



2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

浴室清洁剂：卫生清洁，打造舒适家居新体验 头豹词条报告系列



林若薇

2024-12-19 未经平台授权，禁止转载

摘要 浴室清洁剂行业随着消费者对生活品质和健康环保要求的提升而快速发展。市场呈现出多样化产品形态和品牌竞争激烈的特点，消费者对产品的功能性、品牌忠诚度、环保与健康属性提出更高要求。技术创新是推动行业发展的关键，企业正研发更高效、安全且环保的新配方。政策环境优化，如环保税法的实施，促进了绿色清洁产品的开发与推广。预计未来几年，浴室清洁剂行业将保持稳健增长态势，市场规模有望进一步扩大，企业需要不断提升自身实力，把握市场机遇。

行业定义

浴室清洁剂是指专门设计用于清洁浴室内空间及物品的清洁产品。这一行业的产品覆盖多用途清洁剂、浴室专用清洁剂等，旨在有效清除浴室中的水垢、污渍与细菌。这些产品通常依托表面活性剂、杀菌剂等成分，通过化学作用分解污垢，部分产品强调环保、天然特性，以满足消费者对安全与环保的双重需求。

浴室清洁剂行业预计将持续增长，尤其在发展中国家，市场潜力巨大。行业发展方向聚焦于环保、多功能性产品的开发，以及提高产品的安全性和效率，同时注重清洁剂的标准体系建设与绿色生产工艺的优化。消费者选购时倾向于易于冲洗、泡沫丰富且覆盖广的产品，显示了市场对高效、便捷解决方案的偏好。

行业分类

浴室清洁剂行业根据其化学性质、应用领域和市场主体的多样性呈现不同的分类维度。首要的分类维度是按产品类型，包括强酸清洁剂和碱清洁剂。强酸清洁剂通常用于去除顽固污垢和石灰水垢，而碱清洁剂则适合处理肥皂渍和油脂。

浴室清洁剂行业分类

按照浴室清洁剂成分分类

强酸清洁剂

这类清洁剂的主要成分是酸性化合物，经常用于浴室中瓷砖缝隙、马桶和水槽中的污垢除渍。强酸清洁剂有效于去除石灰水垢和铁锈，针对硬质污渍具有显著优势。然而，其腐蚀性较强，使用时需要仔细操作。

碱清洁剂

此类产品以碱性物质为基本成分，通常用于处理肥皂渍、油脂和生物污泥。适合广泛的浴室表面使用，碱清洁剂相对对环境和人体的伤害较小，但对于一些顽固污渍的清洁能力相对较弱。

行业特征

浴室清洁剂行业的特征包括技术创新需求高、竞争格局激烈、法规监管影响大。

1 技术创新需求高

浴室清洁剂行业展现出了对技术创新的强烈需求，这体现在不断探索更为高效、环保的配方与技术。随着全球对环境保护意识的提升，一些企业正致力于开发新型配方，可能包含更易生物降解的成分与纳米技术的应用，旨在提升清洁效能的同时，减少对环境的不良影响。目前，企业正响应市场对健康、环保产品的偏好，不断推出个性化与定制化解决方案，满足不同消费者的需求，这些创新行为在一定程度上也反映出了行业内长期的研究计划和持续的知识共享机制的存在。

2 市场需求持续增长与多样化

随着消费者对生活品质要求的提升和家居卫生观念的增强，浴室清洁剂市场需求持续增长。消费者对产品的需求不再局限于基本的去污功能，而是更加注重除菌、防霉、去味等多元化功能。

3 环保与绿色发展成为主流趋势

随着环保意识的普及和法规的日益严格，浴室清洁剂行业正逐渐转向环保和绿色发展。企业开始采用更环保的原材料和包装材料，以减少对环境的影响。

发展历程

浴室清洁剂行业在中国的发展历程历经变迁，从新中国成立初期几乎不存在，到1970年代随着卫生意识提升而初现端倪。1980年代后，市场逐步规范化，产品多样化，国外品牌进入但认知度有限。进入高速发展期，国内外品牌竞争加剧，产品种类丰富，价格多样，监管加强，消费者接受度大幅提升。随着“互联网+”战略的推进和电商兴起，浴室清洁剂市场迎来爆发式增长，技术创新推动市场发展，中高端市场快速发展，品牌商通过精准营销提高市场占有率。整个行业经历了从无到有、从小到大的发展历程，现已成为一个竞争激烈、技术不断创新、市场潜力巨大的行业。

