

2020-2026年中国日化用品 产业发展现状与发展趋势研究报告

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年中国日化用品产业发展现状与发展趋势研究报告》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/202001/149357.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年中国日化用品产业发展现状与发展趋势研究报告》共十九章。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 行业运行环境第一章 日化用品行业相关概述第一节 日化用品行业定义及分类一、行业定义 日化用品是指人们日常生活中使用的科技化学制品，包括洗发水、沐浴露、化妆品、洗衣粉等。二、行业主要分类日化用品的分类 1 粉状衣物洗涤剂 洗涤剂根据需要可以制成粉状、液状和块状等形式。粉状衣物洗涤剂即合成洗衣粉。合成洗衣粉的配方是生产中很重要的一个环节。配方中，各组分原料之间的相互影响是比较复杂的。还没有完整的理论依据来指导配方。主要是根据实验和经验来决定。制定配方时对各种因素需全面综合地加以考虑。首先是根据用途及生产方法确定洗衣粉的质量标准，包括产品的理化标准和使用性能。 2 个人卫生清洁剂 个人卫生清洁剂包括洗发用的洗发剂，沐浴用的各式溶剂，口腔清洁剂，以及洗手，洗脸用的清洁品。随着生活水平的提高，人们对个人卫生清洁剂的要求亦越来越高，不仅要求具有清洁作用，而且还要有保护皮肤，保护头发和防止皮肤病等功效。为此，个人卫生清洁剂的种类以及品种日渐增多。 3 家庭日用洗涤剂 日常生活时刻离不开清洗。现代化的设施和摆设是由玻璃、瓷砖、木材、塑料和金属等不同材质构成，为使居室窗明地净，生活舒适卫生，家庭日用品清洁剂即应用而生，并且品种日益繁多，其中有供居室清洗家具，地板墙壁，窗玻璃用的硬表面清洁剂和地毯清洁剂；有洗涤玻璃器皿，塑料用具，珠宝装饰品用的各种专用洗涤剂；有厨房里用的餐具涤剂，炉灶清洁剂，水果蔬菜的消毒净洗剂，冰箱清洗剂，瓷砖清洁；还有卫生间里用的浴盆清洁剂，便池清洁剂，卫生除臭剂等。 4 化妆品 化妆品包括基础化妆品，美容化妆品和特殊用途化妆品三部分。基础化妆品是为了保护皮肤，毛发以及增进皮肤和毛发健康的制品。而美容化妆品是为了修饰脸面，指甲等部位，使之增加魅力而是用的制品；特殊用途化妆品是指用于

面部,毛发等部位具有防御功能或需经过一些特殊的理化处理打入制品,还具有一定的缓和治疗作用.化妆品学科涉及物理学,有机化学,界面化学,胶体化学,美学,生物化学,物理化学,染料化学,香料香精,化学工程,微生物和皮肤物理学等,是一门多学科交叉,涉及面广又复杂的学科

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 2011-2016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

