

2024-2029年沐浴露发展前景与投资战略分析报告

报告简介

在我国，浴用产品长期以来一直只有香皂单一品种。上世纪90年代，沐浴露开始流行，并快速增长。

巨大的市场潜力吸引着本土及跨国日化企业逐鹿中国沐浴露市场。现在进入中国沐浴露市场的跨国公司主要有日本的花王株式会社、狮王株式会社，美国宝洁公司、高露洁公司、强生公司、雅芳、安利和联合利华等。

国内市场的沐浴露品牌，主要有两种来源：一种是品牌延伸而来，如力士、夏士莲、舒蕾、伊卡璐、舒肤佳、索肤特、强生、六神、玉兰油、纳爱斯等，原品牌多是以生产香皂、洗发露、护肤品为主。品牌形象与价格一般较高，多为全国性品牌，在大中城市主要零售渠道占据主导地位。二是新创品牌。如樱雪、缤纷等。一般是中低价位，多为区域性品牌，在广东及非主流零售渠道有广阔市场。

频换包装、常年促销，使得沐浴露品牌的生命周期越来越短，并不利于品牌的可持续发展。在一片红海之中，加强功能细分，锁定目标市场成为沐浴露的突破点，其中男士高端沐浴露成为最佳潜力股。近几年，男士沐浴露的发展速度高于个人护理全品类的增长。世纪联华在每个新开卖场都单独成立男士用品部。目前，市场上男士沐浴露以曼秀雷敦、阿迪达斯、凌仕等品牌为主力。男士沐浴露市场竞争相对较小，抢先攻下男士沐浴露市场的品牌很容易胜出。

在男士沐浴露市场中，售价高、品牌形象前卫的品牌更受欢迎。凌仕品牌进入麦德龙两年，自然销售，少有折扣，每年销量翻番。凌仕定位高端，针对时尚的年轻人，尤其是健身者，而这一部分消费者往往具有较高的消费能力，因此高端男士沐浴露具有极好的市场前景。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，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、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内沐浴露行业市场发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，在总结中国沐浴露行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国沐浴露行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是沐浴露行业经营、管理及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 沐浴露行业相关概述

第一节 沐浴露行业的概念

一、沐浴露行业的定义

二、沐浴露行业的特点

三、沐浴露行业的分类

四、我国沐浴露行业商业模式分析

第二节 沐浴露行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、沐浴露行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 沐浴露行业市场特征分析

一、市场规模

二、产业关联度

三、影响需求的关键因素

四、国内和国际市场

五、主要竞争因素

六、生命周期

第四节 行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 2019-2023年沐浴露行业发展环境分析

第一节 2019-2023年中国经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第二节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、社会环境对行业的影响

