

# 2018-2024年中国品牌沐浴 露行业市场监测与投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国品牌沐浴露行业市场监测与投资方向研究报告》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/L85043GJG7.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

沐浴露，是洗澡时使用的一种液体清洗剂。根据配料不同分碱性沐浴露和酸性沐浴露。一般沐浴露要比香皂好一些具体的原因请看沐浴露对比里的酸碱值。

在中国，沐浴露一直是作为香皂的替代产品进行介绍和宣传的，这也是为何皂基配方在开始时大行其道的原因。但当如今沐浴露市场已经开始超过香皂市场时，仍然以替代作用和基础功能作为产品宣传的主打，则明显是远远不够的。所以在最近几年，以“除菌”概念为主打的舒肤佳份额不断降低，不是其市场工作不努力，而是深受市场萎缩之累。同时，也可以看到舒肤佳开始调整其现有的“除菌”诉求，更加强调“全面保护”的概念，以适应大众市场的心理变化。

激烈的竞争也将让这个市场发展得更快，蛋糕更大。沐浴露市场的强劲发展势头正日益受到国内众多企业的关注。随着消费习惯的改变以及收入水平的提升，沐浴露取代香皂成为主要洗浴产品只是时间问题，整个市场的潜力空间巨大。

本沐浴露行业市场监测与投资方向研究报告共十四章，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。沐浴露行业市场监测与投资方向研究报告是2018-2024年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了沐浴露行业市场潜在需求与市场机会，报告对沐浴露行业做了重点企业经营状况分析，并分析了沐浴露行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

### 第一章 2014年世界沐浴露行业整体运营状况分析

#### 第一节2014年国际洗涤剂市场发展概况

##### 一、全球洗涤剂市场需求强劲增长

- 二、国外片状洗涤剂市场日益成熟
- 三、瑞典立法禁止衣用洗涤剂使用磷酸盐
- 四、国外品牌主导俄罗斯合成洗涤剂市场
- 五、澳大利亚成功研制节水型洗涤剂

## 第二节 2014年世界沐浴露行业市场发展格局

- 一、世界沐浴露市场特征分析
- 二、世界沐浴露品牌综述
- 三、世界沐浴露市场动态分析

## 第三节 2018-2024年世界沐浴露行业发展趋势分析

## 第二章 2014年世界品牌沐浴露企业营运状况浅析

### 第一节 宝洁

- 一、企业概况
- 二、在华市场销售情况
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

### 第二节 强生

- 一、企业概况
- 二、在华市场销售情况
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

### 第三节 德国汉高

- 一、企业概况
- 二、在华市场销售情况
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

### 第四节 联合利华

- 一、企业概况
- 二、在华市场销售情况
- 三、品牌竞争力分析
- 四、国际化发展战略分析

### 第三章 2014年中国沐浴露行业市场发展环境解析

#### 第一节 2014年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

#### 第二节 2014年中国沐浴露市场政策环境分析

- 一、洗涤剂环境标志产品认证技术要求
- 二、合成洗涤剂工业污染物排放标准
- 三、商务部完善农村洗涤日化用品流通

#### 第三节 2014年中国沐浴露市场社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析

### 第四章 2014年中国洗涤剂行业总体分析

#### 第二节 2014年中国洗涤剂行业发展情况分析

- 一、中国洗涤剂市场基本特征
- 二、中国洗涤剂行业发展概况
- 三、我国合成洗涤剂产量平稳增长
- 四、洗涤剂行业主要专利技术发展状况
- 五、家用洗涤剂品种发展现状

