

2017-2022年中国日化行业市场行情动态及发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国日化行业市场行情动态及发展趋势预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/301200.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

近年来，随着国家经济不断发展，人民生活水平不断提高，我国已发展成为世界日化消费大国，总体消费水平已超越欧盟、日本，仅次于美国，成为世界上日化第二消费大国，而且我国人口众多，人均消费水平还较低，还存在相当大的市场消费潜力。

数据显示：2015年10月中国日用化学产品制造出口交货值2,963,192.00千元，同比增长3.94%；2015年1-10月中国日用化学产品制造出口交货值27,641,410.00千元，同比增长9.98%。

2015年1-10月中国日用化学产品制造出口交货值统计表

月份

出口交货值_本月(千元)

出口交货值同比增长_本月(%)

出口交货值(千元)

出口交货值同比增长(%)

1-2月

—

—

4,242,794.00

10.28

1-3月

2,516,543.00

9.94

6,862,108.00

11.9

1-4月

2,621,906.00

12.94

9,504,183.00

12.23

1-5月

2,716,204.00

11.65

12,233,268.00

11.25

1-6月

2,809,135.00

8.98

15,286,528.00

12.65

1-7月

2,917,908.00

9.99

18,275,062.00

12.26

1-8月

3,294,945.00

13.97

21,330,138.00

11.39

1-9月

3,320,345.00

5.15

24,682,875.00

10.72

1-10月

2,963,192.00

3.94

27,641,410.00

9.98

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42

1.1 日化行业政策环境分析（P）42

1.1.1 日化行业相关标准42

（1）化妆品行业相关标准42

- (2) 洗涤用品行业相关标准42
- (3) 口腔清洁用品行业标准46
- 1.1.2 日化行业相关政策48
 - (1) 国家引导防晒类护肤品消费48
 - (2) 国家规范化妆品产品技术要求49
 - (3) 国家完善化妆品安全风险评估49
 - (4) 国家调控化妆品检验机构建设49
 - (5) 国家规范化妆品相关产品的命名50
 - (6) 国家规范非特殊用途化妆品的管理51
 - (7) 国家推进化妆品安全风险控制体系建设51
 - (8) 国家推广浓缩洗衣粉应用51
- 1.1.3 日化行业发展规划53
 - (1) 轻工业调整和振兴规划53
 - (2) 化妆品行业“十三五”规划55
 - 1) 行业企业规划55
 - 2) 行业品牌规划55
 - 3) 行业产品规划55
 - (3) 洗涤用品行业“十三五”规划56
 - (4) 口腔清洁行业“十三五”规划57
- 1.2 日化行业经济环境分析 (E) 58
 - 1.2.1 中国GDP增长情况58
 - (1) 中国GDP增长状况58
 - (2) 行业与GDP的关联性分析58
 - 1.2.2 中国居民人均收入情况59
 - (1) 居民人均收入变化情况59
 - (2) 行业与居民收入的关联性分析60
 - 1.2.3 中国消费者价格指数分析60
 - (1) 居民消费者价格状况61
 - (2) 行业与居民消费的关联性分析61
- 1.3 日化行业社会环境分析 (S) 62
 - 1.3.1 中国消费者消费群体变化62
 - 1.3.2 中国消费者观念变化分析63
 - (1) 从“节约”到“时尚”63
 - (2) 从“关注质量”到“关注品牌文化”63
 - (3) 从“整齐划一”到“追求个性与自我”64

- 1.3.3 中国消费者消费渠道变化64
- 1.3.4 中国消费者消费心理研究64
 - (1) 消费者价值心理64
 - (2) 消费者规范心理65
 - (3) 消费者习惯心理65
 - (4) 消费者身份心理65
 - (5) 消费者情感心理65
- 1.3.5 中国消费者消费行为研究66
 - (1) 不同性别消费者行为研究”66
 - 1) 女性消费者行为研究66
 - 2) 男性消费者行为研究66
 - (2) 不同年龄消费者行为研究”67
 - 1) 儿童消费者行为研究67
 - 2) 中老年消费者行为研究70
 - (3) 不同收入消费者行为研究”71
 - 1) 低收入消费者行为研究71
 - 2) 高收入消费者行为研究71
- 1.4 日化行业技术环境分析 (T) 72
 - 1.4.1 日化行业技术发展现状72
 - 1.4.2 日化行业技术发展趋势73
 - (1) 纳米乳化技术 (Nane-emulsion) 73
 - (2) 固体类脂纳米粒 (SolidLipldNanopartieles , SLN) 73
 - (3) 纳米结构脂质载体 (annostruredllpidcarriers (NLC)) 74
 - (4) 将SLN和NLC应用于日化种74

第2章：中国日化行业发展现状分析75

- 2.1 中国日化行业发展概况75
 - 2.1.1 日化行业概念定义75
 - 2.1.2 日化行业产品分类75
 - 2.1.3 日化行业发展特点76
 - 2.1.4 日化行业市场规模77
 - 2.1.5 日化行业区域分布78
- 2.2 中国日化行业整体经营状况79
 - 2.2.1 日化行业整体经济状况79
 - 2.2.2 日化行业盈利能力分析79

