

2007年中国日化用品行业研究咨询报告（2007年 第二版）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2007年中国日化用品行业研究咨询报告（2007年第二版）》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/fangzhi/2866728667.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

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

内容简介未来几年，中国日用化工品生产将继续保持稳步增长，2007-2009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，2007年日化行业市场规模预计将达到1559.4亿元，增长率为13.6%；2008年日化市场规模预测将达到1773.7亿元，增长率将高达13.7%；2009年市场规模将达到2000亿元左右，增长率为12.8%。从洗涤市场情况来看，各大厂商将会进一步加大技术和宣传上的投资。一方面，洗涤用品在2007年进入到一个细分阶段，各品牌生产厂家都开始酝酿比拼环保、比拼洗涤效果的技术大战。消费者对于洗涤产品价格的敏感度已经下降，而更关心产品质量和使用结果。另外一方面，洗涤用品市场的竞争已经加剧，价格战不可避免。化妆品市场的最看好的发展潜力将来自男士化妆品，经过几年市场的培育，预计2008年将会受到更多的关注，市场表现将令人欣喜。2007年，药妆市场逐渐升温，众多医药界巨头都纷纷涉足，但药妆连锁新模式有待于在未来两三年内接受市场考验。而化妆品连锁店将快速扩张，国内外机构投资者迅速抢占市场，意图全国连锁品牌。近两年来，本土企业与跨国公司之间的差距一直在逐步拉大，就整个市场的销售金额来看，国外品牌占据的份额目前已经超过70%。国际日化企业在垄断中国日化行业高端市场的基础上，开始蚕食具有巨大发展潜力的中、低端市场，在新产品以及投放广告的基础上，加大降低成本以及降低价格的力度，与本土企业展开激烈竞争。中国日化是脆弱的，脆弱到没有真正的品牌，但是中国日化又是坚强的，个性化的营销使中国日化企业走出了中国的特色。面对宝洁、欧莱雅、高露洁等跨国日化巨头，国内日化企业避其锋芒，寻求差异市场，涌现了一批正在壮大的企业。历经20余年市场化历练的日化产业已经跨过一个新的大拐点，竞争更激烈、集中度更高的第二次革命已经开始。本研究咨询报告依据国家统计局、国家海关总署、中华全国商业信息中心、中国轻工业协会、中国香料香精化妆品工业协会、中国洗涤工业协会、《化妆品报》、《化妆品行业信息》、中国行业研究网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、日化区域市场发展情况、行业市场营销分析、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。

目 录CONTENTS第一部分 国内外发展概况第一章 国际日化用品行业发展概况 1第一节 香料香精化妆品行业发展概述 1一、国际日化香精市场分析 1二、香草国际市场供不应求开发前景诱人 4三、2007年化妆品市场全球新动态 5四、2008年国际香精香料产量预测 8五、2006-2010年全球化妆品市场7大趋势 9六、2010年全球化妆品消费新格局 14第二节 洗涤剂行业发展概况 15一、全球沐浴露市场发展形势预测 15二、俄国洗涤剂市场概况

19三、国外洗涤市场的现状与发展趋势	21第二章 中国日化市场发展概况	26第一节 日化市场发展概况
26一、我国日化产业发展概况	26二、我国日化行业发展历程	29第二节 日化行业现状分析
31一、日化行业“五力模型”分析	31二、日化产业发展潜力分析	33三、2007年日化市场细化之路
36四、日化市场需求强劲竞争继续白热化	38第三节 日化市场运行情况	42一、2007年销售收入前十家企业排名
42二、2007年主要经济指标分析	43三、2007年分经济类型主要经济指标	85第四节 行业相关政策标准
120一、新《化妆品卫生规范》实施	120二、《日用香精》等日化行业标准	121三、卫生部发布《化妆品生产企业卫生规范》
122第三章 日化用品进出口贸易分析	124第一节 我国化妆品进口现状及问题	124一、实行消费税新政化妆品进口问题分析
124二、目前形势下化妆品进口的几个问题探讨	125第二节 2007年进出口数据统计	129一、2007年我国化妆品进口统计
129二、2007年我国化妆品出口统计	138三、2007年肥皂洗涤剂用品进口统计	146第三节 我国与东盟化妆品贸易情况
149一、中国与东盟化妆品贸易情况	149二、中国与东盟化妆品贸易主要特点	150三、中国化妆品降税情况
151四、东盟国家化妆品降税情况	153第二部分 细分市场发展分析	第四章 洗涤用品行业发展分析
157第一节 洗涤行业现状及发展趋势分析	157一、中国洗涤用品要告别“有磷时代”	157二、洋品牌再掀日化市场纷争
159三、洗涤用品市场规模的新趋势	160四、洗涤剂行业主要专利技术及其发展分析	161五、2007年洗涤用品市场发展趋势预测
167第二节 洗衣粉市场现状分析	170一、2007年全国产量统计	170二、洗衣粉产品品牌竞争特点
170三、洗衣粉市场需求潜力巨大	172四、2007年洗衣粉市场发展预测	173五、洗衣粉多品牌通吃市场版图
179六、家用洗衣液蚕食洗衣粉城市阵地	180第三节 主要城市洗衣粉品牌分析	182一、武汉洗衣粉市场分析
182二、上海洗衣粉市场分析	183三、济南洗衣粉市场分析	185四、深圳洗衣粉市场分析
187五、长春洗衣粉市场分析	188六、大连洗衣粉市场分析	190七、北京洗衣粉市场分析
192八、哈尔滨洗衣粉市场分析	193九、天津洗衣粉市场分析	195十、南昌洗衣粉市场分析
197第四节 洗发水市场现状分析	198一、国内洗发水市场的发展历程与趋势	198二、2007年中国洗发水市场现状分析
208三、2007年洗发水去屑大战全面升级	211四、中国洗发水市场销售量分析	220五、防脱洗发水市场现状分析
222第五节 主要城市洗发水品牌分析	224一、深圳洗发水市场分析	224二、武汉洗发水市场分析
226三、南京洗发水市场分析	228四、天津洗发水市场分析	230五、广州洗发水市场分析
232六、上海洗发水市场分析	234七、北京洗发水市场分析	236八、重庆洗发水市场分析
238九、昆明洗发水市场分析	241十、西安洗发水市场分析	243第六节 沐浴露市场分析
245一、目前沐浴露市场的基本情况	245二、有待启动的沐浴露市场	247三、沐浴露市场格局酝酿规模化集约
250第七节 主要城市沐浴露品牌分析		

