

2007-2008年中国肥皂行业 市场分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2007-2008年中国肥皂行业市场分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/xitiao/F198477B5F.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2007-2008年中国肥皂行业市场分析报告 内容介绍：

第一章 肥皂行业概述

第一章 2006年肥皂行业概况

第一节 国内肥皂行业运行环境

一、全球经济与贸易平衡性分析

二、中国经济增长因素分析

三、相关经济政策

第二节 技术环境

一、我国皂类产品的指标要求

二、活性物替代的可能（LAS、AOS、MES、AES、AEO）

三、新的产品引导市场

第三节 肥（香）皂行业主要经济特性

一、行业界定及主要产品

二、行业在国民经济中的地位

三、肥皂及合成洗涤剂制造行业特性分析

四、肥皂及合成洗涤剂制造行业发展历程

五、国内市场的重要动态

第三章 2006年我国肥（香）皂行业市场运行分析

第一节 肥皂行业生产状况

一、我国历年肥（香）皂产量统计

二、2006年我国肥（香）皂产量

三、2007年肥（香）皂产量和需求规模预测

第二节 全国肥（香）皂销售市场

一、全国肥（香）皂月度销量

二、全国肥（香）皂出厂价格

第三节 肥（香）皂进出口贸易分析

一、出口数量和金额统计

二、进口数量和金额统计

第四章 行业消费者分析

第一节 消费市场整体概况

- 一、消费者认知
- 二、消费者购买香皂的场所
- 三、消费者选择香皂的影响因素

第二节 广州市场消费行为分析

- 一、不同性别、年龄、收入消费者的使用频率
- 二、使用频率较高的消费者的年龄、收入分布情况
- 三、不同性别、年龄、收入消费者的使用方式
- 四、消费者最常用的品牌
- 五、不同性别、年龄、收入消费者的品牌习惯
- 六、消费者选择香皂的考虑因素
- 七、消费者对产品功能的选择

第三节 上海市场消费行为分析

- 一、不同性别、年龄、收入消费者的使用频率
- 二、使用频率较高的消费者的年龄、收入分布情况
- 三、不同性别、年龄、收入消费者的使用方式
- 四、消费者最常用的品牌
- 五、不同性别、年龄、收入消费者的品牌习惯
- 六、消费者选择香皂的考虑因素
- 七、消费者对产品功能的选择

第四节 北京市场消费行为分析

- 一、不同性别、年龄、收入消费者的使用频率
- 二、使用频率较高的消费者的年龄、收入分布情况
- 三、不同性别、年龄、收入消费者的使用方式
- 四、消费者最常用的品牌
- 五、不同性别、年龄、收入消费者的品牌习惯
- 六、消费者选择香皂的考虑因素
- 七、消费者对产品功能的选择

第五节 重庆市场消费行为分析

- 一、不同性别、年龄、收入消费者的使用频率
- 二、使用频率较高的消费者的年龄、收入分布情况
- 三、不同性别、年龄、收入消费者的使用方式

四、消费者最常用的品牌

五、不同性别、年龄、收入消费者的品牌习惯

六、消费者选择香皂的考虑因素

七、消费者对产品功能的选择

第六节 成都市场消费行为分析

一、不同性别、年龄、收入消费者的使用频率

二、使用频率较高的消费者的年龄、收入分布情况

三、不同性别、年龄、收入消费者的使用方式

四、消费者最常用的品牌

五、不同性别、年龄、收入消费者的品牌习惯

六、消费者选择香皂的考虑因素

七、消费者对产品功能的选择

第七节 武汉市场消费行为分析

一、不同性别、年龄、收入消费者的使用频率

二、使用频率较高的消费者的年龄、收入分布情况

三、不同性别、年龄、收入消费者的使用方式

四、消费者最常用的品牌

五、不同性别、年龄、收入消费者的品牌习惯

六、消费者选择香皂的考虑因素

七、消费者对产品功能的选择

第八节 深圳市场消费行为分析

一、不同性别、年龄、收入消费者的使用频率

二、使用频率较高的消费者的年龄、收入分布情况

三、不同性别、年龄、收入消费者的使用方式

四、消费者最常用的品牌

五、不同性别、年龄、收入消费者的品牌习惯

六、消费者选择香皂的考虑因素

七、消费者对产品功能的选择

第九节 西安市场消费行为分析

一、不同性别、年龄、收入消费者的使用频率

二、使用频率较高的消费者的年龄、收入分布情况

三、不同性别、年龄、收入消费者的使用方式

四、消费者最常用的品牌

五、不同性别、年龄、收入消费者的品牌习惯

六、消费者选择香皂的考虑因素

七、消费者对产品功能的选择

第五章 我国肥皂（香皂）企业经营状况分析

第一节 肥皂（香皂）企业产品供销调查分析

一、主要企业肥皂（香皂）销售量和销售额统计

二、主要企业肥皂（香皂）产销同比变化

三、主要企业肥皂（香皂）库存变化状况

第二节 肥皂（香皂）企业经营成果

一、资本结构

二、经营效率

三、盈利能力

四、成本结构

第六章 我国肥（香）皂行业竞争格局

第一节 行业竞争格局分析

一、行业内企业数量及地区分布

二、行业集中度

三、地域分布情况

四、品牌竞争格局分析

五、企业竞争组群分析

六、各竞争组群的SWOT分析

七、各竞争组群竞争成功的关键因素分析

第二节 代表品牌经营策略分析

一、舒肤佳

二、玉兰油

三、满婷

第三节 替代品分析

一、肥皂替代分析

二、香皂替代分析

第七章 中国香皂企业发展现状分析

第一节 我国香皂企业经营调查

- 一、苏州工业园区苏扬制皂有限公司
- 二、石家庄南风日化有限公司
- 三、上海华源制药浙江凤凰日化分公司
- 四、加信氏（青岛）家庭用品公司
- 五、杭州康利实业有限公司
- 六、安庆一枝梅日化有限公司
- 七、桂林雪芙莲日化有限公司

第二节 中国香皂企业竞争策略

- 一、增加研发投入和推出新品
- 二、市场细分
- 三、产品差异化

第八章 行业竞争策略

第一节 行业竞争格局分析

- 一、进入者的威胁
- 二、主要原料的供应情况分析
- 三、行业内企业竞争状况

第二节 中国香皂行业机遇和威胁

- 一、中国香皂行业的威胁
- 二、中国香皂行业的机遇

第三节 市场竞争行为

- 一、中国香皂(香皂市场分析)市场价格竞争状况
- 二、中国香皂(香皂市场分析)市场渠道竞争状况
- 三、中国香皂(香皂市场分析)市场品牌竞争状况

第九章 中国香皂(香皂市场分析)市场需求分析

第一节 中国香皂(香皂市场分析)市场需求特征分析

- 一、需求现状分析
- 二、需求要求分析

第二节 中国香皂(香皂市场分析)市场需求趋势分析

- 一、造型方面
- 二、气味方面
- 三、功能方面

第三节 年行业发展特点分析

- 一、沐浴露日显强势替代香皂
- 二、功用日益复杂
- 三、产业环境转变为相对规范透明与国际接轨
- 四、技术成为推动洗涤用品市场发展的主要驱动力
- 五、香皂杀菌遭到质疑，业内震动

第十章 2007-2008年行业发展预测及投资策略

第一节 行业发展预测

- 一、香皂产品的发展趋势
- 二、香皂工艺的发展趋势
- 三、市场的发展趋势

第二节 企业发展策略分析

- 一、产品价值提升
- 二、产品传播
- 三、产品系列化
- 四、品牌保值增值

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xitiao/F198477B5F.html>