- 2.2.3 日化行业运营能力分析80
- 2.2.4 日化行业偿债能力分析80
- 2.2.5 日化行业发展能力分析81
- 2.3 不同性质日化企业经营分析81
 - 2.3.1 国有企业经营分析81
 - 2.3.2 资企业经营分析82
 - 2.3.3 私营企业经营分析83
 - 2.3.4 集体企业经营分析84
 - 2.3.5 股份合作企业经营分析85
 - 2.3.6 股份制企业经营分析86
 - 2.3.7 其他性质企业经营分析87
 - 2.3.8 不同性质企业主要经济指标比重变化情况分析88
- 2.4 中国日化行业供需平衡分析90
 - 2.4.1 全国日化行业供给情况分析90
 - (1) 日化行业总产值分析90
 - (2) 日化行业产成品分析91
 - 2.4.2 全国日化行业需求情况分析91
 - (1) 日化行业销售产值分析91
 - (2) 日化行业销售收入分析92
- 第3章：中国日化行业细分市场需求分析93
 - 3.1 化妆品市场分析93
 - 3.1.1 化妆品市场规模分析93
 - (1) 全部化妆品企业零售总额93
 - (2) 限额以上化妆品企业零售总额93
 - (3) 规模以上化妆品企业销售规模94
 - 3.1.2 化妆品盈利水平分析95
 - 3.1.3 化妆品市场份额分布95
 - (1) 区域分布格局96
 - (2) 产品竞争格局96
 - 3.1.4 化妆品品牌竞争格局97
 - (1) 区域分布格局97
 - (2) 企业规模格局97
 - (3) 企业性质格局98
 - 3.1.5 化妆品主要生产企业98
 - 3.1.6 化妆品行业关注度分析100

- (1) 化妆品行业关注指数100
- (2) 化妆品相关关注内容101
- (3) 化妆品网民关注的肌肤问题102
- (4) 化妆品网民关注的品牌等级103
- (5) 化妆品网民关注的产品大类103
- 3.1.7 化妆品需求前景预测104
- 3.2 洗涤用品市场分析104
 - 3.2.1 洗涤用品市场规模分析104
 - (1) 洗涤用品产品产量105
 - (2) 洗涤用品市场规模105
 - 3.2.2 洗涤用品盈利水平分析106
 - 3.2.3 洗涤用品市场份额分布106
 - 3.2.4 洗涤用品品牌竞争格局107
 - 3.2.5 洗涤用品主要生产企业108
 - 3.2.6 洗涤用品需求前景预测109
- 3.3 口腔用品市场分析110
 - 3.3.1 口腔用品市场规模分析110
 - 3.3.2 口腔用品盈利水平分析111
 - 3.3.3 口腔用品市场份额分布113
 - 3.3.4 口腔用品品牌竞争格局113
 - 3.3.5 口腔用品主要生产企业115
 - 3.3.6 口腔用品需求前景预测116
- 3.4 其他日化用品市场分析117
 - 3.4.1 其他日化用品市场规模分析117
 - 3.4.2 其他日化用品盈利水平分析117
 - 3.4.3 其他日化用品市场竞争格局118
 - 3.4.4 其他日化用品需求前景预测118

第4章：中国日化行业市场竞争格局分析120

- 4.1 中国日化行业整体竞争格局120
 - 4.1.1 日化行业市场分布格局120
 - 4.1.2 日化行业品牌竞争格局121
 - 4.1.3 日化行业产品竞争格局123
- 4.2 中国日化市场分档次竞争分析123
 - 4.2.1 高端日化产品市场竞争分析123

- (1) 高端日化市场竞争现状分析124
- (2) 高端日化市场品牌竞争格局124
- (3) 高端日化市场营销竞争分析124
- 4.2.2 大众日化产品市场竞争分析125
 - (1) 大众日化市场竞争现状分析125
 - (2) 大众日化市场品牌竞争格局126
 - (3) 大众日化市场营销竞争分析128
- 4.3 中国日化行业企业竞争分析129
 - 4.3.1 中国日化行业企业竞争格局129
 - 4.3.2 美国宝洁集团在华竞争策略129
 - (1) 集团发展概况129
 - (2) 总体经营情况130
 - (3) 品牌经营状况131
 - (4) 销售区域分布132
 - (5) 企业经营战略132
 - (6) 企业在华竞争136
 - 4.3.3 英国联合利华在华竞争策略137
 - (1) 集团发展概况137
 - (2) 总体经营情况137
 - (3) 品牌经营状况137
 - (4) 销售区域分布138
 - (5) 企业经营战略138
 - (6) 企业在华竞争140
 - 4.3.4 美国强生集团在华竞争策略141
 - (1) 集团发展概况141
 - (2) 总体经营情况142
 - (3) 品牌经营状况142
 - (4) 企业在华竞争142
 - 4.3.5 法国欧莱雅集团在华竞争策略143
 - (1) 集团发展概况143
 - (2) 总体经营情况143
 - (3) 品牌经营状况143
 - (4) 销售区域分布146
 - (5) 企业在华竞争147
 - 4.3.6 其他日化企业在华竞争策略149

- (1) 法国LVMH149
- (2) 法国香奈儿150
- (3) 雅诗兰黛150
- (4) 日本资生堂152
- (5) 韩国爱茉莉155
- (6) 美国雅芳公司155
- (7) 美国玫琳凯公司156
- (8) 美国安利公司156
- (9) 韩国LG集团157
- 4.4 中国日化行业五力竞争模型分析157
 - 4.4.1 日化行业上游议价能力分析157
 - 4.4.2 日化行业下游议价能力分析158
 - 4.4.3 日化行业新进入者威胁分析158
 - 4.4.4 日化行业替代产品威胁分析158
 - 4.4.5 日化行业行业内部竞争分析159
- 4.5 中国本土日化企业竞争策略分析160
 - 4.5.1 本土日化企业重点竞争领域160
 - 4.5.2 本土日化企业存在问题分析160
 - 4.5.3 本土日化企业主要竞争策略161