251一、昆明沐浴露市场分析	251二、西安沐浴露市场分析	253三、武汉沐浴露市场分析
254四、南京沐浴露市场分析	256五、济南沐浴露市场分析	258六、天津沐浴露市场分析
259七、成都沐浴露市场分析	261八、广州沐浴露市场分析	263九、上海沐浴露市场分析
264十、北京沐浴露市场分析	266第八节 洗手液市场概况分析	268一、中国洗手液发展趋势
268二、洗手液行业发展的主导趋动因素	269第九节	主要城市洗手液品牌分析
271一、天津洗手液市场分析	271二、南昌洗手液市场分析	273三、长春洗手液市场分析
274四、大连洗手液市场分析	276五、青岛洗手液市场分析	278六、郑州洗手液市场分析
279七、杭州洗手液市场分析	281八、深圳洗手液市场分析	283九、重庆洗手液市场分析
284十、武汉洗手液市场分析	286第五章 牙膏市场分析	288第一节 牙膏市场发展现状分析
288一、中国牙膏市场状况分析	288二、牙膏出口受阻但国内市场保持平静	
295三、牙膏业面临标准规范	297四、牙膏行业面临洗牌	299第二节 我国牙膏市场深度分析
301一、牙膏市场现状	301二、牙膏市场主要品牌占有率	301三、牙膏市场嬗变特征
302四、牙膏企业应对策略	306五、牙膏主要品牌竞争手段分析	
307六、牙膏市场未来发展走势	308第三节	主要城市牙膏品牌分析
309一、大连牙膏市场分析	309二、哈尔滨牙膏市场分析	311三、南昌牙膏市场分析
312四、青岛牙膏市场分析	314五、太原牙膏市场分析	316六、长沙牙膏市场分析
317七、南宁牙膏市场分析	319八、海口牙膏市场分析	321九、杭州牙膏市场分析
322十、深圳牙膏市场分析	324第六章 化妆品市场分析	326第一节 化妆品市场发展现状分析
326一、2007年化妆品市场迎来新一轮渠道角力	326二、2007中国化妆品制造企业十强	
330三、2007年新规范化妆品增禁用物质400多种	333第二节	香精香料业的发展现状及未来趋势
335一、全面分析市场与认识行业现状	335二、预测市场前景及寻找发展方向	336第三节
338一、我国化妆品行业面临的主要问题	338二、美容化妆品服务质量服务规范亟待完善	化妆品市场发展问题
339三、中外化妆品企业的差距分析	340四、国产化妆品的危机	341第四节
化妆品市场发展趋势	344一、化妆品行业品牌发展趋势	
344二、2008年中国化妆品市场销售总额预测	346三、2009年中国化妆品市场预测	
347四、未来一二十年化妆品发展趋势预测	347五、2010年我国化妆品消费新格局	
354第三部分 区域市场与营销策略分析	第七章 日化区域市场发展分析	357第一节 山东省
357一、济南日化市场概况	357二、地级县级日化市场情况	358第二节
364一、概况及消费习惯	364二、沈阳化妆品市场综合情况	366三、地级县级经销市场情况
368第三节	湖南省	370一、洗化市场概况
370三、湖南洗化经销市场特点	371四、新品推广和促销	373五、消费者和市场特点
374第四节	云南省	376一、云南经销商特点
377三、二三线城市日化市场调查	378第五节	江西省
383二、江西整体市场经营	386第六节	黑龙江省
383一、江西市场概况	390一、黑龙江经销商特征	

