



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国日化行业研究咨询报告

一、调研说明

《2009年中国日化行业研究咨询报告》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/99302.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

由于中国日化市场庞大的规模和增长潜力以及较低的市场准入门槛，全球知名的企业纷纷进入中国市场抢夺市场份额。宝洁、联合利华等国际巨头凭借强大的实力和多年的中国市场开拓，已经树立了在中国地区的相对垄断地位。这种垄断地位将在相当一段时期内占据主要位置。但是，他们也是为了广大消费者，没有了消费群体就相当于没有了市场，企业就会破产倒闭。只有产品得到消费者的认可，消费者才可能买你的产品，企业才有出路。中国日化行业的发展趋势已经愈来愈明朗化，竞争白热化的加剧导致各类日化企业必然会为了基本的生存需求与企业发展壮大的需要，而进行一系列的突破求新，从而开辟出适合本企业的发展之道。在各类日化企业的发展之道中，资本运营的方式无疑是一种具有风险，但又具有大收益的有效方式，于是便有很多规模大小不等的日化企业进入资本运营的时代，其中尤为大企业喜好这种方式进行发展运营。

预测未来几年，中国日用化工品生产将继续保持稳步增长，2009年年均复合增长率将保持在13.4%左右，其中化妆品市场仍将以高于国民经济增长的速度快速发展，洗涤剂市场增长相对较慢，口腔清洁用品市场会随着人们对口腔卫生的重视而稳步增长。其中，2009年市场规模将达到2000亿元左右，增长率为12.8%。综观2009年的日化市场，外资企业将掌控局势。纳爱斯、立白虽在销量上有超越外企之势，但在品牌价值，企业内涵和生命力上，差距越拉越大。2009年日化行业市场格局是三大外企（宝洁，联合利华，强生）继续垄断中高端市场。纳爱斯、立白为代表的民族企业在占据了低端市场的基础上，加快拓展高端市场的步伐。

随着人们生活水平的提升，对洗涤用品的需求量不断增加，带动了洗涤用品市场的繁荣发展。目前，洗涤用品已经成为人们日常生活的必备品，产品种类不断增多，并且逐渐朝着绿色环保、功能化、专业化、系列化的方向发展。然而，受原料价格暴涨暴跌及金融危机的影响，预计2009年洗涤行业发展增速将放缓。2009年，洗涤行业对未来市场预期还是相当乐观的。回归与突围也许才是2009年洗涤产业发展的两大主题。除了宏观上企业和经销商队伍经营理念的回归以外，随着下半年石油以及其他原材料价格的回落，2009年洗涤产品的市场零售价格也有望回归。化妆品行业在中国得到迅速发展，近年来一直保持着快速增长，预计2009年中国化妆品市场增长可能放缓，但不会出现负增长。并且同时会出现以下新格局：天然化妆品市场备受青睐，中老年化妆品市场需求巨大，专业化妆品市场一触即发，儿童化妆品市场方兴未艾，运动用化妆品市场前景广阔。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、中华全国商业信息中心、中国日用化工协会、中国轻工业协会、中国香料香精

化妆品工业协会、中国洗涤用品工业协会、《化妆品报》、《化妆品行业信息》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、行业市场营销分析、行业市场发展策略、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。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 国内外行业发展概况