第四节 日化用品行业产业链分析

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 日化用品行业2020-2026规划概述

第一节 2011-2016日化用品行业发展回顾

一、2011-2016日化用品行业运行情况

二、2011-2016日化用品行业发展特点

三、2011-2016日化用品行业发展成就

第二节 日化用品行业2020-2026总体规划

一、日化用品行业2020-2026规划纲要

二、日化用品行业2020-2026规划指导思想

三、日化用品行业2020-2026规划主要目标

第三节 2020-2026规划解读

一、2020-2026规划的总体战略布局

二、2020-2026规划对经济发展的影响

三、2020-2026规划的主要精神解读

第三章 2020-2026经济环境分析

第一节 2020-2026世界经济发展趋势

一、2020-2026世界经济将逐步恢复增长

二、2020-2026经济全球化曲折发展

三、2020-2026新能源与节能环保将引领全球产业

四、2020-2026跨国投资再趋活跃

五、2020-2026气候变化与能源资源将制约世界经济

六、2020-2026美元地位继续削弱

七、2020-2026世界主要新兴经济体大幅提升

第二节 2020-2026我国经济面临的形势

一、2020-2026我国经济将长期趋好

二、2020-2026我国经济将围绕三个转变

三、2020-2026我国工业产业将全面升级

四、2020-2026我国以绿色发展战略为基调

第三节 2020-2026我国对外经济贸易预测

一、2020-2026我国劳动力结构预测

二、2020-2026我国贸易形式和利用外资方式预测

三、2020-2026我国自主创新结构预测

四、2020-2026我国产业体系预测

五、2020-2026我国产业竞争力预测

六、2020-2026我国经济国家化预测

七、2020-2026我国经济将面临的贸易障碍预测

八、2020-2026人民币区域化和国际化预测

九、2020-2026我国对外贸易与城市发展关系预测

十、2020-2026我国中小企业面临的外需环境预测

第二部分 行业深度分析

第四章 日化用品行业全球发展分析

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、2013-2019年全球日化用品市场结构

三、2013-2019年全球日化用品行业发展分析

四、2013-2019年全球日化用品行业竞争格局

五、2013-2019年全球日化用品市场区域分布

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、2013-2019年欧洲日化用品市场结构

3、2020-2026欧洲日化用品行业发展前景预测

二、北美

1、北美日化用品行业发展概况

2、2013-2019年北美日化用品市场结构

3、2020-2026北美日化用品行业发展前景预测

三、日本

1、日本日化用品行业发展概况

2、2013-2019年日本日化用品市场结构

3、2020-2026日本日化用品行业发展前景预测

、2013-2019年日本日化用品市场结构3、2020-2026日本日化用品行业发展前景预测四、韩国1、韩国日化用品行业发展概况2、2013-2019年韩国日化用品市场结构3、2020-2026韩国日化用品行业发展前景预测五、其他国家地区 第五章 2011-2016日化用品行业总体发展状况第一节 日化用品行业特性分析第二节 日化用品产业特征与行业重要性第三节 2011-2016日化用品行业发展分析一、2011-2016日化用品行业发展态势分析二、2011-2016日化用品行业发展特点分析三、2020-2026区域产业布局与产业转移第四节 2011-2016日化用品行业规模情况分析一、行业单位规模情况分析二、行业人员规模状况分析三、行业资产规模状况分析四、行业市场规模状况分析第五节 2011-2016日化用品行业财务能力分析一、行业盈利能力分析与预测二、行业偿债能力分析三、行业营运能力分析四、行业发展能力分析六、行业发展能力分析七、行业发展能力分析 第六章 中国日化用品市场规模分析第一节 2011-2017中国日化用品市场规模分析第二节 2011-2017我国日化用品区域结构分析第三节 2011-2017中国日化用品区域市场规模一、2011-2017东北地区市场规模分析二、2011-2017华北地区市场规模分析三、2011-2017华东地区市场规模分析四、2011-2017华中地区市场规模分析五、2011-2017华南地区市场规模分析六、2011-2017西部地区市场规模分析第四节 2020-2026中国日化用品市场规模预测 第七章 我国日化用品行业运行分析第一节 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总体概况三、我国日化用品行业发展特点分析四、我国日化用品行业商业模式分析第二节 2013-2019年日化用品行业发展现状一、2013-2019年我国日化用品行业市场规模二、2013-2019年我国日化用品行业发展分析三、2013-2019年中国日化用品企业发展分析第三节 