

2020-2026年中国日化用品 市场深度分析与投资方向研究报告

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年中国日化用品市场深度分析与投资方向研究报告》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/202001/149356.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。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；有厨房里用的餐具洗涤剂，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，还具有一定的缓和与治疗作用。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

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国日化用品市场深度分析与投资方向研究报告》共十四章。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 2019年中国日化用品市场消费现状剖析第一章 2019年中国日化用品行业市场发展环境分析（PEST分析法）第一节 2019年中国经济环境分析一、国民经济运行情况GDP二、消费价格指数CPI、PPI三、全国居民收入情况四、恩格尔系数五、工业发展形势六、固定资产投资

情况七、财政收支状况八、中国汇率调整九、对外贸易&进出口

第二节 2019年中国日化用品行业政策环境分析

一、我国日化用品行业政策深度解读二、我国日化用品行业标准研究三、行业法规研究

第三节 2019年中国日化用品行业社会环境分析

一、人口环境分析二、教育环境分析三、文化环境分析四、生态环境分析五、中国城镇化率六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2019年中国日化用品行业技术环境分析

第二章 2019年中国日化用品品牌市场整体运行态势剖析

第一节 2019年中国日化用品行业市场供需状况

一、我国日化用品行业市场供给情况二、我国市场需求分析

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）

三、我国日化用品市场需求特点研究

第二节 2019年中国日化用品产品主要经销方式深度探讨

一、2019年中国日化用品产品市场批发分析二、2019年中国日化用品产品加盟商（代理商）三、2019年中国日化用品产品自主经营分析

第三节 2019年中国日化用品发展存在问题及HJSD建议

第三章 2019年中国日化用品产品市场品牌竞争力评估

第一节 2019年中国日化用品品牌市场运行走势分析

一、中国日化用品品牌竞争对手商铺、商场监测数据二、中国日化用品品牌排名实地调研结果三、中国日化用品产品相关关联行业或产品情况

第二节 2019年中国日化用品产品主要品牌动态关注

一、中国日化用品品牌销售额前十名排名情况二、中国日化用品品牌竞争力前十名排名情况三、中国日化用品品牌市场份额前十名排名情况四、中国日化用品品牌发展潜力前十名排名情况

