动态	497
第十二节 广州立白企业集团有限公司	497
一、企业概况	497
二、品牌战略	499
三、商标之争	501
第十三节 上海白猫（集团）有限公司	504
一、企业概况	504
二、财务分析	506
三、营销策略	508
第十章 行业竞争分析	512
第一节 企业竞争格局	512
一、欧莱雅与宝洁竞争分析	512
二、欧莱雅中国市场竞争策略	517
三、安利与雅芳竞争分析	523

四、欧瑞莲启动中国直销业务	525
五、国产日化业不再集体失语	525
第二节 行业竞争形势与策略	527
一、盐类日化产品竞争形势	527
二、跨国日化巨头农村攻略	528
三、2007年日化价格竞争形势	532
四、内资日化策动防守反击	533
五、日化行业“五力模型”分析	536
六、市场竞争中的渠道拦截	538

第五部分 行业发展趋势与策略

第十一章 我国日化行业发展趋势与前景	543
一、2007年我国主要石化产品价格预测	543
二、2007年美容化妆品行业趋势及热点	544
三、日化包装行业的新动向	547
四、从广告看洗化行业的流行趋势	549
五、牙膏与皮肤护理品功能多样化	551
六、中药日化产品市场前景分析	553

第十二章 日化企业发展策略分析 555

第一节 日化行业发展问题和背景	555
一、中国日化产业新革命	555
二、中国日化的难题和创新	559
三、日化OEM全球化的机遇	564
第二节 日化企业发展措施和建议	566
一、国产日化产品为何难树品牌	566
二、传统化妆品行业怎样走出困境	571
三、2007年广东日化的跨越	573
四、日化线产品如何打造二三级市场	575
五、中小日化企业的品牌战略	578
六、中国日化企业的出路	583

图表目录

图表：2005年意大利化妆品消费增长情况	4
图表：2002-2005年西班牙化妆品行业各类别的销售额	8
图表：2006年中国日化行业市场结构	33
图表：2002-2006年中国日化行业市场规模走势	33
图表：2006年2月日用化学产品制造销售收入前10企业	43
图表：2006年3月日用化学产品制造销售收入前10企业	43
图表：2006年4月日用化学产品制造销售收入前10企业	44
图表：2006年5月日用化学产品制造销售收入前10企业	44
图表：2006年6月日用化学产品制造销售收入前10企业	44
图表：2006年7月日用化学产品制造销售收入前10企业	45
图表：2006年8月日用化学产品制造销售收入前10企业	45
图表：2006年9月日用化学产品制造销售收入前10企业	46
图表：2006年10月日用化学产品制造销售收入前10企业	46
图表：2006年11月日用化学产品制造销售收入前10企业	46
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标全国合计	47
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标北京市合计	48
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标天津市合计	49
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标河北省合计	51
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标山西省合计	52
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标辽宁省合计	53
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标吉林省合计	55
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标黑龙江合计	56
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标上海市合计	57
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标江苏省合计	58
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标浙江省合计	60
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标安徽省合计	61
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标福建省合计	62
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标江西省合计	64
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标山东省合计	65
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标河南省合计	66
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标湖北省合计	68

图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标湖南省合计	69
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标广东省合计	70
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标广西区合计	72
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标海南省合计	73
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标重庆市合计	74
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标四川省合计	75
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标贵州省合计	77
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标云南省合计	78
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标陕西省合计	79
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标甘肃省合计	81
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标新疆区合计	82
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标宁夏区合计	83
图表：2006年1-11月日用化学产品制造主要经济指标内蒙古合计	85
图表：2006年1-11月大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	86
图表：2006年1-11月中型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	87
图表：2006年1-11月小型日用化学产品制造主要经济指标全国合计	89
图表：2006年1-11月国有企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	90
图表：2006年1-11月集体企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	91
图表：2006年1-11月股份合作企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	93
图表：2006年1-11月股份制企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	94
图表：2006年1-11月私营企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	95
图表：2006年1-11月外商和港澳台投资企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计	97
图表：2006年1-11月其他日用化学产品制造主要经济指标全国合计	98
图表：新日化行业标准制、修订标准	105
图表：2006年1月化妆及盥洗用品进口统计	111
图表：2006年2月化妆及盥洗用品进口统计	111
图表：2006年3月化妆及盥洗用品进口统计	112
图表：2006年4月化妆及盥洗用品进口统计	113
图表：2006年5月化妆及盥洗用品进口统计	113
图表：2006年6月化妆及盥洗用品进口统计	114
图表：2006年7月化妆及盥洗用品进口统计	114
图表：2006年8月化妆及盥洗用品进口统计	115

