

2009-2010年中国沐浴露行业市场调查及发展预测报告

报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2010年中国沐浴露行业市场调查及发展预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/5800958009.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

目录

第一章 2008-2009年全球沐浴露行业整体运营状况

一、2008-2009年全球沐浴露行业市场发展格局

(一) 全球沐浴露市场特征

(二) 全球沐浴露品牌综述

(三) 全球沐浴露市场动态

二、2008-2009年全球主要国家沐浴露市场运行

(一) 美国

(二) 日本

(三) 德国

三、2009-2012年全球沐浴露行业发展趋势

第二章 2008-2009年中国沐浴露行业市场发展环境

一、2008-2009年中国经济发展环境

(一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况

(二) 全球金融危机对中国产业格局影响

(三) 中国应对金融危机的措施

二、2008-2009年中国沐浴露市场政策环境

(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、2008-2009年中国沐浴露市场社会环境

(一) 居民消费情况

(二) 消费观念

第三章 2008-2009年中国沐浴露行业市场运行态势

一、2008-2009年中国沐浴露市场动态

(一) 沐浴露市场本土品牌领风骚

(二) 上海家化几乎占花露水和沐浴露的最大市场份额

(三) 一批“相依”沐浴露菌落总数超标

二、2008-2009年中国沐浴露行业现状综述

(一) 沐浴露行业运行特点

(二) 产品升级势在必行 高端市场开始试水

(三) 塑料瓶在化妆品包材领域不断突破

三、沐浴露肤感与配方技术

四、2008-2009年中国沐浴露行业存在的问题

- (一) 除菌沐浴露市场须加强规范管理
- (二) 沐浴露市场应走规模化集约化之路

第四章 2007-2009年中国沐浴露相关产品产量数据统计

一、2007年中国合成洗涤剂产量数据

- (一) 2007年全国合成洗涤剂产量数据
- (二) 2007年合成洗涤剂重点省市数据

二、2008年中国合成洗涤剂产量数据

- (一) 2008年全国合成洗涤剂产量数据
- (二) 2008年合成洗涤剂重点省市数据

三、2009年中国合成洗涤剂产量数据

- (一) 2009年全国合成洗涤剂产量数据
- (二) 2009年合成洗涤剂重点省市数据

第五章 2008-2009年中国沐浴露业内热点产品运营态势

一、2008-2009年中国沐浴露市场运行状况

- (一) 沐浴露市场整体供需格局
- (二) 沐浴露价格同比

二、2008-2009年中国婴儿沐浴露市场运行

- (一) 强生婴儿沐浴露的定位与越位
- (二) 婴儿沐浴露市场消费情况

三、2008-2009年中国沐浴露进出口

第六章 2008-2009年沐浴露行业市场营销

一、主要营销模式

- (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

二、营销策略

- (一) 产品定位策略
- (二) 品牌策略

三、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

第七章 2008-2009年中国沐浴露市场消费调查

一、消费者基体情况

- (一) 性别比例

- (二) 年龄分布
- 二、沐浴露消费者消费习惯调查
 - (一) 购买频率
 - (二) 购买沐浴露的规格
 - (三) 购买沐浴露消费金额
- 三、2008年沐浴露市场前五大品牌构成
- 四、消费者沐浴露功能关注度调查
- 五、影响消费者购买的因素调查
- 第八章 2008-2009年中国沐浴露市场竞争格局
 - 一、2008-2009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
 - 二、2008-2009年中国超市沐浴露趋向同质化问题严重
 - 三、2009-2012年中国沐浴露行业竞争趋势
- 第九章 全球品牌沐浴露企业
 - 一、宝洁
 - 二、强生
 - 三、德国汉高
 - 四、联合利华
- 第十章 中国沐浴露行业重点企业
 - 一、广州宝洁有限公司
 - (一) 企业概况
 - (二) 企业经营状况
 - 二、广东省熊猫日化用品有限公司
 - (一) 企业概况
 - (二) 企业经营状况
 - 三、惠州兆婷化妆品有限公司
 - (一) 企业概况
 - (二) 企业经营状况
 - 四、金华洁灵家居用品有限公司
 - (一) 企业概况
 - (二) 企业经营状况
 - 五、汕头市飘影洗涤用品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

六、宁波永发浴保用品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

七、利高曼(广州)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

八、上海耐斯日用品化工有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

九、广州市宝丽化妆品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

十、浙江润爽日化有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况

第十一章 2009-2012年中国沐浴露行业发展预测及投资分析

一、2009-2012年中国沐浴露行业发展前景

(一) 中国沐浴露市场前景

(二) 二合一沐浴露的市场前景

二、2009-2012年中国沐浴露行业发展趋势

(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

三、2009-2012年中国沐浴露行业市场预测

四、2009-2012年中国沐浴露行业投资

(一) 中国沐浴露行业投资环境

(二) 中国沐浴露行业投资机会

(三) 中国沐浴露行业投资风险

图表目录(部分)：

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率(当季)

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率(累计)

图表：2007-2009年工业增加值增长率(当月)

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/5800958009.html>