- 第5章：中国日化行业渠道策略分析163
 - 5.1 日化行业新兴电子商务渠道分析163
 - 5.1.1 日化行业电商渠道发展规模163
 - 5.1.2 电子商务渠道进入壁垒163
 - 5.1.3 电子商务渠道建设与运营模式164
 - 5.1.4 电子商务渠道应用模式分析167
 - (1) 日化企业进行网上推广167
 - (2) 日化企业网上市场调研167
 - (3) 日化企业网络分销联系167
 - (4) 日化产品网上直接销售167
 - (5) 日化企业网上营销集成168
 - 5.1.5 电商渠道与传统渠道结合经验168
 - (1) 利好结合及相关案例分析168
 - (2) 不利结合及相关案例分析169
 - 5.1.6 电子商务渠道建设优劣势169

- (1) 三方平台169
- (2) 自有平台170
- 5.1.7 电子商务渠道发展前景预测171
- 5.2 日化行业商场专柜渠道分析172
 - 5.2.1 商场专柜渠道发展概况172
 - 5.2.2 商场专柜渠道进入壁垒172
 - 5.2.3 商场专柜渠道成本构成173
 - 5.2.4 商场专柜渠道收益分析173
 - 5.2.5 商场专柜渠道品牌现状173
 - 5.2.6 商场专柜渠道运营策略174
 - 5.2.7 商场专柜渠道建设分析175
 - (1) 一线城市化妆品专柜发展分析175
 - (2) 二三线城市化妆品专柜发展分析176
 - 5.2.8 商场专柜渠道前景预测177
- 5.3 日化行业超市卖场渠道分析178
 - 5.3.1 超市卖场渠道发展概况178
 - 5.3.2 超市卖场渠道进入壁垒178
 - 5.3.3 超市卖场渠道成本构成178
 - 5.3.4 超市卖场渠道收益分析179
 - 5.3.5 超市卖场渠道品牌现状179
 - 5.3.6 超市卖场渠道运营策略179
 - 5.3.7 超市卖场渠道前景预测181
- 5.4 日化行业专营店渠道分析182
 - 5.4.1 专营店渠道发展概况182
 - 5.4.2 专营店渠道进入壁垒182
 - 5.4.3 专营店渠道成本构成183
 - 5.4.4 专营店渠道收益分析183
 - (1) 专营店利润下降因素分析183
 - (2) 专营店现有盈利分析183
 - (3) 专营店的核心盈利点185
 - 5.4.5 专营店渠道品牌现状186
 - 5.4.6 专营店渠道运营策略186
 - (1) 日化用品专营店运营管理186
 - (2) 日化用品专营店推广分析187
 - 5.4.7 专营店渠道前景预测189

- (1) 专营店进入行业洗牌阶段189
- (2) 商超下沉形成挤出效应189
- (3) 专营店战略性“圈地”加速190
- (4) 全国性专营店是市场发展方向191
- 5.5 日化行业加盟专卖渠道分析191
 - 5.5.1 加盟专卖渠道发展概况191
 - 5.5.2 加盟专卖渠道进入壁垒192
 - 5.5.3 加盟专卖渠道成本构成192
 - 5.5.4 加盟专卖渠道收益分析192
 - 5.5.5 加盟专卖渠道品牌现状193
 - 5.5.6 加盟专卖渠道运营策略193
 - 5.5.7 加盟专卖渠道前景预测194
- 5.6 日化行业药店零售渠道分析196
 - 5.6.1 药店零售渠道发展概况196
 - 5.6.2 药店零售渠道进入壁垒196
 - 5.6.3 药店零售渠道成本构成197
 - 5.6.4 药店零售渠道收益分析197
 - 5.6.5 药店零售渠道品牌现状197
 - 5.6.6 药店零售渠道运营策略197
 - 5.6.7 药店零售渠道前景预测199
- 5.7 日化行业美容院渠道分析200
 - 5.7.1 美容院渠道发展概况200
 - 5.7.2 美容院渠道进入壁垒201
 - 5.7.3 美容院渠道成本构成201
 - 5.7.4 美容院渠道收益分析202
 - 5.7.5 美容院渠道品牌现状202
 - 5.7.6 美容院渠道运营策略203
 - 5.7.7 美容院渠道前景预测204
- 5.8 日化行业电视购物渠道分析205
 - 5.8.1 电视购物渠道发展概况205
 - 5.8.2 电视购物渠道进入壁垒205
 - 5.8.3 电视购物渠道成本构成206
 - 5.8.4 电视购物渠道收益分析206
 - 5.8.5 电视购物渠道品牌现状206
 - 5.8.6 药店零售渠道运营策略206