第一章 国际日化用品行业发展概况 1

第一节 国际化妆品市场发展分析 1

一、2008年世界香料香精市场分析 1

二、全球日化香精香料市场主要特点 2

三、全球化妆品市场需求分析 5

四、金融风暴下化妆品需求预测 6

五、2010年全球化妆品消费新格局 7

六、2010年全球化妆品市场发展趋势 8

第二节 洗涤剂行业发展概况 13

一、全球沐浴露市场发展分析 13

二、2008-2009年全球洗涤剂市场需求分析 17

第二章 中国日化市场发展概况 19

第一节 2008-2009年日化市场发展现状 19

一、2008年日化行业渠道生态状况 19

二、2008年日化行业发展现状 20

三、2008年日化行业发展态势 22

四、2009年日化行业即将跨入资本时代 36

第二节 2008-2009年日化市场发展状况 39

一、2008年本土日化品牌发展情况 39

- 二、2008年三、四线日化品牌的生存现状 41
- 三、2008年日化品牌网络表现排行榜 43
- 四、2008年日化品牌格局与市场分析 45
- 五、2009年日化产业的发展空间 48
- 第三节 2008年中国日化企业发展状况 48
 - 一、2008年原油涨价影响日化企业的发展 49
 - 二、2008年日化企业的发展格局 50
- 第四节 2008-2009年日化市场经济运行分析 54
 - 一、2008年日用化学产品制造销售收入前十家企业 54
 - 二、2009年日用化学产品制造主要经济指标分析 55

第三章 金融风暴对行业的影响及应对策略 109

- 第一节 金融风暴对日化行业的影响 109
 - 一、对生存空间的影响 109
 - 二、对企业的发展影响 109
 - 三、对行业品牌经营的影响 110
- 第二节 日化行业应对金融风暴的策略 110
 - 一、提高盈利能力 110
 - 二、均衡发展 111
 - 三、聚焦区域 112

第四章 日化行业农村市场发展情况 113

- 第一节 中国日化行业农村市场分析 113
 - 一、日化行业农村市场发展概况 113
 - 二、日化行业农村市场发展特性 114
 - 三、日化行业农村市场的品牌消费意识 116
 - 四、日化行业农村市场发展劣势 117
- 第二节 2009年日化行业农村市场发展 119
 - 一、2009年跨国日化巨头的农村视角 119
 - 二、2009年日化产业农村市场潜力分析 125
 - 三、2009年日化行业农村市场展望 126
 - 四、2009年日化行业的农村市场发展趋势 127

第五章 日化用品进出口贸易分析 130

第一节 2008年洗涤行业进出口分析 130

- 一、2008年肥皂用品进口数据 130
 - 二、2008年肥皂用品出口数据 133
 - 三、2008年洗涤剂用品出口数据 137
 - 四、2008年洗涤剂用品进口数据 141
- ### 第二节 2008-2010年化妆品进出口分析 145
- 一、2008年化妆品出口数据分析 145
 - 二、2008年化妆品进口数据分析 149
 - 三、2009-2010年中国化妆品降税情况 152
 - 四、2009-2010年东盟国家化妆品降税情况 154

第二部分 细分市场发展分析

第六章 洗涤用品行业发展分析 159

第一节 洗涤行业现状分析 159

- 一、洗涤用品发展现状 159
- 二、2008年洗涤用品品牌发展情况 161
- 三、2008年洗洁精市场发展情况 164
- 四、2008年洗涤用品行业发展态势 167
- 五、2009年洗涤产品企业发展方向 169

第二节 洗衣液市场现状分析 171

- 一、2008年洗衣液发展格局 171
- 二、2008年洗衣液市场竞争情况 173
- 三、2009年洗衣液市场前景 174
- 四、2009年洗衣液市场发展预测 177

第三节 洗衣粉市场现状分析 179

- 一、洗衣粉市场发展概况 179
- 二、2008年洗衣粉销量情况 185
- 三、洗衣粉产品品牌竞争特点 186
- 四、洗衣粉行业竞争状况与市场机会分析 187

第四节 洗发水市场发展分析 190

- 一、洗发水行业现状 190

- 二、本土洗发水行业面临的困境 191
- 三、本土洗发水行业的出路 192
- 四、我国洗发水行业风险分析 192
- 五、国产洗发水企业的发展策略 192
- 第五节 沐浴露市场分析 200
 - 一、沐浴露市场的发展情况 200
 - 二、沐浴露市场的发展格局 202
 - 三、沐浴露市场本土品牌发展分析 203
 - 四、我国沐浴露行业市场现状分析 204

