

2001IMI

消费行为 与生活形态年鉴

IMI CONSUMER BEHAVIOURS
& LIFE PATTERNS YEARBOOK

④

洗涤日用品、化 妆品与药品分册

北京广播学院出版社

2001M1

2001M1

2001M1

2001M1

2001M1

2001M1

2001 IMI 消费行为与生活形态年鉴

北京·上海·广州·重庆·武汉·西安·沈阳

IMI (创研) 市场信息研究所

北京科嘉艺广告有限公司

北京广播学院广告学系

北京科嘉艺营销广告有限公司

《国际广告》杂志社

第④卷

洗涤日用品、化妆品与药品分册

Y&D Marketing Service LTD.

北京科艺创研资讯

北京广播学院出版社

版权所有。未经许可，本书的任何部分不准以任何方式在世界任何地区以任何文字翻印、拷贝、仿制或转载本书任何一部分或全部。

Copyright ©Yearbook & Database Marketing Service LTD (Y&D)
All rights reserved. No part of the publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording, or any information storage and retrieval system, without written permission from the publisher.

图书在版编目(CIP)数据

2001IMI 消费行为与生活形态年鉴. 第4卷, 洗涤日用品、化妆品与药品分册 / 北京创研研究所编著. —北京: 北京广播学院出版社, 2001.7
ISBN 7-81004-960-7

I. 2... II. 北... III. ①消费形式—中国—2001—年鉴②生活方式—中国—2001—年鉴 IV. D669.3-54

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 027397 号

2001IMI 消费行为与生活形态年鉴

第4卷 洗涤日用品、化妆品与药品分册

编 著: 北京创研研究所

责任编辑: 黄京华 文心水

出版发行: 北京广播学院出版社

北京市朝阳区定福庄东街1号 邮编: 100024

电话: 65779405 或 65779140

经 销: 新华书店总店北京发行所

印 装: 北京市朝阳区印刷厂

开 本: 889×1194 毫米 16 开

印 张: 70.875

字 数: 2295 千字

版 次: 2001 年 7 月第 1 版 2001 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 1-2000 册

ISBN 7-81004-960-7



9 787810 049603 >

ISBN 7-81004-960-7/G · 599

定价: 500.00 元 (人民币)

100.00 美元 (美元)

《2001 IMI 消费行为与生活形态年鉴》

研究机构、研究编辑人员

项目总统筹	北京科艺创研市场与媒介资讯有限公司						
研究机构	IMI（创研）市场信息研究所 北京科嘉艺营销广告有限公司 北京广播学院广告学系 《国际广告》杂志社						
项目总负责	肖开宁（北京科嘉艺营销广告有限公司总裁） 黄升民（北京广播学院广告学系教授）						
项目策划	黄升民（北京广播学院广告学系教授） 丁俊杰（北京广播学院广告学系教授） 刘立宾（国际广告杂志社社长兼主编）						
编委会成员	黄升民	丁俊杰	肖开宁	刘立宾	王冰	黄京华	
研究人员	黄升民	丁俊杰	肖开宁	刘立宾	王冰	黄京华	张津
	李琳	吴月潇					

《2001 IMI 消费行为与生活形态年鉴》编辑部

编辑部主任	黄京华						
编辑部副主任	张 津	李 琳	吴月潇				
技术总负责	黄京华						
编辑部成员	黄京华	张 津	李 琳	吴月潇	李彩云	林 琳	廖文梅
	廖长城	李洪兴	李燕玲	韦霄飞	张雯艳	周 婷	王 薇
	胡家骝	吴兆乙	周婷婷	赵海蓉	谭科见	蔡 倩	赵 娜
	李兆平	马 芳	王艺梦	盛慧云			

目 录

第一篇 洗涤日用品

背景资料

1

一、牙膏

一、基本市场描述

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的使用方式

样本、男性各收入层、女性各收入层的使用方式

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的使用频率

样本、男性各收入层、女性各收入层的使用频率

二、品牌分析

最常使用品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层的常用品牌

正在使用的品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层正在使用的品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层正在使用的品牌

