



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年CMMS中国品牌发展报告(家庭日化用品卷)

一、调研说明

《2006年CMMS中国品牌发展报告(家庭日化用品卷)》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/45215.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

〔 目 录 〕

婴儿纸尿裤/纸尿片

一 婴儿纸尿裤/纸尿片行业分地区基本市场状况 1

1.1 婴儿纸尿裤/纸尿片行业分地区总体市场与需求状况 1

1.2 不同类型婴儿纸尿裤/纸尿片分地区市场与需求状况 2

二 婴儿纸尿裤/纸尿片行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 3

2.1 品牌渗透率 3

2.2 品牌最经常使用比例 4

三 各频次婴儿纸尿裤/纸尿片消费者的人口构成及其分布比例 5

四 婴儿纸尿裤/纸尿片行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 6

4.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 6

4.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 7

五 婴儿纸尿裤/纸尿片消费者的生活态度 8

六 婴儿纸尿裤/纸尿片消费者的体育运动和休闲活动 9

6.1 参加体育运动比例 9

6.2 日常休闲活动比例 9

洗衣粉/洗衣液

一 洗衣粉/洗衣液行业分地区基本市场状况 10

1.1 洗衣粉/洗衣液行业分地区总体市场与需求状况 10

1.2 不同类型洗衣粉/洗衣液分地区市场与需求状况 11

二 洗衣粉/洗衣液行业各主要产品品牌分地区基本市场状况	12
2.1 品牌渗透率	12
2.2 品牌最经常使用比例	13
三 重度洗衣粉/洗衣液消费者人口构成及其分布比例	14
四 洗衣粉/洗衣液行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标	15
4.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率	15
4.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例	16
五 洗衣粉/洗衣液消费者的生活态度	17
六 洗衣粉/洗衣液消费者的体育运动和休闲活动	18
6.1 参加体育运动比例	18
6.2 日常休闲活动比例	18
衣物柔顺剂	
一 衣物柔顺剂行业分地区基本市场状况	19
1.1 衣物柔顺剂行业分地区总体市场与需求状况	19
二 衣物柔顺剂行业各主要产品品牌分地区基本市场状况	20
2.1 品牌渗透率	20
2.2 品牌最经常使用比例	21
三 各频次衣物柔顺剂消费者的人口构成及其分布比例	22
四 衣物柔顺剂行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标	23
4.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率	23
4.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例	24
五 衣物柔顺剂消费者的生活态度	25