第三节 2019年中国日化用品产品市场销售策略探讨

第四章 2011-2019年中国日化用品产品行业关键数据指标参考

第一节 2011-2019年中国日化用品行业主要数据监测分析

一、中国日化用品行业规模分析二、中国日化用品行业结构分析三、中国日化用品行业产值分析四、中国日化用品行业成本费用分析五、中国日化用品行业盈利能力分析

第二节 2011-2019年中国日化用品产量数据统计分析

一、中国日化用品产量数据分析二、中国日化用品产量数据分析三、中国日化用品产量增长性分析

第三节 2011-2019年中国日化用品进出口数据监测研究

一、中国日化用品进出口数量分析二、中国日化用品进出口金额分析三、中国日化用品进出口国家及地区分析

第五章 2019年中国日化用品主要区域与重点城市市场监测

第一节 华北地区日化用品发展状况分析

一、华北地区日化用品市场容量分析二、华北地区日化用品供应与消费情况三、华北地区重点城市剖析（天津、北京、河北、青岛）

1、重点城市市场现状分析2、重点城市市场竞争力研究3、重点城市消费者调研情况4、重点城市未来发展潜力分析四、华北地区日化用品行业未来发展预测

第二节 华中地区日化用品发展状况分析

一、华中地区日化用品市场容量分析二、华中地区日化用品供应与消费三、华中地区重点城市剖析（河

南、武汉、长沙) 1、重点城市市场现状分析2、重点城市市场竞争力研究3、重点城市消费者调研4、重点城市未来发展潜力分析四、华中地区日化用品行业发展趋势第三节 华东地区日化用品发展状况分析一、华东地区日化用品市场容量分析 二、华东地区日化用品供应与消费三、华东地区重点城市剖析(上海、杭州、南京) 1、重点城市市场现状分析2、重点城市市场竞争力研究3、重点城市消费者调研4、重点城市未来发展潜力分析四、华东地区日化用品行业发展前景展望第四节 华南地区日化用品发展状况分析一、华南地区日化用品市场容量分析 二、华南地区日化用品供应与消费 三、华南地区重点城市剖析(深圳、厦门、广西) 1、重点城市市场现状分析2、重点城市市场竞争力研究3、重点城市消费者调研4、重点城市未来发展潜力分析四、华南地区日化用品行业发展趋势分析第五节 西南地区日化用品发展状况分析一、西南地区日化用品市场容量分析 二、西南地区日化用品供应与消费 三、西南地区重点城市剖析(成都、重庆、云南) 1、重点城市市场现状分析2、重点城市市场竞争力研究3、重点城市消费者调研4、重点城市未来发展潜力分析四、西南地区日化用品行业未来发展预测第六节 东北地区日化用品发展状况分析一、东北地区日化用品市场容量分析 二、东北地区日化用品供应与消费 三、东北地区重点城市剖析(辽宁、吉林、黑龙江) 1、重点城市市场现状分析2、重点城市市场竞争力研究3、重点城市消费者调研4、重点城市未来发展潜力分析四、东北地区日化用品行业发展前景剖析第七节 西北地区日化用品发展状况分析一、西北地区日化用品市场容量分析 二、西北地区日化用品供应与消费 三、西北地区重点城市剖析(陕西、宁夏、青海) 1、重点城市市场现状分析2、重点城市市场竞争力研究3、重点城市消费者调研4、重点城市未来发展潜力分析四、西北地区日化用品行业发展趋势研究 第二部分 中国日化用品市场消费调研结果第六章 2019年中国日化用品品牌消费者偏好深度调查第一节 中国日化用品产品目标客户群体调查 一、不同收入水平消费者偏好调查 二、不同年龄的消费者偏好调查三、不同地区的消费者偏好调查第二节 中国日化用品产品的品牌市场调查 一、消费者对日化用品品牌认知度宏观调查二、消费者对日化用品产品的品牌偏好调查三、消费者对日化用品品牌的首要认知渠道四、消费者经常购买的品牌调查五、日化用品品牌忠诚度调查六、日化用品品牌市场占有率调查七、消费者的消费理念调研第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析一、价格敏感程度二、品牌的影响三、购买方便的影响四、广告的影响程度五、包装的影响程度 第七章 消费者使用日化用品品牌数据调查信息反馈第一节 消费者使用日化用品品牌产品基本情况调查一、消费者使用日化用品产品的比例分析 二、消费者使用的日化用品产品的品牌排名分析 三、消费者对其使用的日化用品产品的满意度分析 四、消费者对其使用的日化用品产品的不满意的地方分析第二节 消费者将来准备或者继续使用日化用品产品的情况分析 一、没有或者曾经使用过日化用品产品的消费者准备重新使用比例分析 二、现在正在使用的或者准备使用日化用品产品的消费者继续使用比例分析 三、消费者认为可能成为购