第七章 牙膏市场分析 206

- 第一节 中国牙膏市场状况分析 206
 - 一、中国牙膏市场的发展历史 206
 - 二、牙膏市场发展概况 207
 - 三、牙膏市场竞争环境分析 208
 - 四、牙膏市场竞争深度分析 209
 - 五、主要牙膏品牌竞争手段分析 211
 - 六、国内牙膏企业存在的问题 212
 - 七、2008年牙膏行业发展格局 213
 - 八、2009年2月起牙膏新标准实施 215
- 第二节 主要城市牙膏品牌分析 216
 - 一、大连牙膏市场分析 216
 - 二、哈尔滨牙膏市场分析 218
 - 三、南昌牙膏市场分析 219
 - 四、青岛牙膏市场分析 221
 - 五、太原牙膏市场分析 223
 - 六、长沙牙膏市场分析 224
 - 七、南宁牙膏市场分析 226
 - 八、海口牙膏市场分析 228
 - 九、杭州牙膏市场分析 229
 - 十、深圳牙膏市场分析 231
- 第三节 未来牙膏行业发展趋势分析 233

- 一、产品方面发展预测 233
- 二、价格方面发展预测 234
- 三、渠道方面发展预测 235
- 四、促销方面发展预测 235

第八章 化妆品市场分析 237

第一节 2008年中国化妆品销售市场分析 237

- 一、2008年转型下的中国化妆品产业 237
- 二、2008年化妆品各种渠道的生态描述 238
- 三、2008年化妆品行业渠道现象分析 242
- 四、我国化妆品行业的可持续发展 245
- 五、中国化妆品专卖店发展分析 248

第二节 金融危机对化妆品市场的影响 253

- 一、金融危机带给化妆品业的机遇 253
- 二、金融危机对化妆品品牌的影响 256
- 三、金融危机下化妆品的发展趋势 257

第三节 2009-2010年化妆品的发展趋势 262

- 一、2009年化妆品市场前景预测 262
- 二、2009年化妆品企业发展方向 264
- 三、2009-2010年中国化妆品市场增长预测 269
- 四、未来化妆品发展趋势预测 271

第三部分 行业竞争格局分析

第九章 行业竞争格局分析 279

第一节 2008-2009年企业竞争格局分析 279

- 一、2008年联合利华VS宝洁竞争情况 279
- 二、2008年清扬VS宝洁日化竞争 285
- 三、2008年欧莱雅VS宝洁的品牌战略 289
- 四、2009年纳爱斯和宝洁的合作与竞争 291

第二节 2008-2009年行业区域市场竞争格局 298

- 一、日化业南北市场差异及营销重心简析 298
- 二、上海VS广州的日化竞争格局 303

三、闽北与闽南日化市场差异分析 306

第三节 行业竞争形势与策略 309

一、外资并购日化行业分析 309

二、中国日化企业竞争力分析 310

三、日化行业的竞争模型分析 313

第十章 国际重点企业分析 316

第一节 美国宝洁公司 316

一、公司概况 316

二、公司品牌战略 318

三、公司发展情况 320

第二节 英国联合利华集团 324

一、公司概况 324

二、公司竞争优势 326

第三节 美国安利公司 327

一、安利在中国 327

二、公司主要产品 329

三、公司品牌的营销战略 332

第四节 法国欧莱雅集团有限公司 340

一、公司概况 340

二、公司发展策略 340

第十一章 国内重点企业分析 342

第一节 上海家化联合股份有限公司 342

一、公司概况 342

二、2008年公司经营情况 344

三、2009年公司动态 351

第二节 索芙特股份有限公司 354

一、公司概况 354

二、2008年公司经营情况 356

三、2009年公司动态 360

第三节 柳州两面针股份有限公司 361

- 一、公司概况 361
- 二、2008年公司经营情况 363
- 三、公司应对金融危机的策略 367
- 第四节 山西南风化工集团股份有限公司 369
 - 一、公司概况 369
 - 二、2008年公司经营情况 370
 - 三、2009年公司动态 374
- 第五节 广州市浪奇实业股份有限公司 375
 - 一、公司概况 375
 - 二、2008年公司经营情况 376
 - 三、2009年公司动态 379
- 第六节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司 380
 - 一、公司概况 380
 - 二、2009年公司动态 381
- 第七节 广州蓝月亮实业有限公司 382
 - 一、公司概况 382
 - 二、2009年公司动态 383
- 第八节 纳爱斯集团 385
 - 一、公司概况 385
 - 二、2009年公司动态 386