三、沐浴露行业产业发展对社会发展的影响

第三节 中国沐浴露行业政策环境分析

一、沐浴露行业监管管理体制

二、沐浴露行业相关政策分析

三、上下游产业政策影响

第四节 中国沐浴露行业技术环境分析

一、沐浴露行业技术发展概况

二、沐浴露行业技术发展现状

第二部分 市场全景调研

第三章 全球沐浴露行业发展分析

第一节 全球沐浴露行业发展概况

第二节 美国

一、美国沐浴露发展分析

二、美国沐浴露市场分析

第三节 法国

一、法国沐浴露发展分析

二、法国沐浴露市场分析

第四节 日本

一、日本沐浴露发展分析

二、日本沐浴露市场分析

第四章 我国沐浴露行业运行现状分析

第一节 我国沐浴露行业发展状况分析

一、我国沐浴露行业发展阶段

二、我国沐浴露行业发展总体概况

三、我国沐浴露行业发展特点分析

四、我国沐浴露行业商业模式分析

第二节 2019-2023年沐浴露行业发展现状

一、2019-2023年我国沐浴露行业市场规模

二、2019-2023年我国沐浴露行业发展分析

三、2019-2023年中国沐浴露行业企业发展分析

第三节 2019-2023年沐浴露行业市场情况分析

一、2019-2023年中国沐浴露行业市场总体概况

二、2019-2023年中国沐浴露行业业务活动分析

三、2019-2023年中国沐浴露行业存在问题分析

第四节 2019-2023年沐浴露行业市场化运作分析

一、沐浴露行业市场化运作的基础条件

二、沐浴露行业的市场化运作的必然性

三、沐浴露行业市场化的对策建议

第五节 我国沐浴露行业整体运行分析

一、中国沐浴露行业总体规模分析

二、中国沐浴露行业经营规模分析

三、中国沐浴露行业经营情况分析

第五章 沐浴露行业细分产品情况

第一节 男士沐浴露

一、男士沐浴露发展分析

二、男士沐浴露市场分析

三、男士沐浴露流行趋势分析

第二节 女士沐浴露

一、女士沐浴露发展分析

二、女士沐浴露市场分析

三、女士沐浴露流行趋势分析

第三节 婴儿沐浴露

一、婴儿沐浴露发展分析

二、婴儿沐浴露市场分析

三、婴儿沐浴露流行趋势分析

第六章 沐浴露行业产业重点地区比较分析

第一节 华北地区沐浴露行业发展分析

第二节 华中地区沐浴露行业发展分析

第三节 华东地区沐浴露行业发展分析

第四节 华南地区沐浴露行业发展分析

第五节 西部地区沐浴露行业发展分析

第三部分 竞争格局分析

第七章 沐浴露行业竞争格局分析

第一节 沐浴露行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 沐浴露行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 沐浴露行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第八章 沐浴露行业企业竞争策略分析

第一节 沐浴露行业市场竞争策略分析

一、2019-2023年沐浴露行业市场增长潜力分析

二、2019-2023年沐浴露行业主要潜力品种分析

三、现有沐浴露行业产品竞争策略分析

四、典型企业产品竞争策略分析

第二节 沐浴露行业竞争策略分析

一、2024-2029年沐浴露行业竞争策略分析

二、2024-2029年沐浴露企业竞争策略分析

第九章 主要沐浴露行业企业竞争分析

第一节 上海家化联合股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第二节 曼秀雷敦(中国)药业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第三节 威莱(广州)日用品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第四节 宝洁公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第五节 强生

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第六节 资生堂

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第七节 阿迪达斯

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第八节 联合利华

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第四部分 产业动态分析

第十章 沐浴露行业发展趋势分析

第一节 2019-2023年发展环境展望

一、2019-2023年宏观经济形势展望

二、2019-2023年政策走势

三、2019-2023年国际宏观经济走势展望

第二节 2019-2023年沐浴露行业发展趋势分析

一、2019-2023年技术发展趋势分析

- 二、2019-2023年产品发展趋势分析
- 三、2019-2023年沐浴露行业竞争格局展望
- 四、沐浴露行业产品应用领域发展趋势
- 第三节 2024-2029年中国沐浴露行业市场趋势分析
 - 一、2019-2023年沐浴露市场趋势总结
 - 二、2024-2029年沐浴露发展趋势分析
 - 三、2024-2029年沐浴露市场发展空间
 - 四、沐浴露行业发展驱动因素分析
- 第十一章 未来沐浴露行业发展预测
 - 第一节 未来沐浴露需求与消费预测
 - 一、2024-2029年沐浴露产品消费预测
 - 二、2024-2029年沐浴露市场规模预测
 - 第二节 2024-2029年中国沐浴露行业供需预测
 - 一、2024-2029年中国沐浴露供需平衡预测
 - 二、2024-2029年中国沐浴露产品价格预测
 - 第三节 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 一、市场整合成长趋势
 - 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 三、企业区域市场拓展的趋势
 - 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 第五部分 发展战略研究
- 第十二章 沐浴露行业投资机会与风险
 - 第一节 沐浴露行业投资效益分析
 - 一、2019-2023年沐浴露行业投资状况分析

