

2020-2026年中国日化用品 市场深度分析与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国日化用品市场深度分析与投资战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202001/149370.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

我国是世界上第一人口大国，人口数占世界总人口数近20%，庞大的人口基数及不断发展的国民经济和人均消费水平，促使我国成为全球第二大化妆品市场。2014年，我国日化产品市场规模为2,937亿元，同比增长7.2%，从2009年至2014年，年复合增长率达9.8%；预计2014-2019年年复合增长率将为7.6%，总增长率将达到44%，到2019年，我国日化产品零售额将达到4,230亿元。2009-2019年中国日化用品零售额（亿元） 中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国日化用品市场深度分析与投资战略咨询报告》共十六章。首先介绍了日化用品行业市场发展环境、日化用品整体运行态势等，接着分析了日化用品行业市场运行的现状，然后介绍了日化用品市场竞争格局。随后，报告对日化用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了日化用品行业发展趋势与投资预测。您若想对日化用品产业有个系统的了解或者想投资日化用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。 报告目录：第一部分 产业环境透视第一章 日化用品行业发展综述第一节 日化用品行业定义及分类一、行业定义二、行业主要产品分类三、行业特性及在国民经济中的地位第二节 日化用品行业统计标准一、统计部门和统计口径二、行业主要统计方法介绍三、行业涵盖数据种类介绍第三节 日化用品行业特性分析一、行业周期性二、行业季节性三、行业区域性第四节 最近3-5年中国日化用品行业经济指标分析一、赢利性二、成长速度三、附加值的提升空间四、进入壁垒 / 退出机制五、风险性六、行业周期七、竞争激烈程度指标八、行业及其主要子行业成熟度分析 第二章 日化用品行业市场环境及影响分析（PEST）第一节 日化用品行业政治法律环境（P）一、行业管理体制分析二、行业主要法律法规1、《口腔清洁护理用品安全性评价管理办法》2、《牙刷及口腔器具产品安全通用技术要求》3、《化妆品监督管理条例（修订草案送审稿）》三、日化用品行业标准1、GB9985-2000《手洗餐具用洗涤剂》2、QB/T 2953-2008洗涤剂用荧光增白剂3、QB/T 2966-2014功效型牙膏4、QB/T 2967-2008饮料用瓶清洗剂5、HG/T 5041-2016化妆品用氢氧化钠6、HG/T 5088-2016 有机硅洗衣粉消泡剂四、行业相关发展规划1、洗涤用品行业发展“十三五”规划2、口腔清洁护理用品行业“十三五”发展规划3、《轻工业发展规划（2016-2020年）》五、行业相关政策分析六、政策环境对行业的影响第二节 行业经济环境分析（E）一、宏观经济形势分析二、宏观经济环境对行业的影响分析第三节 行业社会环境分析（S）一、日化用品产业社会环境二、社会环境对行业的影响三、日化用品产业发展对社会发展的影响第四节 行业技术环境分析（T）一、行业技术发展水平分析二、日化用品技术专利数量分析三、日化用品技术发展趋势

