

2024-2030年中国日化行业 发展趋势与市场全景评估报告

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

《2024-2030年中国日化行业发展趋势与市场全景评估报告》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/202404/456698.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

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。中企顾问网发布的

《2024-2030年中国日化行业发展趋势与市场全景评估报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第1章：中国日化行业发展环境PEST分析 1.1 行业概念及定义 1.2 日化行业政策环境分析（P） 1.2.1 日化行业监管部门分析 1.2.2 日化行业主要政策汇总 1.2.3 日化行业发展规划汇总 1.2.4 日化行业相关标准汇总 1.2.5 政策环境对行业的影响分析 1.3 日化行业经济环境分析（E） 1.3.1 中国GDP增长情况分析 1.3.2 中国居民收入水平分析 1.3.3 中国居民消费水平分析 1.3.4 中国消费者信心指数分析 1.3.5 经济环境对行业的影响分析 1.4 日化行业社会环境分析（S） 1.4.1 中国消费者消费群体变化 1.4.2 中国消费者观念变化分析 1.4.3 中国消费者消费结构变化 1.4.4 中国消费者消费心理研究 1.4.5 中国消费者消费行为研究 1.4.6 社会环境对行业的影响分析 1.5 日化行业技术环境分析（T） 1.5.1 日化行业技术发展现状 1.5.2 日化行业专利变化情况 1.5.3 日化行业技术发展趋势 1.5.4 技术环境对行业的影响分析 第2章：全球日化行业发展现状分析 2.1 全球日化行业发展规模分析 2.1.1 全球日化行业市场规模分析 2.1.2 全球日化行业产品结构分析 2.1.3 全球日化行业区域分布格局 2.1.4 全球日化行业销售渠道分析 2.2 全球日化行业竞争格局分析 2.2.1 全球日化企业竞争层次分析 2.2.2 全球主要日化企业竞争领域 2.2.3 全球主要日化企业市场份额 2.3 国外重点日化企业发展分析 2.3.1 宝洁集团 2.3.2 联合利华集团 2.3.3 欧莱雅集团 2.3.4 高露洁集团 2.3.5 强生集团 2.3.6 雅诗兰黛集团 2.3.7 花王集团 2.4 全球日化行业投资兼并现状 2.4.1 全球日化行业研发现状分析 2.4.2 全球日化行业投资现状分析 2.4.3 全球日化行业兼并现状分析 2.5 全球日化行业发展趋势分析 2.5.1 全球日化行业发展趋势分析 2.5.2 全球日化行业发展前景预测 第3章：中国日化行业发展现状分析 3.1 中国日化行业发展概况分析 3.1.1 中国日化行业发展概况 3.1.2 中国日化行业发展历程 3.1.3 中国日化行业生命周期 3.1.4 中国日化产业链全景图谱 3.2 中国日化行业发展规模分析 3.2.1 中国日化行业市场规模 3.2.2 中国日化行业产品结构 3.2.3 中国日化行业区域分析 3.2.4 中国日化行业销售渠道 3.3 中国日化行业整体经营状况 3.3.1 日化行业盈利能力分析 3.3.2 日化行业运营能力分析 3.3.3 日化行业偿债能力分析 3.3.4 日化行业发展能力分析 3.4 中国日化行业进出口分析 3.4.1 中国日化行业进出口总体态势 3.4.2 中国日化行业出口分析 3.4.3 中国日化行业进口分析 第4章：中国日化行业竞争格局分析 4.1

中国日化行业企业竞争格局分析 4.1.1 中国日化行业品牌竞争层次 4.1.2 中国主要日化企业竞争领域 4.1.3 中国主要日化企业市场份额 4.2 中国日化市场分档次竞争分析 4.2.1 高端日化产品市场竞争分析 4.2.2 大众日化产品市场竞争分析 4.3 中国日化行业五力竞争模型分析 4.3.1 日化行业上游议价能力分析 4.3.2 日化行业下游议价能力分析 4.3.3 日化行业新进入者威胁分析 4.3.4 日化行业替代产品威胁分析 4.3.5 行业五力竞争综合分析 4.4 外资日化企业在华竞争策略分析 4.4.1 外资日化企业重点竞争领域 4.4.2 外资日化企业主要竞争策略 4.5 中国本土日化企业竞争策略分析 4.5.1 本土日化企业重点竞争领域 4.5.2 本土日化企业存在问题分析 4.5.3 本土日化企业竞争优势分析 4.5.4 本土日化企业主要竞争策略