391二、哈尔滨日化市场概况 392三、二三级城市日化产品市场 393第七节 陕西省
397一、陕西省概况 397二、西安市区洗化市场概况 399三、陕西省经营情况分析
399四、陕西省市场现状分析 403第八节 河南省 405一、郑州洗化市场现状
405二、河南经销商特点 406三、二三线洗化市场调查 407第八章 日化市场营销策略分析
411第一节 日化市场渠道分析 411一、渠道变革趋势与应对策略
411二、日化企业分销渠道突围 416三、日化专营店开发与营销策略
420四、日化专营店与大型商超比较 422五、省级代理渠道选择分析 425第二节
日化市场营销模式分析 427一、体验营销 432二、差异化营销 433三、整合营销
434四、品牌营销 435第三节 中小日化品牌实现品牌突围的策略
436一、差异化的产品定位是终端突围的根本 436二、精益化的营销手段是终端突围的法宝
437三、大力拓展销售网点与全方位落实终端包装 438四、分析产品组合及实施生动化陈列
438五、重视促销活动的开展 439六、开辟团购销售渠道 440第四节 日化市场营销策略分析
441一、我国牙膏市场的营销战略选择 441二、拉芳营销策略分析
446三、高端化妆品网络营销困惑 450四、宝洁精准化营销 452五、化妆品的销售策略
454第四部分 行业竞争格局第九章 行业内重点企业分析 461第一节 宝洁公司
461一、公司概况 461二、产品种类 463三、企业品牌战略 463第二节 欧莱雅
465一、企业概况 465二、品牌管理 467三、2007年财务经营状况 471第三节
上海家化联合股份有限公司 472一、公司概况 472二、2007年公司财务状况
474三、公司动态 479第四节 索芙特股份有限公司 479一、公司概况
479二、2007年公司财务状况 480三、公司动态 484第五节 柳州两面针股份有限公司
486一、公司概况 486二、2007年公司财务状况 487三、公司动态 491第六节
广州市浪奇实业股份有限公司 492一、公司概况 492二、2007年经营状况
493三、公司动态 497第七节 山西南风化工集团股份有限公司 498一、公司概况
498二、2007年经营状况 499三、公司动态 503第八节 上海白猫(集团)有限公司
504一、公司概况 504二、2007年经营状况 505三、公司动态 509第十章 行业竞争分析
511第一节 企业竞争格局 511一、欧莱雅与宝洁竞争分析 511二、欧莱雅中国市场竞争策略
516三、安利与雅芳竞争分析 522四、欧瑞莲启动中国直销业务
524五、国产日化业重新兴起 524第二节 行业竞争形势与策略
526一、盐类日化产品竞争形势 526二、跨国日化巨头农村攻略
527三、2007年日化价格竞争形势 531四、内资日化策动防守反击
532五、日化行业“五力模型”分析 535六、市场竞争中的渠道拦截 537第五部分
行业发展趋势与策略第十一章 日化企业发展策略分析 543第一节
中小日化企业的品牌战略分析 543一、品牌管理当前所面临的主要问题
543二、中小日化企业品牌战略思考 544三、日化产品工业设计及品牌命名 547第二节
民族日化品牌自强出路分析 547一、产品创新 549二、品牌创新 550三、销售渠道创新

552	第三节	日化企业发展措施和建议	554	一、日化市场的多品牌战略						
554	二、	中国日化市场的传播策略	555	三、2007年广东日化的跨越	556	第十二章				
		我国日化行业发展趋势与前景	559	第一节		2007中国日化市场发展趋势				
559	一、	洗涤行业向规模化方向发展	559	二、		彩妆成为化妆品行业发展的 重要增长点				
560	三、	化妆品超市使百货店的专柜受到挑战	561	四、		市场并购加剧及产业集群区域明显				
562	五、	专营店将成为化妆品行业的主流渠道	562	六、		营销通路不断创新	563	第二节		
		2007年中国日化品牌渠道模式展望	565	一、		流通品牌市场的特点	565	二、		商超终端的特点
566	三、	2007日化渠道展望	567	四、		2007-2009年中国日化市场规模预测				
568		图表目录				图表：2006-2010年全球化妆品市场所占比例				
9		图表：2006-2010年全球各类产品零售额增长情况								
11		图表：2006年十大公司占据全球市场50%以上的市场份额								
12		图表：2002-2006年中国日化行业市场规模与增长								
38		图表：2002-2006年中国日化行业市场规模走势	38			图表：2006年中国日化行业市场结构				
39		图表：2007-2009年中国日化市场规模预测								
41		图表：2007年2月日用化学产品制造销售收入前十家企业								
42		图表：2007年5月日用化学产品制造销售收入前十家企业								
43		图表：2007年8月日用化学产品制造销售收入前十家企业								
43		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造全国合计								
43		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造北京市合计								
45		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造天津市合计								
46		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造河北省合计								
47		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造山西省合计								
49		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造内蒙古合计								
50		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造辽宁省合计								
51		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造吉林省合计								
53		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造黑龙江合计								
54		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造上海市合计								
55		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造江苏省合计								
57		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造浙江省合计								
58		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造安徽省合计								
59		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造福建省合计								
61		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造江西省合计								
62		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造山东省合计								
63		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造河南省合计								
65		图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造湖北省合计								