势分析四、行业主要技术人才现状分析五、技术环境对行业的影响 第三章 全球日化用品行业发展分析及经验借鉴第一节 全球日化用品市场总体情况分析一、全球日化用品行业的发展特点二、全球日化用品市场结构三、全球日化用品市场规模分析四、全球日化用品行业市场竞争格局五、全球日化用品市场区域分布六、全球日化用品品牌格局分析第二节 全球主要国家（地区）市场分析一、欧洲1、欧洲日化用品行业发展概况2、欧洲日化用品市场结构及产销情况3、欧洲日化用品行业品牌现状分析4、欧洲日化用品行业发展趋势分析二、美国1、美国日化用品行业发展概况2、美国日化用品市场结构及产销情况3、美国日化用品行业品牌现状分析4、美国日化用品行业发展趋势分析三、日本1、日本日化用品行业发展概况2、日本日化用品市场结构及产销情况3、日本日化用品行业品牌现状分析4、日本日化用品行业发展趋势分析四、韩国1、韩国日化用品行业发展概况2、韩国日化用品市场结构及产销情况3、韩国日化用品行业品牌现状分析4、韩国日化用品行业发展趋势分析第三节 国外经验借鉴一、国外经验模式借鉴二、国外渠道模式借鉴三、国外营销模式借鉴四、国外品牌经营管理借鉴 第二部分 行业深度分析第四章 我国日化用品行业运行现状分析第一节 我国日化用品行业发展状况分析一、我国日化用品行业发展阶段二、我国日化用品行业发展特点三、我国日化用品行业发展存在的问题及对策1、质量问题2、消费升级问题3、出口问题4、中小企业融资问题四、我国日化用品行业商业模式分析第二节 日化用品行业发展现状分析一、我国日化用品行业投资规模二、我国日化用品行业市场规模分析三、我国日化用品行业市场结构分析四、我国日化用品行业利润总额分析第三节 中国日化用品行业企业发展分析一、企业数量及增长分析二、不同规模企业结构分析三、不同所有制企业结构分析四、行业从业人员数量分析第四节 中国日化用品行业财务指标分析一、行业盈利能力分析二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析四、行业发展能力分析第五节 我国日化用品市场价格走势分析一、日化用品市场定价机制组成二、日化用品市场价格影响因素三、2015-2019年日化用品产品价格走势分析四、2018-2023年日化用品产品价格走势预测 第五章 我国日化用品市场供需形势分析第一节 日化用品行业生产分析一、产品及原材料进口、自有比例二、国内产品及原材料生产基地分布三、产品及原材料产业集群发展分析四、原材料产能情况分析第二节 我国日化用品市场供需分析一、我国日化用品行业供给情况1、我国日化用品行业产能产量分析2、我国日化用品行业企业规模分析3、重点企业产能及占有份额二、我国日化用品行业需求情况1、人均日化用品消费规模分析2、日化用品行业产品需求结构3、日化用品行业地区需求差异三、我国日化用品行业供需平衡分析第三节 日化用品市场需求预测一、日化用品市场需求结构预测二、日化用品需求功能预测三、2018-2023年日化用品行业需求总规模预测四、影响市场需求变动的因素分析1、人均可支配收入稳定增长2、城镇化进程的加快 第六章 日化用品行业进出口及面临的机遇与挑战第一节 日化用品行业进出口市场分析一、日化用品行业进出口综述1、中国

日化用品进出口的特点分析2、中国日化用品进出口地区分布状况3、中国日化用品进出口的贸易方式及经营企业分析4、中国日化用品进出口政策与国际化经营二、日化用品行业出口市场分析1、行业出口整体情况2、行业出口总额分析3、行业出口产品结构三、日化用品行业进口市场分析1、行业进口整体情况2、行业进口总额分析3、行业进口产品结构第二节 中国日化用品出口面临的挑战及对策一、中国日化用品出口面临的挑战二、中国日化用品行业未来出口展望三、中国日化用品产品出口对策四、日化用品行业进出口前景及建议1、行业出口前景及建议2、行业进口前景及建议 第三部分 市场全景调研第一节 中国日化用品行业细分市场结构分析一、日化用品行业市场结构现状分析二、日化用品行业细分市场结构特征分析三、日化用品行业细分市场发展前景四、日化用品行业市场结构变化趋势第二节 洗涤用品市场分析一、洗涤用品市场发展概况二、洗涤用品行业企业数量分析三、洗涤用品行业产能/产量分析四、洗涤用品市场规模分析五、洗涤用品市场结构分析六、洗涤用品市场竞争格局七、洗涤用品市场趋势预测第三节 个人洗护用品市场分析一、个人洗护用品市场发展概况二、个人洗护用品行业企业数量分析三、个人洗护用品行业产能/产量分析四、个人洗护用品市场规模分析2009-2019中国个人护理产品市场规模（亿元）五、个人洗护用品市场结构分析六、个人洗护用品市场竞争格局七、个人洗护用品市场趋势预测第四节 口腔清洁护理用品市场分析一、口腔清洁护理用品市场发展概况二、口腔清洁护理用品市场规模分析三、口腔清洁护理用品行业企业数量分析四、口腔清洁护理用品行业产能/产量分析五、口腔清洁护理用品市场结构分析六、口腔清洁护理用品市场竞争格局七、口腔清洁护理用品市场趋势预测第五节 化妆品市场分析预测一、化妆品市场发展概况2009-2019年中国化妆品市场零售额及增长趋势（亿元）二、化妆品行业企业数量分析三、化妆品行业产能/产量分析四、化妆品市场规模分析五、化妆品市场结构分析六、化妆品市场竞争格局七、化妆品市场趋势预测第六节 其他日化用品市场分析一、其他日化用品介绍二、其他日化用品所占市场份额三、其他日化用品市场发展趋势 第八章 我国日化用品行业营销趋势及策略分析第一节 日化用品行业营销形式分析一、传统营销形式分析1、流通营销2、终端营销二、药店营销三、直复营销四、网络营销第二节 日化用品行业主要销售渠道分析一、主要销售渠道介绍1、商超2、专卖店3、电商4、美容美发店5、宾馆二、主要渠道市场占比结构分析三、销售渠道存在的主要问题四、营销渠道发展趋势与策略第三节 日化用品行业营销策略分析一、中国日化用品营销影响因素浅析1、市场环境因素2、消费者因素二、日化用品营销策略分析1、网络营销策略分析2、连锁营销策略分析3、广告营销策略分析4、植入营销策略分析5、数字营销策略分析三、日化用品营销策略发展趋势第四节 日化用品行业营销发展策略一、产品策略二、定价策略三、促销策略四、渠道策略第五节 日化用品行业主要市场策略分析一、功效优先策略二、价格适众策略三、品牌提升策略四、单一诉求策略第六节 日化用品行业营销案例分析一、日化用品行业营销成功案例

