

2022-2027年中国家居日化行业运行态势及未来发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国家居日化行业运行态势及未来发展趋势预测报告》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/channel/cosmetics/808998.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

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 产业环境透视

第一章 家居日化行业发展综述

第一节 家居日化行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

三、行业特性及在国民经济中的地位

第二节 家居日化行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 2017-2021年中国家居日化行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 家居日化行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 家居日化行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 家居日化行业政治法律环境（P）

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、家居日化产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、家居日化技术分析

二、行业主要技术发展趋势

三、技术环境对行业的影响

第三章 国际家居日化行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球家居日化市场总体情况分析

一、全球家居日化行业发展概况

二、全球家居日化市场产品结构

三、全球家居日化行业发展特征

四、全球家居日化行业竞争格局

五、全球家居日化市场区域分布

六、国际重点家居日化企业运营分析

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、欧洲

二、北美

三、日本

四、韩国

五、其他国家地区

第二部分 行业深度分析

第四章 中国家居日化行业运行现状分析

第一节 中国家居日化行业发展状况分析

一、中国家居日化行业发展阶段

二、中国家居日化行业发展总体概况

三、中国家居日化行业发展特点分析

四、中国家居日化行业商业模式分析

第二节 家居日化行业发展现状

一、中国家居日化行业市场规模

二、中国家居日化行业发展分析

三、中国家居日化企业发展分析

第三节 家居日化市场情况分析

一、中国家居日化市场总体概况

二、中国家居日化产品市场发展分析

三、中国家居日化产品市场供求分析

四、中国家居日化产品市场进出口分析

第四节 中国家居日化市场价格走势分析

一、家居日化市场定价机制组成

二、家居日化市场价格影响因素

三、家居日化产品价格走势分析

四、2022-2027年家居日化产品价格走势预测

第五章 中国家居日化所属行业整体运行指标分析

第一节 中国家居日化所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 中国家居日化所属行业产销情况分析

一、中国家居日化所属行业工业总产值

二、中国家居日化所属行业工业销售产值

三、中国家居日化所属行业产销率

第三节 中国家居日化所属行业财务指标总体分析

一、家居日化所属行业盈利能力分析

1、中国家居日化所属行业销售利润率

2、中国家居日化所属行业成本费用利润率

3、中国家居日化所属行业亏损面

二、家居日化所属行业偿债能力分析

1、中国家居日化所属行业资产负债比率

2、中国家居日化所属行业利息保障倍数

三、家居日化所属行业营运能力分析

1、中国家居日化所属行业应收帐款周转率

2、中国家居日化所属行业总资产周转率

3、中国家居日化所属行业流动资产周转率

四、家居日化所属行业发展能力分析

- 1、中国家居日化所属行业总资产增长率
- 2、中国家居日化所属行业利润总额增长率
- 3、中国家居日化所属行业主营业务收入增长率
- 4、中国家居日化所属行业资本保值增值率

