

2015-2020年中国沐浴露行业 业态势分析及行业调研报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国沐浴露行业态势分析及行业调研报告》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.bosidata.com/jiaju1502/P74380O3LT.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2025-05-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 沐浴露的相关概述 11

1.1 日化行业及产品简介 11

1.1.1 日用化工的定义 11

1.1.2 日用化学品分类 11

1.1.3 日用化学品的特点 11

1.2 沐浴露的概述 12

1.2.1 洗涤用品的定义 12

1.2.2 洗涤用品的分类 12

1.2.3 沐浴露的定义及特性 13

第二章 2014年中国沐浴露行业发展环境分析 14

2.1 宏观经济环境 14

2.1.1 2013-2014年中国GDP增长分析 14

2.1.2 2014年中国工业经济运行情况分析 14

2.1.3 2013-2014年中国商品进出口贸易 15

2.1.4 2014年中国人口结构 17

2.1.5 2014年中国居民收入与消费状况 17

2.2 政策环境分析 19

2.2.1 中国日化行业环境监管政策分析 19

2.2.2 《消费品使用说明化妆品通用标签》 20

2.2.3 2014年《化妆品标签标识管理规范》 21

2.2.4 2010年化妆品包装标准开始实施 21

2.3 产业发展环境 22

2.3.1 2014年中国日化市场销售规模 22

2.3.2 2014年洗涤用品行业发展概况 22

2.3.3 2014年洗涤用品市场运行情况 25

2.3.4 2014年中国洗涤市场销售特点 26

第三章 2014年中国沐浴露市场分析 30

3.1 中国沐浴露市场现状 30

3.1.1 中国沐浴露市场状况 30

3.1.2 沐浴露销售的季节性分析	30
3.1.3 沐浴露产品定位分类分析	31
3.1.4 中国宠物沐浴露市场现状	32
3.1.5 中国茶籽沐浴露企业及产品	32
3.2 沐浴露消费市场分析	33
3.2.1 中国沐浴露市场消费群体分析	33
3.2.2 沐浴露市场需求进入急剧上攻阶段	33
3.2.3 零售终端沐浴露品牌的价格战分析	33
3.2.4 沐浴露替代装和折扣装成市场新宠	34
3.3 2014年沐浴产品市场分析	34
3.3.1 2009-2014年中国沐浴产品市场规模	34
3.3.2 2009-2014年中国块状皂市场规模分析	35
3.3.3 2009-2014年中国液体皂产品市场规模	36
3.3.4 2009-2014年中国滑石爽身粉市场规模	37
3.4 2014年沐浴露市场分析	38
3.4.1 2014年中国沐浴露市场规模分析	38
3.4.2 2014年中国沐浴露市场竞争分析	38
3.4.3 2014年中国沐浴露品牌市场分析	39
3.4.4 2014年中国沐浴露产品功能升级	41
3.4.5 2014年中国沐浴露产品大包装化	41
3.5 沐浴露市场投资策略	42
3.5.1 沐浴露制造商品牌策略分析	42
3.5.2 中国沐浴露新市场开发建议	43
3.5.3 国产沐浴露市场竞争策略分析	43
第四章 2014年中国主要区域沐浴露消费调研分析	45
4.1 华北地区	45
4.1.1 北京市沐浴露消费市场监管分析	45
4.1.2 天津市沐浴露消费市场监管分析	47
4.1.3 太原市沐浴露消费市场监管分析	48
4.1.4 哈尔滨沐浴露消费市场监管分析	49
4.2 东北地区	51
4.2.1 长春市沐浴露消费市场监管分析	51