图表：2006年9月化妆及盥洗用品进口统计	116
图表：2006年10月化妆及盥洗用品进口统计	116
图表：2006年11月化妆及盥洗用品进口统计	117
图表：2006年1月化妆及盥洗用品出口统计	118
图表：2006年2月化妆及盥洗用品出口统计	118
图表：2006年3月化妆及盥洗用品出口统计	119
图表：2006年4月化妆及盥洗用品出口统计	119
图表：2006年5月化妆及盥洗用品出口统计	120
图表：2006年6月化妆及盥洗用品出口统计	121
图表：2006年7月化妆及盥洗用品出口统计	121
图表：2006年8月化妆及盥洗用品出口统计	122
图表：2006年9月化妆及盥洗用品出口统计	123
图表：2006年10月化妆及盥洗用品出口统计	123
图表：2006年11月化妆及盥洗用品出口统计	124
图表：2006年1月肥皂洗涤剂用品进口统计	125
图表：2006年2月肥皂洗涤剂用品进口统计	125
图表：2006年3月肥皂洗涤剂用品进口统计	125
图表：2006年4月肥皂洗涤剂用品进口统计	126
图表：2006年5月肥皂洗涤剂用品进口统计	126
图表：2006年6月肥皂洗涤剂用品进口统计	126
图表：2006年7月肥皂洗涤剂用品进口统计	126
图表：2006年8月肥皂洗涤剂用品进口统计	127
图表：2006年9月肥皂洗涤剂用品进口统计	127
图表：2006年10月肥皂洗涤剂用品进口统计	127
图表：2006年11月肥皂洗涤剂用品进口统计	127
图表：2006年1月肥皂洗涤剂用品出口统计	128
图表：2006年2月肥皂洗涤剂用品出口统计	128
图表：2006年3月肥皂洗涤剂用品出口统计	128
图表：2006年4月肥皂洗涤剂用品出口统计	129
图表：2006年5月肥皂洗涤剂用品出口统计	129
图表：2006年6月肥皂洗涤剂用品出口统计	129
图表：2006年7月肥皂洗涤剂用品出口统计	129

图表：2006年8月肥皂洗涤剂用品出口统计	130
图表：2006年9月肥皂洗涤剂用品出口统计	130
图表：2006年10月肥皂洗涤剂用品出口统计	130
图表：2006年11月肥皂洗涤剂用品出口统计	130
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量全国合计	142
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量北京市合计	143
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量河北省合计	143
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量山西省合计	143
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量辽宁省合计	144
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量吉林省合计	144
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量上海市合计	144
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量江苏省合计	145
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量浙江省合计	145
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量安徽省合计	146
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量山东省合计	146
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量河南省合计	146
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量湖南省合计	147
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量广东省合计	147
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量广西区合计	147
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量重庆市合计	148
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量四川省合计	148
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量贵州省合计	149
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量云南省合计	149
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量陕西省合计	149
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量甘肃省合计	150
图表：2006年2-11月合成洗衣粉产品产量新疆区合计	150
图表：2006年2-11月肥皂产品产量全国合计	155
图表：2006年2-11月肥皂产品产量天津市合计	155
图表：2006年2-11月肥皂产品产量河北省合计	156
图表：2006年2-11月肥皂产品产量吉林省合计	156
图表：2006年2-11月肥皂产品产量上海市合计	156
图表：2006年2-11月肥皂产品产量江苏省合计	157