第5章：中国日化行业细分市场
需求分析 5.1 化妆品市场分析 5.1.1 化妆品行业发展规模 5.1.2 化妆品行业区域分布 5.1.3 化妆品行业产品结构 5.1.4 化妆品行业竞争格局 5.1.5 化妆品需求前景预测 5.1.6 化妆品最新投资动向 5.2 洗涤用品市场分析 5.2.1 洗涤用品行业发展规模 5.2.2 洗涤用品行业区域分布 5.2.3 洗涤用品行业产品结构 5.2.4 洗涤用品行业竞争格局 5.2.5 洗涤用品需求前景预测 5.2.6 洗涤用品最新投资动向 5.3 口腔用品市场分析 5.3.1 口腔用品行业发展规模 5.3.2 口腔用品行业产品结构 5.3.3 口腔用品行业竞争格局 5.3.4 口腔用品需求前景预测 5.3.5 口腔用品最新投资动向

第6章：中国日化行业渠道策略分析 6.1 日化行业新兴电子商务渠道分析 6.1.1 日化行业电商渠道发展现状 6.1.2 电子商务渠道成本构成 6.1.3 电子商务渠道收益分析 6.1.4 电子商务渠道建设与运营模式 6.1.5 电子商务渠道应用模式分析 6.1.6 电商渠道与传统渠道结合经验 6.1.7 电子商务渠道建设优劣势 6.1.8 电子商务渠道发展前景预测 6.2 日化行业商场专柜渠道分析 6.2.1 商场专柜渠道发展概况 6.2.2 商场专柜渠道进入壁垒 6.2.3 商场专柜渠道成本构成 6.2.4 商场专柜渠道收益分析 6.2.5 商场专柜渠道品牌现状 6.2.6 商场专柜渠道趋势预测 6.3 日化行业超市卖场渠道分析 6.3.1 超市卖场渠道发展概况 6.3.2 超市卖场渠道进入壁垒 6.3.3 超市卖场渠道成本构成 6.3.4 超市卖场渠道收益分析 6.3.5 超市卖场渠道品牌现状 6.3.6 超市卖场渠道前景预测 6.4 日化行业专营店渠道分析 6.4.1 专营店渠道发展概况 6.4.2 专营店渠道进入壁垒 6.4.3 专营店渠道成本构成 6.4.4 专营店渠道收益分析 6.4.5 专营店渠道品牌现状 6.4.6 专营店渠道趋势预测 6.5 日化行业加盟专卖渠道分析 6.5.1 加盟专卖渠道发展概况 6.5.2 加盟专卖渠道进入壁垒 6.5.3 加盟专卖渠道成本构成 6.5.4 加盟专卖渠道收益分析 6.5.5 加盟专卖渠道品牌现状 6.5.6 加盟专卖渠道前景预测 6.6 日化行业药店零售渠道分析 6.6.1 药店零售渠道发展概况 6.6.2 药店零售渠道进入壁垒 6.6.3 药店零售渠道成本构成 6.6.4 药店零售渠道收益分析 6.6.5 药店零售渠道品牌现状 6.6.6 药店零售渠道前景预测 6.7 日化行业美容院渠道分析 6.7.1 美容院渠道发展概况 6.7.2 美容院渠道进入壁垒 6.7.3 美容院渠道成本构成 6.7.4 美容院渠道收益分析 6.7.5 美容院渠道品牌现状 6.7.6 美容院渠道前景预测 6.8 日化行业电视购物渠道分析 6.8.1 电视购物渠道发展概况 6.8.2 电视购物渠道进入壁垒 6.8.3 电视购物渠道成本构成 6.8.4 电视购物渠道收