第三部分 市场全景分析

第六章 中国家居日化细分市场分析及预测

第一节 化妆品市场分析

一、化妆品市场规模分析

- 1、全部化妆品企业零售总额
- 2、限额以上化妆品企业零售总额
- 3、规模以上化妆品企业销售规模

二、化妆品盈利水平分析

三、化妆品市场份额分布

1、区域分布格局

2、产品竞争格局

四、化妆品品牌竞争格局

1、区域分布格局

2、企业规模格局

3、企业性质格局

五、化妆品主要生产企业

六、化妆品行业关注度分析

- 1、化妆品行业关注指数
- 2、化妆品相关关注内容
- 3、化妆品网民关注的肌肤问题
- 4、化妆品网民关注的品牌等级
- 5、化妆品网民关注的产品大类

七、化妆品需求前景预测

第二节 洗涤用品市场分析

一、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

二、洗涤用品盈利水平分析

三、洗涤用品市场份额分布

四、洗涤用品品牌竞争格局

五、洗涤用品主要生产企业

六、洗涤用品需求前景预测

第三节 口腔用品市场分析

一、口腔用品市场规模分析

二、口腔用品盈利水平分析

三、口腔用品市场份额分布

四、口腔用品品牌竞争格局

五、口腔用品主要生产企业

六、口腔用品需求前景预测

第四节 其他家居日化用品市场分析

一、其他家居日化用品市场规模分析

二、其他家居日化用品盈利水平分析

三、其他家居日化用品市场竞争格局

四、其他家居日化用品需求前景预测

第七章 中国家居日化行业营销趋势及策略分析

第一节 家居日化行业新兴电子商务渠道分析

一、家居日化行业电商渠道发展规模

二、电子商务渠道进入壁垒

三、电子商务渠道建设与运营模式

四、电子商务渠道应用模式分析

五、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

六、电子商务渠道建设优劣势

1、三方平台

2、自有平台

七、电子商务渠道发展前景预测

第二节 家居日化行业商场专柜渠道分析

一、商场专柜渠道发展概况

二、商场专柜渠道进入壁垒

三、商场专柜渠道成本构成

四、商场专柜渠道收益分析

五、商场专柜渠道品牌现状

六、商场专柜渠道运营策略

七、商场专柜渠道建设分析

1、一线城市化妆品专柜发展分析

2、二三线城市化妆品专柜发展分析

八、商场专柜渠道前景预测

第三节 家居日化行业超市卖场渠道分析

一、超市卖场渠道发展概况

二、超市卖场渠道进入壁垒

三、超市卖场渠道成本构成

四、超市卖场渠道收益分析

五、超市卖场渠道品牌现状

六、超市卖场渠道运营策略

七、超市卖场渠道前景预测

第四节 家居日化行业专营店渠道分析

一、专营店渠道发展概况

二、专营店渠道进入壁垒

三、专营店渠道成本构成

四、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

五、专营店渠道品牌现状

六、专营店渠道运营策略

1、家居日化用品专营店运营管理

2、家居日化用品专营店推广分析

七、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

第五节 家居日化行业加盟专卖渠道分析

一、加盟专卖渠道发展概况

二、加盟专卖渠道进入壁垒

三、加盟专卖渠道成本构成

四、加盟专卖渠道收益分析

五、加盟专卖渠道品牌现状

六、加盟专卖渠道运营策略

七、加盟专卖渠道前景预测

第六节 家居日化行业药店零售渠道分析

- 一、药店零售渠道发展概况
- 二、药店零售渠道进入壁垒
- 三、药店零售渠道成本构成
- 四、药店零售渠道收益分析
- 五、药店零售渠道品牌现状
- 六、药店零售渠道运营策略
- 七、药店零售渠道前景预测

第七节 家居日化行业美容院渠道分析

- 一、美容院渠道发展概况
- 二、美容院渠道进入壁垒
- 三、美容院渠道成本构成
- 四、美容院渠道收益分析
- 五、美容院渠道品牌现状
- 六、美容院渠道运营策略
- 七、美容院渠道前景预测

第八节 家居日化行业电视购物渠道分析

- 一、电视购物渠道发展概况
- 二、电视购物渠道进入壁垒
- 三、电视购物渠道成本构成
- 四、电视购物渠道收益分析
- 五、电视购物渠道品牌现状
- 六、电视购物渠道运营策略
 - 1、产品：质量过关、诚信保证
 - 2、广告：切忌浮夸，拒绝虚假
 - 3、时间：午间、晚间饭点最佳
 - 4、品种：针对主妇的中低端产品
 - 5、售后及其他：保护客户隐私
- 七、电视购物渠道前景预测

第四部分 竞争格局分析

第八章 家居日化行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

- 一、行业区域结构总体特征
- 二、行业区域集中度分析
- 三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 家居日化区域市场分析

一、东北地区家居日化市场分析

二、华北地区家居日化市场分析

三、华东地区家居日化市场分析

四、华南地区家居日化市场分析

五、华中地区家居日化市场分析

六、西南地区家居日化市场分析

七、西北地区家居日化市场分析

第九章 2017-2021年家居日化行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、家居日化行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、家居日化行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、家居日化行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势