4.2.2 沈阳市沐浴露消费市场分析	52
4.2.3 大连市沐浴露消费市场分析	54
4.3 华东地区	55
4.3.1 济南市沐浴露消费市场分析	55
4.3.2 青岛市沐浴露消费市场分析	57
4.3.3 南京市沐浴露消费市场分析	58
4.3.4 苏州市沐浴露消费市场分析	59
4.3.5 上海市沐浴露消费市场分析	61
4.3.6 杭州市沐浴露消费市场分析	62
4.3.7 宁波市沐浴露消费市场分析	64
4.3.8 福州市沐浴露消费市场分析	65
4.3.9 厦门市沐浴露消费市场分析	66
4.4 华中地区	68
4.4.1 合肥市沐浴露消费市场分析	68
4.4.2 南昌市沐浴露消费市场分析	69
4.4.3 郑州市沐浴露消费市场分析	71
4.4.4 长沙市沐浴露消费市场分析	72
4.4.5 武汉市沐浴露消费市场分析	74
4.5 华南地区	75
4.5.1 广州市沐浴露消费市场分析	75
4.5.2 深圳市沐浴露消费市场分析	77
4.5.3 佛山市沐浴露消费市场分析	78
4.5.4 南宁市沐浴露消费市场分析	79
4.5.5 海口市沐浴露消费市场分析	81
4.6 西部地区	82
4.6.1 成都市沐浴露消费市场分析	82
4.6.2 重庆市沐浴露消费市场分析	84
4.6.3 昆明市沐浴露消费市场分析	85
4.6.4 西安市沐浴露消费市场分析	87
第五章 2014年中国肥（香）皂市场分析	89
5.1 肥（香）皂的相关概述	89
5.1.1 肥皂的成分	89

5.1.2 肥皂的种类	89
5.1.3 香皂的定义与成分	90
5.1.4 香皂的作用与分类	91
5.2 中国肥皂市场概述	92
5.2.1 中国肥皂市场发展分析	92
5.2.2 肥皂市场的创新与创意	93
5.2.3 肥（香）皂附加值产品延伸	94
5.2.4 2014年中国肥（香）皂产量情况	94
5.3 2014年中国香皂市场分析	95
5.3.1 2014年中国香皂零售增长分析	95
5.3.2 2014年香皂市场品牌竞争情况	96
5.3.3 2014年中国香皂市场价格分析	97
5.3.4 2014年中国香皂市场集中度分析	97
5.4 肥皂市场趋势预测	98
5.4.1 中国肥皂市场未来发展展望	98
5.4.2 天然绿色配方肥皂前景分析	99
第六章 2014年国内外沐浴露重点企业分析	100
6.1 宝洁公司	100
6.1.1 企业基本情况	100
6.1.2 公司沐浴露产品	100
6.1.3 2014年公司经营状况	100
6.1.4 广州宝洁公司经营状况	101
6.2 联合利华	102
6.2.1 企业基本情况	102
6.2.2 公司沐浴露产品	103
6.2.3 2014年公司经营状况	103
6.2.4 联合利华在中国的发展情况	105
6.3 强生公司	106
6.3.1 企业基本情况	106
6.3.2 公司沐浴露产品	107
6.3.3 2014年公司经营状况分析	107
6.3.4 强生公司在中国发展情况	108

6.4 花王株式会社	109
6.4.1 企业基本情况	109
6.4.2 上海花王沐浴露产品情况	111
6.4.3 2014财年公司经营情况分析	112
6.4.4 上海花王有限公司经营情况	113
6.5 上海家化联合股份有限公司	114
6.5.1 企业基本情况	114
6.5.2 公司主要产品及业务概况	115
6.5.3 2014年公司经营情况分析	115
6.5.4 上海家化未来发展的展望	116
6.6 索芙特股份有限公司	117
6.6.1 企业基本情况	117
6.6.2 公司沐浴露产品	118
6.6.3 2014年公司经营情况	119
6.6.4 索芙特竞争策略分析	120
6.7 中山市美日洁宝有限公司	123
6.7.1 企业基本情况	123
6.7.2 公司主要沐浴露产品	123
6.7.3 2014年公司经营情况	124
6.7.4 企业经营策略分析	125
6.8 中山市嘉丹婷日用品有限公司	126
6.8.1 企业基本情况	126
6.8.2 公司主要沐浴露产品	126
6.8.3 2014年公司经营情况	127
6.8.4 企业经营策略分析	127
6.9 澳宝化妆品（惠州）有限公司	128
6.9.1 企业基本情况	128
6.9.2 公司主要沐浴露产品	129
6.9.3 2014年公司经营情况	129
6.10 上海华银日用品有限公司	130
6.10.1 企业基本情况	130
6.10.2 公司主要产品	130

