

2020-2026年中国化妆品市场深度分析与投资战略报告

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年中国化妆品市场深度分析与投资战略报告》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/202006/169351.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

2019年4月份化妆品消费收入196亿元，与去年同期增长15.1%。2019年1-4月中国化妆品累计消费收入达856亿元，同比增加15.9% 2017-2019年化妆品消费收入及同比增速走势2011-2019年中国化妆品线上渠道交易规模及渗透率走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国化妆品市场深度分析与投资战略报告》共八章。首先介绍了中国化妆品行业市场发展环境、化妆品整体运行态势等，接着分析了中国化妆品行业市场运行的现状，然后介绍了化妆品市场竞争格局。随后，报告对化妆品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国化妆品行业发展趋势与投资预测。您若想对化妆品产业有个系统的了解或者想投资中国化妆品行业，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.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）国家引导防晒类护肤品消费
- （2）国家规范化妆品产品技术要求
- （3）国家完善化妆品安全风险评估
- （4）国家规范化妆品相关产品的命名
- （5）国家规范非特殊用途化妆品的管理
- （6）国家推进化妆品安全风险控制体系建设
- （7）国家推广浓缩洗衣粉应用

1.1.3日化行业发展规划

- （1）轻工业调整和振兴规划
- （2）洗涤用品行业“十三五”规划
- （3）口腔清洁行业“十三五”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）我国宏观经济环境对日化行业的影响
- （2）外国宏观经济环境对日化行业的影响

1.2.2中国GDP增长情况

- （1）中国GDP增长状况
- （2）行业与GDP的关联性分析

1.2.3中国居民人均收入情况

- （1）居民人均收入变化情况
- （2）行业与居民收入的关联性分析

1.2.4中国消费者价格指数分析

- （1）居民消费者价格状况
- （2）行业与居民消费的关联性分析

1.2.5中国消费者信心指数分析

- （1）消费者信心指数现状
- （2）行业与消费者信心指数关联性分析

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）城镇消费将是国内消费的重点区域
- （2）农村居民消费水平将大幅提高，城乡居民消费差距可望缩小
- （3）“80后、90后”与“银发族”将成为新兴消费群体

1.3.2中国消费者观念变化分析

- （1）从“节约”到“时尚”；
- （2）从“关注质量”到“关注品牌文化”；
- （3）从“整齐划一”到“追求个性与自我”；

1.3.3中国消费者消费渠道变化

1.3.4中国消费者消费心理研究

- （1）消费者价值心理
- （2）消费者规范心理
- （3）消费者习惯心理
- （4）消费者身份心理
- （5）消费者情感心理

1.3.5中国消费者消费行为研究

(1) 不同性别消费者行为研究

(2) 不同年龄消费者行为研究

(3) 不同收入消费者行为研究

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日化行业专利申请人分析

1.4.4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日化行业发展现状

2.1.3日化行业市场规模

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

(1) 日化行业市场规模及增速

(2) 日化行业技术更新换代速度和技术成熟度

(3) 日化行业的竞争情况

2.2中国日化行业整体经营状况

2.2.1日化行业整体经济状况

2.2.2日化行业盈利能力分析

2.2.3日化行业运营能力分析

2.2.4日化行业偿债能力分析

2.2.5日化行业发展能力分析

2.3不同规模日化企业经营分析

2.3.1大型日化企业经营分析

2.3.2中型日化企业经营分析

2.3.3小型日化企业经营分析

2.4不同性质日化企业经营分析

2.4.1国有企业经营分析

- 2.4.2资企业经营分析
- 2.4.3私营企业经营分析
- 2.4.4集体企业经营分析
- 2.4.5股份合作企业经营分析
- 2.4.6股份制企业经营分析
- 2.4.7其他性质企业经营分析
- 2.5中国日化行业进出口情况分析
 - 2.5.1中国日化行业总体进出口分析
 - 2.5.2中国日化行业细分业进口分析
 - (1) 化妆品行业进口分析
 - (2) 洗涤用品进口分析
 - (3) 口腔清洁用品进口分析
 - (4) 香精、香料制造进口分析
 - 2.5.3中国日化行业细分业出口分析
 - (1) 化妆品行业出口分析
 - (2) 洗涤用品出口分析
 - (3) 口腔清洁用品出口分析
 - (4) 香精、香料制造出口分析

