

2022-2028年中国日化行业 深度分析与发展前景报告

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

《2022-2028年中国日化行业深度分析与发展前景报告》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/202112/255436.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

日化是指日用化学品，是人们平日常用的科技化学制品包括洗发水、沐浴露、护肤、护发、化妆品等等。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国日化行业深度分析与发展前景报告》共八章。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1章：中国日化行业发展环境PEST分析

1.1 日化行业政策环境分析（P）

1.1.1 日化行业监管部门

1.1.2 日化行业相关政策

1.1.3 日化行业发展规划

1.2 日化行业经济环境分析（E）

1.2.1 宏观经济对日化行业影响

1.2.2 中国居民人均收入情况

1.2.3 中国消费者情况分析

1.2.4 中国消费者信心指数分析

1.3 日化行业社会环境分析（S）

1.3.1 中国消费者消费群体变化

1.3.2 中国消费者观念变化分析

1.3.3 中国GDP增长情况

1.3.4 中国消费者消费渠道变化

1.3.5 中国消费者消费心理研究

1.3.6 中国消费者消费行为研究

1.4 日化行业技术环境分析（T）

1.4.1 日化行业技术发展现状

1.4.2 日化行业专利变化情况

1.4.3 日化行业技术发展趋势

第2章：中国日化行业发展现状分析

2.1 中国日化行业发展概况

2.1.1 日化行业概念定义

2.1.2 日化行业市场规模

2.1.3 日化行业发展现状

2.1.4 日化行业市场区域分析

2.1.5 日化行业生命周期分析

2.2 中国日化行业整体经营状况

2.2.1 日化所属行业整体经济状况

2.2.2 日化所属行业盈利能力分析

2.2.3 日化所属行业运营能力分析

2.2.4 日化所属行业偿债能力分析

2.2.5 日化行业发展能力分析

第3章：中国日化行业细分市场的需求分析

3.1 化妆品市场分析

3.1.1 化妆品限额以上零售总额分析

3.1.2 化妆品盈利水平分析

3.1.3 化妆品国际市场份额分布

3.1.4 化妆品国内竞争格局

3.1.5 化妆品行业前景预测

3.1.6 化妆品行业投资动向

3.2 洗涤用品市场分析

3.2.1 洗涤用品市场规模分析

3.2.2 洗涤用品盈利水平分析

3.2.3 洗涤用品市场份额分布

3.2.4 洗涤用品品牌竞争格局

3.2.5 洗涤用品区域竞争数据

3.2.6 洗涤用品需求前景预测

3.2.7 洗涤用品最新投资动向

3.3 口腔用品市场分析

3.3.1 口腔用品市场规模分析

3.3.2 口腔用品盈利水平分析

3.3.3 口腔用品市场份额分布

3.3.4 口腔用品品牌竞争格局

3.3.5 口腔用品需求前景预测

3.3.6 口腔用品最新投资动向

3.4 其他日化用品市场分析

3.4.1 其他日化用品市场规模分析

3.4.2 其他日化用品盈利水平分析

3.4.3 其他日化用品主要生产企业

3.4.4 其他日化用品需求前景预测

3.4.5 其他日化用品最新投资动向

第4章：中国日化行业市场竞争格局分析

4.1 中国日化行业整体竞争格局

4.1.1 日化行业市场分布格局

4.1.2 日化行业品牌竞争格局

4.1.3 日化行业产品竞争格局

4.2 中国日化市场分档次竞争分析

4.2.1 高端日化产品市场竞争分析

4.2.2 大众日化产品市场竞争分析

4.3 中国日化行业企业竞争分析

4.3.1 中国日化行业企业竞争格局

4.3.2 外资日化企业在华竞争策略

4.4 中国日化行业五力竞争模型分析

4.4.1 日化行业上游议价能力分析

4.4.2 日化行业下游议价能力分析

4.4.3 日化行业新进入者威胁分析

- 4.4.4 日化行业替代产品威胁分析
- 4.4.5 日化行业行业内部竞争分析
- 4.5 中国本土日化企业竞争策略分析
 - 4.5.1 本土日化企业重点竞争领域
 - 4.5.2 本土日化企业存在问题分析
 - 4.5.3 本土日化企业主要竞争策略