买日化用品产品契机的广告形式分析 四、消费者在购买日化用品产品时将会做为参考的信息来源分析 五、消费者在购买日化用品产品时所重视的要素分析 六、消费者想要购买的日化用品产品的品牌排名分析 七、消费者感兴趣的日化用品产品品牌排名分析 第三节 日化用品厂商的品牌推广情况研究 一、消费者眼里各大日化用品产品厂商的品牌形象情况 二、消费者认为最近强烈关注某日化用品产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况 第八章 2019年中国品牌日化用品市场价格监测结果 第一节 价格形成机制分析研究 第二节 2019年中国日化用品品牌市场价格调查结果 第三节 2009-2019年中国日化用品品牌价格走势预测 第四节 2020-2026年中国日化用品消费现状和未来消费发展趋势 第三部分 中国日化用品市场营销渠道与策略解析 第九章 2019年中国日化用品市场营销分析 第一节 大众快消品营销的五大特征 一、基本特征 二、属性特征 三、竞争特征 四、品牌特征 五、渠道特征 第二节 日化用品市场渠道分析 一、日化用品市场主要渠道类型分析 二、日化用品市场主要营销模式分析 1、主要营销模式 2、各营销模式特点比较 三、日化用品市场主要营销策略分析 1、不同渠道策略分析 2、不同产品类型策略分析 3、不同消费群体策略分析 4、不同区域策略分析 四、我国日化用品市场渠道主要存在的问题分析 第十章 2019年中国日化用品市场营销策略剖析 第一节 中国日化用品市场营销生动陈列的方法和意义 一、方法 二、产品陈列规范 三、意义 1、货架占有率 2、刺激冲动购买 3、确保产品货架期的安全 4、增加销量 5、降低营销成本 6、品牌形象 第二节 中国日化用品深度分销的方法与重点 一、深度分销 二、深度分销的表现形式 三、深度分销具体操作 四、深度分销的优点 五、全面实施双赢战略 第三节 建立全面的渠道服务体系探讨 第四节 有效掌控产品在渠道流通过程中的各个环节重点 第五节 2019年中国日化用品新产品营销策略研究 第四部分 中国日化用品市场竞争对手对比分析 第十一章 2019年中国日化用品品牌市场竞争格局调查研究 第一节 中国日化用品行业历史竞争格局回顾 第二节 中国日化用品行业集中度研究 一、市场集中度分析 二、企业集中度分析 三、区域集中度分析 第三节 中国日化用品行业竞争结构研究 一、现有企业间竞争调研 二、潜在进入者调研 三、替代品调研 四、供应商议价能力调研 五、客户议价能力调研 第十二章 中国日化用品市场品牌竞争力评价研究 第一节 中国日化用品市场品牌竞争力评价 一、品牌竞争力评价指标体系 二、品牌竞争力评价 第一节 中国日化用品市场品牌竞争力提升策略 一、中国日化用品品牌定位分析 二、中国日化用品企业品牌管理模式 三、中国日化用品企业品牌推广经验 第五部分 中国日化用品市场消费前景与投资盈利空间预测 第十三章 2020-2026年中国日化用品市场预测与盈利空间预测 第一节 2020-2026年中国日化用品品牌行业发展前景展望 一、国内市场发展前景 二、日化用品品牌市场空间预测 第二节 2020-2026年中国日化用品品牌行业发展趋势研究 第三节 2020-2026年中国日化用品品牌行业市场盈利空间预测 第十四章 2020-2026年中国日化用品行业投资价值与策略分析 () 第一节 中国日化用品行业周期与波动性分析 第二节 2020-2026年中国日化用品行业投资价值分析 一、中国日化

用品行业发展趋势 二、中国日化用品细分市场规模预测三、中国日化用品市场潜力预测 四、中国日化用品行业投资价值分析1、主要细分领域投资价值2、综合投资价值 第三节 2020-2026年中国日化用品行业投资风险分析一、主要投资风险因素分析二、投资风险控制与管理第四节 2020-2026年中国日化用品行业投资策略分析一、重点投资区域分析二、重点投资领域分析三、综合投资策略分析 第五节 2020-2026年中国日化用品行业投资建议点评（ ） 图表目录：
（部分） 图表：2005-2015年中国GDP总量及增长趋势图 图表：2015-2019年中国月度CPI、PPI指数走势图 图表：1978-2015中国城乡居民恩格尔系数走势图 图表：2010.12-2015.12年我国工业增加值增速统计图 图表：2005-2015年我国全社会固定资产投资额走势图（2015年不含农户） 图表：2005-2015年我国财政收入支出走势图 单位：亿元 图表：2005-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图 图表：2019年中国日化用品品牌销售额前十名排名情况图 图表：2019年中国日化用品品牌竞争力前十名排名情况图 图表：2019年中国日化用品品牌市场份额前十名排名情况图 图表：2019年中国日化用品品牌发展潜力前十名排名情况图 图表：2015年中国日化用品消费者收入水平调查图 图表：2015-2019年中国日化用品消费者信心指数数据图 图表：2019年中国日化用品市场的消费需求变化图 图表：2019年中国日化用品行业的需求情况调研图 图表：2015-2019年日化用品品牌市场消费需求数据图 图表：2019年中国日化用品产品行业消费特点图 图表：2019年中国日化用品产品消费者实地调查数据图 图表：2019年中国日化用品产品消费结构表图 图表：2019年中国日化用品产品消费的市场变化图 图表：2019年中国日化用品产品市场的消费方向走势图 图表：2019年中国日化用品产品不同客户购买相关的态度及影响对比图 图表：2019年中国日化用品产品消费者对行业品牌认知度宏观调查结果图 图表：2019年中国日化用品产品消费者对行业产品的品牌偏好调查结果图 图表：2019年中国日化用品产品消费者对行业品牌的首要认知渠道调查图 图表：2019年中国日化用品产品消费者经常购买的品牌调查情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/149356.html>