

# 2019-2025年中国日化用品 行业深度研究与行业前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2019-2025年中国日化用品行业深度研究与行业前景预测报告》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/U727193T6G.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年中国日化用品行业深度研究与行业前景预测报告》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人的制品,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2019-2025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2019-2025总体规划

### 一、日化用品行业2019-2025规划纲要

### 二、日化用品行业2019-2025规划指导思想

### 三、日化用品行业2019-2025规划主要目标

## 第三节 2019-2025规划解读

### 一、2019-2025规划的总体战略布局

### 二、2019-2025规划对经济发展的影响

### 三、2019-2025规划的主要精神解读

## 第三章 2019-2025经济环境分析

### 第一节 2019-2025世界经济发展趋势

### 一、2019-2025世界经济将逐步恢复增长

### 二、2019-2025经济全球化曲折发展

### 三、2019-2025新能源与节能环保将引领全球产业

### 四、2019-2025跨国投资再趋活跃

### 五、2019-2025气候变化与能源资源将制约世界经济

### 六、2019-2025美元地位继续削弱

### 七、2019-2025世界主要新兴经济体大幅提升

## 第二节 2019-2025我国经济面临的形势

### 一、2019-2025我国经济将长期趋好

### 二、2019-2025我国经济将围绕三个转变

### 三、2019-2025我国工业产业将全面升级

### 四、2019-2025我国以绿色发展战略为基调

## 第三节 2019-2025我国对外经济贸易预测

### 一、2019-2025我国劳动力结构预测

### 二、2019-2025我国贸易形式和利用外资方式预测

### 三、2019-2025我国自主创新结构预测

### 四、2019-2025我国产业体系预测

### 五、2019-2025我国产业竞争力预测

### 六、2019-2025我国经济国家化预测

### 七、2019-2025我国经济将面临的贸易障碍预测

### 八、2019-2025人民币区域化和国际化预测

### 九、2019-2025我国对外贸易与城市发展关系预测

### 十、2019-2025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、2013-2017年全球日化用品市场结构

### 三、2013-2017年全球日化用品行业发展分析

### 四、2013-2017年全球日化用品行业竞争格局

### 五、2013-2017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、2013-2017年欧洲日化用品市场结构

### 3、2019-2025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、2013-2017年北美日化用品市

场结构3、2019-2025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、2013-2017年日本日化用品市场结构3、2019-2025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、2013-2017年韩国日化用品市场结构3、2019-2025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、2019-2025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 2019-2025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 2013-2017年日化用品行业发展现状一、2013-2017年我国日化用品行业市场规模二、2013-2017年我国日化用品行业发展分析三、2013-2017年中国日化用品企业发展分析第三节 2013-2017年日化用品市场情况分析一、2013-2017年中国日化用品市场总体概况二、2013-2017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、2013-2017年日化用品价格走势分析四、2019-2025日化用品价格走势预测 第八章 2019-2025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、2013-2017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、2013-2017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、2013-2017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、2019-2025日化用品行业领域需求量预测1、2019-2025日化用品行业领域需求产品（服务）功能预测2、2019-2025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 2019-2025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 2019-2025 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、2019-2025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 2019-2025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 2013-2017年日化用品行业竞争格局分析一、2013-2017年国内外日化用品竞争分析二、2013-2017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、2013-2017年我国日化用品市场集中度分析四、2013-2017年国内主要日化用品企业动向五、2013-2017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 2019-2025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、2019-2025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、2019-2025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、2019-2025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、2019-2025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、2019-2025发展战略规划六

、2019-2025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、2019-2025发展战略规划 第四部分 投资前景展望第十三章 2019-2025日化用品行业投资前景展望第一节 日化用品行业2019-2025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

、2019-2025日化用品投资机会第二节 2019-2025日化用品行业发展预测分析一、2019-2025日化用品发展分析二、2019-2025日化用品行业技术开发方向三、总体行业2019-2025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、2019-2025行业发展趋势第四节 2019-2025规划将为日化用品行业找到新的增长点 第十四章 2019-2025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 2019-2025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 2019-2025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 2019-2025中国日化用品行业投资收益预测一、预测理论依据二、2019-2025中国日化用品行业总产值预测三、2019-2025中国日化用品行业销售收入预测四、2019-2025中国日化用品行业利润总额预测五、2019-2025中国日化用品行业总资产预测 第十五章 2019-2025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 2019-2025发展预测分析一、2019-2025日化用品发展方向分析二、2019-2025日化用品行业发展规模预测三

、2019-2025日化用品行业发展趋势预测第三节 2019-2025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2019-2025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 2019-2025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 2019-2025日化用品行业面临的困境及对策第一节 2017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 2019-2025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、2017年日化用品行业投资战略二、2019-2025日化用品行业投资战略三、2019-2025细分行业投资战略

第十九章 研究结论及投资建议（ZY GXH）

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（ZY GXH）

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：2013-2017年全球日化用品行业市场规模图表：2013-2017年中国日化用品行业市场规模图表：2013-2017年日化用品行业重要数据指标比较图表：2013-2017年中国日化用品市场占全球份额比较图表：2013-2017年日化用品行业销售收入图表：2013-2017年日化用品行业利润总额图表：2013-2017年日化用品行业资产总计图表：2013-2017年日化用品行业负债总计图表：2013-2017年日化用品行业竞争力分析图表：2013-2017年日化用品市场价格走势图表：2013-2017年日化用品行业主营业务收入图表：2013-2017年日化用品行业主营业务成本图表：2013-2017年日化用品行业销售费用分析图表：2013-2017年日化用品行业管理费用分析图表：2013-2017年日化用品行业财务费用分析图表：2013-2017年日化用品行业销售毛利率分析图表：2013-2017年日化用品行业销售利润率分析图表：2013-2017年日化用品行业成本费用利润率分析图表：2013-2017年日化用品行业总资产利润率分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/U727193T6G.html>