#### 第三节 2014年中国洗涤剂对环境保护的影响分析

- 一、洗涤剂对环境的影响
- 二、合成洗涤剂污染及影响
- 三、含磷洗涤剂对水体的不良影响
- 四、洗衣粉的污染及对策

#### 第四节 2014年中国洗涤剂行业面临的挑战及发展对策分析

- 一、中国洗涤剂洗涤效果有待改进

- 二、国产洗涤剂包装存在的难题
- 三、洗涤剂行业的发展对策
- 四、立法推进洗涤剂全面禁磷

## 第五章 2014年中国沐浴露行业市场运行态势剖析

### 第一节 2014年中国沐浴露行业发展概况

- 一、我国沐浴露行业总体状况及策略
- 二、沐浴露夏季热销
- 三、沐浴露花样不断
- 四、高档沐浴乳市场存在缺口

### 第二节 2014年中国沐浴露市场品牌分析

- 一、飘柔沐浴露面临市场难题
- 二、解析强生婴儿沐浴露的越位现象
- 三、拉芳汉诗沐浴露全力挤占市场
- 四、六神沐浴露深耕本土成效显著

### 第三节 2014年中国沐浴露市场存在的问题及对策

- 一、超市沐浴露趋向同质化竞争
- 二、除菌沐浴露市场须加强规范管理
- 三、沐浴露市场应走规模化集约化之路

## 第六章 2007-2017年中国合成洗涤剂制造行业主要数据监测分析

### 第一节 2007-2017年中国合成洗涤剂制造行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

### 第二节 2014年中国合成洗涤剂制造行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
  - 1、不同类型分析
  - 2、不同所有制分析
- 二、销售收入结构分析
  - 1、不同类型分析
  - 2、不同所有制分析