6.10.3 企业经营状况	131
第七章 2015-2020年中国沐浴露市场行业前景调研分析	134
7.1 2015-2020年中国沐浴露投资潜力分析	134
7.1.1 沐浴露市场增长动力分析	134
7.1.2 沐浴露行业吸引力分析	134
7.1.3 沐浴露行业区域投资潜力	135
7.2 2015-2020年沐浴露行业投资前景分析	135
7.2.1 市场竞争风险	135
7.2.2 品牌经营风险	135
7.2.3 新品开发风险	136
7.3 2015-2020年沐浴露市场预测	136
7.3.1 2015-2020年中国洗涤用品市场规模预测	136
7.3.2 2015-2020年中国沐浴产品市场规模预测	137
7.3.3 2015-2020年中国沐浴露市场规模预测	138
7.4 2015-2020年中国沐浴露行业投资前景研究分析	138

图表目录:

图表 1 2005-2014年中国国内生产总值及增长速度	14
图表 2 2014年中国货物进出口总额及其增长速度	16
图表 3 2009-2014年中国商品进出口贸易总额增长趋势图	16
图表 4 2014年中国人口数及其构成情况	17
图表 5 2009-2014年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图	17
图表 6 2009-2014年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图	18
图表 7 2009-2014年中国城镇居民家庭恩格尔系数	18
图表 8 2009-2014年中国农村居民家庭恩格尔系数	18
图表 9 2009-2014年中国日化市场规模统计	22
图表 10 2009-2014年中国日化市场规模增长趋势图	22
图表 11 2014年中国洗涤用品行业经济指标统计	23
图表 12 2014年中国洗涤用品行业前5省区企业数量排名	24
图表 13 2014年中国洗涤用品行业前5省区总资产排名	24
图表 14 2014年中国洗涤用品行业前5省区销售规模排名	24
图表 15 2014年中国洗涤用品行业前5省区利润排名	25

图表 16 中国主要茶籽沐浴露主要企业及产品	32
图表 17 2009-2014年中国沐浴产品市场规模统计	35
图表 18 2009-2014年中国沐浴产品市场规模趋势图	35
图表 19 2014年中国沐浴产品市场结构比例图	35
图表 20 2009-2014年中国块状皂市场规模统计	36
图表 21 2009-2014年中国块状皂市场规模趋势图	36
图表 22 2009-2014年中国液体皂市场规模统计	36
图表 23 2009-2014年中国液体皂市场规模趋势图	37
图表 24 2009-2014年中国滑石爽身粉市场规模统计	37
图表 25 2009-2014年中国滑石爽身粉市场规模趋势图	37
图表 26 2009-2014年中国沐浴产品市场规模统计	38
图表 27 2009-2014年中国沐浴露市场规模趋势图	38
图表 28 中国30大城市沐浴露市场需求总体状况	39
图表 29 中国30大城市沐浴露品牌渗透率总体情况	39
图表 30 中国30大城市消费者最经常使用的沐浴露品牌总体情况	40
图表 31 北京市沐浴露品牌渗透率总体情况	45
图表 32 北京市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	46
图表 33 天津市沐浴露品牌渗透率总体情况	47
图表 34 天津市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	47
图表 35 太原市沐浴露品牌渗透率总体情况	48
图表 36 太原市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	49
图表 37 哈尔滨沐浴露品牌渗透率总体情况	49
图表 38 哈尔滨消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	50
图表 39 长春市沐浴露品牌渗透率总体情况	51
图表 40 长春市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	52
图表 41 沈阳市沐浴露品牌渗透率总体情况	52
图表 42 沈阳市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	53
图表 43 大连市沐浴露品牌渗透率总体情况	54
图表 44 大连市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	54
图表 45 济南市沐浴露品牌渗透率总体情况	55
图表 46 济南市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	56
图表 47 青岛市沐浴露品牌渗透率总体情况	57

