

2017-2023年中国日化行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2023年中国日化行业市场运营态势及投资前景预测报告》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/323867.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

日用化工行业一般分为日用化工产品制造业和日用化工产品零售业。根据国家统计局关于制造业的分类标准，我国日用化工产品制造行业包括肥皂及合成洗涤剂制造、化妆品制造、口腔清洁用品制造、香料香精制造和其他日用化学产品。制造五个子行业。而日用化工产品零售业直面终端消费需求，具有较强的消费属性。我国是全球最大的日化行业综合性市场之一。根据国家统计局最新数据显示，截至2015年10月，我国日用化学产品制造业主营业务收入当年累计3745亿元，累计同比增长率为7.84%。2011年-2015年，日化行业主营业务收入CAGR达到10.24%，大幅跑赢GDP；全行业平均成本费用占主营业务收入比例从2011年103.1%降至2015年末的101.2%，得益于工业技术的提高和成本控制力度的加大，行业内企业整体在盈利水平上显著提高。2004-2016年日化市场年销售额

资料来源：公开资料整理 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：第一部分日化行业发展分析16

第一章国际日化用品行业发展概况16

第一节国际化妆品市场发展分析16

- 一、2016年世界日化市场分析16
- 二、全球日化香精香料市场主要特点21
- 三、全球化妆品市场需求分析22
- 四、2016年全球化妆品市场发展趋势23
- 五、2016年东盟国家化妆品降税情况24
- 六、2016-2021年全球化妆品市场发展趋势29

第二节洗涤剂行业发展概况33

- 一、全球沐浴露市场发展分析33
- 二、2016年全球洗涤剂市场需求分析37

第二章中国日化市场发展概况40

第一节2016年日化行业发展现状40

- 一、2016年日化行业发展现状40
- 二、2016年日化行业发展态势40
- 三、2016年日化行业渠道生态状况41
- 四、2016年中国日化行业营销事件简析42
- 三、2016年日化行业加速洗牌及产品升级46

第二节2016年日化企业发展状况47

- 一、2016年本土日化品牌发展情况47
 - 二、2016年日化品牌网络表现排行榜49
 - 三、2016年国际本土日化品牌策略分析53
 - 四、2016年三、四线日化品牌的生存现状55
 - 五、2016年原油涨价影响日化企业的发展57
 - 第三节2016年日化市场发展状况57
 - 一、2016年日化市场发展现状57
 - 二、2016年日化市场发展形势58
 - 三、2016年日化产业发展态势58
 - 四、2016年日化渠道变革分析58
 - 五、2016年日化行业即将跨入资本时代59
 - 五、2016年国内日化企业加速海外布局59
 - 第四节2016年日化企业发展状况61
 - 一、2016年中国日化企业经营情况612011-2015年上半年我国日化用品制造行业经营数据分析2011-2015年上半年我国日化用品制造行业企业亏损情况二、2016年本土日化品牌发展处境61
 - 三、2016年本土日化企业发展态势61
 - 四、2016年国产日化品牌下乡“求道”64
 - 五、2016年中小日化企业发展形势分析65
 - 六、日化企业呼吁相关部门加强协调监管66
 - 第五节2014-2016年日化市场经济运行分析68
 - 一、2015年日用化学产品制造主要经济指标分析68
 - 二、2016年日用化学产品制造主要经济指标分析69
- 第三章日化行业农村市场发展情况71
- 第一节中国日化行业农村市场分析71
 - 一、日化行业农村市场发展概况71
 - 二、日化行业农村市场发展特性71
 - 三、日化行业农村市场的品牌消费意识73
 - 四、日化行业农村市场发展劣势74
 - 第二节2016年日化行业农村市场发展76
 - 一、2016年跨国日化巨头的农村视角76
 - 二、2016年日化产业农村市场潜力分析78
 - 三、2016年日化农村市场价格情况78
 - 四、2016年日化企业开发农村市场之路79