- (1) 产品：质量过关、诚信保证207
- (2) 广告：切忌浮夸，拒绝虚假207
- (3) 时间：午间、晚间饭点最佳207
- (4) 品种：针对主妇的中低端产品208
- (5) 售后及其他：保护客户隐私208
- 5.8.7 电视购物渠道前景预测208
- 第6章：中国日化行业重点区域市场分析210
- 6.1 行业总体区域结构特征分析210
- 6.1.1 行业区域结构总体特征210
- 6.1.2 行业区域集中度分析212
- 6.2 华东地区日化行业市场竞争分析214
- 6.2.1 华东地区日化行业竞争总体情况214
- 6.2.2 上海市日化行业市场竞争分析216
- 6.2.3 江苏省日化行业市场竞争分析216
- 6.2.4 山东省日化行业市场竞争分析217
- 6.2.5 浙江省日化行业市场竞争分析219
- 6.2.6 安徽省日化行业市场竞争分析220
- 6.2.7 福建省日化行业市场竞争分析221
- 6.2.8 江西省日化行业市场竞争分析222
- 6.3 华南地区日化行业市场竞争分析222
- 6.3.1 华南地区日化行业竞争总体情况222
- 6.3.2 广东省日化行业市场竞争分析223
- 6.3.3 广西日化行业市场竞争分析225
- 6.3.4 海南省日化行业市场竞争分析226
- 6.4 华中地区日化行业市场竞争分析226
- 6.4.1 华南地区日化行业竞争总体情况226
- 6.4.2 湖南省日化行业市场竞争分析228
- 6.4.3 湖北省日化行业市场竞争分析229
- 6.4.4 河南省日化行业市场竞争分析230
- 6.5 华北地区日化行业市场竞争分析230
- 6.5.1 华北地区日化行业竞争总体情况230
- 6.5.2 北京市日化行业市场竞争分析232
- 6.5.3 山西省日化行业市场竞争分析233
- 6.5.4 天津市日化行业市场竞争分析234
- 6.5.5 河北省日化行业市场竞争分析235

- 6.5.6 内蒙古日化行业市场竞争分析236
- 6.6 东北地区日化行业市场竞争分析236
 - 6.6.1 东北地区日化行业竞争总体情况236
 - 6.6.2 辽宁省日化行业市场竞争分析238
 - 6.6.3 吉林省日化行业市场竞争分析239
 - 6.6.4 黑龙江日化行业市场竞争分析240
- 6.7 西南地区日化行业市场竞争分析240
 - 6.7.1 西南地区日化行业竞争总体情况240
 - 6.7.2 重庆市日化行业市场竞争分析242
 - 6.7.3 四川省日化行业市场竞争分析243
 - 6.7.4 云南省日化行业市场竞争分析244
 - 6.7.5 贵州省日化行业市场竞争分析245
- 6.8 西北地区日化行业市场竞争分析245
 - 6.8.1 西北地区日化行业竞争总体情况245
 - 6.8.2 陕西省日化行业市场竞争分析247
 - 6.8.3 新疆日化行业市场竞争分析248
 - 6.8.4 甘肃省日化行业市场竞争分析249

第7章：中国日化行业领先企业经营分析250

- 7.1 中国日化企业经营情况排名250
 - 7.1.1 中国日化企业整体排名情况250
 - 7.1.2 中国日化企业销售收入排名250
 - 7.1.3 中国日化企业利润总额排名251
 - 7.1.4 中国日化企业资产规模排名252
- 7.2 综合性日化企业经营情况分析253
 - 7.2.1 上海家化联合股份有限公司经营情况分析253
 - (1) 企业发展简况分析253
 - (2) 企业经营状况分析254
 - (3) 企业经营优劣势分析260
 - 7.2.2 广州宝洁有限公司经营情况分析262
 - (1) 企业发展简况分析262
 - (2) 企业经营状况分析262
 - (3) 企业经营状况优劣势分析266
 - 7.2.3 纳爱斯集团有限公司266
 - (1) 企业发展简况分析266

- (2) 企业经营状况分析267
- (3) 企业经营状况优劣势分析269
- 7.2.4 上海和黄白猫有限公司270
 - (1) 企业发展简况分析270
 - (2) 企业经营状况分析271
 - (3) 企业经营状况优劣势分析274
- 7.2.5 联合利华(中国)有限公司经营情况分析274
 - (1) 企业发展简况分析274
 - (2) 企业经营状况分析275
 - (3) 企业经营状况优劣势分析278
- 7.2.6 强生(中国)有限公司278
 - (1) 企业发展简况分析279
 - (2) 企业经营状况分析279
 - (3) 企业经营状况优劣势分析282
- 7.3 化妆品行业领先企业经营情况分析282
 - 7.3.1 美即(控股)国际有限公司经营情况分析282
 - (1) 企业发展简况分析282
 - (2) 企业经营情况分析283
 - (3) 企业经营优劣势分析286
 - 7.3.2 霸王国际集团(控股)有限公司经营情况分析286
 - (1) 企业发展简况分析286
 - (2) 企业经营情况分析287
 - (3) 企业经营优劣势分析293
 - 7.3.3 索芙特股份有限公司经营情况分析293
 - (1) 企业发展简况分析293
 - (2) 企业经营状况分析294
 - (3) 企业经营优劣势分析298
 - 7.3.4 资生堂丽源化妆品有限公司经营情况分析299
 - (1) 企业发展简况分析299
 - (2) 企业经营状况分析299
 - (3) 企业经营状况优劣势分析304
 - 7.3.5 江苏隆力奇集团有限公司经营情况分析304
 - (1) 企业发展简况分析304
 - (2) 企业经营状况分析305
 - (3) 企业经营状况优劣势分析308

