

2019-2025年中国日化行业 市场分析与投资战略研究报告

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

《2019-2025年中国日化行业市场分析与投资战略研究报告》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.abaogao.com/b/riyongpin/H4775094TR.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

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）

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国日化行业市场分析与投资战略研究报告》共九章。首先介绍了日化行业市场发展环境、日化整体运行态势等，接着分析了日化行业市场运行的现状，然后介绍了日化市场竞争格局。随后，报告对日化做了重点企业经营状况分析，最后分析了日化行业发展趋势与投资预测。您若想对日化产业有个系统的了解或者想投资日化行业，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：

第一章 2017年中国日化行业运行环境分析

第一节 2017年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2017年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2017年中国日化行业政策环境分析

一、化妆品生产企业卫生规范

二、化妆品标识管理规定

三、《化妆品卫生监督条例》

四、《化妆品卫生监督条例实施细则》

五、《进出口化妆品监督检验管理办法》

六、国家明确支持日化发展政策措施

七、发改委出台政策控制日化产品价格

第三节 2017年中国日化行业社会环境分析

第二章 2017年中国日化市场运行态势分析

第一节 油价变动与日化市场运行状况

- 一、成本上涨加速日化行业洗牌
- 二、本土日化产品夺得市场份额
- 三、日化企业积极研发替代原料
- 四、日化企业调整运输方案应对油价上涨

第二节 2017年中国农村日化市场发展情况分析

- 一、农村日化市场消费特点
- 二、农村日化市场发展环境得天独厚
- 三、本土日化企业扎根农村市场
- 四、下乡日化产品需符合农村市场诉求
- 五、农村日化市场开拓措施

第三节 2017年中国日化市场资本运营状况分析

- 一、日化行业开始与资本市场接轨
- 二、日化行业资本运营的机遇与风险
- 三、国内日化业缺乏风险投资的原因
- 四、资本运作将改变日化行业竞争格局

第四节 2017年中国日化OEM发展态势分析

- 一、中国日化行业OEM发展迅速
- 二、日化OEM迎来全球化发展机遇
- 三、日化OEM企业面临的难题及发展策略
- 四、OEM是化妆品行业未来发展趋势

第三章 2015-2017年中国日用化学品制造行业主要数据监测分析

第一节 2015-2017年中国日用化学品制造行业总体数据分析

- 一、2015年中国日用化学品制造行业全部企业数据分析
- 二、2016年中国日用化学品制造行业全部企业数据分析
- 三、2017年中国日用化学品制造行业全部企业数据分析

第二节 2015-2017年中国日用化学品制造行业不同规模企业数据分析

一、2015年中国日用化学品制造行业不同规模企业数据分析

二、2016年中国日用化学品制造行业不同规模企业数据分析

三、2017年中国日用化学品制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2015-2017年中国日用化学品制造行业不同所有制企业数据分析

一、2015年中国日用化学品制造行业不同所有制企业数据分析

二、2016年中国日用化学品制造行业不同所有制企业数据分析

三、2017年中国日用化学品制造行业不同所有制企业数据分析

第四章 2015-2017年中国日化主要产品产量统计

第一节 2015-2017年中国合成洗涤剂产量统计分析

一、2015-2016年全国合成洗涤剂产量分析

2016年1-6月全国合成洗涤剂产量统计图数据来源：国家统计局，智研数据研究中心整理

二、2017年全国及主要省份合成洗涤剂产量分析

2017年1-7月全国合成洗涤剂产量分省市统计表

地区/Measures	本月产量	本月止累计	本月同比增长(%)	本月止累计同比增长(%)
全国	1,019,000.00	8,046,000.00	-0.5	1.1
北京	11,999.30	80,238.90	-	-
天津	35,453.20	270,276.20	-	-
河北	18,257.00	120,318.00	-	-
山西	5,866.00	44,713.20	-	-
内蒙古	-	-	-	-
辽宁	13,705.00	96,155.00	-	-
吉林	17,362.50	120,291.20	-	-
黑龙江	-	-	-	-
上海	42,317.00	237,631.50	-	-
江苏	10,401.80	67,828.40	-	-
浙江	54,049.10	539,107.50	-	-
安徽	72,175.20	445,549.90	-	-
福建	10,845.00	94,812.60	-	-
江西	725	2,637.00	-	-
山东	105,625.30	620,897.30	-	-
河南	104,283.00	1,295,114.60	-	-
湖北	20,077.40	124,526.70	-	-
湖南	33,087.00	248,333.80	-	-
广东	309,361.80	2,496,830.60	-	-
广西	14,714.20	102,821.60	-	-
海南	-	-	-	-
重庆	2,325.00	18,387.00	-	-
四川	113,483.40	820,646.90	-	-
贵州	4,239.30	61,195.00	-	-
云南	10,100.80	80,705.70	-	-
西藏	-	-	-	-
陕西	5,392.00	36,523.00	-	-
甘肃	-	-	-	-
青海	-	-	-	-
宁夏	-	-	-	-
新疆	3,124.30	20,365.40	-	-

数据来源：国家统计局，智研数据研究中心整理

三、2017年合成洗涤剂产量集中度分析

2017年1-7月全国合成洗涤剂产量集中度分析资料来源：国家统计局，智研数据研究中心整理

第二节 2015-2017年中国合成洗衣粉产量统计分析

- 一、2015-2016年全国合成洗衣粉产量分析
- 二、2017年全国及主要省份合成洗衣粉产量分析
- 三、2017年合成洗衣粉产量集中度分析
- 第三节 2015-2017年中国牙膏产量统计分析
 - 一、2015-2016年全国牙膏产量分析
 - 二、2017年全国及主要省份牙膏产量分析
 - 三、2017年牙膏产量集中度分析
- 第四节 2015-2017年中国肥(香)皂产量统计分析
 - 一、2015-2016年全国肥(香)皂产量分析
 - 二、2017年全国及主要省份肥(香)皂产量分析
 - 三、2017年肥(香)皂产量集中度分析