五、2016年日化产业农村市场发展展望79

第二部分日化细分行业发展82

第四章洗涤用品行业发展分析82

第一节洗涤行业现状分析82

一、2016年洗涤用品市场发展现状82

二、2016年洗洁精市场发展情况82

三、2016年微利洗涤用品下乡情况83

四、2016年洗涤用品市场价格情况84

五、2016年中国洗涤用品发展预测85

六、我国化妆洗涤用品市场前景85

七、洗涤用品市场发展趋势85

第二节洗衣液市场现状分析86

一、2016年洗衣液市场发展情况86

二、2016年洗衣液市场发展格局87

三、2016年洗衣液市场发展机遇88

四、2016年洗衣液市场发展前景88

五、2016年洗衣液市场发展预测89

六、2016-2021年洗衣液市场发展趋势89

第三节洗衣粉市场现状分析90

一、我国洗衣粉市场发展概况90

二、我国洗衣粉市场发展结构90

三、2016年洗衣粉销量情况90

四、2016年洗衣粉市场发展新趋势91

五、洗衣粉行业竞争状况与市场机会分析92

六、中国洗衣粉市场发展及前景预测92

第四节洗发水市场发展分析93

一、洗发水行业现状93

二、本土洗发水行业面临的困境93

四、我国洗发水行业风险分析95

五、2016年去屑洗发水竞争格局95

六、2016年我国洗发水市场破局分析96

三、本土洗发水行业的出路100

七、国产洗发水企业的发展策略101

八、国产洗发水企业的破局之策103

第五节沐浴露市场分析107

- 一、沐浴露市场的发展情况107
- 二、沐浴露市场本土品牌发展分析107
- 三、我国沐浴露行业市场现状分析111
- 四、目前有待启动的沐浴露市场112
- 五、2016年沐浴露行业政策变动情况115
- 六、2016年沐浴露市场的发展态势115

第五章牙膏市场分析117

第一节中国牙膏市场状况分析117

- 一、中国牙膏市场的发展历史117
- 二、牙膏市场发展概况118
- 三、牙膏市场竞争环境分析119
- 四、牙膏市场竞争深度分析119
- 五、主要牙膏品牌竞争手段分析121
- 六、国内牙膏企业存在的问题122
- 七、2016年牙膏行业发展格局123
- 八、牙膏新标准实施124

第二节主要城市牙膏品牌分析125

- 一、大连牙膏市场分析125
- 二、哈尔滨牙膏市场分析126
- 三、南昌牙膏市场分析126
- 四、青岛牙膏市场分析127
- 五、太原牙膏市场分析127
- 六、长沙牙膏市场分析128
- 七、南宁牙膏市场分析128
- 八、海口牙膏市场分析129
- 九、杭州牙膏市场分析129
- 十、深圳牙膏市场分析130

第三节未来牙膏行业发展趋势分析130

- 一、产品方面发展预测130
- 二、价格方面发展预测131
- 三、渠道方面发展预测132
- 四、促销方面发展预测132
- 五、包装方面发展预测133

六、传播方面发展预测133

第四节牙膏行业发展策略分析133

- 一、牙膏市场突出重围策略选择133
- 二、中国牙膏产业的发展战略探讨134
- 三、我国牙膏企业营销战略的选择134
- 四、本土牙膏品牌渠道营销战略136
- 五、本土牙膏品牌产品升级战略136

第六章化妆品市场分析138

第一节2016年中国化妆品销售市场分析138

- 一、2016年转型下的中国化妆品产业138
- 二、2016年化妆品各种渠道的生态描述139
- 三、2016年化妆品行业渠道现象分析141
- 四、我国化妆品行业的可持续发展141
- 五、中国化妆品专卖店发展分析144

第二节化妆品市场消费格局146

- 一、顶端品牌消费格局146
- 二、高端品牌消费格局146
- 三、中端品牌消费格局147
- 四、中低端品牌消费格局147
- 五、低端品牌消费格局147

第三节2016-2021年化妆品的发展趋势148

- 一、2016年化妆品市场前景预测148
- 二、2016年化妆品及容器需求预测148
- 三、2016年化妆品渠道定位趋势148
- 四、2016年化妆品企业发展方向150
- 六、未来20年化妆品发展趋势预测150
- 七、我国化妆品工业的发展趋势152

第三部分日化行业竞争格局154

第七章行业竞争格局分析154

第一节2016年日化品牌格局与市场总结154

- 一、一线品牌地位更加凸显154
- 二、二、三线品牌竞争激烈154
- 三、品牌竞争手段走向理性154

- 四、部分品牌衰亡逐步退市161
- 五、日化行业入市开始谨慎164
- 六、高端化妆品的竞争加剧165
- 七、专营店争夺成竞争焦点165
- 八、彩妆儿童化妆品成热点167
- 九、广告往非理性诉求转变168
- 第二节2012-2016年企业竞争格局分析168
 - 一、2016年联合利华vs宝洁竞争情况168
 - 二、2016年清扬vs宝洁日化竞争177
 - 三、2016年欧莱雅vs宝洁的品牌战略178
 - 四、2016年纳爱斯和宝洁的合作与竞争180
- 第三节2016年行业区域市场竞争格局191
 - 一、日化业南北市场差异及营销重心简析191
 - 二、上海vs广州的日化竞争格局193
 - 三、闽北与闽南日化市场差异分析196
- 第四节行业竞争形势与策略197
 - 一、外资并购日化行业分析197
 - 二、中国日化企业竞争力分析198
 - 三、日化行业的竞争模型分析203