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化妆品市场规模分析
 - (1) 妆品零售总额2017-2019年化妆品累计收入及同比增速走势
 - (2) 限额以上化妆品企业零售总额
 - 3.1.2化妆品盈利水平分析
 - 3.1.3化妆品市场份额分布
 - (1) 区域分布格局
 - (2) 产品竞争格局
 - 3.1.4化妆品品牌竞争格局
 - (1) 区域分布格局
 - (2) 企业规模格局
 - 3.1.5化妆品主要生产企业

3.1.6化妆品行业前景预测

3.1.7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

(1) 洗涤用品产品产量

(2) 洗涤用品市场规模

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洗涤用品主要生产企业

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口腔用品主要生产企业

3.3.6口腔用品需求前景预测

3.3.7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其他日化用品市场竞争格局

3.4.4其他日化用品主要生产企业

3.4.5其他日化用品需求前景预测

3.4.6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

- (1) 高端日化市场竞争现状分析
- (2) 高端日化市场品牌竞争格局
- (3) 高端日化市场营销竞争分析

4.2.2大众日化产品市场竞争分析

- (1) 大众日化市场竞争现状分析
- (2) 大众日化市场品牌竞争格局
- (3) 大众日化市场营销竞争分析

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

- (1) 美国玫琳凯公司在华竞争策略
- (2) 法国欧莱雅集团在华竞争策略
- (3) 日本资生堂公司在华竞争策略
- (4) 美国雅芳公司在华竞争策略
- (5) 美国宝洁公司在华竞争策略
- (6) 美国雅诗兰黛公司在华竞争策略
- (7) 美国安利公司在华竞争策略
- (8) 美国联合利华公司在华竞争策略

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

- (1) 日化行业电子商务渠道应用现状
- (2) 日化行业电子商务渠道销售规模

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

- (1) 借助第三方平台建设与运营
- (2) 自有平台建设与运营

5.1.5 电子商务渠道应用模式分析

- (1) 日化企业进行网上推广
- (2) 日化企业网上市场调研
- (3) 日化企业网络分销联系
- (4) 日化产品网上直接销售
- (5) 日化企业网上营销集成

5.1.6 电商渠道与传统渠道结合经验

- (1) 利好结合及相关案例分析
- (2) 不利结合及相关案例分析
- (3) 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

- (1) 电子商务渠道优势分析
- (2) 电子商务渠道劣势分析

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 商场专柜渠道前景预测

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

(1) 专营店利润下降因素分析

(2) 专营店现有盈利分析

(3) 专营店的核心盈利点

5.4.5专营店渠道品牌现状

5.4.6专营店渠道前景预测

(1) 专营店进入行业洗牌阶段

(2) 商超下沉形成挤出效应

(3) 专营店战略性“圈地”加速

(4) 全国性专营店是市场发展方向

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 华东地区日化行业市场竞争分析

6.1.1 上海市日化行业市场竞争分析

6.1.2 江苏省日化行业市场竞争分析

6.1.3 山东省日化行业市场竞争分析

6.1.4 浙江省日化行业市场竞争分析

6.1.5 安徽省日化行业市场竞争分析

6.1.6 福建省日化行业市场竞争分析

6.2 华南地区日化行业市场竞争分析

6.2.1 广东省日化行业市场竞争分析

6.2.2 广西日化行业市场竞争分析

6.2.3 海南省日化行业市场竞争分析

6.3 华中地区日化行业市场竞争分析

6.3.1 湖南省日化行业市场竞争分析

6.3.2 湖北省日化行业市场竞争分析

- 6.3.3河南省日化行业市场竞争分析
- 6.4华北地区日化行业市场竞争分析
 - 6.4.1北京市日化行业市场竞争分析
 - 6.4.2山西省日化行业市场竞争分析
 - 6.4.3天津市日化行业市场竞争分析
 - 6.4.4河北省日化行业市场竞争分析
 - 6.4.5内蒙古日化行业市场竞争分析
- 6.5东北地区日化行业市场竞争分析
 - 6.5.1辽宁省日化行业市场竞争分析
 - 6.5.2吉林省日化行业市场竞争分析
 - 6.5.3黑龙江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
 - 6.6.4贵州省日化行业市场竞争分析
- 6.7西北地区日化行业市场竞争分析
 - 6.7.1陕西省日化行业市场竞争分析
 - 6.7.2新疆日化行业市场竞争分析
 - 6.7.3甘肃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
 - 7.1.1中国日化企业整体排名情况
 - 7.1.2中国日化企业销售收入排名
 - 7.1.3中国日化企业利润总额排名
- 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
 - (1)企业发展简况分析
 - (2)企业经营状况分析
 - (3)企业产品结构分析
 - (4)企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