萌芽期 · 1949-01-01~1970-01-01

新中国成立后，家庭卫生条件还较差，浴室清洁剂几乎不存在。直到1970年代初期，随着卫生意识的提高和家庭条件的改善，浴室清洁剂开始出现。此阶段的阶段特征为技术单一和环保意识匮乏，产品种类相对较少，行业关注点偏向于清洁效果而非生态友好性。

启动期 · 1971-01-01~2000-01-01

在这一时期，浴室清洁剂开始在市场上出现，并逐渐被消费者接受。1980年代，随着改革开放和经济的发展，家庭清洁用品市场开始逐步规范化，浴室清洁剂也开始多样化。1990年代，国外品牌开始进入中国市场，引入了先进的浴室清洁剂产品和技术，但市场认知度较低，消费者接受度有限。随着中国经济的快速发展和居民生活水平的提高，市场需求逐渐增加。这一时期，市场上开始出现一些知名品牌，并逐步建立起市场推广和销售网络。产品种类开始多样化，功能也更加丰富。

高速发展期 · 2001-01-01~2010-01-01

更多国内外品牌加入市场竞争，产品种类和功能逐渐丰富，价格区间也有所扩展。国家相关部门加强了对浴室清洁剂的监管，出台了相关标准和规范，提高了行业门槛。消费者对浴室清洁剂的认知度和接受度显著提高，市场开始进入快速增长阶段。这一时期，浴室清洁剂行业迎来了快速发展期。随着全球化进程的加快，国外品牌纷纷进入中国市场，本土品牌也在不断壮大。市场竞争激烈，技术创新和产品研发成为企业竞争的关键。同时，销售渠道也在不断拓展，包括线上和线下渠道的结合。

成熟期 · 2011-01-01~2024-01-01

随着“互联网+”战略的推进，电商平台和新零售模式的兴起，浴室清洁剂市场迎来了爆发式增长。多家知名清洁品牌纷纷推出相关产品，技术创新成为推动市场发展的主要动力，智能、环保、高效的清洁剂产品不断涌现。消费者对家庭卫生和环保意识的提升，推动了中高端浴室清洁剂市场的快速发展。品牌商通过精准营销和品牌建设，提高了市场占有率和消费者忠诚度。浴室清洁剂行业趋于稳定，市场竞争逐渐饱和。企业开始注重品牌建设和用户体验，提升产品质量和服务水平。同时，环保和健康成为消费者关注的重点，推动了产品向天然、无害方向发展。

产业链分析

浴室清洁剂发展现状

浴室清洁剂行业产业链上游为原材料供应环节；产业链中游为浴室清洁剂生产环节；产业链下游为浴室清洁剂生产购买和销售环节。

浴室清洁剂行业产业链主要有以下核心研究观点：

浴室清洁剂和护肤品中的表面活性剂种类与比例，直接影响产品的性能与安全性。

在浴室清洁剂中，表面活性剂占比多样，阴离子表面活性剂占50%，因其清洁力强和起泡性能优越而被广泛使用，但存在皮肤刺激性，需与其他助表面活性剂配合使用。非离子表面活性剂占30%，两性离子表面活性剂占15%，阳离子表面活性剂占3%，其他混合表面活性剂占2%，共同形成了复杂而有效的表面活性体系。而在护肤品中，表面活性剂同样发挥重要作用，除了清洁去污，还有保湿、舒缓、亮白和抗皱等功效。氨基酸表面活性剂因其温和、低刺激性和出色的生物降解性，受到高端护肤品市场的青睐。相比之下，传统的阴离子型表面活性剂，如含有硫酸盐成分的产品，存在皮肤刺激性、易降解性和残留物等方面的局限性，而生物表面活性剂则因其安全性和抗菌性能而受到化妆品行业的重视。