品牌转换习惯

下一次打算使用的品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层下一次打算使用的品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层下一次打算使用的品牌

不同消费群的常用品牌

三、消费者分析

样本、男性各年龄层、女性各年龄层是否是主要购买者

样本、男性各收入层、女性各收入层是否是主要购买者

选择该类商品的考虑因素

对产品功能的侧重方面

不同性别的重度消费者的年龄分布

不同性别的重度消费者的收入分布

重度消费者选择该类商品时的考虑因素

重度消费者对产品功能的侧重方面

重度消费者的消费群构成

1	北京市牙膏消费情况	16
2	上海市牙膏消费情况	26
3	广州市牙膏消费情况	36
4	重庆市牙膏消费情况	45
5	武汉市牙膏消费情况	57

6	西安市牙膏消费情况	68
7	沈阳市牙膏消费情况	79

二、洗发水

一、基本市场描述

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的使用方式

样本、男性各收入层、女性各收入层的使用方式

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的使用频率

样本、男性各收入层、女性各收入层的使用频率

二、品牌分析

最常使用品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层的常用品牌

正在使用的品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层正在使用的品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层正在使用的品牌

品牌转换习惯

下一次打算使用的品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层下一次打算使用的品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层下一次打算使用的品牌

不同消费群的常用品牌

三、消费者分析

样本、男性各年龄层、女性各年龄层是否是主要购买者

样本、男性各收入层、女性各收入层是否是主要购买者

选择该类商品的考虑因素

对产品功能的侧重方面

不同性别的双重消费者的年龄分布

不同性别的双重消费者的收入分布

重度消费者选择该类商品时的考虑因素

重度消费者对产品功能的侧重方面

重度消费者的消费群构成

1	北京市洗发水消费情况	90
2	上海市洗发水消费情况	101
3	广州市洗发水消费情况	112
4	重庆市洗发水消费情况	124
5	武汉市洗发水消费情况	136
6	西安市洗发水消费情况	147
7	沈阳市洗发水消费情况	158

三、香皂

一、基本市场描述

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的使用方式

样本、男性各收入层、女性各收入层的使用方式

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的使用频率

样本、男性各收入层、女性各收入层的使用频率

二、品牌分析

最常使用品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层的常用品牌

正在使用的品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层正在使用的品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层正在使用的品牌

品牌转换习惯

下一次打算使用的品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层下一次打算使用的品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层下一次打算使用的品牌

不同消费群的常用品牌

三、消费者分析

样本、男性各年龄层、女性各年龄层是否是主要购买者

样本、男性各收入层、女性各收入层是否是主要购买者

选择该类商品的考虑因素

对产品功能的侧重方面

不同性别的双重消费者的年龄分布

不同性别的双重消费者的收入分布

重度消费者选择该类商品时的考虑因素

重度消费者对产品功能的侧重方面

重度消费者的消费群构成

1	北京市香皂消费情况	169
2	上海市香皂消费情况	180
3	广州市香皂消费情况	190
4	重庆市香皂消费情况	202
5	武汉市香皂消费情况	211
6	西安市香皂消费情况	220
7	沈阳市香皂消费情况	229

四、沐浴液

一、基本市场描述

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的使用方式

样本、男性各收入层、女性各收入层的使用方式

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的使用频率
样本、男性各收入层、女性各收入层的使用频率

二、品牌分析

最常使用品牌排名
样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌
样本、男性各收入层、女性各收入层的常用品牌
正在使用的品牌排名
样本、男性各年龄层、女性各年龄层正在使用的品牌
样本、男性各收入层、女性各收入层正在使用的品牌
品牌转换习惯
下一次打算使用的品牌排名
样本、男性各年龄层、女性各年龄层下一次打算使用的品牌
样本、男性各收入层、女性各收入层下一次打算使用的品牌
不同消费群的常用品牌

三、消费者分析

样本、男性各年龄层、女性各年龄层是否是主要购买者
样本、男性各收入层、女性各收入层是否是主要购买者
选择该类商品的考虑因素
对产品功能的侧重方面
不同性别的双重消费者的年龄分布
不同性别的双重消费者的收入分布
双重消费者选择该类商品时的考虑因素
双重消费者对产品功能的侧重方面
双重消费者的消费群构成