分析二、日化用品行业营销失败案例分析三、经验借鉴 第九章 日化用品消费者行为特征分析
第一节 日化用品消费者分析一、主要购买者结构分析二、日化用品购买频率分析三、城乡日化用品消费结构四、城乡日化用品消费者品牌偏好五、线上线下销售额结构分析第二节 消费者主要购买品牌分析一、洗涤用品主要购买品牌分析二、个人洗护用品主要购买品牌分析三、口腔清洁护理用品主要购买品牌分析四、化妆品主要购买品牌分析第三节 不同促销方式对消费者的影响分析一、折扣二、赠送礼品三、积分兑换四、有奖销售五、免费派送/试用六、返券销售第四节 消费者购买渠道分析一、商超二、专卖店三、药店四、网购第五节 消费者购买影响因素分析一、品牌二、价格三、功能四、包装五、服务 第四部分 竞争格局分析第十章 日化用品行业区域市场分析第一节 中国日化用品重点区域市场分析一、行业区域结构总体特征二、行业区域分布特点分析三、行业企业数量的区域分布第二节 东北地区日化用品市场分析一、行业市场发展概况二、行业市场规模分析三、行业产销量分析四、行业产品市场结构五、行业市场发展趋势及前景第三节 华北地区日化用品市场分析一、行业市场发展概况二、行业市场规模分析三、行业产销量分析四、行业产品市场结构五、行业市场发展趋势及前景第四节 华东地区日化用品市场分析一、行业市场发展概况二、行业市场规模分析三、行业产销量分析四、行业产品市场结构五、行业市场发展趋势及前景第五节 华中地区日化用品市场分析一、行业市场发展概况二、行业市场规模分析三、行业产销量分析四、行业产品市场结构五、行业市场发展趋势及前景第六节 华南地区日化用品市场分析一、行业市场发展概况二、行业市场规模分析三、行业产销量分析四、行业产品市场结构五、行业市场发展趋势及前景第七节 西南地区日化用品市场分析一、行业市场发展概况二、行业市场规模分析三、行业产销量分析四、行业产品市场结构五、行业市场发展趋势及前景第八节 西北地区日化用品市场分析一、行业市场发展概况二、行业市场规模分析三、行业产销量分析四、行业产品市场结构五、行业市场发展趋势及前景 第十一章 2018-2023年日化用品行业竞争形势分析第一节 行业总体市场竞争状况分析一、日化用品行业竞争结构分析1、现有企业间竞争2、潜在进入者分析3、替代品威胁分析4、供应商议价能力5、客户议价能力6、竞争结构特点总结二、日化用品行业SWOT分析1、日化用品行业优势分析2、日化用品行业劣势分析3、日化用品行业机会分析4、日化用品行业威胁分析第二节 日化用品行业竞争格局分析一、产品竞争格局二、企业竞争格局三、品牌竞争格局第三节 日化用品行业集中度分析一、市场集中度分析二、企业集中度分析三、区域集中度分析第四节 中国日化用品行业竞争力分析一、我国日化用品行业竞争力剖析二、我国日化用品企业市场竞争的优势三、国内日化用品企业竞争能力提升途径四、中国日化用品产品竞争力优势分析1、整体产品竞争力评价2、产品竞争力评价结果分析3、竞争优势评价及构建建议第五节 日化用品行业并购重组分析一、行业并购重组现状及其重要影响二、跨国公司在华投资兼并与重组分析三、本土企业投资兼并与重组分析四、