六 衣物柔顺剂消费者的体育运动和休闲活动 26

6.1 参加体育运动比例 26

6.2 日常休闲活动比例 26

碗碟洗洁精

一 碗碟洗洁精行业分地区基本市场状况 27

1.1 碗碟洗洁精行业分地区总体市场与需求状况 27

二 碗碟洗洁精行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 28

2.1 品牌渗透率 28

2.2 品牌最经常使用比例 29

三 各频次碗碟洗洁精消费者的人口构成及其分布比例 30

四 碗碟洗洁精行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 31

4.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 31

4.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 32

五 碗碟洗洁精消费者的生活态度 33

六 碗碟洗洁精消费者的体育运动和休闲活动 34

6.1 参加体育运动比例 34

6.2 日常休闲活动比例 34

家庭清洁用品

一 家庭清洁用品行业分地区基本市场状况 35

1.1 家庭清洁用品行业分地区总体市场与需求状况 35

1.2 不同类型家庭清洁用品分地区市场与需求状况(一) 36

1.3 不同类型家庭清洁用品分地区市场与需求状况(二) 37

二 家庭清洁用品行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 38

2.1 品牌渗透率 38

2.2 品牌最经常使用比例 39

三 重度家庭清洁用品消费者的人口构成及其分布比例 40

四 家用清洁用品行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 41

4.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 41

4.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 42

五 家庭清洁用品消费者的生活态度 43

六 家庭清洁用品消费者的体育运动和休闲活动 44

6.1 参加体育运动比例 44

6.2 日常休闲活动比例 44

空气清新剂

一 空气清新剂行业分地区基本市场状况 45

1.1 空气清新剂行业分地区总体市场与需求状况 45

二 空气清新剂行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 46

2.1 品牌渗透率 46

2.2 品牌最经常使用比例 47

三 各频次空气清新剂消费者的人口构成及其分布比例 48

四 空气清新剂行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 49

4.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 49

4.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 50

五 空气清新剂消费者的生活态度 51

六 空气清新剂消费者的体育运动和休闲活动 52

6.1 参加体育运动比例 52

6.2 日常休闲活动比例 52

杀虫剂

一 杀虫剂行业分地区基本市场状况 53

1.1 杀虫剂行业分地区总体市场与需求状况 53

二 杀虫剂行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 54

2.1 品牌渗透率 54

2.2 品牌最经常使用比例 55

三 各频次杀虫剂消费者的人口构成及其分布比例 56

四 杀虫剂行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 57

4.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 57

4.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 58

五 杀虫剂消费者的生活态度 59

六 杀虫剂消费者的体育运动和休闲活动 60

6.1 参加体育运动比例 60

6.2 日常休闲活动比例 60

婴儿/儿童洗浴/润肤品

一 婴儿/儿童洗浴/润肤品行业分地区基本市场状况 61

1.1 婴儿/儿童洗浴/润肤品行业分地区总体市场与需求状况 61

二 婴儿/儿童洗浴/润肤品行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 62

2.1 品牌渗透率 62

2.2 品牌最经常使用比例 63

三 各频次婴儿/儿童洗浴/润肤品消费者的人口构成及其分布比例 64

四 婴儿/儿童洗浴/润肤品行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 65

4.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 65

4.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 66

五 婴儿/儿童洗浴/润肤品消费者的生活态度 67

六 婴儿/儿童洗浴/润肤品消费者的体育运动和休闲活动 68

6.1 参加体育运动比例 68

6.2 日常休闲活动比例 68

香皂

一 香皂行业分地区基本市场状况 69

1.1 香皂行业分地区总体市场与需求状况 69

1.2 不同类型香皂分地区市场与需求状况(一) 70

1.3 不同类型香皂分地区市场与需求状况(二) 71

二 香皂行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 72

2.1.1 品牌渗透率 72

2.1.2 品牌渗透率 73

2.2.1 品牌最经常使用比例 74

2.2.2 品牌最经常使用比例 75

三 各类香皂重度消费者的人口构成及其分布比例 76

四 香皂行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 77

4.1.1 品牌渗透率前1 - 10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 77

- 4.1.2 品牌渗透率前11 - 20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 78
- 4.2.1 品牌最经常使用比例前1 - 10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 79
- 4.2.2 品牌最经常使用比例前11 - 20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 80

五 香皂消费者的生活态度 81

六 香皂消费者的体育运动和休闲活动 82

- 6.1 参加体育运动比例 82
- 6.2 日常休闲活动比例 82

牙膏

一 牙膏行业分地区基本市场状况 83

1.1 牙膏行业分地区总体市场与需求状况 83

二 牙膏行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 84

- 2.1.1 品牌渗透率 84
- 2.1.2 品牌渗透率 85
- 2.2.1 品牌最经常使用比例 86
- 2.2.2 品牌最经常使用比例 87

三 各频次牙膏消费者的人口构成及其分布比例 88

四 牙膏行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 89

- 4.1.1 品牌渗透率前1 - 10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 89
- 4.1.2 品牌渗透率前11 - 20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 90
- 4.2.1 品牌最经常使用比例前1 - 10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 91
- 4.2.2 品牌最经常使用比例前11 - 20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 92