浴室清洁剂企业加大研发投入，推出环保、高效、个性化产品，满足市场需求，推动行业增长。

浴室清洁剂企业通过改进现有产品配方、开发新功能特性（如抗菌、防霉）和采用更环保的包装材料，不断提升产品的环保性、高效性和个性化水平。例如，使用表面活性剂和碱剂瓦解顽固污渍，添加橄榄油提取物增加产品温和性，以及采用REWOCARE 755等多功能添加剂提升清洁剂性能。在环保方面，企业转向使用可回收或生物降解的包装材料，如瑞典品牌ceen采用100%环保材料制作包装。2023年，家居清洁行业市场规模达到约1367亿元，普通洗衣液、洗衣凝珠和洗洁精等细分市场的销量占比增幅显著，分别为2.4%、1.5%和0.8%，反映了消费者对高效、环保、个性化清洁产品的需求不断提升。

上 浴室清洁剂产业链上游分析

生产制造端

原材料供应

上游厂商

股 陶氏化学

股 巴斯夫

股 英国禾大

股 宝洁

股 皇马科技

股 钟山化工

股 威尔化工

股 科隆精华

股 奥克股份

产业链上游分析

浴室清洁剂质量受原材料影响，表面活性剂是关键成分，需平衡清洁力与皮肤刺激性。

浴室清洁剂的原材料如表面活性剂、护肤剂、色料、增稠剂和香精等，是浴室清洁剂生产的基础。这些原材料的质量和稳定性直接影响到浴室清洁剂产品的质量和性能。其中，表面活性剂是浴室清洁剂中的主要成分之一，具有降低水的表面张力的作用，从而帮助清洁和去除污垢。在洗涤剂中，表面活性剂的种类和比例各有侧重。具体而言，阴离子表面活性剂占据了50%的份额，以其出色的清洁力和起泡性能受到广泛青睐。然而，它也可能对皮肤产生一定的刺激性，因此在实际应用中，通常需要与其他助表面活性剂配合使用，以降低其刺激性。此外，非离子表面活性剂占30%，两性离子表面活性剂占15%，阳离子表面活性剂占3%，其他混合表面活性剂则占2%，共同构成了洗涤剂中复杂而有效的表面活性体系。

表面活性剂在化妆品中功能多样，氨基酸及生物表面活性剂因其温和性和护肤效果备受青睐。

表面活性剂在护肤品和化妆品中发挥着不可或缺的作用，它凭借降低溶液表面张力的特性，实现了乳化、洗涤、分散、增溶、发泡和抗静电等多重功能，成为化妆品和个人护理产品配方中的关键成分。在护肤品领域，表面活性剂不仅担当着清洁和去污的重任，还具备保湿、舒缓、亮白和抗皱等多重护肤效果。特别是氨基酸表面活性剂，因其温和、低刺激性和出色的生物降解性，在高端护肤品中得到广泛应用。同时，生物表面活性剂因不会引起皮肤过敏或刺激，并具备抗菌性能，正日益受到化妆品行业的青睐。然而，传统的阴离子型表面活性剂，如含有硫酸盐成分的产品，在皮肤刺激性、易降解性和残留物等方面存在一定的局限性。

中 浴室清洁剂产业链中游分析

品牌端

浴室清洁剂生产

中游厂商

股 水卫士

股 老管家

股 活力28

股 亮净

股 沫檬

股 威猛先生

产业链中游分析

浴室清洁剂企业研发新品与技术，注重高效环保安全，采用环保包装，添加多功能成分，提升产品性能。

浴室清洁剂企业不断投入研发，开发新产品和技术，以满足市场对高效、环保、安全和个性化清洁产品的需求。这包括改进现有产品的配方、开发新的功能特性（如抗菌、防霉）、采用更环保的包装材料等。如使用表面活性剂和碱剂来瓦解顽固污渍，并且添加橄榄油提取物以增加产品的温和性。此外，还有企业通过添加多功能添加剂来提升清洁剂的性能，如REWOCARE 755，这种添加剂适用于多种类型的清洁剂中，能够修复细微刮痕。在环保方面，许多企业正在转向使用可回收或生物降解的包装材料，以减少对环境的影响。例如，瑞典品牌ceen采用100%环保材料制作其清洁产品的包装。