益分析 6.8.5 电视购物渠道品牌现状 6.8.6 电视购物渠道前景预测 第7章：中国日化行业重点区域市场分析 7.1 华北地区日化行业市场竞争分析 7.1.1 北京市日化行业市场竞争分析 7.1.2 天津市日化行业市场竞争分析 7.1.3 河北省日化行业市场竞争分析 7.1.4 山西省日化行业市场竞争分析 7.1.5 内蒙古日化行业市场竞争分析 7.2 东北地区日化行业市场竞争分析 7.2.1 辽宁省日化行业市场竞争分析 7.2.2 吉林省日化行业市场竞争分析 7.2.3 黑龙江省日化行业市场竞争分析 7.3 华东地区日化行业市场竞争分析 7.3.1 山东省日化行业市场竞争分析 7.3.2 安徽省日化行业市场竞争分析 7.3.3 福建省日化行业市场竞争分析 7.4 华中地区日化行业市场竞争分析 7.4.1 河南省日化行业市场竞争分析 7.4.2 湖北省日化行业市场竞争分析 7.4.3 湖南省日化行业市场竞争分析 7.5 华南地区日化行业市场竞争分析 7.5.1 广东省日化行业市场竞争分析 7.5.2 广西壮族自治区日化行业市场竞争分析 7.5.3 海南省日化行业市场竞争分析 7.6 西南地区日化行业市场竞争分析 7.6.1 贵州省日化行业市场竞争分析 7.6.2 四川省日化行业市场竞争分析 7.6.3 云南省日化行业市场竞争分析 第8章：中国日化行业领先企业经营分析 8.1 中国日化企业经营情况排名 8.2 综合性日化企业经营情况分析 8.2.1 上海家化联合股份有限公司 8.2.2 广州宝洁有限公司 8.2.3 联合利华（中国）有限公司 8.2.4 强生（中国）有限公司 8.3 化妆品行业领先企业经营情况分析 8.3.1 珀莱雅化妆品股份有限公司 8.3.2 拉芳家化股份有限公司 8.3.3 广东丸美生物技术股份有限公司 8.3.4 伽蓝（集团）股份有限公司 8.4 洗涤用品行业领先企业经营情况分析 8.4.1 纳爱斯集团有限公司 8.4.2 广州立白（番禺）有限公司 8.4.3 南风化工集团股份有限公司 8.4.4 广州市浪奇实业股份有限公司 8.5 口腔用品行业领先企业经营情况分析 8.5.1 柳州两面针股份有限公司 8.5.2 重庆登康口腔护理用品股份有限公司 8.5.3 美晨集团股份有限公司 8.5.4 好来化工（中山）有限公司 第9章：中国日化行业发展前景预测与建议 9.1 日化行业发展趋势与前景预测 9.1.1 日化行业发展趋势分析 9.1.2 日化行业发展前景预测 9.2 日化行业产品策略建议 9.2.1 日化行业领先产品策略 9.2.2 日化行业典型产品案例 9.2.3 日化行业定价策略建议 9.3 日化行业促销策略建议 9.3.1 日化行业促销策略概述 9.3.2 日化行业领先促销策略 9.3.3 日化行业促销策略建议 9.4 日化行业投资策略建议 9.4.1 日化行业进入壁垒分析 9.4.2 日化行业盈利模式分析 9.4.3 日化行业盈利因素分析 9.4.4 日化行业投资机会分析 9.4.5 日化行业投资风险预警 9.4.6 日化行业投资策略建议 图表目录 图表1：国家统计局对于日化行业的分类 图表2：日化用品分类 图表3：我国日化行业标准制机构、业务领域及对应的监管部门 图表4：截至2021年国家层面关于日化行业的主要政策汇总 图表5：截至2021年地方层面关于日化行业的主要政策汇总 图表6：截至2021年日化行业相关规划汇总 图表7：日化行业规划目标汇总 图表8：日化行业规划重点方向汇总 图表9：截至2021年日化行业主要标准汇总 图表10：2011-2021年中国国内生产总值及增长速度（单位：万亿元，%） 图表11：2011-2021年中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均纯收入变动图（单位：元，%） 图