7.3.6 玫琳凯（中国）化妆品有限公司经营情况分析308

- (1) 企业发展简况分析309
- (2) 企业经营状况分析309
- (3) 企业经营状况优劣势分析312

7.3.7 雅芳（中国）有限公司经营情况分析313

- (1) 企业发展简况分析313
- (2) 企业经营状况分析313
- (3) 企业经营状况优劣势分析317

7.3.8 新生活集团（中国）有限公司经营情况分析317

- (1) 企业发展简况分析317
- (2) 企业经营状况分析318
- (3) 企业经营状况优劣势分析320

7.3.9 广州好迪集团有限公司经营情况分析321

- (1) 企业发展简况分析321
- (2) 企业经营状况分析321
- (3) 企业经营状况优劣势分析324

7.3.10 厦门顶康生物科技有限公司经营情况分析325

- (1) 企业发展简况分析325
- (2) 企业经营状况分析325
- (3) 企业经营状况优劣势分析328

7.3.11 浙江艳庄化妆品有限公司经营情况分析329

- (1) 企业发展简况分析329
- (2) 企业经营状况分析329
- (3) 企业经营状况优劣势分析332

7.3.12 广东拉芳日化有限公司经营情况分析333

- (1) 企业发展简况分析333
- (2) 企业经营状况分析333
- (3) 企业经营状况优劣势分析336

7.3.13 广州安利日用品制造有限公司经营情况分析337

- (1) 企业发展简况分析337
- (2) 企业经营状况分析337
- (3) 企业经营状况优劣势分析340

7.3.14 松泽化妆品（深圳）有限公司经营情况分析340

- (1) 企业发展简况分析340
- (2) 企业经营状况分析341

- (3) 企业经营状况优劣势分析343
- 7.3.15 仙妮蕾德(中国)有限公司经营情况分析343
 - (1) 企业发展简况分析343
 - (2) 企业经营状况分析344
 - (3) 企业经营状况优劣势分析346
- 7.3.16 北京大宝化妆品有限公司经营情况分析347
 - (1) 企业发展简况分析347
 - (2) 企业经营状况分析347
 - (3) 企业经营状况优劣势分析349
- 7.3.17 妮维雅(上海)有限公司经营情况分析350
 - (1) 企业发展简况分析350
 - (2) 企业经营状况分析350
 - (3) 企业经营状况优劣势分析352
- 7.3.18 湖北丝宝股份有限公司经营情况分析352
 - (1) 企业发展简况分析353
 - (2) 企业经营状况分析353
 - (3) 企业经营状况优劣势分析353
- 7.3.19 无锡标榜化妆品有限公司经营情况分析354
 - (1) 企业发展简况分析354
 - (2) 企业经营状况分析354
 - (3) 企业经营状况优劣势分析357
- 7.3.20 贝侬生化(苏州工业园区)有限公司经营情况分析357
 - (1) 企业发展简况分析357
 - (2) 企业经营状况分析358
 - (3) 企业经营状况优劣势分析360
- 7.3.21 天津郁美净集团有限公司经营情况分析361
 - (1) 企业发展简况分析361
 - (2) 企业经营状况分析361
 - (3) 企业经营状况优劣势分析364
- 7.3.22 高丝化妆品有限公司经营情况分析364
 - (1) 企业发展简况分析364
 - (2) 企业经营状况分析365
 - (3) 企业经营状况优劣势分析367
- 7.3.23 克缇(中国)日用品有限公司经营情况分析367
 - (1) 企业发展简况分析367

- (2) 企业经营状况分析368
- (3) 企业经营状况优劣势分析370
- 7.3.24 江苏东洋之花化妆品有限公司经营情况分析370
 - (1) 企业发展简况分析370
 - (2) 企业产品结构及新产品动向371
 - (3) 企业经营状况优劣势分析371
- 7.3.25 川艾丽碧丝(集团)有限公司经营情况分析371
 - (1) 企业发展简况分析371
 - (2) 企业经营状况分析372
 - (3) 企业经营状况优劣势分析375
- 7.3.26 上海珈蓝(集团)股份有限公司经营情况分析375
 - (1) 企业发展简况分析375
 - (2) 企业产品结构及新产品动向375
 - (3) 企业销售渠道与网络376
 - (4) 企业经营状况优劣势分析376
- 7.3.27 广州娇兰佳人化妆品有限公司经营情况分析377
 - (1) 企业发展简况分析377
 - (2) 企业产品结构及新产品动向377
 - (3) 企业经营状况优劣势分析379
- 7.3.28 上海相宜本草化妆品股份有限公司经营情况分析380
 - (1) 企业发展简况分析380
 - (2) 企业经营状况分析381
 - (3) 企业经营状况优劣势分析387
- 7.3.29 杭州柏莱雅控股股份有限公司经营情况分析388
 - (1) 企业发展简况分析388
 - (2) 企业产品结构及新产品动向388
 - (3) 企业销售渠道与网络389
 - (4) 企业经营状况优劣势分析389
- 7.3.30 丸美(中国)控股公司经营情况分析389
 - (1) 企业发展简况分析389
 - (2) 企业产品结构及新产品动向390
 - (3) 企业销售渠道与网络391
 - (4) 企业经营状况优劣势分析391
- 7.3.31 广州环亚化妆品科技有限公司经营情况分析391
 - (1) 企业发展简况分析391

