



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](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

### 【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](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。