四、家居日化行业SWOT分析

1、家居日化行业优势分析

2、家居日化行业劣势分析

3、家居日化行业机会分析

4、家居日化行业威胁分析

第二节 中国家居日化行业竞争格局综述

一、家居日化行业竞争概况

- 1、中国家居日化行业品牌竞争格局
- 2、家居日化业未来竞争格局和特点
- 3、家居日化市场进入及竞争对手分析

二、中国家居日化行业竞争力分析

- 1、中国家居日化行业竞争力剖析
- 2、中国家居日化企业市场竞争的优势
- 3、民企与外企比较分析
- 4、国内家居日化企业竞争能力提升途径

三、中国家居日化产品竞争力优势分析

- 1、整体产品竞争力评价
- 2、产品竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

四、家居日化行业主要企业竞争力分析

第三节 家居日化行业竞争格局分析

第四节 家居日化行业并购重组分析

第十章 家居日化行业领先企业经营形势分析

第一节 中国家居日化企业总体发展状况分析

- 一、家居日化企业主要类型
- 二、家居日化企业资本运作分析
- 三、家居日化企业创新及品牌建设
- 四、家居日化企业国际竞争力分析

第二节 中国领先家居日化企业经营形势分析

一、上海家化联合股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业品牌及消费群分析

二、广州宝洁有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业产销能力分析
- 4、企业品牌及消费群分析

三、纳爱斯集团有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业品牌及消费群分析

四、上海和黄白猫有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业品牌及消费群分析

五、联合利华（中国）有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业品牌及消费群分析

六、强生（中国）有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业品牌及消费群分析

七、美即（控股）国际有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业品牌及消费群分析

八、霸王国际集团（控股）有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业品牌及消费群分析

九、山东九鑫日用化工有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业品牌及消费群分析

十、重庆登康口腔护理用品股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业产销能力分析

4、企业品牌及消费群分析

第五部分 发展前景展望

第十一章 2022-2027年家居日化行业前景及投资价值

第一节 家居日化行业五年规划现状及未来预测

一、“十四五”期间家居日化行业运行情况

二、“十四五”期间家居日化行业发展成果

三、家居日化行业“十四五”发展方向预测

第二节 2022-2027年家居日化市场发展前景

一、2022-2027年家居日化市场发展潜力

二、2022-2027年家居日化市场发展前景展望

三、2022-2027年家居日化细分行业发展前景分析

第三节 2022-2027年家居日化市场发展趋势预测

一、2022-2027年家居日化行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2022-2027年家居日化市场规模预测

1、家居日化行业市场容量预测

2、家居日化行业销售收入预测

三、2022-2027年家居日化行业应用趋势预测

四、2022-2027年细分市场发展趋势预测

第四节 2022-2027年中国家居日化行业供需预测

一、2022-2027年中国家居日化行业供给预测

二、2022-2027年中国家居日化行业产量预测

三、2022-2027年中国家居日化市场销量预测

四、2022-2027年中国家居日化行业需求预测

五、2022-2027年中国家居日化行业供需平衡预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 家居日化行业投资特性分析

一、家居日化行业进入壁垒分析

二、家居日化行业盈利因素分析

三、家居日化行业盈利模式分析

第七节 2022-2027年家居日化行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第八节 2022-2027年家居日化行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第十二章 2022-2027年家居日化行业投资机会与风险防范

第一节 家居日化行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、家居日化行业投资现状分析

第二节 2022-2027年家居日化行业投资机会

第三节 2022-2027年家居日化行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国家居日化行业投资建议

一、家居日化行业未来发展方向

二、家居日化行业主要投资建议

三、中国家居日化企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十三章 家居日化行业发展战略研究

第一节 家居日化行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国家居日化品牌的战略思考

一、家居日化品牌的重要性

二、家居日化实施品牌战略的意义

三、家居日化企业品牌的现状分析

四、中国家居日化企业的品牌战略

五、家居日化品牌战略管理的策略

第三节 家居日化经营策略分析

一、家居日化市场细分策略

二、家居日化市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、家居日化新产品差异化战略

第四节 家居日化行业投资战略研究

一、2022-2027年家居日化行业投资战略

二、2022-2027年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及发展建议

第一节 家居日化行业研究结论及建议(HJ HT)

第二节 家居日化关联行业研究结论及建议

第三节 家居日化行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：家居日化行业生命周期

图表：家居日化行业产业链结构

图表：2017-2021年全球家居日化所属行业市场规模

图表：2017-2021年中国家居日化所属行业市场规模

图表：2017-2021年家居日化所属行业重要数据指标比较

图表：2017-2021年家居日化所属行业产能分析

图表：2017-2021年家居日化所属行业产量分析

图表：2017-2021年家居日化所属行业需求分析

图表：2017-2021年家居日化所属行业进口数据

图表：2017-2021年家居日化所属行业出口数据

图表：2017-2021年家居日化行业集中度

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/cosmetics/808998.html>