- (2) 企业产品结构及新产品动向392
- (3) 企业销售渠道与网络392
- (4) 企业经营状况优劣势分析392
- 7.3.32 浙江欧诗漫集团有限公司经营情况分析393
 - (1) 企业发展简况分析393
 - (2) 企业经营状况分析393
 - (3) 企业经营状况优劣势分析396
- 7.3.33 深圳市维真化妆品有限公司经营情况分析397
 - (1) 企业发展简况分析397
 - (2) 企业产品结构及新产品动向398
 - (3) 企业销售渠道与网络398
 - (4) 企业经营状况优劣势分析398
- 7.3.34 广州麦斯朗程男士化妆品有限公司经营情况分析398
 - (1) 企业发展简况分析398
 - (2) 企业产品结构及新产品动向399
 - (3) 企业销售渠道与网络399
 - (4) 企业经营状况优劣势分析399
- 7.3.35 上海卓多姿中信化妆品有限公司经营情况分析399
 - (1) 企业发展简况分析399
 - (2) 企业经营状况分析400
 - (3) 企业经营状况优劣势分析402
- 7.4 洗涤用品行业领先企业经营情况分析403
 - 7.4.1 山东九鑫日用化工有限公司403
 - (1) 企业发展简况分析403
 - (2) 企业经营状况分析403
 - (3) 企业经营状况优劣势分析406
 - 7.4.2 湖南丽臣实业股份有限公司407
 - (1) 企业发展简况分析407
 - (2) 企业经营状况分析407
 - (3) 企业经营状况优劣势分析410
 - 7.4.3 南风化工集团股份有限公司411
 - (1) 企业发展简况分析411
 - (2) 企业经营状况分析412
 - (3) 企业经营状况优劣势分析416
 - 7.4.4 广州立白(番禺)有限公司416

- (1) 企业发展简况分析416
- (2) 企业经营状况分析417
- (3) 企业经营状况优劣势分析420
- 7.4.5 广州市浪奇实业股份有限公司420
 - (1) 企业发展简况分析420
 - (2) 企业经营状况分析421
 - (3) 企业经营状况优劣势分析425
- 7.4.6 安徽全力集团有限公司426
 - (1) 企业发展简况分析426
 - (2) 企业经营状况分析427
 - (3) 企业经营状况优劣势分析429
- 7.4.7 南京佳和日化有限公司430
 - (1) 企业发展简况分析430
 - (2) 企业经营状况分析430
 - (3) 企业经营状况优劣势分析434
- 7.4.8 拜尔斯道夫日化(武汉)有限公司434
 - (1) 企业发展简况分析435
 - (2) 企业经营状况分析435
 - (3) 企业经营状况优劣势分析438
- 7.4.9 川春飞日化股份有限公司438
 - (1) 企业发展简况分析438
 - (2) 企业经营状况分析439
 - (3) 企业经营状况优劣势分析441
- 7.4.10 西安开米股份有限公司442
 - (1) 企业发展简况分析442
 - (2) 企业经营状况分析442
 - (3) 企业经营状况优劣势分析445
- 7.4.11 广州蓝月亮实业有限公司445
 - (1) 企业发展简况分析445
 - (2) 企业经营状况分析446
 - (3) 企业经营状况优劣势分析449
- 7.4.12 江苏洁丽莱日化有限公司449
 - (1) 企业发展简况分析449
 - (2) 企业经营状况分析450
 - (3) 企业经营状况优劣势分析452