第5章：中国日化行业渠道策略分析

- 5.1 日化行业新兴电子商务渠道分析
 - 5.1.1 日化行业电商渠道发展现状
 - 5.1.2 电子商务渠道成本构成
 - 5.1.3 电子商务渠道收益分析
 - 5.1.4 电子商务渠道建设与运营模式
 - 5.1.5 电子商务渠道应用模式分析
 - 5.1.6 电商渠道与传统渠道结合经验
 - 5.1.7 电子商务渠道建设优劣势
 - 5.1.8 电子商务渠道发展前景预测
- 5.2 日化行业商场专柜渠道分析
 - 5.2.1 商场专柜渠道发展概况
 - 5.2.2 商场专柜渠道进入壁垒
 - 5.2.3 商场专柜渠道成本构成
 - 5.2.4 商场专柜渠道收益分析
 - 5.2.5 商场专柜渠道品牌现状
 - 5.2.6 商场专柜渠道趋势预测
- 5.3 日化行业超市卖场渠道分析
 - 5.3.1 超市卖场渠道发展概况
 - 5.3.2 超市卖场渠道进入壁垒
 - 5.3.3 超市卖场渠道成本构成
 - 5.3.4 超市卖场渠道收益分析
 - 5.3.5 超市卖场渠道品牌现状
 - 5.3.6 超市卖场渠道前景预测
- 5.4 日化行业专营店渠道分析

- 5.4.1 专营店渠道发展概况
- 5.4.2 专营店渠道进入壁垒
- 5.4.3 专营店渠道成本构成
- 5.4.4 专营店渠道收益分析
- 5.4.5 专营店渠道品牌现状
- 5.4.6 专营店渠道趋势预测
- 5.5 日化行业加盟专卖渠道分析
 - 5.5.1 加盟专卖渠道发展概况
 - 5.5.2 加盟专卖渠道进入壁垒
 - 5.5.3 加盟专卖渠道成本构成
 - 5.5.4 加盟专卖渠道收益分析
 - 5.5.5 加盟专卖渠道品牌现状
 - 5.5.6 加盟专卖渠道前景预测
- 5.6 日化行业药店零售渠道分析
 - 5.6.1 药店零售渠道发展概况
 - 5.6.2 药店零售渠道进入壁垒
 - 5.6.3 药店零售渠道成本构成
 - 5.6.4 药店零售渠道收益分析
 - 5.6.5 药店零售渠道品牌现状
 - 5.6.6 药店零售渠道前景预测
- 5.7 日化行业美容院渠道分析
 - 5.7.1 美容院渠道发展概况
 - 5.7.2 美容院渠道进入壁垒
 - 5.7.3 美容院渠道成本构成
 - 5.7.4 美容院渠道收益分析
 - 5.7.5 美容院渠道品牌现状
 - 5.7.6 美容院渠道前景预测
- 5.8 日化行业电视购物渠道分析
 - 5.8.1 电视购物渠道发展概况
 - 5.8.2 电视购物渠道进入壁垒
 - 5.8.3 电视购物渠道成本构成
 - 5.8.4 电视购物渠道收益分析