7.2.2 广州宝洁有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

7.2.3 纳爱斯集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

7.2.4 上海和黄白猫有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.2.5 联合利华（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

7.2.6 强生（中国）有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

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

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

7.3.2 霸王国际集团（控股）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

7.3.3 索芙特股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

7.3.4 资生堂丽源化妆品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

7.3.5江苏隆力奇集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

7.3.6玫琳凯（中国）化妆品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

7.3.7雅芳（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

7.3.8新生活集团（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

7.3.9广州好迪集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

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

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.4.2 湖南丽臣实业股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

7.4.3 南风化工集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

7.4.4 广州立白(番禺)有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.4.5 广州市浪奇实业股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.5 口腔用口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

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.5.2 美晨集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业主营业务与产品

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业优势与劣势分析

7.5.3 好来化工(中山)有限公司

(1) 企业发展简况

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业主营业务与产品

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业优势与劣势分析

7.5.4 广西奥奇丽股份公司

(1) 企业发展简况

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业主营业务与产品

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业优势与劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

7.5.5 柳州两面针股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业主营业务与产品

- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业优势与劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

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

- (1) 市场规模前景预测
- (2) 进出口规模前景预测

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

- (1) 品牌定位策略分析
- (2) 产品组合策略分析
- (3) 产品差异化策略分析
- (4) 新产品开发策略分析
- (5) 产品生命周期运用策略分析

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

- (1) 日化行业领先定价策略
 - 1) 结合产品品牌产品定位
 - 2) 结合产品组合产品功效
 - 3) 结合竞争对手的价格定价

(2) 日化行业典型定价案例

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

- (1) 广告促销策略
- (2) 活动促销策略

8.3.3 日化行业典型促销案例

8.3.4 日化行业促销策略建议

- (1) 促销为器，服务为势；巧妙传播，突显品牌

(2) 区域割据，精耕细作；滚动复制，扩张发展

(3) 封闭渠道，专业路线

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

(1) 技术壁垒

(2) 渠道壁垒

(3) 品牌壁垒

8.4.2 日化行业盈利模式分析

(1) 提升品牌模式

(2) 促进个性服务模式挖掘

(3) 服务带动口碑模式

(4) 完善互联网运营推广

8.4.3 日化行业盈利因素分析

(1) 市场增长空间大

(2) “刚性需求”保证消费需求

(3) 产品营销推广

8.4.4 日化行业投资机会分析

(1) 80、90后将带动行业消费增长

(2) 渠道下沉扩大市场容量

(3) 中国的高消费时代到来

(4) 产业升级成本将会压缩

(5) 网络市场加快市场开拓

8.4.5 日化行业投资风险预警

(1) 政策风险

(2) 供求风险

(3) 宏观经济波动风险

(4) 产品结构风险

(5) 其他风险

8.4.6 日化行业投资策略建议

(1) 强化本土品牌的本土特色

(2) 注重跟踪研发和合作研发策略

(3) 从趋势性技术寻找市场机会

(4) 积极申请专利技术学会自我保护

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：《轻工业调整和振兴规划》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10：2008-2017年中国国内生产总值（单位：万亿元，%）

图表11：2009-2017年中国GDP与日化行业产值对比图（单位：亿元，万亿元）

图表12：2008-2017年中国城乡居民收入水平（单位：元）

图表13：2009-2017年居民人均收入与日化行业销售收入对比图（单位：亿元，元）

图表14：2006-2017年中国居民消费者价格同比增速（单位：%）

图表15：2009-2017年中国居民消费者价格与日化行业产值增速对比图（单位：%）

图表16：2009-2017年中国消费者信心指数变化趋势

图表17：2009-2017年日化产品市场规模与信心指数变化趋势（单位：%）

图表18：中国消费者的主要分类（单位：%）

图表19：中国消费者消费渠道变化

图表20：不同心理的女性消费者行为研究

图表21：男性消费者的购买动机形成分析

图表22：儿童每周经济收入、支出和存款情况（单位：元，%）

图表23：中国儿童对父母购物的影响

图表24：中低收入消费者消费行为研究

图表25：日化行业技术发展现状

图表26：2001-2017年中国日化行业专利申请量变化概况（按申请日统计）（单位：件）

图表27：2001-2017年中国日化行业专利公开量变化概况（按公开日统计）（单位：件）

图表28：2001-2017年排名前20中国日化行业专利申请和发明人概况（单位：件）

图表29：国家统计局对于日化行业的分类

图表30：日化用品分类

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/169351.html>