

# 2016-2022年中国日化市场需求及投资前景分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国日化市场需求及投资前景分析报告》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/188305.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

日化是指日用化学品，是人们平日常用的科技化学制品包括洗发水、沐浴露、护肤、护发、化妆品等等。

按照用品的使用频率或范围划分为：生活必需品，或称日常生活用品奢侈品。

按照用途划分有：洗漱用品、家居用品、厨卫用品、装饰用品、化妆用品、床上用品等。

多个日化品牌在国内畅销，其中包括宝洁、联合利华和丝宝这“两宝一联”，另有纳爱斯、立白、江苏隆力奇、广东名臣、重庆奥尼、傲雪、广州君兰日化的碧婷等国内知名品牌，更是充实着国内日用品市场。

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、2016-2022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、2014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61
  - 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、2016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、2016-2022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2016-2022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2016-2022年日化行业发展趋势307
  - 第一节2016-2022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、2016-2022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2016-2022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、2016-2022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2016-2022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2016-2022年日化市场营销策略分析366(AKWZY)

### 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12003-2016年全球化妆品市场规模走势图16

图表22016年全球各区域化妆品市场规模对比16

图表32010-2016年全球各区域化妆品市场规模变动趋势17

图表42016年全球化妆品细分产品市场规模对比17

图表52010-2016年全球化妆品各细分产品市场份额变动趋势18

图表62011-2016年全球化妆品产业TOP5销售收入（十亿美元）18

图表72016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112016年全球化妆品行业细分市场格局21

图表122009-2016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1-5月中国日用化学产品制造出口交货值统计表69

图表192013-2016年5月我国洗涤用品市场价格情况84

图表202013-2016年5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392016-2022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/188305.html>