企业升级途径及并购重组风险分析五、行业投资兼并与重组趋势分析 第十二章 日化用品行业领先企业经营形势分析第一节 中国日化用品企业发展状况分析一、2019年日化用品行业营收排名分析二、2019年化妆品企业排名分析三、2019年口腔清洁护理用品企业排名分析四、2019年洗涤用品企业排名分析第二节 中国领先日化用品企业经营形势分析一、宝洁（中国）有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业经营状况分析4、企业品牌建设分析5、企业产业布局分析6、企业销售渠道与网络7、企业竞争优劣势分析8、企业发展战略分析二、联合利华（中国）有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业经营状况分析4、企业品牌建设分析5、企业产业布局分析6、企业销售渠道与网络7、企业竞争优劣势分析8、企业发展战略分析三、欧莱雅（中国）有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业经营状况分析4、企业品牌建设分析5、企业产业布局分析6、企业销售渠道与网络7、企业竞争优劣势分析8、企业发展战略分析四、强生（中国）有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业经营状况分析4、企业品牌建设分析5、企业产业布局分析6、企业销售渠道与网络7、企业竞争优劣势分析8、企业发展战略分析五、广州立白企业集团有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业经营状况分析4、企业品牌建设分析5、企业产业布局分析6、企业销售渠道与网络7、企业竞争优劣势分析8、企业发展战略分析六、上海家化联合股份有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业经营状况分析4、企业品牌建设分析5、企业产业布局分析6、企业销售渠道与网络7、企业竞争优劣势分析8、企业发展战略分析七、玫琳凯（中国）化妆品有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业经营状况分析4、企业品牌建设分析5、企业产业布局分析6、企业销售渠道与网络7、企业竞争优劣势分析8、企业发展战略分析八、资生堂（中国）投资有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业经营状况分析4、企业品牌建设分析5、企业产业布局分析6、企业销售渠道与网络7、企业竞争优劣势分析8、企业发展战略分析九、雅诗兰黛（中国）商贸有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业经营状况分析4、企业品牌建设分析5、企业产业布局分析6、企业销售渠道与网络7、企业竞争优劣势分析8、企业发展战略分析十、妮维雅（上海）有限公司1、企业发展概况分析2、企业产品结构分析3、企业经营状况分析4、企业品牌建设分析5、企业产业布局分析6、企业销售渠道与网络7、企业竞争优劣势分析8、企业发展战略分析 第五部分 发展前景展望第十三章 2018-2023年日化用品行业前景及趋势第一节 日化用品行业五年规划现状及未来预测一、“十二五”期间日化用品行业运行情况二、日化用品行业“十三五”发展重点三、日化用品行业“十三五”发展机遇四、日化用品行业“十三五”发展方向第二节 2018-2023年日化用品市场发展前景一、2018-2023年日化用品市场发展潜力二、2018-2023年日化用品市场发展前景展望三、2018-2023年日化用品细分行业发展

前景分析1、洗涤用品行业发展前景分析2、个人洗护用品行业发展前景分析3、口腔清洁护理用品行业发展前景分析4、化妆品行业发展前景分析

第三节 2018-2023年日化用品市场发展趋势预测

一、2018-2023年日化用品行业发展趋势1、技术创新引领行业发展2、营销渠道立体化3、天然有机类产品更受青睐4、儿童口腔护理受关注

二、2018-2023年日化用品市场规模预测1、2018-2023年日化用品行业销售额预测2、2018-2023年化妆品行业销售额预测3、2018-2023年洗涤用品行业销售额预测4、2018-2023年个人洗护用品行业销售额预测5、2018-2023年口腔清洁护理用品行业销售额预测三、2018-2023年日化用品行业应用趋势预测四、2018-2023年细分市场发展趋势预测

