

2017-2023年中国家用日化 市场全景调查与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2023年中国家用日化市场全景调查与行业竞争对手分析报告》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.abaogao.com/b/hzhp/114382CMZM.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 家用日化行业概述

第一节 家用日化行业简介

一、家用日化的定义

二、家用日化品类

三、家用日化行业特点

第二节 家用日化行业国内外发展概述

一、全球日化产品行业发展概述

1、行业发展现状

2、区域发展特点

3、市场规模分析

二、中国日化产品行业发展概述

1、行业发展现状和特点

2、区域发展特点

3、市场规模分析

第二章 家用日化行业发展环境分析

第一节 宏观环境分析

一、经济环境

二、政治环境

三、人文地理环境

四、科学技术环境

第二节 微观环境分析

1、外资企业分析

2、国内企业分析

3、区域市场发展

第三节 家用日化行业产业链分析

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
- 第二部分 市场发展分析

第三章 家用日化行业市场分析 (pesT)

第一节 行业特征分析

- 一、成长性
- 二、盈利性
- 三、生命周期

第二节 行业竞争强度分析

- 一、供求强度
- 二、消费结构
- 三、品牌竞争

第三节 市场规模分析

- 一、2014-2017年日化产品行业市场规模及增速
- 二、日化产品行业市场饱和度
- 三、影响日化产品行业市场规模的因素

第四章 国际市场分析

第一节 亚洲市场

- 一、日本
- 二、韩国
- 三、新加坡

第二节 欧洲市场

- 一、法国
- 二、英国
- 三、德国

第三节 美洲市场

- 一、美国
- 二、加拿大

第四节 国际市场发展分析

- 一、发展现状
- 二、市场需求
- 三、发展潜力
- 四、发展趋势

第五章 国内市场分析

第一节 区域市场发展状况

- 一、华南市场
- 二、华北市场
- 三、华东市场
- 四、华中市场
- 五、西北市场
- 六、西南市场

第二节 重点区域市场需求分析

- 一、发展现状
- 二、发展潜力

第三节 区域市场需求变化趋势

- 一、需求现状
- 二、需求潜力
- 三、变化趋势

第四节 进出口市场分析

一、进口规模分析

- 1、过去三年日化产品进口量/值及增长情况
- 2、进口日化产品的品牌结构
- 3、影响日化产品进口的因素
- 4、未来三年日化产品行业进口形势预测

二、出口规模分析

- 1、过去三年日化产品出口量/值及增长情况
- 2、出口产品在海外市场分布情况
- 3、影响日化产品出口的因素
- 4、未来三年日化产品行业出口形势预测

三、进出口发展变化趋势

第六章 家用日化细分行业分析

第一节 主要日化产品细分行业

- 一、化妆品
- 二、洗涤用品
- 三、生活日用

第二节 各细分行业需求分析

- 一、用户结构（用户分类及占比）
- 二、用户需求特征及需求趋势
- 三、用户的其它特性

第三节 各细分行业供给分析

- 一、供应商议价能力
- 二、供应结构分析

第四节 细分行业发展趋势

- 一、细分行业发展机遇与挑战
- 二、细分行业发展前景与趋势

第三部分 竞争格局分析

第七章 家用日化行业竞争分析

第一节 行业竞争格局

- 一、重点日化产品企业市场份额
- 二、日化产品行业市场集中度
- 三、行业竞争群组

第二节 潜在进入者

- 一、进入壁垒
- 二、退出机制

第三节 行业产品价格竞争

- 一、日化产品价格特征
- 二、日化产品当前市场价格现状
- 三、影响市场日化产品价格的因素
- 四、主流厂商日化产品价位及价格策略

五、日化产品未来价格变化趋势

第八章 家用日化行业渠道分析

第一节 传统渠道分析

一、渠道形势

二、发展阶段

三、市场规模

四、变化趋势

第二节 新兴渠道分析