第四部分 行业发展策略与趋势分析

第十二章 日化市场营销策略分析 391

第一节 2008年日化市场营销分析 391

- 一、2008年渠道分析 391
- 二、2008年终端分析 392
- 三、2008年策略分析 393
- 四、2008年传播分析 395

第二节 日化市场渠道分析 396

- 一、日化零售终端现有经营业态分析 396
- 二、2008年日化市场渠道发展情况 399
- 三、日化专营店发展分析 406

四、日化行业终端模式的现状及趋势 409

五、日化渠道变革趋势与应对策略 413

第三节 日化市场营销模式分析 418

一、体验营销 418

二、差异化营销 419

三、整合营销 420

四、品牌营销 421

第四节 日化品牌快速增值策略分析 422

一、基于品牌优势基因提升品牌资产 423

二、营销模式创新驱动品牌增值 424

三、市场定位驱动品牌增值 424

四、产品创新驱动品牌增值 425

五、社会热点创造品牌增值机会 426

六、联合品牌激活品牌真空地带 426

第十三章 日化企业发展策略分析 428

第一节 中小日化企业的品牌战略分析 428

一、国产日化品牌的成功策略 428

二、中小日化企业品牌战略分析 429

第二节 日化企业战略市场分析 432

一、日化企业的奥运营销策略分析 432

二、本土日化企业新品上市策略分析 434

三、日化企业要掌握的风投营运规则 437

第三节 民族日化品牌自强出路分析 440

一、产品创新 442

二、品牌创新 442

三、销售渠道创新 444

第十四章 2009年我国日化行业发展趋势 447

第一节 2009年日化行业的发展趋势分析 447

一、2009年中国日化市场规模预测 447

二、2009年中国日化行业经济增势预测 448

| | |
|---------------------|-----|
| 三、2009年国产日化行业发展趋势 | 449 |
| 四、2009年日化行业格局变化趋势 | 451 |
| 五、未来日化企业发展展望 | 452 |
| 第二节 中国日化行业资本运营的潮流风向 | 453 |
| 一、日化资本运营的发展趋势 | 453 |
| 二、日化行业的定位和战略 | 454 |
| 三、日化行业的机遇和风险 | 455 |

图表目录：

| | |
|---|----|
| 图表：2006-2010年全球化妆品市场所占比例 | 8 |
| 图表：2006-2010年全球各类产品零售额增长情况 | 10 |
| 图表：2006年十大公司占据全球市场50%以上的市场份额 | 11 |
| 图表：2009-2010年需要重点关注的日化企业 | 23 |
| 图表：1998-2007年人均GDP与居民收入快速增长 | 25 |
| 图表：1999-2007年中国日化市场增速大大高于GDP增速 | 25 |
| 图表：美国HPC行业销售增长情况 | 26 |
| 图表：1999-2007年日化产品消费倾向 | 26 |
| 图表：1998-2007年韩国个人护理行业的消费倾向较总体消费倾向稳定 | 27 |
| 图表：日化行业生命周期曲线 | 27 |
| 图表：2003-2008年6月农村收入增长快于城市收入增长 | 28 |
| 图表：2003-2008年6月农村消费性支出增长快于城市消费性支出增长 | 28 |
| 图表：2007年国内6家日化上市公司市场份额较小 | 29 |
| 图表：2006年四大彩妆外企在中国的市场份额 | 29 |
| 图表：2008年1-8月PPI与CPI剪刀差形成和原料价格大涨带来巨大成本压力 | 29 |
| 图表：2004-2008年6月H股市场日化企业受成本上涨影响较小 | 30 |
| 图表：2004-2008年6月国内五家日化上市公司销售毛利率下降 | 30 |
| 图表：2007-2008年9月国际原油现货价格走势图 | 31 |
| 图表：2007-2008年9月洗衣粉原料环氧丙烷价格 | 31 |
| 图表：2007-2008年9月粉类化妆品原料钛白粉价格 | 32 |
| 图表：2006-2008年英国面部护理市场分销业态分布 | 33 |
| 图表：2006年国内网店销售额超越传统专卖店 | 33 |
| 图表：2002-2007年国内网购销售额大幅上升 | 34 |