二、2024-2029年沐浴露行业投资效益分析

三、2024-2029年沐浴露行业的投资方向

四、2024-2029年沐浴露行业投资的建议

五、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响沐浴露行业沐浴露行业发展的主要因素

一、2024-2029年影响沐浴露行业运行的有利因素分析

二、2024-2029年影响沐浴露行业运行的不利因素分析

三、2024-2029年我国沐浴露行业发展面临的挑战分析

四、2024-2029年我国沐浴露行业发展面临的机遇分析

第三节 中国沐浴露行业存在的问题及对策

一、中国沐浴露行业存在的问题

二、沐浴露行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

第四节 沐浴露行业投资风险及控制策略分析

一、2024-2029年沐浴露行业市场风险及控制策略

二、2024-2029年沐浴露行业政策风险及控制策略

三、2024-2029年沐浴露行业经营风险及控制策略

四、2024-2029年沐浴露行业技术风险及控制策略

五、2024-2029年沐浴露行业同业竞争风险及控制策略

六、2024-2029年沐浴露行业其他风险及控制策略

第十三章 沐浴露行业投资战略研究

第一节 沐浴露行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 沐浴露企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第三节 对我国沐浴露行业品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、沐浴露行业实施品牌战略的意义

三、沐浴露行业企业品牌的现状分析

四、我国沐浴露行业企业的品牌战略

五、沐浴露行业品牌战略管理的策略

第四节 沐浴露行业投资战略研究

一、2019-2023年沐浴露行业投资战略研究

二、2024-2029年沐浴露行业投资形势

三、2024-2029年沐浴露行业投资战略

四、2024-2029年沐浴露行业发展战略

图表目录

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：规模以上工业增加值增速(月度同比)(%)

图表：社会消费品零售总额增速(月度同比)(%)

图表：进出口总额(亿美元)

图表：广义货币(M2)增长速度(%)

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况(%)

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度(%)

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2019-2023年固定资产投资(不含农户)同比增速(%)

图表：2019-2023年中国GDP增长率分析(%)

图表：国内外知名机构对2019-2023年中国GDP增速预测

图表：沐浴露产业链结构示意图

图表：沐浴露产业成长周期示意图

图表：2019-2023年中国沐浴露产量及其增速走势图

图表：2019-2023年中国沐浴露消费量及其增速走势图

图表：2019-2023年中国沐浴露市场规模及其增速走势图

图表：2019-2023年中国沐浴露市场价格走势图

图表：2024-2029年中国沐浴露产量及消费量预测

图表：2024-2029年中国沐浴露市场价格走势预测

图表：2019-2023年我国沐浴露市场规模分区域统计表

图表：2019-2023年中国沐浴露行业利润增长趋势图

图表：2019-2023年中国沐浴露行业亏损面统计

图表：2019-2023年中国沐浴露行业亏损总额统计

图表：2019-2023年中国沐浴露行业产量统计

图表：2019-2023年中国沐浴露行业市场规模情况

图表：2019-2023年中国沐浴露行业资产负债率情况

图表：2019-2023年中国沐浴露行业成本费用利润率情况

图表：2019-2023年中国沐浴露行业消费规模统计

图表：2019-2023年中国沐浴露行业销售利润率情况

图表：2019-2023年中国沐浴露行业资产利润率情况

图表：2019-2023年中国沐浴露行业毛利率情况

图表：2019-2023年中国沐浴露行业应收账款周转率情况

图表：2019-2023年中国沐浴露行业流动资产周转率情况

图表：2019-2023年中国沐浴露行业固定资产规模情况

图表：2019-2023年中国沐浴露行业总资产周转率情况

图表：2019-2023年中国沐浴露行业总资产规模情况

图表：2019-2023年中国沐浴露行业成本费用结构构成情况

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170228/51196.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)