图表：2006年2-11月肥皂产品产量浙江省合计	157
图表：2006年2-11月肥皂产品产量安徽省合计	157
图表：2006年2-11月肥皂产品产量福建省合计	158
图表：2006年2-11月肥皂产品产量山东省合计	158
图表：2006年2-11月肥皂产品产量河南省合计	159
图表：2006年2-11月肥皂产品产量湖北省合计	159
图表：2006年2-11月肥皂产品产量湖南省合计	159
图表：2006年2-11月肥皂产品产量广东省合计	160
图表：2006年2-11月肥皂产品产量广西区合计	160
图表：2006年2-11月肥皂产品产量海南省合计	160
图表：2006年2-11月肥皂产品产量重庆市合计	161
图表：2006年2-11月肥皂产品产量四川省合计	161
图表：2006年2-11月肥皂产品产量贵州省合计	162
图表：2006年2-11月肥皂产品产量云南省合计	162
图表：2006年2-11月肥皂产品产量甘肃省合计	162
图表：2006年洗发水郑州市场品牌绝对渗透率	170
图表：2006年洗发水郑州市场品牌相对渗透率	170
图表：2006年洗发水郑州市场品牌市场份额	171
图表：2006年洗发水郑州市场品牌忠诚度	171
图表：2006年洗发水郑州各品牌群体人口分析	172
图表：2006年洗发水青岛市场品牌绝对渗透率	172
图表：2006年洗发水青岛市场品牌相对渗透率	173
图表：2006年洗发水青岛市场品牌市场份额	173
图表：2006年洗发水青岛市场品牌忠诚度	173
图表：2006年洗发水青岛各品牌群体人口分析	174
图表：2006年洗发水杭州市场品牌绝对渗透率	174
图表：2006年洗发水杭州市场品牌相对渗透率	175
图表：2006年洗发水杭州市场品牌市场份额	175
图表：2006年洗发水杭州市场品牌忠诚度	175
图表：2006年洗发水杭州各品牌群体人口分析	176
图表：2006年洗发水深圳市场品牌绝对渗透率	176
图表：2006年洗发水深圳市场品牌相对渗透率	177

图表：2006年洗发水深圳市场品牌市场份额	177
图表：2006年洗发水深圳市场品牌忠诚度	177
图表：2006年洗发水深圳各品牌群体人口分析	178
图表：2006年洗发水厦门市场品牌绝对渗透率	178
图表：2006年洗发水厦门市场品牌相对渗透率	179
图表：2006年洗发水厦门市场品牌市场份额	179
图表：2006年洗发水厦门市场品牌忠诚度	179
图表：2006年洗发水厦门各品牌群体人口分析	180
图表：2006年洗发水重庆市场品牌绝对渗透率	180
图表：2006年洗发水重庆市场品牌相对渗透率	181
图表：2006年洗发水重庆市场品牌市场份额	181
图表：2006年洗发水重庆市场品牌忠诚度	181
图表：2006年洗发水重庆各品牌群体人口分析	182
图表：2006年洗发水昆明市场品牌绝对渗透率	182
图表：2006年洗发水昆明市场品牌相对渗透率	183
图表：2006年洗发水昆明市场品牌市场份额	183
图表：2006年洗发水昆明市场品牌忠诚度	183
图表：2006年洗发水昆明各品牌群体人口分析	184
图表：2006年洗发水西安市场品牌绝对渗透率	184
图表：2006年洗发水西安市场品牌相对渗透率	185
图表：2006年洗发水西安市场品牌市场份额	185
图表：2006年洗发水西安市场品牌忠诚度	185
图表：2006年洗发水西安各品牌群体人口分析	186
图表：2006年洗发水福州市场品牌绝对渗透率	186
图表：2006年洗发水福州市场品牌相对渗透率	187
图表：2006年洗发水福州市场品牌市场份额	187
图表：2006年洗发水福州市场品牌忠诚度	187
图表：2006年洗发水福州各品牌群体人口分析	188
图表：2006年洗发水武汉市场品牌绝对渗透率	188
图表：2006年洗发水武汉市场品牌相对渗透率	189
图表：2006年洗发水武汉市场品牌市场份额	189
图表：2006年洗发水武汉市场品牌忠诚度	189