家居清洁行业市场规模庞大，洗衣液、凝珠、洗洁精等细分产品销量显著增长。

从家居清洁层面来看，2023年家居清洁行业的市场规模约为1367亿元。从具体的细分市场来看，家庭清洁产品中的多个领域都迎来了销量的显著增长。特别是普通洗衣液、洗衣凝珠以及洗洁精等产品，它们的销量占比增幅尤为突出，分别达到了2.4%、1.5%和0.8%。这些细分市场的增长不仅反映了消费者对家居清洁产品需求的不断提升。

下 浴室清洁剂产业链下游分析

渠道端及终端客户

浴室清洁剂销售和购买

渠道端

股 上海大润发有限公司

股 永辉超市股份有限公司

股 家乐福（中国）管理咨询服务有限公司

股 京東集團股份有限公司

股 淘宝（中国）软件有限公司

股 拼多多（上海）网络科技有限公司

股 抖音有限公司

股 北京快手科技有限公司

股 小红书科技有限公司

股 沃尔玛（中国）投资有限公司

产业链下游分析

家居清洁市场需求多样化，细分品类销量领先，推动市场持续发展与繁荣。

随着消费者对家居生活品质要求的日益提升，家庭环境清洁产品的市场需求呈现出多样化与细分化的趋势。洗洁精、洁厕剂以及消毒液等产品在市场中占据重要地位，销量排名前三，其占比分别为30%、14%和10%。这些产品的广泛应用不仅满足了消费者对家居清洁的多样化需求，也推动了家居清洁市场的持续发展与繁荣。

消费者愈发倾向于购买温和配方的清洁产品。

这类产品不仅能够有效清除污渍和细菌，还能减少对皮肤的刺激和伤害，特别是对于家中有小孩或宠物的家庭来说，更加温和安全的清洁产品成为了首选。此外，温和配方的清洁产品通常含有天然成分，如植物提取物，这些成分不仅对环境友好，还能在保护家人健康的同时，给予家居环境更加自然清新的清洁体验。因此，市场上温和配方的浴室清洁剂、洗洁精和消毒液等产品销量持续增长，占据了显著的市场份额。

行业规模

浴室清洁剂行业规模的概况

2018年—2023年，浴室清洁剂行业市场规模由4.62万吨增长至6.48万吨，期间年复合增长率6.99%。预计2024年—2028年，浴室清洁剂行业市场规模由7.64万吨增长至9.09万吨，期间年复合增长率4.44%。

浴室清洁剂行业市场规模历史变化的原因如下：

随着市场需求的波动，洗涤剂的生产量也在相应地进行调整，带动浴室清洁剂变动。

2020年，个人卫生与家庭清洁成为了人们的关注焦点，这直接促使肥皂、洗涤剂 etc 卫生清洁产品的需求量显著攀升。在此背景下，洗涤剂的生产量也迎来了大幅增长，达到了1,149.16万吨的历史高位。然而，进入2021年后，随着市场环境的逐渐稳定，消费者对洗涤剂等清洁用品的需求也逐渐趋于平稳，回归到了2019年的正

常水平。这一变化直接反映在了洗涤剂的生产量上，相较于2020年的高峰，2021年的洗涤剂产量回调至1,077.61万吨。

浴室清洁剂行业市场规模未来变化的原因主要包括：

商业及公共设施对清洁要求提升，推动浴室清洁剂市场需求。

在商业场所（诸如酒店、餐馆）、办公大楼以及各类公共设施（例如学校、医院）中，对于清洁卫生的要求日益严格，尤其是在人口密集的城市地区。为了营造干净舒适的环境，满足顾客或使用者的需求，这些场所通常会定期采用专业级别的浴室清洁剂进行清洁，从而进一步推动了市场需求。以深圳市市场监督管理局发布的《公共区域环境卫生质量和管理要求》为例，该要求明确指出，公共厕所的清洁频次需每天不低于3次，而在人流密集区域则需增至每天不少于5次，以确保环境的整洁与有序。此外，根据《公共场所卫生管理规范》（GB 37487-2019）的相关规定，该标准详细阐述了公共场所的基本卫生要求、卫生管理以及从业人员卫生等多个管理环节的基本要求和准则，广泛适用于宾馆、旅店、招待所等多种场所，进一步强化了清洁卫生在公共场所管理中的重要性。