- 66图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造湖南省合计
- 67图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造广东省合计
- 69图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造广西区合计
- 70图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造海南省合计
- 71图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造重庆市合计
- 73图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造四川省合计
- 74图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造贵州省合计
- 75图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造云南省合计
- 77图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造西藏区合计
- 78图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造陕西省合计
- 79图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造甘肃省合计
- 81图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造宁夏区合计
- 82图表：2007年1-8月份分地区主要经济指标日用化学产品制造新疆区合计
- 83图表：2007年1-8月国有企业大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 85图表：2007年1-8月国有企业中型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 86图表：2007年1-8月国有企业小型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 88图表：2007年1-8月国有企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 89图表：2007年1-8月集体企业中型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 90图表：2007年1-8月集体企业小型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 92图表：2007年1-8月集体企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 93图表：2007年1-8月股份合作企业大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 94图表：2007年1-8月股份合作企业小型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 96图表：2007年1-8月股份合作企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 97图表：2007年1-8月股份制企业大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 98图表：2007年1-8月股份制企业中大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 100图表：2007年1-8月股份制企业小型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 101图表：2007年1-8月股份制企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 102图表：2007年1-8月私营企业大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 104图表：2007年1-8月私营企业中大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 105图表：2007年1-8月私营企业小型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 106图表：2007年1-8月私营企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 108图表：2007年1-8月外商和港澳台投资企业大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 109图表：2007年1-8月外商和港澳台投资企业中大型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 110图表：2007年1-8月外商和港澳台投资企业小型日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 112图表：2007年1-8月外商和港澳台投资企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计

- 113图表：2007年1-8月其他大型企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 114图表：2007年1-8月其他中型企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 116图表：2007年1-8月其他小型企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 117图表：2007年1-8月其他企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计
- 118图表：新日化行业标准制、修订标准
- 122图表：2007年1月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 129图表：2007年2月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 129图表：2007年3月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 130图表：2007年一季度美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 130图表：2007年4月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 130图表：2007年5月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 131图表：2007年6月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 131图表：2007年二季度美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 131图表：2007年7月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 132图表：2007年三季度美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 132图表：2007年1月护发品进口数据
- 132图表：2007年2月护发品进口数据
- 133图表：2007年3月护发品进口数据
- 133图表：2007年一季度护发品进口数据
- 133图表：2007年4月护发品进口数据
- 134图表：2007年5月护发品进口数据
- 134图表：2007年6月护发品进口数据
- 134图表：2007年二季度护发品进口数据
- 135图表：2007年7月护发品进口数据
- 135图表：2007年三季度护发品进口数据
- 135图表：2007年1月香水及花露水进口数据
- 135图表：2007年2月香水及花露水进口数据
- 136图表：2007年3月香水及花露水进口数据
- 136图表：2007年一季度香水及花露水进口数据
- 136图表：2007年4月香水及花露水进口数据
- 136图表：2007年5月香水及花露水进口数据
- 137图表：2007年6月香水及花露水进口数据
- 137图表：2007年二季度香水及花露水进口数据
- 137图表：2007年7月香水及花露水进口数据
- 137图表：2007年三季度香水及花露水进口数据
- 137图表：2007年1月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 138图表：2007年2月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 138图表：2007年3月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 139图表：2007年一季度美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 139图表：2007年4月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 139图表：2007年5月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 140图表：2007年6月美容品或化妆品及护肤品出口数据

- 140图表：2007年二季度美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 140图表：2007年7月美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 141图表：2007年三季度美容品或化妆品及护肤品出口数据
- 141图表：2007年1月护发品出口数据
- 141图表：2007年2月护发品出口数据
- 142图表：2007年3月护发品出口数据
- 142图表：2007年一季度护发品出口数据
- 142图表：2007年4月护发品出口数据
- 142图表：2007年5月护发品出口数据
- 143图表：2007年6月护发品出口数据
- 143图表：2007年二季度护发品出口数据
- 143图表：2007年7月护发品出口数据
- 143图表：2007年三季度护发品出口数据
- 144图表：2007年1月香水及花露水出口数据
- 144图表：2007年2月香水及花露水出口数据
- 144图表：2007年3月香水及花露水出口数据
- 144图表：2007年一季度香水及花露水出口数据
- 144图表：2007年4月香水及花露水出口数据
- 145图表：2007年5月香水及花露水出口数据
- 145图表：2007年6月香水及花露水出口数据
- 145图表：2007年二季度香水及花露水出口数据
- 145图表：2007年7月香水及花露水出口数据
- 145图表：2007年三季度香水及花露水出口数据
- 146图表：2007年1月肥皂洗涤剂用品进口统计
- 146图表：2007年2月肥皂洗涤剂用品进口统计
- 146图表：2007年3月肥皂洗涤剂用品进口统计
- 147图表：2007年一季度肥皂洗涤剂用品进口统计
- 147图表：2007年4月肥皂洗涤剂用品进口统计
- 147图表：2007年5月肥皂洗涤剂用品进口统计
- 148图表：2007年6月肥皂洗涤剂用品进口统计
- 148图表：2007年二季度肥皂洗涤剂用品进口统计
- 148图表：2007年7月肥皂洗涤剂用品进口统计
- 149图表：2007年8月肥皂洗涤剂用品进口统计
- 149图表：2007年2-7月合成洗衣粉产量
- 170图表：2007年2-7月合成洗涤剂产量
- 170图表：2007年2-7月肥皂产量
- 170图表：2006年中国十大洗衣粉品牌排行榜
- 171图表：1991-2015年日化产业发展趋势
- 172图表：2006年洗衣粉武汉市场品牌绝对渗透率
- 182图表：2006年洗衣粉武汉市场品牌相对渗透率
- 182图表：2006年洗衣粉武汉市场品牌市场份额
- 182图表：2006年洗衣粉武汉市场品牌忠诚度
- 183图表：2006年洗衣粉武汉各品牌群体人口分析
- 183图表：2006年洗衣粉上海市场品牌绝对渗透率
- 183图表：2006年洗衣粉上海市场品牌相对渗透率