- 第八章国际重点企业分析205
 - 第一节美国宝洁公司205
 - 一、公司概况205
 - 二、宝洁在中国205
 - 三、公司品牌战略207
 - 四、2016年公司可持续发展报告209
 - 五、2016年公司在华发展规划221
 - 第二节英国联合利华集团221
 - 一、公司概况221
 - 二、在华发展概况221
 - 三、公司在华收购情况223
 - 四、2016年公司发展动态223
 - 五、2016年公司在华发展动态224
 - 第三节美国安利公司224
 - 一、安利在中国224

- 二、公司主要产品226
- 三、公司品牌的营销战略226
- 四、2016年公司经营情况232
- 五、2016年公司发展规划233
- 第四节法国欧莱雅集团有限公司233
 - 一、公司概况233
 - 二、2016年公司经营情况234
 - 三、2016年公司发展策略234
 - 四、公司成功经营的秘诀241

- 第九章国内重点企业分析243
 - 第一节上海家化联合股份有限公司243
 - 一、企业概况243
 - 二、2016年企业经营情况分析244
 - 三、2012-2016年企业财务数据分析247
 - 四、2016年企业发展动态及策略254
 - 五、企业未来发展展望与战略256
 - 第二节索芙特股份有限公司256
 - 一、企业概况256
 - 二、2016年企业经营情况分析257
 - 三、2012-2016年企业财务数据分析257
 - 四、2016年企业发展动态及策略264
 - 五、企业未来发展展望与战略264
 - 第三节柳州两面针股份有限公司265
 - 一、企业概况265
 - 二、2016年企业经营情况分析266
 - 三、2012-2016年企业财务数据分析267
 - 四、2016年企业发展动态及策略274
 - 五、企业未来发展展望与战略274
 - 第四节山西南风化工集团股份有限公司275
 - 一、企业概况275
 - 二、2016年企业经营情况分析276
 - 三、2012-2016年企业财务数据分析276
 - 四、2016年企业发展动态及策略282
 - 五、企业未来发展展望与战略283

第五节广州市浪奇实业股份有限公司284

- 一、企业概况284
- 二、2016年企业经营情况分析285
- 三、2012-2016年企业财务数据分析288
- 四、2016年企业发展动态及策略295
- 五、企业未来发展展望与战略295

第六节江苏隆力奇生物科技股份有限公司296

- 一、公司概况296
- 二、公司科研机构297
- 三、公司应对金融危机策略297
- 四、2016年公司发展创新模式300

第七节广州蓝月亮实业有限公司300

- 一、公司概况300
- 二、2016年公司洗衣液经营情况301

第八节纳爱斯集团303

- 一、公司概况303
- 二、集团生产基地介绍303
- 三、2016年公司动态304

第四部分日化行业发展趋势及307

第十章2016-2021年日化行业发展趋势307

第一节2016-2021年中国宏观经济环境分析307

- 一、2016年我国宏观经济运行情况307
- 二、2016年我国宏观经济景气指数分析308
- 三、国际金融危机下的中国政策选择308
- 四、2016年中国宏观经济发展展望315
- 五、2016-2021年我国宏观经济形势分析319

第二节2016年中国日化产业社会环境分析320

- 一、2016年居民生活水平分析320
- 二、2016年零售市场情况分析323

第三节2016-2021年日化行业的发展趋势分析330

- 一、2016年中国日化行业经济增势预测330
- 二、2016年日化行业格局变化趋势331
- 三、2016年本土日化品牌发展形势332
- 四、2016年本土日化一线品牌发展形势333

- 五、金融危机下本土日化企业发展形势334
- 六、2016年中国化妆品市场增长预测340
- 七、2016年中国化妆品降税情况341
- 八、2016-2021年中国日化市场发展趋势简析342
- 第四节中国日化行业资本运营的潮流风向343
 - 一、日化资本运营的发展趋势343
 - 二、日化行业的定位和战略344
 - 三、日化行业的机遇和风险344
 - 四、日化行业投资及运作趋势345

- 第十一章2016-2021年日化企业发展战略探讨346
 - 第一节中小化妆品企业区域市场策略案例解析346
 - 一、集中资源重点投入346
 - 二、加强零售树立口碑346
 - 三、选择卖点集中宣传347
 - 四、增加沟通促销指引347
 - 五、导购与展示并重347
 - 第二节中小日化企业的品牌战略分析348
 - 一、中小日化企业品牌管理主要问题348
 - 二、中小日化企业品牌战略思考349
 - 三、日化产品工业设计及品牌命名351
 - 四、国产日化品牌的成功策略352
 - 五、中小型日化企业营销策略353
 - 第三节日化企业战略市场分析354
 - 一、日化企业的奥运营销策略分析354
 - 二、本土日化企业新品上市策略分析355
 - 三、日化企业要掌握的风投营运规则360
 - 四、本土日化品牌的发展策略361
 - 第四节民族日化品牌自强出路分析363
 - 一、产品创新363
 - 二、品牌创新364
 - 三、销售渠道创新364