2013-2019年日化用品市场情况分析一、2013-2019年中国日化用品市场总体概况二、2013-2019年中国日化用品市场发展分析第四节 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、2013-2019年日化用品价格走势分析四、2020-2026日化用品价格走势预测 第八章 2020-2026我国日化用品市场供需形势分析第一节 我国日化用品市场供需分析一、2013-2019年我国日化用品行业供给情况1、我国日化用品行业供给分析2、重点企业供给及占有份额二、2013-2019年我国日化用品行业需求情况1、日化用品行业需求市场2、日化用品行业客户结构3、日化用品行业需求的地区差异三、2013-2019年我国日化用品行业供需平衡分析第二节 日化用品产品（服务）市场应用及需求预测一、日化用品产品（服务）应用市场总体需求分析1、日化用品产品（服务）应用市场需求特征2、日化用品产品（服务）应用市场需求总规模二、2020-2026日化用品行业领域需求量预测1、2020-2026日化用品行业领域需求产品（服务）功能预测2、2020-2026日化用品行业领域需求产品（服务）市场格局预测三、重点行业日化用品产品（服务）需求分析预测 第三部分 行业竞争策略第九章 2020-2026日化用品行业产业结构调整分析第一节 日化用品产业结构分析一、市场细分充分程度分析二、各细分市场领先企业排名三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析一、产业价值链的构成二、产业链条的竞争优势与劣势分析第三节 2020-2026产业结构发展预测一、产业结构调整指导政策分析二、产业结构调整中消费者需求的引导因素三、中国日化用品行业参与国际竞争的战略市场定位四、2020-2026产业结构调整方向分析第十章 日化用品行业竞争力优势分析第一节 日化用品行业竞争力优势分析一、行业地位分析二、行业整体竞争力评价三、行业竞争力评价结果分析四、竞争优势评价及构建建议第二节 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、民企与外企比较分析四、国内日化用品企业竞争能力提升途径第三节 日化用品行业SWOT分析一、日化用品行业优势分析二、日化用品行业劣势分析三、日化用品行业机会分析四、日化用品行业威胁分析第十一章 2020-2026日化用品行业市场竞争策略分析第一节 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、日化用品行业企业间竞争格局分析1、不同地域企业竞争格局2、不同规模企业竞争格局3、不同所有制企业竞争格局三、日化用品行业集中度分析1、市场集中度分析2、企业集中度分析3、区域集中度分析4、各子行业集中度5、集中度变化趋势第二节 中国日化用品行业竞争格局综述一、日化用品行业竞争概况1、中国日化用品行业品牌竞争格局2、日化用品业未来竞争格局和特点3、日化用品市场进入及竞争对手分析二、日化用品行业主要企业竞争力分析1、重点企业资产总计对比分析2、重点企业从业人员对比分析3、重点企业营业收入对比分析4、重点企业利润总额对比分析5、重点企业综合竞争力对比分析第三节 2013-2019年日化用品行业竞争格局分析一、2013-2019年国内外日化用品竞争分析二、2013-2019年我国日化用品市场竞争分析2015年上半年日化用品利润总额分类占比三、2013-2019年我国日化用品市场集中度分析四、2013-2019年国内主要日化用品企业动向五、2013-2019年国内日化用品企业拟在建项目分析第四节 日化用品企业竞争策略分析一、提高日化用品企业核心竞争力的对策二、影响日化用品企业核心竞争力的因素及提升途径三、提高日化用品企业竞争力的策略第十二章 2020-2026日化用品行业重点企业发展形势分析第一节 宝洁一、企业概况二、企业优劣势分析三、2011-2016经营状况分析四、2011-2016主要经营数据指标五、2020-2026发展战略规划第二节 联合利华一、企业概况二、企业优劣势分析三、2011-2016经营状况分析四、2011-2016主要经营数据指标五、2020-2026发展战略规划第三节 强生一、企业概况二、企业优劣势分析三、2011-2016经营状况分析四、2011-2016主要经营数据指标五、2020-2026发展战略规划第四节 欧莱雅一、企业概况二、企业优劣势分析三、2011-2016经营状况分析四、2011-2016主要经营数据指标五、2020-2026发展战略规划第五节 资生堂一、企业概况二、企业优劣势分析三、2011-2016经营状况分析四、2011-2016主要经营数据指标五、2020-2026发展战略规划六

、2020-2026公司发展战略分析第六节上海家化一、企业概况二、企业优劣势分析三

、2011-2016经营状况分析四、2011-2016主要经营数据指标五、2020-2026发展战略规划 第四部分 投资前景展望第十三章 2020-2026日化用品行业投资前景展望第一节 日化用品行业2020-2026投资机会分析一、日化用品投资项目分析二、可以投资的日化用品模式三