- 184图表：2006年洗衣粉上海市场品牌市场份额
- 184图表：2006年洗衣粉上海市场品牌忠诚度
- 184图表：2006年洗衣粉上海各品牌群体人口分析
- 185图表：2006年洗衣粉济南市场品牌绝对渗透率
- 185图表：2006年洗衣粉济南市场品牌相对渗透率
- 185图表：2006年洗衣粉济南市场品牌市场份额
- 186图表：2006年洗衣粉济南市场品牌忠诚度
- 186图表：2006年洗衣粉济南各品牌群体人口分析
- 186图表：2006年洗衣粉深圳市场品牌绝对渗透率
- 187图表：2006年洗衣粉深圳市场品牌相对渗透率
- 187图表：2006年洗衣粉深圳市场品牌市场份额
- 187图表：2006年洗衣粉深圳市场品牌忠诚度
- 188图表：2006年洗衣粉深圳各品牌群体人口分析
- 188图表：2006年洗衣粉长春市场品牌绝对渗透率
- 188图表：2006年洗衣粉长春市场品牌相对渗透率
- 189图表：2006年洗衣粉长春市场品牌市场份额
- 189图表：2006年洗衣粉长春市场品牌忠诚度
- 189图表：2006年洗衣粉长春各品牌群体人口分析
- 190图表：2006年洗衣粉大连市场品牌绝对渗透率
- 190图表：2006年洗衣粉大连市场品牌相对渗透率
- 190图表：2006年洗衣粉大连市场品牌市场份额
- 191图表：2006年洗衣粉大连市场品牌忠诚度
- 191图表：2006年洗衣粉大连各品牌群体人口分析
- 191图表：2006年洗衣粉北京市场品牌绝对渗透率
- 192图表：2006年洗衣粉北京市场品牌相对渗透率
- 192图表：2006年洗衣粉北京市场品牌市场份额
- 192图表：2006年洗衣粉北京市场品牌忠诚度
- 193图表：2006年洗衣粉北京各品牌群体人口分析
- 193图表：2006年洗衣粉哈尔滨市场品牌绝对渗透率
- 193图表：2006年洗衣粉哈尔滨市场品牌相对渗透率
- 194图表：2006年洗衣粉哈尔滨市场品牌市场份额
- 194图表：2006年洗衣粉哈尔滨市场品牌忠诚度
- 194图表：2006年洗衣粉哈尔滨各品牌群体人口分析
- 195图表：2006年洗衣粉天津市场品牌绝对渗透率
- 195图表：2006年洗衣粉天津市场品牌相对渗透率

- 195图表：2006年洗衣粉天津市场品牌市场份额
- 196图表：2006年洗衣粉天津市场品牌忠诚度
- 196图表：2006年洗衣粉天津各品牌群体人口分析
- 196图表：2006年洗衣粉南昌市场品牌绝对渗透率
- 197图表：2006年洗衣粉南昌市场品牌忠诚度
- 197图表：2006年洗衣粉南昌各品牌群体人口分析
- 197图表：2006年洗衣粉南昌市场品牌市场份额
- 198图表：2006年洗衣粉南昌市场品牌相对渗透率
- 198图表：2006年洗发水深圳市场品牌绝对渗透率
- 224图表：2006年洗发水深圳市场品牌相对渗透率
- 225图表：2006年洗发水深圳市场品牌市场份额
- 225图表：2006年洗发水深圳市场品牌忠诚度
- 225图表：2006年洗发水深圳各品牌群体人口分析
- 226图表：2006年洗发水武汉市场品牌绝对渗透率
- 226图表：2006年洗发水武汉市场品牌相对渗透率
- 227图表：2006年洗发水武汉市场品牌市场份额
- 227图表：2006年洗发水武汉市场品牌忠诚度
- 227图表：2006年洗发水武汉各品牌群体人口分析
- 228图表：2006年洗发水南京市场品牌绝对渗透率
- 228图表：2006年洗发水南京市场品牌相对渗透率
- 229图表：2006年洗发水南京市场品牌市场份额
- 229图表：2006年洗发水南京市场品牌忠诚度
- 229图表：2006年洗发水南京各品牌群体人口分析
- 230图表：2006年洗发水天津市场品牌绝对渗透率
- 230图表：2006年洗发水天津市场品牌相对渗透率
- 231图表：2006年洗发水天津市场品牌市场份额
- 231图表：2006年洗发水天津市场品牌忠诚度
- 231图表：2006年洗发水天津各品牌群体人口分析
- 232图表：2006年洗发水广州市场品牌绝对渗透率
- 232图表：2006年洗发水广州市场品牌相对渗透率
- 233图表：2006年洗发水广州市场品牌市场份额
- 233图表：2006年洗发水广州市场品牌忠诚度
- 233图表：2006年洗发水广州各品牌群体人口分析
- 234图表：2006年洗发水上海市场品牌绝对渗透率
- 234图表：2006年洗发水上海市场品牌相对渗透率