- 第十二章2016-2021年日化市场营销策略分析366
 - 第一节日化市场营销分析366

- 一、渠道分析366
- 二、终端分析367
- 三、服务营销368
- 四、传播分析369
- 第二节日化市场渠道分析370
 - 一、日化零售终端现有经营业态分析370
 - 二、2016年日化市场渠道发展情况372
 - 三、2016年日化专营店发展分析374
 - 四、日化行业终端模式的现状及趋势380
 - 五、日化渠道变革趋势与应对策略384
- 第三节日化市场营销模式分析389
 - 一、体验营销389
 - 二、差异化营销390
 - 三、整合营销391
 - 四、品牌营销393
- 第四节日化品牌快速增值策略分析393
 - 一、基于品牌即有优势基因提升品牌资产393
 - 二、营销模式创新驱动品牌增值394
 - 三、市场定位驱动品牌增值395
 - 四、产品创新驱动品牌增值395
 - 五、社会热点创造品牌增值机会396
 - 六、联合品牌激活品牌真空地带397

图表目录：

- 图表12011-2015年全球化妆品市场规模走势图16
- 图表22015年全球各区域化妆品市场规模对比16
- 图表32010-2015年全球各区域化妆品市场规模变动趋势17
- 图表42015年全球化妆品细分产品市场规模对比17
- 图表52010-2015年全球化妆品各细分产品市场份额变动趋势18
- 图表62011-2015年全球化妆品产业TOP5销售收入（十亿美元）18
- 图表72015年全球化妆品市场竞争格局19
- 图表8美国化妆品各类销售渠道占比19
- 图表9俄罗斯化妆品各类销售渠道占比19
- 图表10全球化妆品产业变化20
- 图表112015年全球化妆品行业细分市场格局21

- 图表122013-2015年全球护肤品市场规模走势图21
- 图表13未来5年全球化妆品与个人护理用品零售额增长情况29
- 图表14欧洲洗协的浓缩化项目37
- 图表15上升最快的十大品牌50
- 图表16下降最快的十大品牌50
- 图表17亚洲日化100强51
- 图表182016年1-6月中国日用化学产品制造出口交货值统计表69
- 图表192014-2016年6月我国洗涤用品市场价格情况84
- 图表202014-2016年6月我国洗衣粉销量情况90
- 图表212016年沐浴露品牌网络口碑指数107
- 图表222016年沐浴露品牌品牌知名度指数108
- 图表232016年沐浴露品牌消费者互动度指数108
- 图表242016年沐浴露品牌质量认可度指数109
- 图表252016年沐浴露品牌企业美誉度指数109
- 图表262016年沐浴露品牌产品好评度指数110
- 图表272016年沐浴露品牌品牌健康度指数110
- 图表282016年沐浴露品牌网络口碑指数分布110
- 图表29大连牙膏市场品牌分析125
- 图表30哈尔滨膏市场品牌分析126
- 图表31南昌牙膏市场品牌分析126
- 图表32青岛牙膏市场品牌分析127
- 图表33太原牙膏市场品牌分析127
- 图表34长沙牙膏市场品牌分析128
- 图表35南宁牙膏市场品牌分析128
- 图表36海口牙膏市场品牌分析129
- 图表37杭州牙膏市场品牌分析129
- 图表38深圳牙膏市场品牌分析130
- 图表392016-2021年我国化妆品及容器需求预测148
- 图表40上海家化财务指标247
- 图表41上海家化资产负债表250
- 图表42上海家化利润表253
- 图表43索芙特财务指标257
- 图表44索芙特资产负债表259
- 图表45索芙特利润表262
- 图表46两面针财务指标267

图表47两面针资产负债表270

图表48两面针利润表273

图表49南风化工财务指标276

图表50南风化工资产负债表278

图表51南风化工利润表281

图表52广州浪奇财务指标288

图表53广州浪奇资产负债表291

图表54广州浪奇利润表294

图表552016年中国宏观经济指标预测316

图表56社会消费品零售总额（单位：亿元）324

图表57限额以上企业商品零售额近十年增长率之一（单位：%）324

图表58限额以上企业商品零售额近十年增长率之二（单位：%）325

图表59城镇居民人均可支配收入持续增长（单位：元）326

图表60商务部监测核心商业企业数据327

图表61春节黄金周消费品零售额增长（单位：亿元）327

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/323867.html>