、2020-2026日化用品投资机会第二节 2020-2026日化用品行业发展预测分析一、2020-2026日化用品发展分析二、2020-2026日化用品行业技术开发方向三、总体行业2020-2026整体规划及预测第三节 未来市场发展趋势一、产业集中度趋势分析二、2020-2026行业发展趋势第四节 2020-2026规划将为日化用品行业找到新的增长点 第十四章 2020-2026日化用品行业投资价值评估分析第一节 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 2020-2026日化用品行业发展的影响因素一、有利因素二、不利因素第三节 2020-2026日化用品行业投资价值评估分析一、行业投资效益分析1、行业活力系数比较及分析2、行业投资收益率比较及分析3、行业投资效益评估二、产业发展的空白点分析三、投资回报率比较高的投资方向四、新进入者应注意的障碍因素第四节 2020-2026中国日化用品行业投资收益预测一、预测理论依据二、2020-2026中国日化用品行业总产值预测三、2020-2026中国日化用品行业销售收入预测四、2020-2026中国日化用品行业利润总额预测五、2020-2026中国日化用品行业总资产预测 第十五章 2020-2026日化用品行业发展趋势及投资风险分析第一节 2011-2016日化用品存在的问题第二节 2020-2026发展预测分析一、2020-2026日化用品发展方向分析二、2020-2026日化用品行业发展规模预测三

、2020-2026日化用品行业发展趋势预测第三节 2020-2026日化用品行业投资风险分析一、竞争风险二、市场风险分析三、管理风险分析四、投资风险分析 第十六章 日化用品行业2020-2026热点问题探讨第一节 推进城镇化和加快新农村建设，调整优化城乡结构第二节 发展绿色经济和日化用品经济，增强可持续发展能力第三节 发挥地区比较优势，促进区域协调发展第四节 建立扩大消费需求的长效机制研究第五节 培育新型战略型产业，优化经济结构第六节 2020-2026时期日化用品行业自身热点问题研究一、行业技术发展热点问题二、产业增长方式转型问题三、行业产业链延伸问题四、行业节能减排问题五、行业产业转移及承接问题 第五部分 投资规划指导第十七章 2020-2026日化用品行业面临的困境及对策第一节 2019年日化用品行业面临的困境第二节 日化用品企业面临的困境及对策一、重点日化用品企业面临的困境及对策1、重点日化用品企业面临的困境2、重点日化用品企业对策探讨二、中小日化用品企业发展困境及策略分析1、中小日化用品企业面临的困境2、中小日化用品企业对策探讨三、国内日化用品企业的出路分析第三节 中国日化用品行业存在的问题及对策一、中国日化用品行业存在的问题二、日化用品行业发展的建议对策1、把握国家投资的契机2、竞争性战略联盟的实施3、企业自身应对策略三、市场的重点客户战略实施1、实施重点客户战略的

必要性2、合理确立重点客户3、重点客户战略管理4、重点客户管理功能

第四节 中国日化用品市场发展面临的挑战与对策

第十八章 2020-2026日化用品行业投资战略研究

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

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 日化用品行业投资战略研究

一、2019年日化用品行业投资战略二、2020-2026日化用品行业投资战略三、2020-2026细分行业投资战略

第十九章 研究结论及投资建议（ ）

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 日化用品行业投资建议

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：日化用品行业生命周期图表：日化用品行业产业链结构图表：2013-2019年全球日化用品行业市场规模图表：2013-2019年中国日化用品行业市场规模图表：2013-2019年日化用品行业重要数据指标比较图表：2013-2019年中国日化用品市场占全球份额比较图表：2013-2019年日化用品行业销售收入图表：2013-2019年日化用品行业利润总额图表：2013-2019年日化用品行业资产总计图表：2013-2019年日化用品行业负债总计图表：2013-2019年日化用品行业竞争力分析图表：2013-2019年日化用品市场价格走势图

：2013-2019年日化用品行业主营业务收入图表：2013-2019年日化用品行业主营业务成本图表：2013-2019年日化用品行业销售费用分析图表：2013-2019年日化用品行业管理费用分析图表：2013-2019年日化用品行业财务费用分析图表：2013-2019年日化用品行业销售毛利率分析图表：2013-2019年日化用品行业销售利润率分析图表：2013-2019年日化用品行业成本费用利润率分析图表：2013-2019年日化用品行业总资产利润率分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/149357.html>