235图表：2006年洗发水上海市场品牌市场份额

235图表：2006年洗发水上海市场品牌忠诚度

235图表：2006年洗发水上海各品牌群体人口分析

236图表：2006年洗发水北京市场品牌绝对渗透率

236图表：2006年洗发水北京市场品牌相对渗透率

237图表：2006年洗发水北京市场品牌市场份额

237图表：2006年洗发水北京市场品牌忠诚度

237图表：2006年洗发水北京各品牌群体人口分析

238图表：2006年洗发水重庆市场品牌绝对渗透率

238图表：2006年洗发水重庆市场品牌相对渗透率

239图表：2006年洗发水重庆市场品牌市场份额

239图表：2006年洗发水重庆市场品牌忠诚度

240图表：2006年洗发水重庆各品牌群体人口分析

240图表：2006年洗发水昆明市场品牌绝对渗透率

241图表：2006年洗发水昆明市场品牌相对渗透率

241图表：2006年洗发水昆明市场品牌市场份额

242图表：2006年洗发水昆明市场品牌忠诚度

242图表：2006年洗发水昆明各品牌群体人口分析

242图表：2006年洗发水西安市场品牌绝对渗透率

243图表：2006年洗发水西安市场品牌相对渗透率

243图表：2006年洗发水西安市场品牌市场份额

244图表：2006年洗发水西安市场品牌忠诚度

244图表：2006年洗发水西安各品牌群体人口分析

244图表：2006年沐浴露昆明市场品牌绝对渗透率

251图表：2006年沐浴露昆明市场品牌相对渗透率

251图表：2006年沐浴露昆明市场品牌市场份额

252图表：2006年沐浴露昆明市场品牌忠诚度

252图表：2006年沐浴露昆明各品牌群体人口分析

252图表：2006年沐浴露西安市场品牌绝对渗透率

253图表：2006年沐浴露西安市场品牌相对渗透率

253图表：2006年沐浴露西安市场品牌市场份额

253图表：2006年沐浴露西安市场品牌忠诚度

254图表：2006年沐浴露西安各品牌群体人口分析

254图表：2006年沐浴露武汉市场品牌绝对渗透率

254图表：2006年沐浴露武汉市场品牌相对渗透率

255图表：2006年沐浴露武汉市场品牌市场份额

255图表：2006年沐浴露武汉市场品牌忠诚度

255图表：2006年沐浴露武汉各品牌群体人口分析

256图表：2006年沐浴露南京市场品牌绝对渗透率

256图表：2006年沐浴露南京市场品牌相对渗透率

256图表：2006年沐浴露南京市场品牌市场份额

257图表：2006年沐浴露南京市场品牌忠诚度

257图表：2006年沐浴露南京各品牌群体人口分析

257图表：2006年沐浴露济南市场品牌绝对渗透率

258图表：2006年沐浴露济南市场品牌相对渗透率

258图表：2006年沐浴露济南市场品牌市场份额

258图表：2006年沐浴露济南市场品牌忠诚度

259图表：2006年沐浴露济南各品牌群体人口分析

259图表：2006年沐浴露天津市场品牌绝对渗透率

259图表：2006年沐浴露天津市场品牌相对渗透率

260图表：2006年沐浴露天津市场品牌市场份额

260图表：2006年沐浴露天津市场品牌忠诚度

260图表：2006年沐浴露天津各品牌群体人口分析

261图表：2006年沐浴露成都市场品牌绝对渗透率

261图表：2006年沐浴露成都市场品牌相对渗透率

261图表：2006年沐浴露成都市场品牌市场份额

262图表：2006年沐浴露成都市场品牌忠诚度

262图表：2006年沐浴露成都各品牌群体人口分析

262图表：2006年沐浴露广州市场品牌绝对渗透率

263图表：2006年沐浴露广州市场品牌相对渗透率

263图表：2006年沐浴露广州市场品牌市场份额

263图表：2006年沐浴露广州市场品牌忠诚度

264图表：2006年沐浴露广州各品牌群体人口分析

264图表：2006年沐浴露上海市场品牌绝对渗透率

264图表：2006年沐浴露上海市场品牌相对渗透率

265图表：2006年沐浴露上海市场品牌市场份额

265图表：2006年沐浴露上海市场品牌忠诚度

265图表：2006年沐浴露上海各品牌群体人口分析

266图表：2006年沐浴露北京市场品牌绝对渗透率

266图表：2006年沐浴露北京市场品牌相对渗透率

266图表：2006年沐浴露北京市场品牌市场份额

267图表：2006年沐浴露北京市场品牌忠诚度

267图表：2006年沐浴露北京各品牌群体人口分析

267图表：2006年洗手液天津市场品牌绝对渗透率

271图表：2006年洗手液天津市场品牌相对渗透率

271图表：2006年洗手液天津市场品牌市场份额

272图表：2006年洗手液天津市场品牌忠诚度

272图表：2006年洗手液天津各品牌群体人口分析

272图表：2006年洗手液南昌市场品牌绝对渗透率

273图表：2006年洗手液南昌市场品牌相对渗透率

273图表：2006年洗手液南昌市场品牌市场份额

273图表：2006年洗手液南昌市场品牌忠诚度

274图表：2006年洗手液南昌各品牌群体人口分析

274图表：2006年洗手液长春市场品牌绝对渗透率

274图表：2006年洗手液长春市场品牌相对渗透率

275图表：2006年洗手液长春市场品牌市场份额

275图表：2006年洗手液长春市场品牌忠诚度

275图表：2006年洗手液长春各品牌群体人口分析

276图表：2006年洗手液大连市场品牌绝对渗透率

276图表：2006年洗手液大连市场品牌相对渗透率

276图表：2006年洗手液大连市场品牌市场份额

277图表：2006年洗手液大连市场品牌忠诚度

277图表：2006年洗手液大连各品牌群体人口分析

277图表：2006年洗手液青岛市场品牌绝对渗透率

278图表：2006年洗手液青岛市场品牌相对渗透率

278图表：2006年洗手液青岛市场品牌市场份额

278图表：2006年洗手液青岛市场品牌忠诚度

279图表：2006年洗手液青岛各品牌群体人口分析

279图表：2006年洗手液郑州市场品牌绝对渗透率

279图表：2006年洗手液郑州市场品牌相对渗透率