图表：2006年洗发水武汉各品牌群体人口分析	190
图表：2006年洗发水南京市场品牌绝对渗透率	190
图表：2006年洗发水南京市场品牌相对渗透率	191
图表：2006年洗发水南京市场品牌市场份额	191
图表：2006年洗发水南京市场品牌忠诚度	191
图表：2006年洗发水南京各品牌群体人口分析	192
图表：2006年洗发水天津市场品牌绝对渗透率	192
图表：2006年洗发水天津市场品牌相对渗透率	193
图表：2006年洗发水天津市场品牌市场份额	193
图表：2006年洗发水天津市场品牌忠诚度	193
图表：2006年洗发水天津各品牌群体人口分析	194
图表：2006年洗发水广州市场品牌绝对渗透率	194
图表：2006年洗发水广州市场品牌相对渗透率	195
图表：2006年洗发水广州市场品牌市场份额	195
图表：2006年洗发水广州市场品牌忠诚度	195
图表：2006年洗发水广州各品牌群体人口分析	196
图表：2006年洗发水上海市场品牌绝对渗透率	196
图表：2006年洗发水上海市场品牌相对渗透率	197
图表：2006年洗发水上海市场品牌市场份额	197
图表：2006年洗发水上海市场品牌忠诚度	197
图表：2006年洗发水上海各品牌群体人口分析	198
图表：2006年洗发水北京市场品牌绝对渗透率	198
图表：2006年洗发水北京市场品牌相对渗透率	199
图表：2006年洗发水北京市场品牌市场份额	199
图表：2006年洗发水北京市场品牌忠诚度	199
图表：2006年洗发水北京各品牌群体人口分析	200
图表：2006年沐浴露昆明市场品牌绝对渗透率	200
图表：2006年沐浴露昆明市场品牌相对渗透率	201
图表：2006年沐浴露昆明市场品牌市场份额	201
图表：2006年沐浴露昆明市场品牌忠诚度	201
图表：2006年沐浴露昆明各品牌群体人口分析	202
图表：2006年沐浴露西安市场品牌绝对渗透率	202

图表：2006年沐浴露西安市场品牌相对渗透率	202
图表：2006年沐浴露西安市场品牌市场份额	203
图表：2006年沐浴露西安市场品牌忠诚度	203
图表：2006年沐浴露西安各品牌群体人口分析	203
图表：2006年沐浴露福州市场品牌绝对渗透率	204
图表：2006年沐浴露福州市场品牌相对渗透率	204
图表：2006年沐浴露福州市场品牌市场份额	204
图表：2006年沐浴露福州市场品牌忠诚度	205
图表：2006年沐浴露福州各品牌群体人口分析	205
图表：2006年沐浴露武汉市场品牌绝对渗透率	205
图表：2006年沐浴露武汉市场品牌相对渗透率	206
图表：2006年沐浴露武汉市场品牌市场份额	206
图表：2006年沐浴露武汉市场品牌忠诚度	206
图表：2006年沐浴露武汉各品牌群体人口分析	207
图表：2006年沐浴露南京市场品牌绝对渗透率	207
图表：2006年沐浴露南京市场品牌相对渗透率	207
图表：2006年沐浴露南京市场品牌市场份额	208
图表：2006年沐浴露南京市场品牌忠诚度	208
图表：2006年沐浴露南京各品牌群体人口分析	208
图表：2006年沐浴露济南市场品牌绝对渗透率	209
图表：2006年沐浴露济南市场品牌相对渗透率	209
图表：2006年沐浴露济南市场品牌市场份额	209
图表：2006年沐浴露济南市场品牌忠诚度	210
图表：2006年沐浴露济南各品牌群体人口分析	210
图表：2006年沐浴露沈阳市场品牌绝对渗透率	210
图表：2006年沐浴露沈阳市场品牌相对渗透率	211
图表：2006年沐浴露沈阳市场品牌市场份额	211
图表：2006年沐浴露沈阳市场品牌忠诚度	211
图表：2006年沐浴露沈阳各品牌群体人口分析	212
图表：2006年沐浴露天津市场品牌绝对渗透率	212
图表：2006年沐浴露天津市场品牌相对渗透率	212
图表：2006年沐浴露天津市场品牌市场份额	213

