

2020-2026年中国日化用品 产业发展现状与前景趋势报告

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年中国日化用品产业发展现状与前景趋势报告》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/202001/149371.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

我国是世界上第一人口大国，人口数占世界总人口数近20%，庞大的人口基数及不断发展的国民经济和人均消费水平，促使我国成为全球第二大化妆品市场。2014年，我国日化产品市场规模为2,937亿元，同比增长7.2%，从2009年至2014年，年复合增长率达9.8%；预

计2014-2019年年复合增长率将为7.6%，总增长率将达到44%，到2019年，我国日化产品零售额将达到4,230亿元。随着国民经济发展及城镇化进程加快，我国居民住房条件、公共卫生

设施等条件不断改善，居民生活质量有了大幅提高，人们对健康生活有了更高追求，对个人护理用品的使用要求更高。欧睿国际数据显示，2014年我国个人护理类产品零售额为532.98亿，预测2014-2019平均年复合增长率为4.1%，到2019年个人护理用品市场份额将达到652.69亿元

。2009-2019中国个人护理产品市场规模（亿元） 2009年，我国化妆品的销售额为981亿元，至2014年达到1,630亿元；据预测，2014年至2019年年复合增长率达7.1%，总增长率高

达51.9%，至2019年我国化妆品零售额预计突破2,400亿元⁴。我国中高端消费者主要购买欧美及日韩品牌产品，而对广大的基层消费者而言，更倾向于选购性价比优良的民族自主品牌，因此国产品牌市场潜力巨大。2009-2019年中国化妆品市场零售额及增长趋势（亿元）

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国日化用品产业发展现状与前景趋势报告》共八章。首先介绍了日化用品行业市场发展环境、日化用品整体运行态势等，接着分析了日化用品行业市场运行的现状，然后介绍了日化用品市场竞争格局。随后，报告对日化用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了日化用品行业发展趋势与投资预测。您若想对日化用品产业有个系统的了解或者想投资日化用品行业，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：第一章 日化用品行业发展背景1.1 报告研究背景及方

法1.1.1 行业研究背景1.1.2 数据来源及统计口径（1）行业统计部门和统计口径（2）行业统计方法及数据种类1.1.3 行业定义及分类（1）日化用品的定义 日化用品是指人们日常生活中使用的科技化学制品，包括洗发水、沐浴露、化妆品、洗衣粉等。（2）日化用品主要分类日

化用品的分类 1 粉状衣物洗涤剂 洗涤剂根据需要可以制成粉状、液状和块状等形式。粉状衣物洗涤剂即合成洗衣粉。合成洗衣粉的配方是生产中很重要的一个环节。配方中，各组分原料之间的相互影响是比较复杂的。还没有完整的理论依据来指导配方。主要是根据实验和经验来决定。制定配方时对各种因素需全面综合地加以考虑。首先是根据用途及生产方法确定洗衣粉的质量标准，包括产品的理化标准和使用性能。 2 个人卫生清洁剂 个人卫生清洁剂包括洗发用的

洗发剂，沐浴用的各式溶剂，口腔清洁剂，以及洗手，洗脸用的清洁品。随着生活水平的提高，人们对

的

的

个人卫生清洁剂的要求亦越来越高,不仅要求具有清洁作用,而且还要有保护皮肤,保护头发和防止皮肤病等功效.为此,个人卫生清洁剂的种类以及品种日渐增多.

3 家庭日用洗涤剂

日常生活时刻离不开清洗.现代化的设施和摆设是由玻璃,瓷砖,木材,塑料和金属等不同材质构成,为使居室窗明地净,生活舒适卫生,家庭日用品清洁剂即应用而生,并且品种日益繁多,其中有供居室清洗家具,地板墙壁,窗玻璃用的硬表面清洁剂和地毯清洁剂;有洗涤玻璃器皿,塑料用具,珠宝装饰品用的各种专用洗涤剂;有厨房里用的餐具洗涤剂,炉灶清洁剂,水果蔬菜的消毒净洗剂,冰箱清洗剂,瓷砖清洁;还有卫生间里用的浴盆清洁剂,便池清洁剂,卫生除臭剂等.