280图表：2006年洗手液郑州市场品牌市场份额

280图表：2006年洗手液郑州市场品牌忠诚度

280图表：2006年洗手液郑州各品牌群体人口分析

281图表：2006年洗手液杭州市场品牌绝对渗透率

281图表：2006年洗手液杭州市场品牌相对渗透率

- 281图表：2006年洗手液杭州市场品牌市场份额
- 282图表：2006年洗手液杭州市场品牌忠诚度
- 282图表：2006年洗手液杭州各品牌群体人口分析
- 282图表：2006年洗手液深圳市场品牌绝对渗透率
- 283图表：2006年洗手液深圳市场品牌相对渗透率
- 283图表：2006年洗手液深圳市场品牌市场份额
- 283图表：2006年洗手液深圳市场品牌忠诚度
- 284图表：2006年洗手液深圳各品牌群体人口分析
- 284图表：2006年洗手液重庆市场品牌绝对渗透率
- 284图表：2006年洗手液重庆市场品牌相对渗透率
- 285图表：2006年洗手液重庆市场品牌市场份额
- 285图表：2006年洗手液重庆市场品牌忠诚度
- 285图表：2006年洗手液重庆各品牌群体人口分析
- 286图表：2006年洗手液武汉市场品牌绝对渗透率
- 286图表：2006年洗手液武汉市场品牌相对渗透率
- 286图表：2006年洗手液武汉市场品牌市场份额
- 287图表：2006年洗手液武汉市场品牌忠诚度
- 287图表：2006年洗手液武汉各品牌群体人口分析
- 287图表：2006年牙膏大连市场品牌绝对渗透率
- 309图表：2006年牙膏大连市场品牌相对渗透率
- 309图表：2006年牙膏大连市场品牌市场份额
- 310图表：2006年牙膏大连市场品牌忠诚度
- 310图表：2006年牙膏大连各品牌群体人口分析
- 310图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌绝对渗透率
- 311图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌相对渗透率
- 311图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌市场份额
- 311图表：2006年牙膏哈尔滨市场品牌忠诚度
- 312图表：2006年牙膏哈尔滨各品牌群体人口分析
- 312图表：2006年牙膏南昌市场品牌绝对渗透率
- 312图表：2006年牙膏南昌市场品牌相对渗透率
- 313图表：2006年牙膏南昌市场品牌市场份额
- 313图表：2006年牙膏南昌市场品牌忠诚度
- 313图表：2006年牙膏南昌各品牌群体人口分析
- 314图表：2006年牙膏青岛市场品牌绝对渗透率
- 314图表：2006年牙膏青岛市场品牌相对渗透率
- 314图表：2006年牙膏青岛市场品牌市场份额
- 315图表：2006年牙膏青岛市场品牌忠诚度
- 315图表：2006年牙膏青岛各品牌群体人口分析

- 315图表：2006年牙膏太原市场品牌绝对渗透率
- 316图表：2006年牙膏太原市场品牌相对渗透率
- 316图表：2006年牙膏太原市场品牌市场份额 316图表：2006年牙膏太原市场品牌忠诚度
- 317图表：2006年牙膏太原各品牌群体人口分析
- 317图表：2006年牙膏长沙市场品牌绝对渗透率
- 317图表：2006年牙膏长沙市场品牌相对渗透率
- 318图表：2006年牙膏长沙市场品牌市场份额 318图表：2006年牙膏长沙市场品牌忠诚度
- 318图表：2006年牙膏长沙各品牌群体人口分析
- 319图表：2006年牙膏南宁市场品牌绝对渗透率
- 319图表：2006年牙膏南宁市场品牌相对渗透率
- 319图表：2006年牙膏南宁市场品牌市场份额 320图表：2006年牙膏南宁市场品牌忠诚度
- 320图表：2006年牙膏南宁各品牌群体人口分析
- 320图表：2006年牙膏海口市场品牌绝对渗透率
- 321图表：2006年牙膏海口市场品牌相对渗透率
- 321图表：2006年牙膏海口市场品牌市场份额 321图表：2006年牙膏海口市场品牌忠诚度
- 322图表：2006年牙膏海口各品牌群体人口分析
- 322图表：2006年牙膏杭州市场品牌绝对渗透率
- 322图表：2006年牙膏杭州市场品牌相对渗透率
- 323图表：2006年牙膏杭州市场品牌市场份额 323图表：2006年牙膏杭州市场品牌忠诚度
- 323图表：2006年牙膏杭州各品牌群体人口分析
- 324图表：2006年牙膏深圳市场品牌绝对渗透率
- 324图表：2006年牙膏深圳市场品牌相对渗透率
- 324图表：2006年牙膏深圳市场品牌市场份额 325图表：2006年牙膏深圳市场品牌忠诚度
- 325图表：2006年牙膏深圳各品牌群体人口分析 325图表：2007中国化妆品制造企业十强
- 330图表：2007中国化妆品制造企业五十强
- 330图表：1991-2015年日化市场增长率分析及预测
- 428图表：2007年二季度上海家化联合股份有限公司主营业务构成图
- 474图表：2007年二季度上海家化联合股份有限公司利润总额构成图
- 475图表：2007年二季度上海家化联合股份有限公司主营构成表
- 475图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司每股指标
- 475图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司获利能力表
- 476图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司经营能力表
- 476图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司偿债能力表
- 476图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司资本结构表
- 477图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司发展能力表