图表 48 青岛市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	57
图表 49 南京市沐浴露品牌渗透率总体情况	58
图表 50 南京市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	59
图表 51 苏州市沐浴露品牌渗透率总体情况	59
图表 52 苏州市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	60
图表 53 上海市沐浴露品牌渗透率总体情况	61
图表 54 上海市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	62
图表 55 杭州市沐浴露品牌渗透率总体情况	62
图表 56 杭州市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	63
图表 57 宁波市沐浴露品牌渗透率总体情况	64
图表 58 宁波市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	64
图表 59 福州市沐浴露品牌渗透率总体情况	65
图表 60 福州市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	66
图表 61 厦门市沐浴露品牌渗透率总体情况	67
图表 62 厦门市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	67
图表 63 合肥市沐浴露品牌渗透率总体情况	68
图表 64 合肥市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	69
图表 65 南昌市沐浴露品牌渗透率总体情况	69
图表 66 南昌市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	70
图表 67 郑州市沐浴露品牌渗透率总体情况	71
图表 68 郑州市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	72
图表 69 长沙市沐浴露品牌渗透率总体情况	72
图表 70 长沙市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	73
图表 71 武汉市沐浴露品牌渗透率总体情况	74
图表 72 武汉市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	74
图表 73 广州市沐浴露品牌渗透率总体情况	75
图表 74 广州市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	76
图表 75 深圳市沐浴露品牌渗透率总体情况	77
图表 76 深圳市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	77
图表 77 佛山市沐浴露品牌渗透率总体情况	78
图表 78 佛山市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况	79
图表 79 南宁市沐浴露品牌渗透率总体情况	79

