

2020-2026年中国日化用品 产业发展现状与投资战略研究报告

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年中国日化用品产业发展现状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.cction.com/report/202001/149355.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

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。随着国民经济发展及城镇化进程加快，我国居民住房条件、公共卫生设施等条件不断改善，居民生活质量有了大幅提高，人们对健康生活有了更高追求，对个人护理用品的使用要求更高。欧睿国际数据显示，2014年我国个人护理类产品零售额为532.98亿元，预测2014-2019平均年复合增长率为4.1%，到2019年个人护理用品市场份额将达到652.69亿元。

2009-2019中国个人护理产品市场规模（亿元） 2009年，我国化妆品的销售额为981亿元，至2014年达到1,630亿元；据预测，2014年至2019年年复合增长率达7.1%，总增长率高达51.9%，至2019年我国化妆品零售额预计突破2,400亿元⁴。我国中高端消费者主要购买欧美及日韩品牌产品，而对广大的基层消费者而言，更倾向于选购性价比优良的民族自主品牌，因此国产品牌市场潜力巨大。

2009-2019年中国化妆品市场零售额及增长趋势（亿元）

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国日化用品产业发展现状与投资战略研究报告》共十三章。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：第一章2019年世界日化用品行业发展态势分析第一节2019年世界日化用品市场发展状况分析一、世界日化用品行业现状分析二、世界日化用品市场特点分析第二节2019年全球日化用品市场分析一、2019年全球日化用品需求分析二、2019年全球日化用品产销分析三、2019年中外日化用品市场对比第二章我国日化用品行业发展现状第一节我国日化用品行业发展现状一、日化用品行业品牌发展现状二、日化用品行业消费市场现状2009-2019年中国日化用品零售额（亿元）三、日化用品市场消费层次分析四、我国日化用品市场走向分析第二节2011-2019年日化用品行业发展情况分析一、2019年日化用品行业发展特点分析二、2019年日化用品行业发展情况第三节2019年日化用品行业运行分析一、2019年日化用品行业产销运行分析二、2019年日化用品行业利润情况分析三、2019年日化用品行业发展周期分析四、2020-2026年日化用品行业发展机遇分析五、2020-2026年日化用

品行业利润增速预测第四节对中国日化用品市场的分析及思考一、日化用品市场特点二、日化用品市场分析三、日化用品市场变化的方向四、中国日化用品产业发展的新思路五、对中国日化用品产业发展的思考 第三章2019年中国日化用品市场运行态势剖析第一节中国日化用品市场动态分析一、日化用品行业新动态二、日化用品主要品牌动态三、日化用品行业消费者需求新动态第二节2019年中国日化用品市场运营格局分析一、市场供需情况分析二、影响市场供需的因素分析第三节2017中国日化用品市场价格分析一、热销品牌产品价格走势分析二、影响价格的主要因素分析 第四章日化用品行业经济运行分析第一节2019年日化用品行业主要经济指标分析第二节2019年我国日化用品行业绩效分析一、2019年行业产销能力二、2019年行业规模情况三、2019年行业盈利能力四、2019年行业经营发展能力 第五章中国日化用品行业消费市场分析第一节日化用品市场消费需求变化分析第二节日化用品消费市场结构分析第三节日化用品行业产品的品牌市场调查一、消费者对行业产品的品牌偏好调查二、消费者对行业品牌的首要认知渠道三、消费者经常购买的品牌调查四、日化用品行业品牌市场占有率调查五、消费者的消费理念调研 第六章我国日化用品行业市场调查分析第一节2019年我国日化用品行业市场宏观分析一、主要观点二、市场结构分析三、整体市场关注度第二节2017中国日化用品行业市场微观分析一、品牌关注度格局二、产品关注度调查三、不同价位关注度 第七章日化用品行业上下游产业分析第一节上游产业分析一、市场现状分析二、行业竞争状况及其对日化用品行业的意义第二节下游产业分析一、市场现状分析二、行业新动态及其对日化用品行业的影响 第八章日化用品行业竞争格局分析第一节行业竞争结构分析一、现有企业间竞争二、进入壁垒分析三、替代品威胁分析第二节行业集中度分析一、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格局综述第四节2011-2019年日化用品行业竞争格局分析一、2011-2019年国内外日化用品行业竞争分析二、2011-2019年我国日化用品市场竞争分析 第九章日化用品企业竞争策略分析第一节日化用品市场竞争策略分析一、2019年日化用品市场增长潜力分析二、2019年日化用品主要销售渠道分析三、现有日化用品市场竞争策略分析四、潜力日化用品竞争策略选择第二节日化用品企业竞争策略分析一、2020-2026年我国日化用品市场竞争趋势二、2020-2026年日化用品行业竞争格局展望三、2020-2026年日化用品行业竞争策略分析第三节日化用品行业发展机会分析 第十章重点日化用品企业竞争分析第一节宝洁一、企业概况二、竞争优势分析三、2014-2019年经营状况四、2020-2026年发展战略第二节联合利华一、企业概况二、竞争优势分析三、2014-2019年经营状况四、2020-2026年发展战略第三节强生一、企业概况二、竞争优势分析三、2014-2019年经营状况四、2020-2026年发展战略第四节欧莱雅一、企业概况二、竞争优势分析三、2014-2019年经营状况四、2020-2026年发展战略第五节资生堂一、企业概况二、竞争优势分析三、2014-2019年经营状况四、2020-2026年发展战略第六节上海家化一、企业概况