图表：2006年沐浴露天津市场品牌忠诚度	213
图表：2006年沐浴露天津各品牌群体人口分析	213
图表：2006年沐浴露成都市场品牌绝对渗透率	214
图表：2006年沐浴露成都市场品牌相对渗透率	214
图表：2006年沐浴露成都市场品牌市场份额	214
图表：2006年沐浴露成都市场品牌忠诚度	215
图表：2006年沐浴露成都各品牌群体人口分析	215
图表：2006年沐浴露广州市场品牌绝对渗透率	215
图表：2006年沐浴露广州市场品牌相对渗透率	216
图表：2006年沐浴露广州市场品牌市场份额	216
图表：2006年沐浴露广州市场品牌忠诚度	216
图表：2006年沐浴露广州各品牌群体人口分析	217
图表：2006年沐浴露上海市场品牌绝对渗透率	217
图表：2006年沐浴露上海市场品牌相对渗透率	217
图表：2006年沐浴露上海市场品牌市场份额	218
图表：2006年沐浴露上海市场品牌忠诚度	218
图表：2006年沐浴露上海各品牌群体人口分析	218
图表：2006年沐浴露北京市场品牌绝对渗透率	219
图表：2006年沐浴露北京市场品牌相对渗透率	219
图表：2006年沐浴露北京市场品牌市场份额	219
图表：2006年沐浴露北京市场品牌忠诚度	220
图表：2006年沐浴露北京各品牌群体人口分析	220
图表：2006年洗手液天津市场品牌绝对渗透率	223
图表：2006年洗手液天津市场品牌相对渗透率	224
图表：2006年洗手液天津市场品牌市场份额	224
图表：2006年洗手液天津市场品牌忠诚度	224
图表：2006年洗手液天津各品牌群体人口分析	225
图表：2006年洗手液南昌市场品牌绝对渗透率	225
图表：2006年洗手液南昌市场品牌相对渗透率	225
图表：2006年洗手液南昌市场品牌市场份额	226
图表：2006年洗手液南昌市场品牌忠诚度	226
图表：2006年洗手液南昌各品牌群体人口分析	226

图表：2006年洗手液长春市场品牌绝对渗透率	227
图表：2006年洗手液长春市场品牌相对渗透率	227
图表：2006年洗手液长春市场品牌市场份额	227
图表：2006年洗手液长春市场品牌忠诚度	228
图表：2006年洗手液长春各品牌群体人口分析	228
图表：2006年洗手液大连市场品牌绝对渗透率	228
图表：2006年洗手液大连市场品牌相对渗透率	229
图表：2006年洗手液大连市场品牌市场份额	229
图表：2006年洗手液大连市场品牌忠诚度	229
图表：2006年洗手液大连各品牌群体人口分析	230
图表：2006年洗手液青岛市场品牌绝对渗透率	230
图表：2006年洗手液青岛市场品牌相对渗透率	230
图表：2006年洗手液青岛市场品牌市场份额	231
图表：2006年洗手液青岛市场品牌忠诚度	231
图表：2006年洗手液青岛各品牌群体人口分析	231
图表：2006年洗手液郑州市场品牌绝对渗透率	231
图表：2006年洗手液郑州市场品牌相对渗透率	232
图表：2006年洗手液郑州市场品牌市场份额	232
图表：2006年洗手液郑州市场品牌忠诚度	232
图表：2006年洗手液郑州各品牌群体人口分析	232
图表：2006年洗手液杭州市场品牌绝对渗透率	233
图表：2006年洗手液杭州市场品牌相对渗透率	233
图表：2006年洗手液杭州市场品牌市场份额	233
图表：2006年洗手液杭州市场品牌忠诚度	234
图表：2006年洗手液杭州各品牌群体人口分析	234
图表：2006年洗手液深圳市场品牌绝对渗透率	234
图表：2006年洗手液深圳市场品牌相对渗透率	234
图表：2006年洗手液深圳市场品牌市场份额	235
图表：2006年洗手液深圳市场品牌忠诚度	235
图表：2006年洗手液深圳各品牌群体人口分析	235
图表：2006年洗手液重庆市场品牌绝对渗透率	235
图表：2006年洗手液重庆市场品牌相对渗透率	236

图表：2006年洗手液重庆市场品牌市场份额	236
图表：2006年洗手液重庆市场品牌忠诚度	236
图表：2006年洗手液重庆各品牌群体人口分析	236
图表：2006年洗手液武汉市场品牌绝对渗透率	237
图表：2006年洗手液武汉市场品牌相对渗透率	237
图表：2006年洗手液武汉市场品牌市场份额	237
图表：2006年洗手液武汉市场品牌忠诚度	238
图表：2006年洗手液武汉各品牌群体人口分析	238
图表：国内牙膏市场竞争格局	244
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量全国合计	246
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量天津市合计	246
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量辽宁省合计	247
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量上海市合计	247
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量江苏省合计	248
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量浙江省合计	248
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量安徽省合计	248
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量福建省合计	249
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量江西省合计	249
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量山东省合计	249
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量湖南省合计	250
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量广东省合计	250
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量广西区合计	251
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量海南省合计	251
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量重庆市合计	251
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量云南省合计	252
图表：2006年2-11月牙膏（自然支）产品产量陕西省合计	252
图表：2006年牙膏大连市场品牌绝对渗透率	253
图表：2006年牙膏大连市场品牌相对渗透率	253
图表：2006年牙膏大连市场品牌市场份额	253
图表：2006年牙膏大连市场品牌忠诚度	254
图表：2006年牙膏大连各品牌群体人口分析	254
图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌绝对渗透率	254