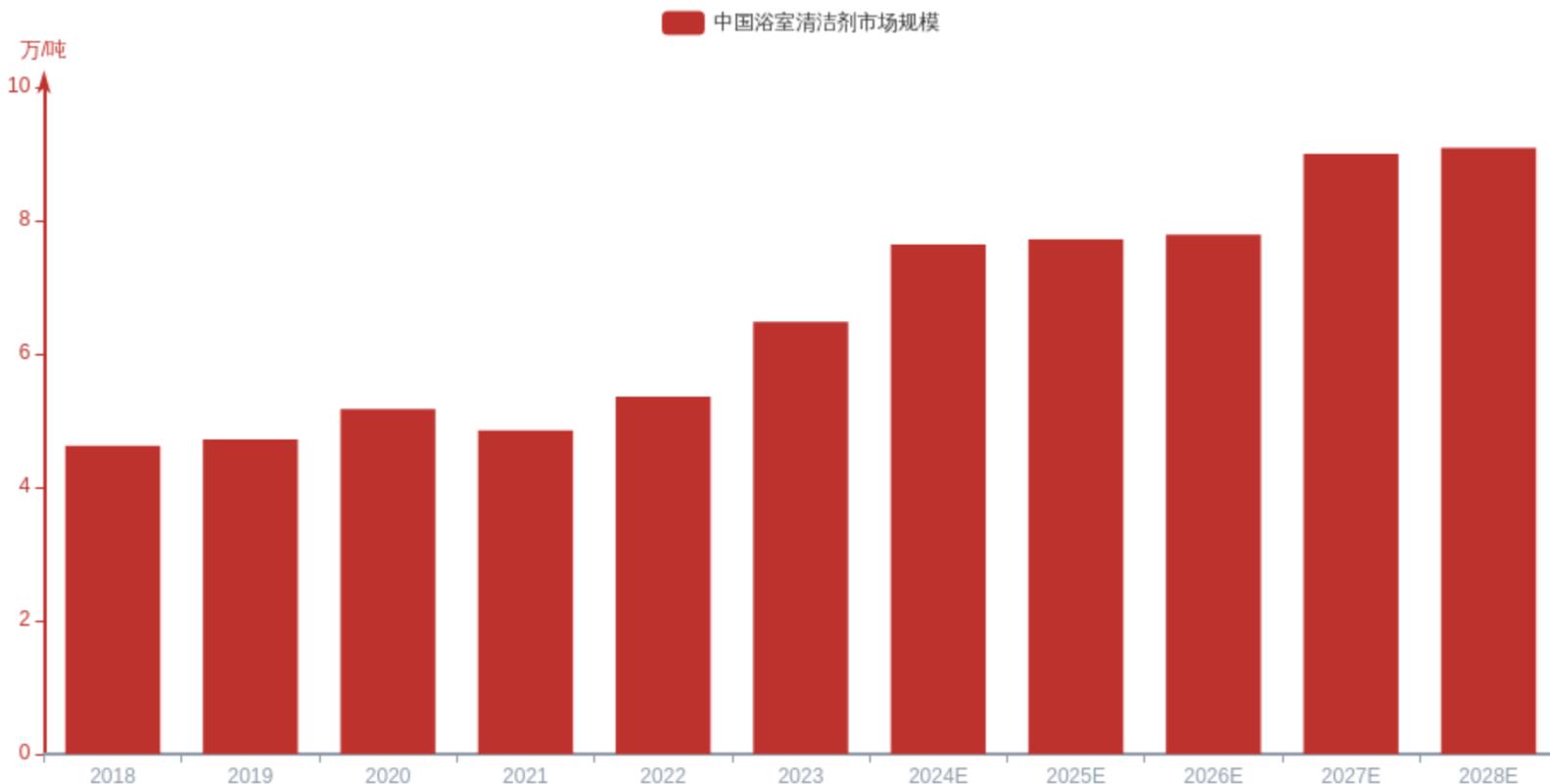
浴室清洁剂规模预测

仅提供预测模型的PPTx格式文件下载

规模预测SIZE模型

浴室清洁剂行业规模

中国浴室清洁剂行业规模



计算规则: 中国浴室清洁剂市场规模=洗涤剂产量*浴室清洁剂在清洁剂中占比

数据来源: 国家统计局

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”全国清洁生产推行方案》	国家发展改革委、生态环境部、工业和信息化部、科技部、财政部、住房和城乡建设部、交通运输部、农业农村部、商务部、市场监管总局	2021-10-29	7
政策内容	该政策旨在“十四五”期间全国范围内推动清洁生产的实施，通过技术创新、产业结构调整、强化标准引领等措施，促进企业、产品和服务业清洁化转型，旨在降低能耗、减少污染物排放，提升行业可持续发展能力。			
政策解读	对浴室清洁剂行业而言，此政策强调了清洁生产的重要性，要求提高产品环保标准和生产工艺的清洁度。直接影响在于行业需要加大研发力度，采用更为环保的原材料和技术，以满足日益严格的环保标准。短期内可能导致成本上升，但长期来看，能促进行业内产品升级和技术创新，提升企业竞争力和市场份额。特别是在消费者对绿色健康产品需求日益增长的趋势下，符合清洁生产标准的产品有望获得市场偏好，从而为行业带来正向推动力。政策还可能引导资本流向环保型技术和生产方式，加速行业绿色转型，对整个行业生态产生积极影响。然而，小型企业可能面临更大的转型压力，需关注相关政策支持与引导措施。			

政策性质	规范性
------	-----

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于促进家居消费若干措施的通知》	商务部等13部门	2023-07-01	8
政策内容	鼓励有条件的居民小区利用闲置房屋设置家电家具临时存放场所，方便居民开展装修。鼓励家政企业和家电服务企业进社区，拓展家居清洁和家电维修、保养等业务。			