第四节 2018-2023年中国日化用品行业供需预测

一、2018-2023年中国日化用品行业供给预测二、2018-2023年中国日化用品行业产量预测三、2018-2023年中国日化用品市场销量预测四、2018-2023年中国日化用品行业需求结构预测五、2018-2023年中国日化用品行业供需平衡预测

第五节 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五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十四章 2018-2023年日化用品行业投资价值与风险防范分析

第一节 日化用品行业投资特性分析

一、日化用品行业进入壁垒分析二、日化用品行业盈利因素分析三、日化用品行业盈利模式分析

第二节 日化用品行业投融资情况

一、行业资金渠道分析二、固定资产投资分析三、兼并重组情况分析四、日化用品行业投资现状分析1、日化用品产业投资经历的阶段2、2019年日化用品行业投资状况回顾3、我国日化用品行业的投资态势

第三节 2018-2023年日化用品行业投资机会

一、产业链投资机会二、细分市场投资机会三、重点区域投资机会四、日化用品行业投资机遇

第四节 2018-2023年日化用品行业投资风险及防范

一、政策风险及防范二、技术风险及防范三、供求风险及防范四、宏观经济波动风险及防范五、关联产业风险及防范六、产品结构风险及防范七、其他风险及防范

第五节 中国日化用品行业投资建议

一、日化用品行业未来发展方向二、日化用品行业主要投资建议三、中国日化用品企业融资分析1、中国日化用品企业IPO融资分析2、中国日化用品企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第一节 日化用品行业发展战略研究

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 对我国日化用品品牌的战略思考

一、日化用品品牌的重要性二、日化用品实施品牌战略的意义三、日化用品企业品牌的现状分析四、我国日化用品企业的品牌战略五、日化用品品牌战略管理的策略六、日化用品行业品牌管理案例分析1、日化用品行业品牌管理成功案例分析2、日化用品行业品牌管理失败案例分析3、经验借鉴

第三节 日化用品经营策略分析

一、日化用品市场细分策略二、日化用品市场创新策略三、品牌定位与品类规划四、日化用品新产品差异化战略

第四节 日化用品行业重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性二、合理确立重点客户三、重点客户战略管理四、重点客户管理功能

第五节 日化用品行业投

资战略研究一、日化用品行业投资战略二、2018-2023年日化用品行业投资战略三、2018-2023年细分行业投资战略 第十六章 研究结论及发展建议（ ） 第一节 日化用品行业研究结论及建议 第二节 日化用品子行业研究结论及建议 第三节 日化用品行业发展建议一、行业发展策略建议二、行业投资方向建议三、行业投资方式建议（ ） 图表目录：图表：日化用品制造业产业链结构图表：2015-2019年日化用品行业技术专利数量分析图表：2019年全球日化用品市场结构图表：2015-2019年全球日化用品市场规模分析图表：2019年全球日化用品市场区域分布图表：2019年欧洲日化用品市场结构及产销情况图表：2019年美国日化用品市场结构及产销情况图表：2019年日本日化用品市场结构及产销情况图表：2019年韩国日化用品市场结构及产销情况图表：2015-2019年我国日化用品行业投资规模图表：2015-2019年我国日化用品行业市场总规模图表：2019年我国日化用品行业市场结构分析图表：2015-2019年我国日化用品行业利润总额分析图表：2015-2019年日化用品行业企业数量及增长分析图表：2019年日化用品行业不同规模企业结构分析图表：2019年日化用品行业不同所有制企业结构分析图表：2015-2019年日化用品行业从业人员数量分析图表：2015-2019年日化用品行业盈利能力分析图表：2015-2019年日化用品行业偿债能力分析图表：2015-2019年日化用品行业营运能力分析图表：2015-2019年日化用品行业发展能力分析图表：2015-2019年日化用品产品价格走势分析图表：2018-2023年日化用品产品价格走势预测图表：2015-2019年我国日化用品行业产能产量分析图表：2015-2019年人均日化用品消费规模分析图表：2019年日化用品行业产品需求结构图表：2018-2023年日化用品行业需求总规模预测图表：2015-2019年日化用品行业出口总额分析图表：2015-2019年日化用品行业出口产品结构图表：2015-2019年日化用品行业进口总额分析图表：2015-2019年日化用品行业进口产品结构

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/149370.html>