1	北京市沐浴液消费情况	240
2	上海市沐浴液消费情况	250
3	广州市沐浴液消费情况	261
4	重庆市沐浴液消费情况	276
5	武汉市沐浴液消费情况	287
6	西安市沐浴液消费情况	299
7	沈阳市沐浴液消费情况	310

五、洗衣粉

一、基本市场描述

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的使用方式
样本、男性各收入层、女性各收入层的使用方式
样本、男性各年龄层、女性各年龄层的使用频率
样本、男性各收入层、女性各收入层的使用频率

二、品牌分析

最常使用品牌排名
样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层的常用品牌

正在使用的品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层正在使用的品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层正在使用的品牌

品牌转换习惯

下一次打算使用的品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层下一次打算使用的品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层下一次打算使用的品牌

不同消费群的常用品牌

三、消费者分析

样本、男性各年龄层、女性各年龄层是否是主要购买者

样本、男性各收入层、女性各收入层是否是主要购买者

选择该类商品的考虑因素

对产品功能的侧重方面

家中其他洗衣用品的比例

不同性别的双重消费者的年龄分布

不同性别的双重消费者的收入分布

重度消费者选择该类商品时的考虑因素

重度消费者对产品功能的侧重方面

重度消费者的消费群构成

1	北京市洗衣粉消费情况	323
2	上海市洗衣粉消费情况	332
3	广州市洗衣粉消费情况	342
4	重庆市洗衣粉消费情况	350
5	武汉市洗衣粉消费情况	359
6	西安市洗衣粉消费情况	368
7	沈阳市洗衣粉消费情况	378

六、洗涤剂

一、基本市场描述

样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近三个月是否使用的比例

样本、男性各收入层、女性各收入层最近三个月是否使用的比例

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的使用频率

样本、男性各收入层、女性各收入层的使用频率

二、品牌分析

最常使用品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层的常用品牌

正在使用的品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层正在使用的品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层正在使用的品牌

品牌转换习惯

下一次打算使用的品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层下一次打算使用的品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层下一次打算使用的品牌

不同消费群的常用品牌

三、消费者分析

样本、男性各年龄层、女性各年龄层是否是主要购买者

样本、男性各收入层、女性各收入层是否是主要购买者

选择该类商品的考虑因素

对产品功能的侧重方面

不同性别的双重消费者的年龄分布

不同性别的双重消费者的收入分布

重度消费者选择该类商品时的考虑因素

重度消费者对产品功能的侧重方面

重度消费者的消费群构成

1	北京市洗涤灵消费情况	389
2	上海市洗涤灵消费情况	399
3	广州市洗涤灵消费情况	409
4	重庆市洗涤灵消费情况	419
5	武汉市洗涤灵消费情况	427
6	西安市洗涤灵消费情况	436
7	沈阳市洗涤灵消费情况	445

七、洗面乳

一、基本市场描述

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的使用频率

样本、男性各收入层、女性各收入层的使用频率

二、品牌分析

最常使用品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层的常用品牌

正在使用的品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层正在使用的品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层正在使用的品牌

品牌转换习惯

下一次打算使用的品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层下一次打算使用的品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层下一次打算使用的品牌

不同消费群的常用品牌

三、消费者分析

选择该类商品的考虑因素

对产品功能的侧重方面	454
不同性别的重度消费者的年龄分布	464
不同性别的重度消费者的收入分布	474
重度消费者选择该类商品时的考虑因素	484
重度消费者对产品功能的侧重方面	493
重度消费者的消费群构成	502
1 北京市洗面乳消费情况	512
2 上海市洗面乳消费情况	
3 广州市洗面乳消费情况	
4 重庆市洗面乳消费情况	
5 武汉市洗面乳消费情况	
6 西安市洗面乳消费情况	
7 沈阳市洗面乳消费情况	