政策解读	该政策旨在促进家居消费与改善居民生活质量，鼓励小区利用闲置房屋存放装修家电家具，便利居民装修；同时推动家政与家电服务企业进社区，拓展服务范围。对于浴室清洁剂行业，这意味着市场需求可能增加，企业应提升产品质量与服务，抓住市场机遇。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《卫生洁具清洗剂》	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	2023-07-01	8
政策内容	规定了卫生洁具清洗剂产品的分类、要求、试验方法、检验规则和标志、包装、运输、贮存。适用于由无机酸、有机酸、表面活性剂或其他助剂为主要原料复配的液体、膏状、凝胶状卫生洁具清洗剂产品的生产和检测。			
政策解读	该政策详细规定了卫生洁具清洗剂（包括浴室清洁剂）的分类、要求、试验方法等，适用于以无机酸、有机酸、表面活性剂等为原料的产品。这为浴室清洁剂行业提供了明确的生产和检测标准，有助于提升产品质量和市场竞争能力。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“美丽中国，我是行动者”提升公民生态文明意识行动计划(2021-2025年)》	党中央、国务院	2021-01-01	6
政策内容	生态环境部门会同相关部门围绕与公众衣食住行游等日常生活紧密相关的各方面，组织开展绿色出行、绿色家居、绿色消费、绿色餐饮、绿色快递绿色出游、绿色观影等活动。			
政策解读	该政策推动绿色生活方式，涉及衣食住行游等日常各方面。浴室清洁剂行业可借此机遇，推广环保产品，满足公众对绿色家居的需求，助力生态文明建设。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”全国清洁生产推行方案》	发展改革委、生态环境部等	2021-12-01	6
政策内容	以清洁生产审核为抓手，系统推进工业、农业、建筑业、服务业等领域清洁生产，积极实施清洁生产改造，探索清洁生产区域协同推进模式，培育壮大清洁生产产业，促进实现碳达峰、碳中和目标，助力美丽中国建设。			
政策解读	该政策强调以清洁生产审核为手段，推动各领域清洁生产，包括浴室清洁剂行业。通过实施清洁生产改造，探索协同推进模式，培育清洁生产产业，有助于浴室清洁剂行业实现绿色发展，助力碳达峰、碳中和目标，推动美丽中国建设。			
政策性质	规范类政策			