图表：国内首支男士化妆品品牌发展历程 34

图表：三家国内日化公司新建新型原料生产基地情况 34

图表：2009-2010年日化行业国内估值 35

图表：日化行业PB与ROE比较 35

图表：2004-2008年上半年国内五家日化上市公司销售毛利率下降 36

图表：2008年中国个人护理品类品牌网络表现排行榜 44

图表：2008年中国家庭护理品类品牌网络表现排行榜 45

图表：2008年2月日用化学产品制造销售收入前十家企业 54

图表：2008年5月日用化学产品制造销售收入前十家企业 54

图表：2008年8月日用化学产品制造销售收入前十家企业 55

图表：2008年11月日用化学产品制造销售收入前十家企业 55

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标全国合计 55

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标北京市合计 57

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标天津市合计 59

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标河北省合计 61

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标山西省合计 63

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标内蒙古合计 64

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标辽宁省合计 66

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标吉林省合计 68

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标黑龙江合计 70

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标上海市合计 71

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标江苏省合计 73

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标浙江省合计 75

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标安徽省合计 77

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标福建省合计 78

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标江西省合计 80

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标山东省合计 82

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标河南省合计 84

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标湖北省合计 85

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标湖南省合计 87

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标广东省合计 89

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标广西区合计 91

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标海南省合计 92

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标重庆市合计 94

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标四川省合计 96

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标贵州省合计 98

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标云南省合计 99

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标陕西省合计 101

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标甘肃省合计 103

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标宁夏区合计 105

图表：2009年1-2月日用化学产品制造主要经济指标新疆区合计 106

图表：农村日化产品的消费特点与城市的差异 115

图表：2008年1月肥皂用品进口数据 130

图表：2008年2月肥皂用品进口数据 130

图表：2008年3月肥皂用品进口数据 130

图表：2008年1季度肥皂用品进口数据 130

图表：2008年4月肥皂用品进口数据 131

图表：2008年5月肥皂用品进口数据 131

图表：2008年6月肥皂用品进口数据 131

图表：2008年2季度肥皂用品进口数据 131

图表：2008年7月肥皂用品进口数据 131

图表：2008年8月肥皂用品进口数据 132

图表：2008年9月肥皂用品进口数据 132

图表：2008年3季度肥皂用品进口数据 132

图表：2008年10月肥皂用品进口数据 132

图表：2008年11月肥皂用品进口数据 132

图表：2008年12月肥皂用品进口数据 133

图表：2008年4季度肥皂用品进口数据 133

图表：2008年1-12月肥皂用品进口数据 133

图表：2008年1月肥皂用品出口数据 133

图表：2008年2月肥皂用品出口数据 133

图表：2008年3月肥皂用品出口数据 134

图表：2008年1季度肥皂用品出口数据 134

图表：2008年4月肥皂用品出口数据 134

图表：2008年5月肥皂用品出口数据 134

图表：2008年6月肥皂用品出口数据 134

图表：2008年2季度肥皂用品出口数据 135

图表：2008年7月肥皂用品出口数据 135

图表：2008年8月肥皂用品出口数据 135

图表：2008年9月肥皂用品出口数据 135

图表：2008年3季度肥皂用品出口数据 135

图表：2008年10月肥皂用品出口数据 136

图表：2008年11月肥皂用品出口数据 136

图表：2008年12月肥皂用品出口数据 136

图表：2008年4季度肥皂用品出口数据 136

图表：2008年1-12月肥皂用品出口数据 136

图表：2008年1月洗涤剂用品出口数据 137

图表：2008年2月洗涤剂用品出口数据 137

图表：2008年3月洗涤剂用品出口数据 137

图表：2008年1季度洗涤剂用品出口数据 137

图表：2008年4月洗涤剂用品出口数据 138

图表：2008年5月洗涤剂用品出口数据 138

图表：2008年6月洗涤剂用品出口数据 138

图表：2008年2季度洗涤剂用品出口数据 138

图表：2008年7月洗涤剂用品出口数据 139

图表：2008年8月洗涤剂用品出口数据 139

图表：2008年9月洗涤剂用品出口数据 139

图表：2008年3季度洗涤剂用品出口数据 139

图表：2008年10月洗涤剂用品出口数据 140

图表：2008年11月洗涤剂用品出口数据 140

图表：2008年12月洗涤剂用品出口数据 140

图表：2008年4季度洗涤剂用品出口数据 140

图表：2008年1-12月洗涤剂用品出口数据 141

图表：2008年1月洗涤剂用品进口数据 141

图表：2008年2月洗涤剂用品进口数据 141

图表：2008年3月洗涤剂用品进口数据 141

图表：2008年1季度洗涤剂用品进口数据 142

图表：2008年4月洗涤剂用品进口数据 142

图表：2008年5月洗涤剂用品进口数据 142