二、竞争优势分析三、2014-2019年经营状况四、2020-2026年发展战略第七节立白一、企业概况二、竞争优势分析三、2014-2019年经营状况四、2020-2026年发展战略第八节纳爱斯一、企业概况二、竞争优势分析三、2014-2019年经营状况四、2020-2026年发展战略第十一章日化用品行业发展趋势分析第一节我国日化用品行业前景与机遇分析一、我国日化用品行业挑战分析二、我国日化用品发展机遇分析第二节2020-2026年中国日化用品市场趋势分析一、2019年日化用品市场趋势总结二、2019年日化用品行业发展趋势分析三、2020-2026年日化用品市场发展空间四、2020-2026年日化用品产业政策趋向五、2020-2026年日化用品行业技术革新趋势六、2020-2026年日化用品价格走势分析七、2020-2026年国际环境对日化用品行业的影响第十二章日化用品行业发展趋势与投资战略研究第一节日化用品市场发展潜力分析一、市场空间广阔二、竞争格局变化第二节日化用品行业发展趋势分析一、品牌格局趋势二、渠道分布趋势三、消费趋势分析第三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、产业战略规划五、营销品牌战略六、竞争战略规划第四节对我国日化用品品牌的战略思考一、企业品牌的重要性二、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十三章2020-2026年日化用品行业发展预测（一）第一节未来日化用品需求与消费预测一、2020-2026年日化用品产品消费预测二、2020-2026年日化用品市场规模预测三、2020-2026年日化用品行业总产值预测四、2020-2026年日化用品行业销售收入预测五、2020-2026年主要日化用品产品进出口预测第二节影响日化用品行业发展的主要因素一、2020-2026年影响日化用品行业运行的有利因素分析二、2020-2026年影响日化用品行业运行的稳定因素分析三、2020-2026年影响日化用品行业运行的不利因素分析四、2020-2026年我国日化用品行业发展面临的挑战分析五、2020-2026年我国日化用品行业发展面临的机遇分析第三节日化用品行业投资风险及控制策略分析一、2020-2026年日化用品行业市场风险及控制策略三、2020-2026年日化用品行业经营风险及控制策略四、2020-2026年日化用品行业技术风险及控制策略五、2020-2026年日化用品行业同业竞争风险及控制策略六、2020-2026年日化用品行业其他风险及控制策略（一）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/149355.html>