图表 80 南宁市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况 80

图表 81 海口市沐浴露品牌渗透率总体情况 81

图表 82 海口市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况 82

图表 83 成都市沐浴露品牌渗透率总体情况 82

图表 84 成都市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况 83

图表 85 重庆市沐浴露品牌渗透率总体情况 84

图表 86 重庆市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况 85

图表 87 昆明市沐浴露品牌渗透率总体情况 85

图表 88 昆明市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况 86

图表 89 西安市沐浴露品牌渗透率总体情况 87

图表 90 西安市消费者经常使用的沐浴露品牌比例情况 87

图表 91 肥皂按一般用途分种类 89

图表 92 2009-2014年中国肥（香）皂产量统计 94

图表 93 2009-2014年中国肥（香）皂产量增长趋势图 95

图表 94 2014年中国肥（香）皂月度产量统计 95

图表 95 2014年香皂零售量累计增速与去年同期对比趋势图 96

图表 96 2009-2014年香皂市场连续进入榜单前十的品牌排名 97

图表 97 2005-2014年中国香皂市场销售价格趋势图 97

图表 98 2005-2014年中国香皂市场集中度趋势图 98

图表 99 宝洁公司沐浴露产品情况 100

图表 100 2005-2014年宝洁公司营利情况统计 101

图表 101 2005-2014年宝洁公司净收入增长趋势图 101

图表 102 2003-2013年广州宝洁公司销售收入统计 101

图表 103 2003-2013年广州宝洁公司销售收入增长趋势图 102

图表 104 联合利华公司沐浴露主要产品 103

图表 105 2013-2014年联合利华公司经营指标统计 104

图表 106 2009-2014年联合利华公司营业额趋势图 104

图表 107 2009-2014年联合利华公司营业利润趋势图 104

图表 108 2014年联合利华公司分地区经营情况情况 105

图表 109 2014年联合利华公司分产品经营情况情况 105

图表 110 强生公司沐浴产品情况 107

图表 111 2007-2014年强生公司各业务部门营业收入统计 107

图表 112 2014年强生公司消费品及个人护理产品营业收入分布 107

图表 113 2009-2014年强生公司营业收入增长趋势图 108

图表 114 强生公司在华主要企业概况 109

图表 115 花王集团主要产品及业务概况 110

图表 116 花王集团在中国投资企业概况 111

图表 117 2009财年花王集团主要经营指标统计 112

图表 118 2003-2013年花王集团销售额增长趋势图 112

图表 119 2003-2013年花王集团营业利润趋势图 113

图表 120 上海花王有限公司资产负债指标分析 113

图表 121 上海花王有限公司销售及利润指标分析 113

图表 122 上海花王有限公司偿债能力分析 113

图表 123 上海花王有限公司盈利能力分析 114

图表 124 上海花王有限公司成本费用情况分析 114

图表 125 上海家化主要沐浴露品牌及产品 115

图表 126 2014年上海家化联合股份有限公司经营状况 115

图表 127 2009-2014年上海家化联合股份公司营业收入趋势图 116

图表 128 2014年上海家化联合股份公司营业收入分地区情况 116

图表 129 索芙特股份有限公司主要产品 118

图表 130 2014年索芙特股份有限公司经营状况 119

图表 131 2014年索芙特股份有限公司营业收入分地区情况 119

图表 132 2009-2014年索芙特股份有限公司营业收入趋势图 119

图表 133 中山市美日洁宝有限公司沐浴露品牌及产品 123

图表 134 2009-2014年中山市美日洁宝有限公司销售及利润 124

图表 135 2009-2014年中山市美日洁宝有限公司销售收入趋势图 124

图表 136 2009-2014年中山市美日洁宝有限公司利润总额趋势图 124

图表 137 2006-2014年中山市美日洁宝有限公司盈利能力分析 125

图表 138 中山市嘉丹婷日用品有限公司沐浴露产品 126

图表 139 2006-2014年中山嘉丹婷日用品公司销售及利润统计 127

图表 140 2006-2014年中山嘉丹婷日用品公司盈利能力分析 127

图表 141 澳宝化妆品（惠州）有限公司沐浴露产品 129

图表 142 2009-2014年澳宝化妆品（惠州）有限公司销售及利润 129

图表 143 2009-2014年澳宝化妆品（惠州）公司销售收入趋势图 129

图表 144 2006-2014年澳宝化妆品（惠州）公司盈利能力分析 130

图表 145 上海华银日用品有限公司主要产品 130

图表 146 2003-2014年上海华银日用品公司销售收入统计 131

图表 147 2003-2014年上海华银日用品公司销售收入趋势图 132

图表 148 上海华银日用品有限公司盈利指标情况 132

图表 149 上海华银日用品有限公司盈利能力情况 132

图表 150 上海华银日用品有限公司资产运行指标状况 132

图表 151 上海华银日用品有限公司负债能力指标分析 133

图表 152 上海华银日用品有限公司营运能力指标分析 133

图表 153 上海华银日用品有限公司成本费用构成情况 133

图表 154 2015-2020年中国洗涤用品市场规模预测 137

图表 155 2008-2015年中国洗涤用品市场规模增长趋势预测图 137

图表 156 2015-2020年中国沐浴产品市场规模预测 137

图表 157 2015-2020年中国沐浴产品市场规模增长趋势预测图 137

图表 158 2015-2020年中国沐浴露市场规模预测 138

图表 159 2015-2020年中国沐浴露市场规模增长趋势预测图

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaju1502/P74380O3LT.html>