7.4.13 威莱（广州）日用品有限公司452

- (1) 企业发展简况分析453
- (2) 企业经营状况分析453
- (3) 企业经营状况优劣势分析456

7.4.14 利洁时家化（中国）有限公司456

- (1) 企业发展简况分析456
- (2) 企业经营状况分析457
- (3) 企业经营状况优劣势分析459

7.4.15 成都蓝风集团股份有限公司459

- (1) 企业发展简况分析459
- (2) 企业经营状况分析460
- (3) 企业经营状况优劣势分析462

7.4.16 浙江嘉宝化工有限公司463

- (1) 企业发展简况分析463
- (2) 企业经营状况分析463
- (3) 企业经营状况优劣势分析467

7.4.17 山东丽波日化股份有限公司467

- (1) 企业发展简况分析467
- (2) 企业经营状况分析468
- (3) 企业经营状况优劣势分析470

7.4.18 杭州传化花王有限公司470

- (1) 企业发展简况分析470
- (2) 企业经营状况分析471
- (3) 企业经营状况优劣势分析473

7.4.19 浙江华诺化工有限公司474

- (1) 企业发展简况分析474
- (2) 企业经营状况分析475
- (3) 企业经营状况优劣势分析477

7.4.20 川省民众日化有限公司478

- (1) 企业发展简况分析478
- (2) 企业经营状况分析478
- (3) 企业经营状况优劣势分析481

7.5 口腔用口行业领先企业经营情况分析481

7.5.1 重庆登康口腔护理用品股份有限公司481

- (1) 企业发展简况分析481

- (2) 企业经营状况分析482
- (3) 企业经营状况优劣势分析485
- 7.5.2 美晨集团股份有限公司485
 - (1) 企业发展简况分析485
 - (2) 企业经营情况分析486
 - (3) 企业优势与劣势分析489
- 7.5.3 高露洁棕榄(中国)有限公司489
 - (1) 企业发展简况分析489
 - (2) 企业经营情况分析490
 - (3) 企业优劣势分析分析493
- 7.5.4 好来化工(中山)有限公司494
 - (1) 企业发展简况494
 - (2) 企业经营情况分析494
 - (3) 企业优势与劣势分析497
- 7.5.5 广西奥奇丽股份公司497
 - (1) 企业发展简况497
 - (2) 企业经营情况分析498
 - (3) 企业优势与劣势分析500
- 7.5.6 柳州两面针股份有限公司501
 - (1) 企业发展简况分析501
 - (2) 企业经营情况分析501
 - (3) 企业优势与劣势分析506
- 第8章：中国日化行业发展前景预测与建议507
- 8.1 日化行业发展趋势与前景预测507
 - 8.1.1 日化行业发展趋势分析507
 - 8.1.2 日化行业发展前景预测508
 - (1) 市场规模前景预测508
 - (2) 进出口规模前景预测510
- 8.2 日化行业产品策略建议510
 - 8.2.1 日化行业领先产品策略510
 - (1) 品牌定位策略分析510
 - (2) 产品组合策略分析510
 - (3) 产品差异化策略分析511
 - (4) 新产品开发策略分析512
 - (5) 产品生命周期运用策略分析513

- 8.2.2 日化行业典型产品案例513
- 8.3 日化行业定价策略建议514
 - 8.3.1 日化行业领先定价策略514
 - (1) 结合产品品牌产品定位514
 - (2) 结合产品组合产品功效515
 - (3) 结合竞争对手的价格定价515
 - 8.3.2 日化行业典型定价案例515
- 8.4 日化行业促销策略建议516
 - 8.4.1 日化行业促销策略概述516
 - 8.4.2 日化行业领先促销策略516
 - (1) 广告促销策略516
 - (2) 活动促销策略518
 - 8.4.3 日化行业典型促销案例519
- 8.5 日化行业投资策略建议520
 - 8.5.1 日化行业进入壁垒分析520
 - (1) 技术壁垒520
 - (2) 渠道壁垒520
 - (3) 品牌壁垒520
 - 8.5.2 日化行业投资机会分析520
 - 8.5.3 日化行业投资风险预警521
 - (1) 政策风险521
 - (2) 供求风险521
 - (3) 宏观经济波动风险522
 - (4) 产品结构风险522
 - (5) 其他风险523
 - 8.5.4 日化行业投资策略建议523
 - (1) 强化本土品牌的本土特色523
 - (2) 注重跟踪研发和合作研发策略524
 - (3) 从趋势性技术寻找市场机会524
 - (4) 积极申请专利技术学会自我保护524

图表目录：

- 图表1：洗发护发行业相关标准42
- 图表2：洗涤用品行业相关标准43
- 图表3：实施的洗涤用品行业相关标准45

- 图表4：2015版洗涤用品行业相关标准46
- 图表5：中国口腔清洁用品行业主要标准47
- 图表6：《牙膏》（GB8372年以来）新国标主要变化48
- 图表7：《关于印发化妆品命名规定和命名指南的通知》50
- 图表8：首批获得“浓缩洗衣粉标志”的企业名单及品牌52
- 图表9：《轻工业调整和振兴规划》目标53
- 图表10：相应政策措施54
- 图表11：化妆品行业规划品牌目标55
- 图表12：化妆品行业新产品份额规划56
- 图表13：《中国洗涤用品行业“十三五”规划》目标56
- 图表14：《中国口腔清洁行业“十三五”规划》目标57
- 图表15：2005年以来中国国内生产总值及其预测（单位：万亿元，%）58
- 图表16：2007年以来中国GDP与日化行业产值对比图（单位：亿元，万亿元）59
- 图表17：2006年以来中国城乡收入水平（单位：元）60
- 图表18：2007年以来居民人均收入与日化行业销售收入对比图（单位：亿元，万亿元）60
- 图表19：2005年以来中国居民消费者价格同比增速（单位：%）61
- 图表20：2005年以来中国居民消费者价格与日化行业产值增速对比图（单位：%）61
- 图表21：中国消费者的主要分类（单位：%）62
- 图表22：中国消费者消费渠道变化64
- 图表23：不同心理的女性消费者行为研究66
- 图表24：男性消费者的购买动机形成分析67
- 图表25：儿童每周经济收入、支出和存款情况（单位：元，%）68
- 图表26：中国儿童对父母购物的影响68
- 图表27：中低收入消费者消费行为研究71
- 图表28：日化行业技术发展现状72
- 图表29：国家统计局对于日化行业的分类75
- 图表30：日化用品分类76
- 图表31：2008年以来中国日化行业资产负债规模增长情况（单位：亿元，%）78
- 图表32：中国日化行业区域分布示意图（按市场规模）78
- 图表33：2012年以来中国日化行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）79
- 图表34：2012年以来中国日化行业盈利能力分析（单位：%）80
- 图表35：2012年以来中国日化行业运营能力分析（单位：次）80
- 图表36：2012年以来中国日化行业偿债能力分析（单位：%、倍）81
- 图表37：2012年以来中国日化行业发展能力分析（单位：%）81
- 图表38：2012年以来国有日化企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）82