5.8.5 电视购物渠道品牌现状

5.8.6 电视购物渠道前景预测

第6章：中国日化行业重点区域市场竞争分析

6.1 华北地区日化行业市场竞争分析

6.1.1 北京市日化行业市场竞争分析

6.1.2 天津市日化行业市场竞争分析

6.1.3 河北省日化行业市场竞争分析

6.1.4 山西省日化行业市场竞争分析

6.1.5 内蒙古日化行业市场竞争分析

6.2 东北地区日化行业市场竞争分析

6.2.1 辽宁省日化行业市场竞争分析

6.2.2 吉林省日化行业市场竞争分析

6.2.3 黑龙江省日化行业市场竞争分析

6.3 华东地区日化行业市场竞争分析

6.3.1 上海市日化行业市场竞争分析

6.3.2 江苏省日化行业市场竞争分析

6.3.3 浙江省日化行业市场竞争分析

6.4 华中地区日化行业市场竞争分析

6.4.1 河南省日化行业市场竞争分析

6.4.2 湖北省日化行业市场竞争分析

6.4.3 湖南省日化行业市场竞争分析

6.5 华南地区日化行业市场竞争分析

6.5.1 广东省日化行业市场竞争分析

6.5.2 广西省日化行业市场竞争分析

6.5.3 海南省日化行业市场竞争分析

6.6 西南地区日化行业市场竞争分析

6.6.1 重庆市日化行业市场竞争分析

6.6.2 川省日化行业市场竞争分析

6.6.3 云南省日化行业市场竞争分析

第7章：中国日化行业领先企业经营分析

- 7.1 中国日化企业经营情况排名
- 7.2 综合性日化企业经营情况分析
 - 7.2.1 上海家化联合股份有限公司经营情况分析
 - 7.2.2 广州宝洁有限公司经营情况分析
 - 7.2.3 纳爱斯集团有限公司
 - 7.2.4 上海和黄白猫有限公司
 - 7.2.5 联合利华（中国）有限公司经营情况分析
 - 7.2.6 强生（中国）有限公司
- 7.3 化妆品行业领先企业经营情况分析
 - 7.3.1 美即（控股）国际有限公司经营情况分析
 - 7.3.2 霸王国际集团（控股）有限公司经营情况分析
 - 7.3.3 索芙特股份有限公司经营情况分析
 - 7.3.4 资生堂丽源化妆品有限公司经营情况分析
 - 7.3.5 江苏隆力奇集团有限公司经营情况分析
 - 7.3.6 玫琳凯（中国）化妆品有限公司经营情况分析
 - 7.3.7 雅芳（中国）有限公司经营情况分析
 - 7.3.8 新生活集团（中国）有限公司经营情况分析
 - 7.3.9 广州好迪集团有限公司经营情况分析
- 7.4 洗涤用品行业领先企业经营情况分析
 - 7.4.1 山东九鑫日用化工有限公司
 - 7.4.2 湖南丽臣实业股份有限公司
 - 7.4.3 南风化工集团股份有限公司
 - 7.4.4 广州立白（番禺）有限公司
 - 7.4.5 广州市浪奇实业股份有限公司
- 7.5 口腔用品行业领先企业经营情况分析
 - 7.5.1 重庆登康口腔护理用品股份有限公司
 - 7.5.2 美晨集团股份有限公司
 - 7.5.3 好来化工（中山）有限公司
 - 7.5.4 广西奥奇丽股份有限公司
 - 7.5.5 柳州两面针股份有限公司

第8章：中国日化行业发展前景预测与建议（）

8.1 日化行业发展趋势与前景预测

8.1.1 日化行业发展趋势分析

8.1.2 日化行业发展前景预测

8.2 日化行业产品策略建议

8.2.1 日化行业领先产品策略

8.2.2 日化行业典型产品案例

8.2.3 日化行业定价策略建议

8.3 日化行业促销策略建议

8.3.1 日化行业促销策略概述

8.3.2 日化行业领先促销策略

8.3.3 日化行业促销策略建议

8.4 日化行业投资策略建议

8.4.1 日化行业进入壁垒分析

8.4.2 日化行业盈利模式分析

8.4.3 日化行业盈利因素分析

8.4.4 日化行业投资机会分析

8.4.5 日化行业投资风险预警

8.4.6 日化行业投资策略建议

图表目录

图表1：日化行业相关产品分类

图表2：我国日化行业标准制机构、业务领域及对应的监管部门

图表3：《关于印发化妆品命名规定和命名指南的通知》

图表4：首批获得“浓缩洗衣粉标志”的企业名单及品牌

图表5：《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划》目标

图表6：相应政策措施

图表7：化妆品行业新产品份额规划

图表8：《中国洗涤用品行业“十三五”规划》目标

图表9：《中国口腔清洁行业“十三五”规划》目标

图表10：2015-2019年中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均纯收入变动图（单位：元，%）

图表11：2015-2019年中国居民人均消费支出情况（单位：元，%）

图表12：2015-2019年中国居民消费价格指数（单位：%）

图表13：2015-2019年中国消费者信心指数变化趋势

图表14：中国消费者的主要分类（单位：%）

图表15：2015-2019年中国国内生产总值及增长速度（单位：亿元，%）

图表16：中国消费者消费渠道变化

图表17：不同心理的女性消费者行为研究

图表18：男性消费者的购买动机形成分析

图表19：儿童每周经济收入、支出和存款情况（单位：元，%）

图表20：中国儿童对父母购物的影响

图表21：中低收入消费者消费行为研究

图表22：日化行业技术发展现状

图表23：2015-2019年我国日化行业相关专利申请数按申请日统计量变化图（单位：件）

图表24：2015-2019年我国日化行业相关专利申请数按公开日统计量变化图（单位：件）

图表25：国家统计局对于日化行业的分类

图表26：2015-2019年中国日化行业销售收入规模增长情况（单位：万元，%）

图表27：日化用品分类

图表28：2019年日化行业销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）

图表29：2015-2019年中国日化行业主要经济指标统计表（单位：亿元，家，%）

图表30：2015-2019年中国日化行业盈利能力分析（单位：%）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/255436.html>