4 化妆品

化妆品包括基础化妆品,美容化妆品和特殊用途化妆品三部分.基础化妆品是为了保护皮肤,毛发以及增进皮肤和毛发健康的制品.而美容化妆品是为了修饰脸面,指甲等部位,使之增加魅力而是用的制品;特殊用途化妆品是指用于面部,毛发等部位具有防御功能或需经过一些特殊的理化处理打制制品,还具有一定的缓和治疗作用.化妆品学科涉及物理学,有机化学,界面化学,胶体化学,美学,生物化学,物理化学,染料化学,香料香精,化学工程,微生物和皮肤物理学等,是一门多学科交叉,涉及面广又复杂的学科

1.2 行业产业链结构分析

1.2.1 行业产业链结构简介

1.2.2 行业上游供应市场分析

1.2.3 行业下游应用结构分析

1.3 日化用品行业市场结构分析

1.3.1 行业产品结构分析

1.3.2 行业区域结构分析

1.3.3 产品应用结构分析

1.4 中国日化用品行业市场竞争状况

1.4.1 市场波特五力分析

1.4.2 市场竞争方式分析

1.4.3 市场竞争格局分析

1.4.4 行业投资兼并与重组分析

(1) 行业投资兼并与重组概况 (2) 行业投资兼并与重组动向 (3) 行业投资兼并与重组趋势

第二章 国内外日化用品行业总体产销形势

2.1 全球日化用品行业产销需求分析

2.1.1 全球日化用品产销规模分析

2.1.2 全球日化用品行业竞争格局

2.1.3 全球日化用品市场结构分析

2.1.4 全球日化用品行业规模预测

2.2 发达国家日化用品行业产销需求分析

2.2.1 美国日化用品行业产销需求分析

2.2.2 日本日化用品行业产销需求分析

2.2.3 欧洲日化用品行业产销需求分析

2.3 日化用品行业进出口形势分析

2.3.1 日化用品行业进出口状况综述

2.3.2 日化用品行业出口市场分析

(1) 2014年行业出口分析

1) 行业出口整体情况

2) 行业出口产品结构

(2) 2019年行业出口分析

1) 行业出口整体情况

2) 行业出口产品结构

2.3.3 日化用品行业进口市场分析

(1) 2014年行业进口分析

1) 行业进口整体情况

2) 行业进口产品结构

(2) 2019年行业进口分析

1) 行业进口整体情况

2) 行业进口产品结构

2.3.4 日化用品行业进出口前景及建议

(1) 行业出口前景及建议

(2) 行业进口前景及建议

第三章 中国日化用品行业运营状况分析

3.1 日化用品行业经营情况分析

3.1.1 行业经营效益分析

3.1.2 行业盈利能力分析

3.1.3 行业运营能力分析

3.1.4 行业偿债能力分析

3.1.5 行业发展能力分析

3.2 日化用品行业供需形势分析

3.2.1 日化用品行业供给情况分析

(1) 行业总产值分析

(2) 行业产成品分析

3.2.2 日化用品行业需求情况分析

(1) 行业销售产值分析

(2) 行业销售收入分析

2009-2019年中国日化用品零售额(亿元)