竞争格局

浴室清洁剂概况

浴室清洁剂行业的竞争格局多元化，既有外资品牌与本土品牌的较量，也有新老品牌的创新竞争。

浴室清洁剂行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有水卫士、老管家等；第二梯队公司为威猛先生、亮净等；第三梯队有活力28、沫檬等。

浴室清洁剂行业竞争格局的形成主要包括以下原因：

头部企业凭专利技术和国际合作，满足高效环保需求，国际化战略成效显著。

水卫士采用美国水质保护专利技术及进口原料，能够迅速络合并降解水体中的有害物质，同时有效调节水体的碳循环过程。这一独特的技术优势，让水卫士在清洁效果与安全性上脱颖而出，精准契合了现代消费者对高效且环保清洁剂的高标准需求。此外，水卫士还成功携手全球知名企业，如德国巴斯夫公司和美国陶氏化学公司等，建立了稳固的合作关系，确保了其产品原料的卓越品质与可靠性。这种跨国的强强联合，不仅大幅提升了水卫士品牌的国际知名度与信誉度，还显著增强了其在激烈市场竞争中的优势地位，为消费者带来了更加值得信赖与期待的优质清洁解决方案。

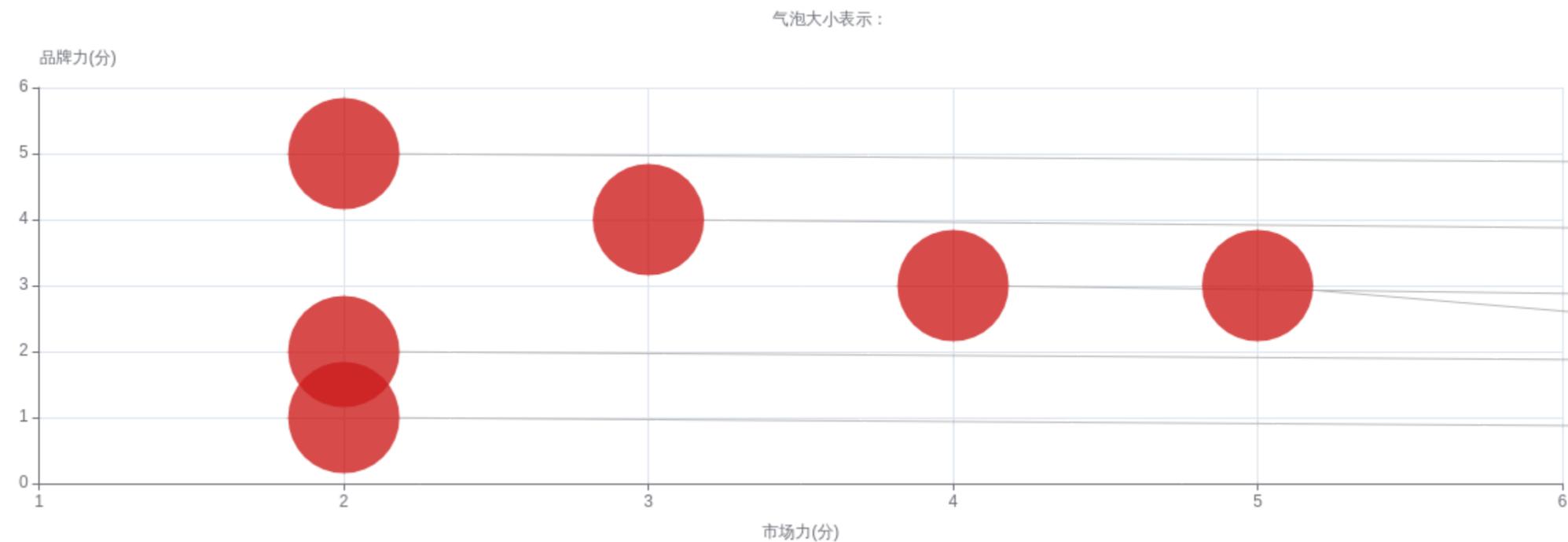
其余企业凭借卓越产品性能和价格优势，也赢得了广大消费者的青睐。

如威猛先生在浴室清洁剂市场中以其去污能力著称。其产品含有植物清洁成分和高效植物精华，能够深层清洁污垢、细菌以及异味，同时保护浴室瓷砖不受损伤。此外，威猛先生的浴室清洁剂采用革新配方，能有效瓦解多种表面污渍，并且具有除菌率高达99.9%的特点。这些特性使得威猛先生在市场上具有较强的竞争力。老管家浴室清洁剂也以其优异的性能著称，能够有效去除浴室中的水垢和皂垢，同时对瓷砖、淋浴房等表面温和而彻底地清洁。

浴室清洁剂行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：

一些浴室清洁剂品牌开始拓展国际市场，通过国际合作和出口贸易等方式提高国际知名度，进而增加其市场份额。

2018年，水卫士（Seaways）正式开启国际化征程，瞄准东南亚清洁产品市场的空白，果断将东南亚作为海外拓展的首站。其主打的第一款产品——浴室清洁剂，凭借其便捷的使用体验和卓越的性能，迅速赢得了市场的青睐。这款浴室清洁剂操作简便，只需轻轻一按一喷，即可释放出丰富的泡沫，有效溶解并去除浴室内的顽固污渍。凭借如此出色的产品实力，Seaways在短短三个月内便在东南亚市场崭露头角，销量迅速攀升至同类产品前三，充分展示了其强大的市场竞争力和广阔的发展潜力。这一成功不仅为Seaways的国际化战略奠定了坚实的基础，也为其后续产品的推广和市场拓展注入了强大的信心。



上市公司速览

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

企业分析

1 广东水卫士生物科技有限公司

公司信息

企业状态	开业	注册资本	500万人民币