图表39：2012年以来外商和港澳台投资日化企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）83

图表40：2012年以来私营日化企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）84

图表41：2012年以来集体日化企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）85

图表42：2012年以来股份合作日化企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）86

图表43：2012年以来股份制日化企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）87

图表44：2012年以来其他性质日化企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）88

图表45：2011年以来不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%）89

图表46：2011年以来不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%）89

图表47：2011年以来不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%）90

图表48：2008年以来日化行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）91

图表49：2009年以来日化行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）91

图表50：2008年以来日化行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）92

图表51：2009年以来日化行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）92

图表52：2009年以来中国化妆品零售总额及增长（单位：亿元，%）93

图表53：2004年以来中国限额以上化妆品企业零售总额及增长（单位：亿元，%）94

图表54：2008年以来化妆品行业规模及增长率走势（单位：亿元，%）95

图表55：2007年以来中国化妆品行业利润率走势图（单位：%）95

图表56：世界化妆品分布图（按销售收入）（单位：%）96

图表57：世界化妆品产品结构图（按销售收入）（单位：%）96

图表58：中国化妆品行业区域分布图（按市场规模）（单位：%）97

图表59：中国化妆品企业规模分布图（按销售收入）（单位：%）97

图表60：中国化妆品企业性质分布图（按销售收入）（单位：%）98

图表61：中国化妆品行业资产总额、销售收入和利润总额前十名企业99

图表62：2012年以来中国化妆品企业销售收入排名前十企业列表（单位：亿元）100

图表63：2012年以来化妆品行业搜索指数（单位：百万次/天）101

图表64：2012年以来化妆品行业相关搜索内容（单位：%）102

图表65：肌肤问题关注度排行（单位：%）103

图表66：2012年以来化妆品品牌等级关注度（单位：%）103

图表67：2012年以来化妆品产品类别关注度（单位：%）104

图表68：2010-2015年中国化妆品行业销售收入规划图（单位：亿元，%）104

图表69：2010年以来洗涤用品行业产量增长情况（单位：万吨，%）105

图表70：2010年以来中国洗涤用品行业市场规模变化（单位：亿元，%）106

- 图表71：2010年以来中国洗涤用品行业利润率走势图（单位：%）106
- 图表72：2010年以来我国洗涤用品产品结构变化情况（单位：%）107
- 图表73：来我国合成洗涤剂产品结构趋势（单位：%）107
- 图表74：中国洗涤用品行业竞争格局（按销售收入）（单位：%）108
- 图表75：中国洗涤用品行业工业总产值、销售收入和利润前十名企业109
- 图表76：2017-2022年洗涤用品市场规模预测走势图（单位：亿元）110
- 图表77：2008年以来中国口腔清洁用品行业市场规模变化（单位：亿元，%）111
- 图表78：2007年以来中国口腔清洁用品行业利润率走势图（单位：%）111
- 图表79：中国口腔清洁用品部分品牌价格分布（单位：元）112
- 图表80：中国口腔清洁用品市场份额分布（单位：%）113
- 图表81：中国口腔清洁用品行业品牌竞争格局114
- 图表82：中国口腔清洁用品行业竞争格局（按销售收入）（单位：%）115
- 图表83：2017-2022年中国口腔清洁用品行业市场规模预测（单位：亿元）116
- 图表84：2008年以来中国其他日化用品行业市场规模变化（单位：亿元，%）117
- 图表85：2007年以来中国其他日化用品行业利润率走势图（单位：%）118
- 图表86：中国其他日化用品行业竞争格局（按销售收入）（单位：%）118
- 图表87：2017-2022年其他日化用品市场规模预测走势图（单位：亿元）119
- 图表88：2012年以来日化行业销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）120
- 图表89：日化行业销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）121
- 图表90：中国本土知名日化品牌一览表121
- 图表91：世界洗护产品在华前十排行榜（按销售收入）（单位：%）122
- 图表92：2011年以来日化行业细分产品销售收入（单位：亿元）123
- 图表93：2011年以来中国日化产品结构图（按销售收入）（单位：%）123
- 图表94：大众化妆品品牌关注度（单位：%）127
- 图表95：大众化妆品品牌关注度排名（单位：%）127
- 图表96：中国日化企业市场份额图（按销售收入）（单位：%）129
- 图表97：美国宝洁集团简况130
- 图表98：2009年以来财年美国宝洁公司销售收入增长情况（单位：亿美元，%）130
- 图表99：2009年以来财年美国宝洁公司主要经济指标（单位：百万美元）131
- 图表100：宝洁公司营业收入分业务（单位：%）131
- 图表101：宝洁公司旗下品牌132
- 图表102：2012年以来宝洁公司营业收入分区域（单位：%）132
- 图表103：2010年以来联合利华经营情况（单位：亿欧元）137
- 图表104：联合利华营业收入分业务（单位：%）138
- 图表105：联合利华营业收入分区域（单位：%）138

- 图表106：联合利华在中国投资生产活动141
- 图表107：2010年以来强生公司经营情况（单位：亿美元）142
- 图表108：强生公司营业收入分业务（单位：%）142
- 图表109：2011年以来法国欧莱雅集团主要经济指标（单位：亿欧元，%）143
- 图表110：2012年以来法国欧莱雅集团各产品销售情况（单位：亿欧元，%）144
- 图表111：2012年以来法国欧莱雅集团产品结构（按收入）（单位：%）144
- 图表112：欧莱雅旗下品牌145
- 图表113：欧莱雅旗下产品146
- 图表114：2012年以来法国欧莱雅集团各区域销售情况（单位：亿欧元，%）146
- 图表115：2012年以来法国欧莱雅集团市场分布（按收入）（单位：%）147
- 图表116：2012年以来法国欧莱雅集团区域市场收入增速对比（单位：%）147
- 图表117：2009年以来法国欧莱雅集团在华销售收入增长情况（单位：亿元，%）148
- 图表118：LV集团旗下的香水和化妆品品牌149
- 图表119：香奈儿公司的招牌产品列表150
- 图表120：资生堂旗下品牌152
-略

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/301200.html>