### 第三节2007-2017年中国合成洗涤剂制造行业产值分析

#### 一、产成品增长分析

#### 二、工业销售产值分析

#### 三、出口 交货值分析

### 第四节2007-2017年中国合成洗涤剂制造行业成本费用分析

#### 一、销售成本分析

#### 二、费用分析

### 第五节2007-2017年中国合成洗涤剂制造行业盈利能力分析

#### 一、主要盈利指标分析

#### 二、主要盈利能力指标分析

## 第七章 2007-2017年中国洁肤用有机表面活性产品及制品进出口数据监测分析

### 第一节 2007-2017年中国洁肤用有机表面活性产品及制品进口数据分析

#### 一、进口数量分析

#### 二、进口金额分析

### 第二节 2007-2017年中国洁肤用有机表面活性产品及制品出口数据分析

#### 一、出口数量分析

#### 二、出口金额分析

### 第三节 2007-2017年中国洁肤用有机表面活性产品及制品进出口平均单价分析

### 第四节 2007-2017年中国洁肤用有机表面活性产品及制品进出口国家及地区分析

#### 一、进口国家及地区分析

#### 二、出口国家及地区分析

## 第八章 2007-2017年中国香浴盐及其他沐浴用制剂进出口数据监测分析

### 第一节 2007-2017年中国香浴盐及其他沐浴用制剂进口数据分析

#### 一、进口数量分析

#### 二、进口金额分析

### 第二节 2007-2017年中国香浴盐及其他沐浴用制剂出口数据分析

#### 一、出口数量分析

#### 二、出口金额分析

### 第三节 2007-2017年中国香浴盐及其他沐浴用制剂进出口平均单价分析

### 第四节 2007-2017年中国香浴盐及其他沐浴用制剂进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

## 第九章 2014年中国沐浴露行业市场营销分析

### 第一节 主要营销模式分析

一、直营模式

二、代理经销商模式

三、大型综合连锁卖场模式

四、网络营销

### 第二节 营销策略分析

一、产品定位策略分析

二、品牌策略分析

### 第三节 沐浴露企业营销模式建议

一、沐浴露企业的渠道建设

二、沐浴露企业的品牌建设

## 第十章 2014年中国沐浴露市场竞争格局透析

### 第一节 2014年中国沐浴露市场竞争格局

一、浴露市场进入乱战时代

二、婴幼儿沐浴露市场将群雄逐鹿

三、欲抢夺强生丢失市场婴儿用品企业大力促销

四、沐浴露品牌竞争力排行榜

### 第二节 2014年中国沐浴露行业竞争格局

一、沐浴露制造商数目竞争激烈

二、新沐浴露产品容易进入市场

三、沐浴露替代品分析

四、价格竞争导向影响供求双方

### 第三节 2018-2024年中国沐浴露行业竞争趋势分析

## 第十一章 2014年中国沐浴露优势生产企业竞争力及关键性数据分析

### 第一节 强生（中国）有限公司

一、企业概况



二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第二节 霸王(广州)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第三节 中山市嘉丹婷日用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第四节 澳宝化妆品(惠州)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第五节 漳州艾妮沐浴用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

## 六、企业成长能力分析

### 第六节 天津宝洁工业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第七节 广州美岳化妆品有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第八节 安速日用化学（苏州）有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第九节 中山市芬娜日用化工有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第十节 汕头市嘉颜有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一节 略&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

第十二章 2018-2024年中国沐浴露行业发展趋势与前景展望

第一节 2018-2024年中国沐浴露行业发展前景分析

一、中国沐浴露市场前景分析

二、二合一沐浴露的市场前景分析

第二节 2018-2024年中国沐浴露行业发展趋势分析

一、沐浴露产品功效发展趋势

二、沐浴露市场营销趋势

三、沐浴露包装趋势探析

第三节 2018-2024年中国沐浴露行业市场预测分析

一、中国洗涤用品产量预测分析

二、中国沐浴露市场供需情况预测分析

三、中国沐浴露市场进出口形势预测分析

第四节 2018-2024年中国沐浴露市场盈利预测分析

第十三章 2018-2024年中国沐浴露行业投资机会与风险规避指引

第一节 2018-2024年中国沐浴露行业投资环境分析

第二节 2018-2024年中国沐浴露行业投资机会分析

一、投资潜力分析

二、行业吸引力分析

三、与产业政策相关的投资机会分析

第三节 2018-2024年中国沐浴露行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第四节 2018-2024年中国沐浴露行业投资规划指引

## 第十四章 2018-2024年沐浴露行业盈利模式与投资策略分析

### 第一节 国外沐浴露行业投资现状及经营模式分析

#### 一、境外沐浴露行业成长情况调查

#### 二、经营模式借鉴

#### 三、在华投资新趋势动向

### 第二节 我国沐浴露行业商业模式探讨

### 第三节 我国沐浴露行业投资国际化发展战略分析

#### 一、战略优势分析

#### 二、战略机遇分析

#### 三、战略规划目标

#### 四、战略措施分析

### 第四节 我国沐浴露行业投资策略分析

### 第五节 最优投资路径设计

#### 一、投资对象

#### 二、投资模式

#### 三、预期财务状况分析

#### 四、风险资本退出方式

### 图表目录：（部分）

图表：2007-2017年中国合成洗涤剂制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2007-2017年中国合成洗涤剂制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2007-2017年中国合成洗涤剂制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2007-2017年中国合成洗涤剂制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2014年中国合成洗涤剂制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2014年中国合成洗涤剂制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2014年中国合成洗涤剂制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2014年中国合成洗涤剂制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2007-2017年中国合成洗涤剂制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2007-2017年中国合成洗涤剂制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2007-2017年中国合成洗涤剂制造出口 交货值分析 单位：亿元

图表：2007-2017年中国合成洗涤剂制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2007-2017年中国合成洗涤剂制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2007-2017年中国合成洗涤剂制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2007-2017年中国合成洗涤剂制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2007-2017年中国洁肤用有机表面活性产品及制品进口数量分析

图表：2007-2017年中国洁肤用有机表面活性产品及制品进口金额分析

图表：2007-2017年中国洁肤用有机表面活性产品及制品出口数量分析

图表：2007-2017年中国洁肤用有机表面活性产品及制品出口金额分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xitiao/L85043GJG7.html>