企业总部	广州市	行业	科技推广和应用服务业
法人	石鹏程	统一社会信用代码	91440105MA9YERYHXB

企业类型	有限责任公司(法人独资)	成立时间	2024-09-06
品牌名称	广东水卫士生物科技有限公司	经营范围	技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;生态环境材料销售;日用电器修理;家用电器销售;日用化学产品销售;化工产品销售(不含许可类化工产品);消毒剂销售(不含危险化学品);电子产品销售;服装服饰零售;服装、服饰检验、整理服务;鞋帽零售;鞋帽批发;文具用品零售;文具用品批发;体育用品及器材零售;体育用品及器材批发;日用百货销售;通讯设备销售;通讯设备修理;计算机软硬件及辅助设备零售;计算机软硬件及辅助设备批发;电子元器件零售;五金产品零售;五金产品批发;建筑装饰材料销售;塑料制品销售;金属制品销售;纸制品销售;包装材料及制品销售;汽车零配件零售;汽车零配件批发;第二类医疗器械销售;第一类医疗器械销售;办公服务;专业设计服务;货物进出口;技术进出口;物联网应用服务;化妆品零售;化妆品批发;普通货物仓储服务(不含危险化学品等需许可审批的项目);国内货物运输代理;信息技术咨询服务;平面设计;;药品零售;第三类医疗器械经营;第三类医疗器械租赁;食品销售;保税物流中心经营;

广东水卫士生物科技有限公司竞争优势

竞争优势

水卫士作为植物基家清品牌，其“植物基除垢”的全新品牌定位在市场上引起了广泛关注，并且得到了消费者的认可和喜爱。水卫士不断推出新产品，如浴室清洁剂、洗衣机槽清洁剂和洗碗凝珠等，这些产品覆盖了家庭清洁的多个领域，满足了消费者多样化的需求。

新潮传媒集团

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

业务合作

会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，提供PC及移动端，方便触达平台内容

定制报告/词条

行企研究多模态搜索引擎及数据库，募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行现状梳理和趋势洞察，输出全局观深度研究报告

招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产业，内容可授权引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评估和证明，助力企业价值提升及品牌影响力传播

云实习课程

依托完善行业研究体系，帮助学生掌握行业研究能力，丰富简历履历



业务热线

袁先生：15999806788

李先生：13080197867

诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