图表：2008年6月洗涤剂用品进口数据 142

图表：2008年2季度洗涤剂用品进口数据 143

图表：2008年7月洗涤剂用品进口数据 143

图表：2008年8月洗涤剂用品进口数据 143

图表：2008年9月洗涤剂用品进口数据 143

图表：2008年3季度洗涤剂用品进口数据 144

图表：2008年10月洗涤剂用品进口数据 144

图表：2008年11月洗涤剂用品进口数据 144

图表：2008年12月洗涤剂用品进口数据 144

图表：2008年4季度洗涤剂用品进口数据 145

图表：2008年1-12月洗涤剂用品进口数据 145

图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 145

图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 145

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 146

图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 146

图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 146

图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 146

图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 146

图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 147

图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 147

图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 147

图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 147

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 147

图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 148

图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 148

图表：2008年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 148

图表：2008年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 148

图表：2008年1-12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据 148

图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 149

图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 149

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 149

图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 149

图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 149

图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 150

图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 150

图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 150

图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 150

图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 150

图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 151

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 151

图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 151

图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 151

图表：2008年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 151

图表：2008年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 152

图表：2008年1-12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据 152

图表：2008年1-10月洗洁精市场份额图 165

图表：2006-2008年10月市场占有率前三品牌情况表 165

图表：洗洁精市场主要产品体系分析 166

图表：2006年牙膏大连市场品牌绝对渗透率 216

图表：2006年牙膏大连市场品牌相对渗透率 216

图表：2006年牙膏大连市场品牌市场份额 217

图表：2006年牙膏大连市场品牌忠诚度 217

图表：2006年牙膏大连各品牌群体人口分析 217

图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌绝对渗透率 218

图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌相对渗透率 218

图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌市场份额 218

图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌忠诚度 219

图表：2006年牙膏哈尔滨各品牌群体人口分析 219

图表：2006年牙膏南昌市场品牌绝对渗透率 219

图表：2006年牙膏南昌市场品牌相对渗透率 220

图表：2006年牙膏南昌市场品牌市场份额 220

图表：2006年牙膏南昌市场品牌忠诚度 220

图表：2006年牙膏南昌各品牌群体人口分析 221

图表：2006年牙膏青岛市场品牌绝对渗透率 221

图表：2006年牙膏青岛市场品牌相对渗透率 221

图表：2006年牙膏青岛市场品牌市场份额 222

图表：2006年牙膏青岛市场品牌忠诚度 222

图表：2006年牙膏青岛各品牌群体人口分析 222

图表：2006年牙膏太原市场品牌绝对渗透率 223

图表：2006年牙膏太原市场品牌相对渗透率 223

图表：2006年牙膏太原市场品牌市场份额 223

图表：2006年牙膏太原市场品牌忠诚度 224

图表：2006年牙膏太原各品牌群体人口分析 224

图表：2006年牙膏长沙市场品牌绝对渗透率 224

图表：2006年牙膏长沙市场品牌相对渗透率 225

图表：2006年牙膏长沙市场品牌市场份额 225

图表：2006年牙膏长沙市场品牌忠诚度 225

图表：2006年牙膏长沙各品牌群体人口分析 226

图表：2006年牙膏南宁市场品牌绝对渗透率 226

图表：2006年牙膏南宁市场品牌相对渗透率 226

图表：2006年牙膏南宁市场品牌市场份额 227

图表：2006年牙膏南宁市场品牌忠诚度 227

图表：2006年牙膏南宁各品牌群体人口分析 227

图表：2006年牙膏海口市场品牌绝对渗透率 228

图表：2006年牙膏海口市场品牌相对渗透率 228

图表：2006年牙膏海口市场品牌市场份额 228

图表：2006年牙膏海口市场品牌忠诚度 229

图表：2006年牙膏海口各品牌群体人口分析 229