3.2.3 日化用品行业产销情况分析

(1) 行业总体产销率情况

(2) 行业区域产销率情况

3.3 日化用品行业经济指标分

析3.3.1 日化用品行业经济指标分析3.3.2 不同规模企业经济指标分析（1）大型企业经济指标分析（2）中型企业经济指标分析（3）小型企业经济指标分析3.3.3 不同性质企业经济指标分析（1）股份制企业经济指标分析（2）私营企业经济指标分析（3）外商投资企业经济指标分析3.3.4 不同地区企业经济指标分析（1）华东地区企业经济指标分析（2）华南地区企业经济指标分析（3）东北地区企业经济指标分析 第四章 中国日化用品上游供应市场分析4.1 原料市场一分析4.1.1 原料市场一产量规模分析4.1.2 原料市场一生产企业分析4.1.3 原料市场一价格走势分析4.1.4 原料市场一市场趋势分析4.2 原料市场二分析4.2.1 原料市场二产量规模分析4.2.2 原料市场二生产企业分析4.2.3 原料市场二价格走势分析4.2.4 原料市场二市场趋势分析4.3 原料市场三分析4.3.1 原料市场三产量规模分析4.3.2 原料市场三生产企业分析4.3.3 原料市场三价格走势分析4.3.4 原料市场三市场趋势分析 第五章 中国日化用品行业细分产品分析5.1 日化用品行业细分产品一分析5.1.1 细分产品一应用特点分析5.1.2 细分产品一产量规模分析5.1.3 细分产品一市场需求分析5.1.4 细分产品一价格走势分析5.1.5 细分产品一市场规模预测5.2 日化用品行业细分产品二市场分析5.2.1 细分产品二应用特点分析5.2.2 细分产品二产量规模分析5.2.3 细分产品二市场需求分析5.2.4 细分产品二价格走势分析5.2.5 细分产品二市场规模预测5.3 日化用品行业细分产品三分析5.3.1 细分产品三应用特点分析5.3.2 细分产品三产量规模分析5.3.3 细分产品三市场需求分析5.3.4 细分产品三价格走势分析5.3.5 细分产品三市场规模预测 第六章 中国日化用品行业应用领域发展前景分析6.1 应用领域一发展前景分析6.1.1 应用领域一容量预测6.1.2 应用领域一重点项目分析6.1.3 应用领域一企业分布分析6.1.4 应用领域一竞争现状分析6.1.5 应用领域一投资机会分析6.2 应用领域二发展前景分析6.2.1 应用领域二容量预测6.2.2 应用领域二重点项目分析6.2.3 应用领域二企业分布分析6.2.4 应用领域二竞争现状分析6.2.5 应用领域二投资机会分析6.3 应用领域三发展前景分析6.3.1 应用领域三容量预测6.3.2 应用领域三重点项目分析6.3.3 应用领域三企业分布分析6.3.4 应用领域三竞争现状分析6.3.5 应用领域三投资机会分析 第七章 中国日化用品领先企业经营分析7.1 日化用品企业总体发展状况分析7.2 重点日化用品企业个案分析7.2.1 宝洁（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业业务区域分析（4）企业优劣势分析7.2.2 联合利华（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业业务区域分析（4）企业优劣势分析7.2.3 强生（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业业务区域分析（4）企业优劣势分析7.2.4 欧莱雅（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业业务区域分析（4）企业优劣势分析7.2.5 资生堂（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业业务区域分析（4）企业优劣势分析7.2.6 上海家化（1）企业发展简况分析（2）企业经营状况分析（3）企业业务区域分析（4）企业优劣势分析 第八章 中国日化用品行业发展趋势及投资分析（）8.1 行业发展环境分析8.1.1 行业政策环境分析（1）行业法规及政策解析（2）行业发展规划分析8.1.2 行业经济环境分析（1）行业与

宏观经济相关性分析(2) 行业与其他关联产业关系分析8.2 日化用品行业投资特性分析8.2.1
行业进入壁垒分析(1) 市场准入壁垒(2) 技术壁垒(3) 资金壁垒(4) 渠道壁垒(5) 品牌
壁垒8.2.2 行业季节特征分析8.2.3 行业经营模式分析8.2.4 行业盈利因素分析8.3 日化用品行业发
展趋势与前景预测8.3.1 行业发展存在的问题及策略建议(1) 行业发展存在的问题分析(2)
行业发展策略建议8.3.2 日化用品行业发展趋势分析(1) 行业技术发展趋势分析(2) 行业产
品结构发展趋势分析(3) 行业市场竞争趋势分析(4) 行业产品应用领域发展趋势8.3.3 日化
用品行业发展前景预测(1) 行业发展驱动因素分析(2) 日化用品行业供需前景预测1) 日化
用品总产量预测2) 日化用品国内需求预测3) 日化用品出口前景预测8.4 日化用品行业投资现
状及建议8.4.1 日化用品行业投资项目分析8.4.2 日化用品行业投资机遇分析8.4.3 日化用品行业
投资风险警示8.4.4 日化用品行业投资策略建议() 图表目录：图表：日化用品产业链分析图
表：国际日化用品市场规模图表：国际日化用品生命周期图表：中国GDP增长情况图表：中
国CPI增长情况图表：中国人口数及其构成图表：中国工业增加值及其增长速度图表：中国城
镇居民可支配收入情况图表：日化用品行业特点图表：日化用品主要上游行业分布图表：日
化用品主要产品分类及应用图表：日化用品产业链结构示意图图表：日化用品下游需求领域
分布结构图图表：我国日化用品行业产品结构情况图表：日化用品销售收入按地区一览表图
表：日化用品产量按区域分布结构图图表：日化用品行业主要生产企业汇总图表：外资品牌
竞争者概览图表：国外日化用品行业发展历程图表：2013-2019年日化用品行业经济指标情况
图表：2013-2019年日化用品行业盈利能力分析图表：2013-2019年日化用品行业运营能力分析
图表：2013-2019年日化用品行业偿债能力分析图表：2013-2019年日化用品行业发展能力分析
图表：2013-2019年日化用品行业产值变化情况图表：2013-2019年日化用品行业产成品变化情
况图表：2013-2019年日化用品行业销售产值变化情况图表：2013-2019年日化用品行业销售收
入变化情况图表：2020-2026年日化用品行业市场规模预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202001/149371.html>