第五章 2017年中国日化产业市场营销战略分析

第一节 2017年中国日化行业渠道分析

- 一、日化行业流通业态
- 二、日化行业渠道结构
- 三、行业渠道变革趋势
- 四、日化企业分销渠道突围策略

第二节 2017年中国日化市场营销分析

- 一、日化产品中国化
- 二、中国日化市场成功营销模式
- 三、日化营销通路解析
- 四、日化渠道亟需创新
- 五、日化产业直销市场分析

第三节 2017年中国日化细分市场营销策略

- 一、国内洗发水营销策略分析
- 二、沐浴液营销策略解析
- 三、中国牙膏营销策略分析
- 四、中国化妆品营销策略探析

第四节 2017年中国重点企业营销策略

- 一、宝洁公司营销策略
- 二、欧莱雅开拓中国市场的营销策略研究

- 三、纳爱斯营销策略分析
- 四、白猫营销策略分析
- 五、拉芳营销策略
- 六、立白营销策略

第六章 2017年中国日化行业市场竞争格局分析

第一节 2017年中国日化行业总体竞争概况

- 一、中国日化市场三足鼎立
- 二、日化市场竞争激烈
- 三、外资品牌占据市场主要份额
- 四、未来几年中国日化竞争激烈

第二节 2017年中国日化行业竞争形势分析

- 一、盐类化妆品对阵传统日化产品
- 二、国际日化巨头触角伸向农村
- 三、日化渠道价格趋于良性竞争
- 四、内资日化品牌发起绝地反击

第三节 2017年中国日化行业竞争格局分析

- 一、欧莱雅与宝洁的竞争
- 二、纳爱斯和宝洁的终端竞争
- 三、联合利华与宝洁的市场竞争

第四节 2017年中国日化企业竞争策略分析

- 一、中国日化企业竞争力提升建议
- 二、中国洗衣粉企业发展策略分析
- 三、中小化妆品企业发展策略

第五节 2017年中国日化区域市场发展分析

- 一、福建
- 二、陕西
- 三、浙江
- 四、湖南
- 五、辽宁

第七章 2017年国际日化重点企业运营状况分析

第一节法国欧莱雅（Loreal）

一、企业基本概况

二、企业在华运营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、欧莱雅拓展新销售渠道四品牌先行进入

第二节美国宝洁公司（Procter&Gamble）

一、企业基本概况

二、企业在华运营情况分析

三、企业竞争优势分析

第三节联合利华

一、公司简介

二、企业在华运营情况分析

三、企业竞争优势分析

第四节美国雅芳（AVON）

一、企业基本概况

二、企业在华运营情况分析

三、企业竞争优势分析

四、雅芳新营销模式运作下的隐忧

第五节美国安利公司（Amway）

一、企业基本概况

二、企业在华运营情况分析

三、企业竞争优势分析

第六节美国强生公司

一、企业基本概况

二、企业在华运营情况分析

三、企业竞争优势分析

第七节日本资生堂

一、企业基本概况

二、企业在华运营情况分析

三、企业竞争优势分析

第八章 2017年中国日化优势企业竞争力分析

第一节上海白猫股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节上海家化联合股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节广州浪奇实业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节柳州两面针股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节索芙特股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第九章 2019-2025年中国日化行业发展前景与投资预测分析

第一节 2019-2025年中国日化行业发展趋势分析（ZY LII）

- 一、日化产品发展热点
- 二、日化行业市场规模预测
- 三、中国日化产业的发展走向

第二节 2019-2025年中国日化业细分市场的发展前景

- 一、农村市场将成为日化渠道的新机遇
- 二、中药日化产品市场前景看好
- 三、日化包装行业的新趋势

第三节 2019-2025年中国日化行业投资机会分析

第四节 2019-2025年中国日化行业投资风险分析

第五节 专家投资建议（ZY LII）

图表目录：（部分）

图表：2013-2017年国内生产总值

图表：2013-2017年居民消费价格涨跌幅度

图表：2017年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2013-2017年国家外汇储备

图表：2013-2017年财政收入

图表：2013-2017年全社会固定资产投资

图表：2017年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2017年固定资产投资新增主要生产能力

图表：中国历年化妆品销售额

图表：日化行业产品需求对象

图表：日化国际企业与本土企业优劣比较

图表：“差异化”产品发展模式提升盈利能力

图表：差异化产品的开发周期

图表：中药日化产品价格定位策略

图表：跨国品牌与本土品牌的品牌管理差别

图表：农村与城市消费特点比较

图表：女性对化妆品的功能性要求

图表：药妆消费者描述

图表：2016年十大畅销化妆品品牌榜

图表：不同学历男士使用化妆品情况

图表：不同收入男性使用化妆品情况

图表：男性不使用化妆品的原因

图表：2015年以来分地区社会消费品零售总额同比增速

图表：2015年以来各月居民消费价格指数

图表：2015年以来各月消费者信心指数

图表：2015-2017年洗涤用品零售额同比增速

图表：历年第一季度各类商品零售额同比增速

略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/H4775094TR.html>