图表：2006年牙膏杭州市场品牌绝对渗透率 229

图表：2006年牙膏杭州市场品牌相对渗透率 230

图表：2006年牙膏杭州市场品牌市场份额 230

图表：2006年牙膏杭州市场品牌忠诚度 230

图表：2006年牙膏杭州各品牌群体人口分析 231

图表：2006年牙膏深圳市场品牌绝对渗透率 231

图表：2006年牙膏深圳市场品牌相对渗透率 231

图表：2006年牙膏深圳市场品牌市场份额 232

图表：2006年牙膏深圳市场品牌忠诚度 232

图表：2006年牙膏深圳各品牌群体人口分析 232

图表：2005-2009年中国化妆品市场规模预测 243

图表：上海家化联合股份有限公司战略分析 343

图表：上海家化联合股份有限公司竞争力分析 343

图表：2008年2、4季度上海家化联合股份有限公司主营构成表 344

图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司每股指标 345

图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司获利能力表 345

图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司经营能力表 345

图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司偿债能力表 346

图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司资本结构表 346

图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司发展能力表 346

图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司现金流量分析表 346

图表：2007-2008年上海家化联合股份有限公司利润分配表 347

图表：2007-2009年上海家化联合股份有限公司财务数据 348

图表：2007-2009年上海家化联合股份有限公司盈利预测 348

图表：2006-2009年上海家化联合股份有限公司预测与比率 348

图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司关键财务指标及预测 349

图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司资产负债表 349

图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司利润表 350

图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司现金流量表 350

图表：2009-2010年上海家化联合股份有限公司财务指标预测 351

图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司财务和估值数据 352

图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司利润表 353

图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司资产负债表 353

图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司财务指标 354

图表：2008-2010年上海家化联合股份有限公司现金流量表 354

图表：2008年2、4季度索芙特股份有限公司主营构成表 356

图表：2007-2008年索芙特股份有限公司每股指标 357

图表：2007-2008年索芙特股份有限公司获利能力表 357

图表：2007-2008年索芙特股份有限公司经营能力表 357

图表：2007-2008年索芙特股份有限公司偿债能力表 358

图表：2007-2008年索芙特股份有限公司资本结构表 358

图表：2007-2008年索芙特股份有限公司发展能力表 358

图表：2007-2008年索芙特股份有限公司现金流量分析表 358

图表：2007-2008年索芙特股份有限公司利润分配表 359

图表：2008年2、4季度柳州两面针股份有限公司主营构成表 363

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司每股指标 364

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司获利能力表 365

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司经营能力表 365

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司偿债能力表 365

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司资本结构表 366

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司发展能力表 366

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司现金流量分析表 366

图表：2007-2008年柳州两面针股份有限公司利润分配表 366

图表：2008年2、4季度南风化工集团股份有限公司主营构成表 370

图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司每股指标 371

图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司获利能力表 371

图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司经营能力表 371

图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司偿债能力表 372

图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司资本结构表 372

图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司发展能力表 372

图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司现金流量分析表 372

图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司利润分配表 373

图表：2008年2、4季度广州市浪奇实业股份有限公司主营构成表 376

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司每股指标 376

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司获利能力表 376

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司经营能力表 377

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司偿债能力表 377

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司资本结构表 377

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司发展能力表 377

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司现金流量分析表 378

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司利润分配表 378

图表：1991-2015年日化市场增长率分析及预测 448

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/99302.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。