- 477图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司现金流量分析表
- 477图表：2007年一、二季度上海家化联合股份有限公司利润分配表
- 477图表：2007年二季度索芙特股份有限公司主营业务构成图
- 480图表：2007年二季度索芙特股份有限公司利润总额构成图
- 481图表：2007年二季度索芙特股份有限公司主营构成表
- 481图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司每股指标
- 481图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司获利能力表
- 482图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司经营能力表
- 482图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司偿债能力表
- 482图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司资本结构表
- 482图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司发展能力表
- 483图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司现金流量分析表
- 483图表：2007年一、二季度索芙特股份有限公司利润分配表
- 483图表：2007年二季度柳州两面针股份有限公司利润总额构成图
- 487图表：2007年二季度柳州两面针股份有限公司主营构成表
- 487图表：2007年一、二季度柳州两面针股份有限公司每股指标
- 488图表：2007年一、二季度柳州两面针股份有限公司获利能力表
- 488图表：2007年一、二季度柳州两面针股份有限公司经营能力表
- 488图表：2007年一、二季度柳州两面针股份有限公司偿债能力表
- 489图表：2007年一、二季度柳州两面针股份有限公司资本结构表
- 489图表：2007年一、二季度柳州两面针股份有限公司发展能力表
- 489图表：2007年一、二季度柳州两面针股份有限公司现金流量分析表
- 489图表：2007年一、二季度柳州两面针股份有限公司利润分配表
- 490图表：2007年二季度广州市浪奇实业股份有限公司主营业务构成图
- 493图表：2007年二季度广州市浪奇实业股份有限公司利润总额构成图
- 493图表：2007年二季度广州市浪奇实业股份有限公司主营构成表
- 493图表：2007年一、二季度广州市浪奇实业股份有限公司每股指标
- 494图表：2007年一、二季度广州市浪奇实业股份有限公司获利能力表
- 494图表：2007年一、二季度广州市浪奇实业股份有限公司经营能力表
- 494图表：2007年一、二季度广州市浪奇实业股份有限公司偿债能力表
- 494图表：2007年一、二季度广州市浪奇实业股份有限公司资本结构表
- 495图表：2007年一、二季度广州市浪奇实业股份有限公司发展能力表
- 495图表：2007年一、二季度广州市浪奇实业股份有限公司现金流量分析表
- 495图表：2007年一、二季度广州市浪奇实业股份有限公司利润分配表
- 495图表：2007年二季度山西南风化工集团股份有限公司主营业务构成图

499图表：2007年二季度山西南风化工集团股份有限公司利润总额构成图

499图表：2007年二季度山西南风化工集团股份有限公司主营构成表

499图表：2007年一、二季度山西南风化工集团股份有限公司每股指标

500图表：2007年一、二季度山西南风化工集团股份有限公司获利能力表

500图表：2007年一、二季度山西南风化工集团股份有限公司经营能力表

500图表：2007年一、二季度山西南风化工集团股份有限公司偿债能力表

501图表：2007年一、二季度山西南风化工集团股份有限公司资本结构表

501图表：2007年一、二季度山西南风化工集团股份有限公司发展能力表

501图表：2007年一、二季度山西南风化工集团股份有限公司现金流量分析表

501图表：2007年一、二季度山西南风化工集团股份有限公司利润分配表

502图表：2007年二季度上海白猫股份有限公司主营业务构成图

505图表：2007年二季度上海白猫股份有限公司利润总额构成图

506图表：2007年二季度上海白猫股份有限公司主营构成表

506图表：2007年一、二季度上海白猫股份有限公司每股指标

506图表：2007年一、二季度上海白猫股份有限公司获利能力表

507图表：2007年一、二季度上海白猫股份有限公司经营能力表

507图表：2007年一、二季度上海白猫股份有限公司偿债能力表

507图表：2007年一、二季度上海白猫股份有限公司资本结构表

507图表：2007年一、二季度上海白猫股份有限公司发展能力表

508图表：2007年一、二季度上海白猫股份有限公司现金流量分析表

508图表：2007年一、二季度上海白猫股份有限公司利润分配表 508

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/2866728667.html>