五 牙膏消费者的生活态度 93

六 牙膏消费者的体育运动和休闲活动 94

6.1 参加体育运动比例 94

6.2 日常休闲活动比例 94

牙刷

一 牙刷行业分地区基本市场状况 95

1.1 牙刷行业分地区总体市场与需求状况 95

二 牙刷行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 96

2.1 品牌渗透率 96

2.2 品牌最经常使用比例 97

三 各频次牙刷消费者的人口构成及其分布比例 98

四 牙刷行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 99

4.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 99

4.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 100

五 牙刷消费者的生活态度 101

六 牙刷消费者的体育运动和休闲活动 102

6.1 参加体育运动比例 102

6.2 日常休闲活动比例 102

洗手液

一 洗手液行业分地区基本市场状况 103

1.1 洗手液行业分地区总体市场与需求状况 103

二 洗手液分地区基本市场与需求状况 104

2.1 品牌渗透率 104

2.2 品牌最经常使用比例 105

三 各频次洗手液消费者的人口构成及其分布比例 106

四 洗手液行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 107

4.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 107

4.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 108

五 洗手液消费者的生活态度 109

六 洗手液消费者的体育运动和休闲活动 110

6.1 参加体育运动比例 110

6.2 日常休闲活动比例 110

洗发水

一 洗发水行业分地区基本市场状况 111

1.1 洗发水行业分地区总体市场与需求状况 111

二 洗发水行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 112

2.1.1 品牌渗透率 112

2.1.2 品牌渗透率 113

2.2.1 品牌最经常使用比例 114

2.2.2 品牌最经常使用比例 115

三 各频次洗发水消费者的人口构成及其分布比例 116

四 洗发水行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 117

4.1.1 品牌渗透率前1 - 10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 117

4.1.2 品牌渗透率前11 - 20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 118

4.2.1 品牌最经常使用比例前1 - 10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经

常使用比例 119

4.2.2 品牌最经常使用比例前11 - 20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 120

五 洗发水消费者的生活态度 121

六 洗发水消费者的体育运动和休闲活动 122

6.1 参加体育运动比例 122

6.2 日常休闲活动比例 122

护发素/润发露

一 护发素/润发露行业分地区基本市场状况 123

1.1 护发素/润发露行业分地区总体市场与需求状况 123

二 护发素/润发露行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 124

2.1 品牌渗透率 124

2.2 品牌最经常使用比例 125

三 各频次护发素/润发露消费者的人口构成及其分布比例 126

四 护发素/润发露行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 127

4.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 127

4.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 128

五 护发素/润发露消费者的生活态度 129

六 护发素/润发露消费者的体育运动和休闲活动 130

6.1 参加体育运动比例 130

6.2 日常休闲活动比例 130

头发定型产品

一	头发定型产品行业分地区基本市场状况	131
1.1	头发定型产品行业分地区总体市场与需求状况	131
1.2	不同类型头发定型产品分地区市场与需求状况	132
二	头发定型产品行业各主要产品品牌分地区基本市场状况	133
2.1	品牌渗透率	133
2.2	品牌最经常使用比例	134
三	各类头发定型产品重度消费者的人口构成及其分布比例	135
四	头发定型产品行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标	136
4.1	品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率	136
4.2	品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例	137
五	头发定型产品消费者的生活态度	138
六	头发定型产品消费者的体育运动和休闲活动	139
6.1	参加体育运动比例	139
6.2	日常休闲活动比例	139
染发剂		
一	染发剂行业分地区基本市场状况	140
1.1	染发剂行业分地区总体市场与需求状况	140
1.2	不同类型染发剂分地区市场与需求状况	141
二	染发剂行业各主要产品品牌分地区基本市场状况	142
2.1	品牌渗透率	142
2.2	品牌最经常使用比例	143
三	各类染发剂重度消费者的人口构成及其分布比例	144

四 染发剂行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 145

4.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 145

4.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 146

五 染发剂消费者的生活态度 147

六 染发剂消费者的体育运动和休闲活动 148

6.1 参加体育运动比例 148

6.2 日常休闲活动比例 148

沐浴露

一 沐浴露行业分地区基本市场状况 149

1.1 沐浴露行业分地区总体市场与需求状况 149

二 沐浴露行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 150

2.1.1 品牌渗透率 150

2.1.2 品牌渗透率 151

2.2.1 品牌最经常使用比例 152

2.2.2 品牌最经常使用比例 153

三 各频次沐浴露消费者的人口构成及其分布比例 154

四 沐浴露行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 155

4.1.1 品牌渗透率前1 - 10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 155

4.1.2 品牌渗透率前11 - 20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 156

4.2.1 品牌最经常使用比例前1 - 10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 157

4.2.2 品牌最经常使用比例前11 - 20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 158

五 沐浴露消费者的生活态度 159

六 沐浴露消费者的体育运动和休闲活动 160

6.1 参加体育运动比例 160

6.2 日常休闲活动比例 160

卫生巾

一 卫生巾行业分地区基本市场状况 161

1.1 卫生巾行业分地区总体市场与需求状况 161

二 卫生巾行业各主要产品品牌分地区基本市场状况 162

2.1.1 品牌渗透率 162

2.1.2 品牌渗透率 163

2.2.1 品牌最经常使用比例 164

2.2.2 品牌最经常使用比例 165

三 各频次卫生巾消费者的人口构成及其分布比例 166

四 卫生巾行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标 167

4.1.1 品牌渗透率前1 - 10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 167

4.1.2 品牌渗透率前11 - 20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率 168

4.2.1 品牌最经常使用比例前1 - 10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 169

4.2.2 品牌最经常使用比例前11 - 20位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 170

五 卫生巾消费者的生活态度 171

六 卫生巾消费者的体育运动和休闲活动 172

6.1 参加体育运动比例 172

6.2 日常休闲活动比例 172

卫生护垫

一 卫生护垫行业分地区基本市场状况	173
1.1 卫生护垫分地区总体市场与需求状况	173
二 卫生护垫行业各主要产品品牌分地区基本市场状况	174
2.1 品牌渗透率	174
2.2 品牌最经常使用比例	175
三 各频次卫生护垫消费者的人口构成及其分布比例	176
四 卫生护垫行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标	177
4.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率	177
4.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例	178
五 卫生护垫消费者的生活态度	179
六 卫生护垫消费者的体育运动和休闲活动	180
6.1 参加体育运动比例	180
6.2 日常休闲活动比例	180

纸巾

一 纸巾行业分地区基本市场状况	181
1.1 纸巾行业分地区总体市场与需求状况	181
1.2 不同类型纸巾分地区市场与需求状况	182
二 纸巾行业各主要产品品牌分地区基本市场状况	183
2.1 品牌渗透率	183
2.2 品牌最经常使用比例	184
三 各类纸巾重度消费者的人口构成及其分布比例	185
四 纸巾行业各主要产品品牌分人口组别基本市场指标	186
4.1 品牌渗透率前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌渗透率	186

4.2 品牌最经常使用比例前10位品牌的消费者人口构成及其在特定人群中的品牌最经常使用比例 187

五 纸巾消费者的生活态度 188

六 纸巾消费者的体育运动和休闲活动 189

6.1 参加体育运动比例 189 6.2 日常休闲活动比例 189

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45215.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。