八、脸部润肤霜

一、基本市场描述

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的使用频率

样本、男性各收入层、女性各收入层的使用频率

二、品牌分析

最常使用品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层的常用品牌

正在使用的品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层正在使用的品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层正在使用的品牌

品牌转换习惯

下一次打算使用的品牌排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层下一次打算使用的品牌

样本、男性各收入层、女性各收入层下一次打算使用的品牌

不同消费群的常用品牌

三、消费者分析

选择该类商品的考虑因素

对产品功能的侧重方面

不同性别的重度消费者的年龄分布

不同性别的重度消费者的收入分布

重度消费者选择该类商品时的考虑因素

重度消费者对产品功能的侧重方面

重度消费者的消费群构成

1 北京市脸部润肤霜消费情况	523
2 上海市脸部润肤霜消费情况	532
3 广州市脸部润肤霜消费情况	543

4	重庆市脸部润肤霜消费情况	553
5	武汉市脸部润肤霜消费情况	562
6	西安市脸部润肤霜消费情况	571
7	沈阳市脸部润肤霜消费情况	581

第二篇 化妆品

背景资料	593
------	-----

一、化妆水

一、基本市场描述

最近三个月使用频次的比例

样本、女性各年龄层的使用频率

样本、女性各收入层的使用频率

二、品牌分析

最常使用品牌排名

样本、女性各年龄层的常用品牌

样本、女性各收入层的常用品牌

不同消费者正在使用的品牌排名

样本、女性各年龄层正在使用的品牌

样本、女性各收入层正在使用的品牌

品牌转换习惯

下一次打算使用的品牌排名

样本、女性各年龄层下一次打算使用的品牌

样本、女性各收入层下一次打算使用的品牌

不同消费群的常用品牌

三、消费者分析

选择该类商品的考虑因素

对产品功能的侧重方面

重度消费者的年龄分布

重度消费者的收入分布

重度消费者选择该类商品时的考虑因素

重度消费者对产品功能的侧重方面

重度消费者的消费群构成

1	北京市化妆水消费情况	601
2	上海市化妆水消费情况	607
3	广州市化妆水消费情况	617
4	重庆市化妆水消费情况	624
5	武汉市化妆水消费情况	632
6	西安市化妆水消费情况	641
7	沈阳市化妆水消费情况	649

二、粉底

一、基本市场描述

最近三个月使用频次的比例

样本、女性各年龄层的使用频率

样本、女性各收入层的使用频率

二、品牌分析

最常使用品牌排名

样本、女性各年龄层的常用品牌

样本、女性各收入层的常用品牌

不同消费者正在使用的品牌排名

样本、女性各年龄层正在使用的品牌

样本、女性各收入层正在使用的品牌

品牌转换习惯

下一次打算使用的品牌排名

样本、女性各年龄层下一次打算使用的品牌

样本、女性各收入层下一次打算使用的品牌

不同消费群的常用品牌

三、消费者分析

选择该类商品的考虑因素

对产品功能的侧重方面

重度消费者的年龄分布

重度消费者的收入分布

重度消费者选择该类商品时的考虑因素

重度消费者对产品功能的侧重方面

重度消费者的消费群构成

1	北京市粉底消费情况	659
2	上海市粉底消费情况	667
3	广州市粉底消费情况	673
4	重庆市粉底消费情况	680
5	武汉市粉底消费情况	687
6	西安市粉底消费情况	693
7	沈阳市粉底消费情况	700

三、口红

一、基本市场描述

最近三个月使用频次的比例

样本、女性各年龄层的使用频率

样本、女性各收入层的使用频率

二、品牌分析

最常使用品牌排名

样本、女性各年龄层的常用品牌

样本、女性各收入层的常用品牌

正在使用的品牌排名

样本、女性各年龄层正在使用的品牌

样本、女性各收入层正在使用的品牌

品牌转换习惯

下一次打算使用的品牌排名

样本、女性各年龄层下一次打算使用的品牌

样本、女性各收入层下一次打算使用的品牌

不同消费群的常用品牌

三、消费者分析

选择该类商品的考虑因素

对产品功能的侧重方面

重度消费者的年龄分布

重度消费者的收入分布

重度消费者选择该类商品时的考虑因素

重度消费者对产品功能的侧重方面

重度消费者的消费群构成

1	北京市口红消费情况	709
2	上海市口红消费情况	714
3	广州市口红消费情况	720
4	重庆市口红消费情况	725
5	武汉市口红消费情况	730
6	西安市口红消费情况	735
7	沈阳市口红消费情况	739