图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌相对渗透率	255
图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌市场份额	255
图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌忠诚度	255
图表：2006年牙膏哈尔滨各品牌群体人口分析	256
图表：2006年牙膏南昌市场品牌绝对渗透率	256
图表：2006年牙膏南昌市场品牌相对渗透率	256
图表：2006年牙膏南昌市场品牌市场份额	257
图表：2006年牙膏南昌市场品牌忠诚度	257
图表：2006年牙膏南昌各品牌群体人口分析	257
图表：2006年牙膏青岛市场品牌绝对渗透率	258
图表：2006年牙膏青岛市场品牌相对渗透率	258
图表：2006年牙膏青岛市场品牌市场份额	258
图表：2006年牙膏青岛市场品牌忠诚度	259
图表：2006年牙膏青岛各品牌群体人口分析	259
图表：2006年牙膏太原市场品牌绝对渗透率	259
图表：2006年牙膏太原市场品牌相对渗透率	260
图表：2006年牙膏太原市场品牌市场份额	260
图表：2006年牙膏太原市场品牌忠诚度	260
图表：2006年牙膏太原各品牌群体人口分析	261
图表：2006年牙膏长沙市场品牌绝对渗透率	261
图表：2006年牙膏长沙市场品牌相对渗透率	261
图表：2006年牙膏长沙市场品牌市场份额	262
图表：2006年牙膏长沙市场品牌忠诚度	262
图表：2006年牙膏长沙各品牌群体人口分析	262
图表：2006年牙膏南宁市场品牌绝对渗透率	263
图表：2006年牙膏南宁市场品牌相对渗透率	263
图表：2006年牙膏南宁市场品牌市场份额	263
图表：2006年牙膏南宁市场品牌忠诚度	264
图表：2006年牙膏南宁各品牌群体人口分析	264
图表：2006年牙膏海口市场品牌绝对渗透率	264
图表：2006年牙膏海口市场品牌相对渗透率	265
图表：2006年牙膏海口市场品牌市场份额	265

图表：2006年牙膏海口市场品牌忠诚度	265
图表：2006年牙膏海口各品牌群体人口分析	266
图表：2006年牙膏杭州市场品牌绝对渗透率	266
图表：2006年牙膏杭州市场品牌相对渗透率	266
图表：2006年牙膏杭州市场品牌市场份额	267
图表：2006年牙膏杭州市场品牌忠诚度	267
图表：2006年牙膏杭州各品牌群体人口分析	267
图表：2006年牙膏深圳市场品牌绝对渗透率	268
图表：2006年牙膏深圳市场品牌相对渗透率	268
图表：2006年牙膏深圳市场品牌市场份额	268
图表：2006年牙膏深圳市场品牌忠诚度	269
图表：2006年牙膏深圳各品牌群体人口分析	269
图表：2006年11月全国化妆品10大主销商场	270
图表：2006年11月护肤品前10位品牌市场综合占有率情况	271
图表：2006年11月美容彩妆类前10位品牌市场综合占有率情况	272
图表：2006年1-10月份化妆品销售情况	273
图表：2006年1-10月份护肤、彩妆类化妆品销售情况	274
图表：2003-2006年1-11月份全国重点商场前10位品牌中的本土品牌情况	275
图表：1996-2006年我国化妆品市场销售额及增速	300
图表：我国与世界年人均化妆品水平比较	300
图表：2006年8月洗涤用品平面广告投放排行榜	403
图表：2006年上半年化妆品、浴室用品电视媒体投放排名	404
图表：2006年上半年清洁用品业电视媒体前十位投放排名	404
图表：1991-2010年中国女性消费额增长趋势及预测	410
图表：女性消费品市场范畴变化情况	411
图表：1998-2005年中国人均GDP	412
图表：中国女性品牌关注度结构图	412
图表：家庭部分消费品购买决策权的性别比例	414
图表：广州宝洁公司产品种类	429
图表：宝洁公司在中国发展情况	430
图表：上海家化主要品牌的收入情况与预测	459
图表：2006年前三季度上海家化联合股份有限公司利润分配表	461