一、渠道形势

二、发展阶段

三、市场规模

四、变化趋势

第三节 各类渠道优劣势对比

一、优势对比

二、劣势对比

第四节 行业渠道发展趋势

一、渠道模式

二、渠道特点

三、发展趋势

第九章 2014-2017年中国家用日化市场总体概况

第一节 2014-2017年中国家用日化市场形势分析

一、发展综述

二、消费结构

三、需求分布

第二节 2014-2017年中国家用日化市场发展分析

一、产品结构

二、市场规模

三、发展状况

第十章 中国家用日化领先企业经营分析

第一节 欧莱雅集团

- 一、发展概况
- 二、运营情况
- 三、核心竞争力
- 四、发展战略

第二节 宝洁公司集团

- 一、发展概况
- 二、运营情况
- 三、核心竞争力
- 四、发展战略

第三节 雅诗兰黛集团

- 一、发展概况
- 二、运营情况
- 三、核心竞争力
- 四、发展战略

第四节 资生堂集团

- 一、发展概况
- 二、运营情况
- 三、核心竞争力
- 四、发展战略

第五节 联合利华集团

- 一、发展概况
- 二、运营情况
- 三、核心竞争力
- 四、发展战略

第六节 上海家化公司

- 一、发展概况
- 二、运营情况
- 三、核心竞争力
- 四、发展战略

第七节 索芙特

- 一、发展概况

- 二、运营情况
- 三、核心竞争力
- 四、发展战略

第八节 霸王集团

- 一、发展概况
- 二、运营情况
- 三、核心竞争力
- 四、发展战略

第九节 白猫集团

- 一、发展概况
- 二、运营情况
- 三、核心竞争力
- 四、发展战略

第十节 高露洁

- 一、发展概况
- 二、运营情况
- 三、核心竞争力
- 四、发展战略

第四部分 行业发展规划和展望

第十一章 2017-2023年中国家用日化行业发展前景预测

第一节 行业五年规划预测及未来预测

- 一、“十二五”发展运行情况
- 二、行业发展成果

第二节 “十三五”发展前景预测

- 一、行业发展潜力
- 二、行业发展趋势
- 二、行业市场规模

第三节 未来五年行业供需趋势预测

- 一、供给预测
- 二、需求预测
- 三、供需平衡预测

第四节 未来行业渠道运行预测

- 一、传统市场发展趋势
- 二、传统渠道市场规模预测
- 三、新兴渠道发展趋势
- 四、新兴渠道规模预测

第十二章 未来家用日化行业经营战略（ZY ZM）

第一节 品牌战略

- 一、什么是品牌
- 二、品牌重要性
- 三、实施品牌战略的意义
- 四、品牌战略管理的策略

第二节 营销战略

- 一、市场细分
- 二、市场定位
- 三、宣传策略
- 四、渠道策略

第三节 行业发展战略

- 一、战略综合规则
- 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、竞争战略规划

图表目录：

图表 我国家用日化行业规模

图表 2014-2017年我国家用日化销售数量分析

图表 2014-2017年家用家用日化销售金额分析

图表 2014-2017年家用日化区域市场分析

图表 2014-2017年家用日化子分业分类

图表 2014-2017年化妆品行业市场规模

图表 2014-2017年洗涤用品行业市场规模

图表 2014-2017年清洁用品市场规模

图表 2014-2017年欧莱雅集团资产负债表

图表 2014-2017年欧莱雅集团现金流量表

图表 2014-2017年欧莱雅集团综合损益表

图表 2014-2017年宝洁集团资产负债表

图表 2014-2017年宝洁集团现金流量表

图表 2014-2017年宝洁集团综合损益表

图表 2014-2017年联合利华集团资产负债表

图表 2014-2017年联合利华集团现金流量

图表 2014-2017年联合利华集团综合损益表

图表 2017-2023年我国家用日化行业供给预测

图表 2017-2023年我国家用日化行业需求预测

图表 2017-2023年我国家用日化行业供需平衡预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/114382CMZM.html>