四、卫生巾

一、基本市场描述

最近一次使用量的比例

样本、女性各年龄层的使用量

样本、女性各收入层的使用量

二、品牌分析

最常使用品牌排名

样本、女性各年龄层的常用品牌

样本、女性各收入层的常用品牌

正在使用的品牌排名

样本、女性各年龄层正在使用的品牌

样本、女性各收入层正在使用的品牌

品牌转换习惯

下一次打算使用的品牌排名

样本、女性各年龄层下一次打算使用的品牌

样本、女性各收入层下一次打算使用的品牌	
不同消费群的常用品牌	
三、消费者分析	
样本、女性各年龄层白天最常使用的类型	
样本、女性各收入层白天最常使用的类型	
样本、女性各年龄层夜间最常使用的类型	
样本、女性各收入层夜间最常使用的类型	
选择该类商品的考虑因素	
对产品功能的侧重方面	
样本、女性各年龄层使用其他卫生用品的比例	
样本、女性各收入层使用其他卫生用品的比例	
重度消费者的年龄分布	
重度消费者的收入分布	
重度消费者选择该类商品时的考虑因素	
重度消费者对产品功能的侧重方面	
重度消费者的消费群构成	
1 北京市卫生巾消费情况	745
2 上海市卫生巾消费情况	751
3 广州市卫生巾消费情况	757
4 重庆市卫生巾消费情况	763
5 武汉市卫生巾消费情况	769
6 西安市卫生巾消费情况	775
7 沈阳市卫生巾消费情况	781

第三篇 药品

背景资料	789
------	-----

一、感冒药

一、基本市场描述

公费/自费医疗的比例

最近一年内有无服用的比例

样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近一年内有无服用的比例

样本、男性各收入层、女性各收入层最近一年内有无服用的比例

二、品牌分析

最常使用品牌或品种排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层常用的品牌或品种

样本、男性各收入层、女性各收入层常用的品牌或品种

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯

样本、男性各收入层、女性各收入层的品牌习惯

理想品牌或品种排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的理想品牌或品种

样本、男性各收入层、女性各收入层的理想品牌或品种

不同消费群的常用品牌或品种

三、消费者分析

易患感冒的季节

家中是否有备用感冒药的习惯

样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常服用的种类

样本、男性各收入层、女性各收入层最常服用的种类

样本、男性各年龄层、女性各年龄层购买感冒药的场所

样本、男性各收入层、女性各收入层购买感冒药的场所

样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常服用的场合

样本、男性各收入层、女性各收入层最常服用的场合

选择该类商品的考虑因素

1	北京市感冒药消费情况	798
2	上海市感冒药消费情况	807
3	广州市感冒药消费情况	815
4	重庆市感冒药消费情况	823
5	武汉市感冒药消费情况	831
6	西安市感冒药消费情况	841
7	沈阳市感冒药消费情况	851

二、润喉药

一、基本市场描述

公费/自费医疗的比例

最近一年内有无服用的比例

样本、男性各年龄层、女性各年龄层最近一年内有无服用的比例

样本、男性各收入层、女性各收入层最近一年内有无服用的比例

二、品牌分析

最常使用品牌或品种排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的常用品牌或品种

样本、男性各收入层、女性各收入层的常用品牌或品种

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的品牌习惯

样本、男性各收入层、女性各收入层的品牌习惯

理想品牌或品种排名

样本、男性各年龄层、女性各年龄层的理想品牌或品种

样本、男性各收入层、女性各收入层的理想品牌或品种

不同消费群的常用品牌或品种

三、消费者分析

家中是否有备用润喉药的习惯

样本、男性各年龄层、女性各年龄层最常服用的种类