图表：2006年前三季度上海家化联合股份有限公司每股指标	461
图表：2006年前三季度上海家化联合股份有限公司获利能力表	461
图表：2006年前三季度上海家化联合股份有限公司经营能力表	462
图表：2006年前三季度上海家化联合股份有限公司偿债能力表	462
图表：2006年前三季度上海家化联合股份有限公司资本结构表	462
图表：2006年前三季度上海家化联合股份有限公司发展能力表	462
图表：2006年前三季度上海家化联合股份有限公司现金流量分析表	462
图表：索芙特股份有限公司组织业务结构图	464
图表：2002-2005年索芙特股份有限公司主营构成	464
图表：索芙特股份有限公司美容化妆品结构图	465
图表：索芙特股份有限公司美容化妆品竞争策略及产品定位结构图	466
图表：索芙特股份有限公司营销体系及销售渠道结构图	469
图表：2006年三季度索芙特股份有限公司主营构成	470
图表：2006年前三季度索芙特股份有限公司利润分配表	470
图表：2006年前三季度索芙特股份有限公司获利能力表	470
图表：2006年前三季度索芙特股份有限公司经营能力表	470
图表：2006年前三季度索芙特股份有限公司偿债能力表	471
图表：2006年前三季度索芙特股份有限公司资本结构表	471
图表：2006年前三季度索芙特股份有限公司发展能力表	471
图表：2006年前三季度索芙特股份有限公司现金流量分析表	471
图表：1994-2004年两面针牙膏市场占有率趋势图	472
图表：2006年前三季度柳州两面针股份有限公司主营构成	474
图表：2006年前三季度柳州两面针股份有限公司利润分配表	474
图表：2006年前三季度柳州两面针股份有限公司获利能力表	474
图表：2006年前三季度柳州两面针股份有限公司经营能力表	474
图表：2006年前三季度柳州两面针股份有限公司偿债能力表	475
图表：2006年前三季度柳州两面针股份有限公司资本结构表	475
图表：2006年前三季度柳州两面针股份有限公司发展能力表	475
图表：2006年前三季度柳州两面针股份有限公司现金流量分析表	475
图表：2006年前三季度广州市浪奇实业股份有限公司主营构成	484
图表：2006年前三季度广州市浪奇实业股份有限公司利润分配表	484
图表：2006年前三季度广州市浪奇实业股份有限公司获利能力表	484

图表：2006年前三季度广州市浪奇实业股份有限公司经营能力表	484
图表：2006年前三季度广州市浪奇实业股份有限公司偿债能力表	485
图表：2006年前三季度广州市浪奇实业股份有限公司资本结构表	485
图表：2006年前三季度广州市浪奇实业股份有限公司发展能力表	485
图表：2006年前三季度广州市浪奇实业股份有限公司现金流量分析表	485
图表：2006年前三季度南风化工集团股份有限公司主营构成	490
图表：2006年前三季度南风化工集团股份有限公司利润分配表	490
图表：2006年前三季度南风化工集团股份有限公司获利能力表	490
图表：2006年前三季度南风化工集团股份有限公司经营能力表	490
图表：2006年前三季度南风化工集团股份有限公司偿债能力表	491
图表：2006年前三季度南风化工集团股份有限公司资本结构表	491
图表：2006年前三季度南风化工集团股份有限公司发展能力表	491
图表：2006年前三季度南风化工集团股份有限公司现金流量分析表	491
图表：2006年前三季度上海白猫股份有限公司主营构成	506
图表：2006年前三季度上海白猫股份有限公司利润分配表	506
图表：2006年前三季度上海白猫股份有限公司获利能力表	507
图表：2006年前三季度上海白猫股份有限公司经营能力表	507
图表：2006年前三季度上海白猫股份有限公司偿债能力表	507
图表：2006年前三季度上海白猫股份有限公司资本结构表	507
图表：2006年前三季度上海白猫股份有限公司发展能力表	508
图表：2006年前三季度上海白猫股份有限公司现金流量分析表	508

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45172.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。