表12：2015-2021年中国居民人均消费支出情况（单位：元，%） 图表13：2019-2021年中国居民消费价格指数变化（单位：上年同月=100，上月=100） 图表14：2018-2021年中国消费者信心指数变化趋势 图表15：2011-2021年城市年两代人消费额对比（单位：万亿美元） 图表16：2009-2021年中国城镇化率变化图（单位：%） 图表17：中国消费者消费结构变化 图表18：不同心理的女性消费者行为研究 图表19：男性消费者的购买动机形成分析 图表20：0-12岁儿童家庭细分 图表21：2021年每月儿童消费支出金额（单位：元，%） 图表22：2021年岁儿童家庭用于儿童的主要支出类型及占比（单位：%） 图表23：中低收入消费者消费行为研究 图表24：日化行业技术发展现状 图表25：2000-2021年我国日化行业相关专利申请数按申请日统计量变化图（单位：件） 图表26：2000-2021年我国日化行业相关专利申请数按公开日统计量变化图（单位：件） 图表27：截至2021年份中国洗衣液行业相关专利申请人构成情况（单位：件） 图表28：2021年我国日化行业TOP10专利分类情况分析（单位：件，%） 图表29：2016-2021年全球日化行业市场规模及增长（单位：亿美元，%） 图表30：2021年全球日化行业产品结构（单位：亿美元，%） 图表31：2021年全球日化区域分布（单位：%） 图表32：2021年全球日化消费国市场份额（单位：亿美元，%） 图表33：全球日化销售渠道 图表34：2021年全球日化企业竞争层次分析 图表35：全球TOP10日化企业在日化细分领域的布局 图表36：全球TOP10日化企业在日化细分领域的竞争力 图表37：2021年全球美妆和个人日化企业销售额TOP10及市场份额（单位：亿美元，%） 图表38：2021年全球家庭日化企业销售额TOP10及市场份额（单位：亿美元，%） 图表39：2021年全球彩妆TOP5企业及市场份额（单位：%） 图表40：2021年全球护肤品TOP5企业及市场份额（单位：%） 图表41：2021年全球洗涤用品TOP5企业及市场份额（单位：亿美元，%） 图表42：2021年全球口腔用品TOP5企业及市场份额（单位：%） 图表43：宝洁集团发展历程 图表44：2017-2021年财年宝洁集团营业收入及利润变动情况（单位：亿美元） 图表45：2020财年宝洁集团营业收入业务版块构成（单位：%） 图表46：宝洁集团日化版块主要品牌布局 图表47：2021年宝洁集团营业收入区域构成（单位：亿美元） 图表48：截至2021年宝洁集团在华投资情况汇总 图表49：联合利华集团发展历程 图表50：2016-2021年财年联合利华集团营业收入及利润变动情况（单位：亿欧元） 图表51：2020财年联合利华集团营业收入业务版块构成（单位：%） 图表52：联合利华集团日化版块主要品牌布局 图表53：2021年联合利华集团营业收入区域构成（单位：%） 图表54：截至2021年联合利华集团在华投资情况汇总 图表55：欧莱雅集团发展历程 图表56：2017-2021年欧莱雅集团营业收入及利润变动情况（单位：亿欧元） 图表57：2021年欧莱雅集团营业收入业务版块构成（单位：%） 图表58：欧莱雅集团日化版块主要品牌布局 图表59：2021年欧莱雅集团营业收入区域构成（单位：%） 图表60：截至2021年欧莱雅集团在华投资情况汇总 图表61：2017-2021年高露洁集团营业收入及利润变动情况（单位：亿美元） 图

表62：2021年高露洁集团营业收入业务版块构成（单位：%） 图表63：2021年高露洁集团营业收入区域构成（单位：%） 图表64：截至2021年高露洁集团在华投资情况汇总 图表65：强生集团发展历程 图表66：2017-2021年强生集团营业收入及利润变动情况（单位：亿美元） 图表67：2021年强生集团营业收入业务版块构成（单位：%） 图表68：强生集团日化版块主要品牌布局 图表69：2021年强生集团营业收入区域构成（单位：%） 图表70：截至2021年强生集团在华投资情况汇总 图表71：雅诗兰黛集团发展历程 图表72：2016-2021年雅诗兰黛集团营业收入及利润变动情况（单位：亿美元，%） 图表73：2021年雅诗兰黛集团营业收入业务版块构成（单位：%） 图表74：雅诗兰黛集团旗下品牌情况 图表75：2009与2019年雅诗兰黛集团旗下代表性品牌规模分布对比（单位：美元） 图表76：2021年财年雅诗兰黛集团销售收入区域构成情况（单位：%） 图表77：花王集团发展历程 图表78：2017-2021年花王集团营业收入及利润变动情况（单位：亿日元，%） 图表79：2021年花王集团营业收入业务版块构成（单位：%） 图表80：花王集团日化版块主要品牌布局 图表81：2021年花王集团营业收入区域构成（单位：%） 图表82：截至2021年花王集团在华投资情况汇总 图表83：2016-2021年全球日化行业主要投资事件汇总 图表84：截至2021年全球日化行业主要兼并重组事件汇总 图表85：2022-2027年全球日化行业市场规模及增长（单位：亿美元） 图表86：中国日化行业发展历程 图表87：中国日化行业所处生命周期 图表88：中国日化产业链全景图谱 图表89：2015-2021年中国日化行业市场规模增长情况（单位：亿美元，%） 图表90：2021年中国日化行业产品结构（单位：亿美元，%） 图表91：2017-2021年中国日化行业代表企业毛利率分析（单位：%） 图表92：2017-2021年中国日化行业代表企业净资产收益率分析（单位：%） 图表93：2017-2021年中国日化行业代表企业总资产报酬率分析（单位：%） 图表94：2017-2021年中国日化行业代表企业存货周转率分析（单位：次） 图表95：2017-2021年中国日化行业代表企业应收账款周转率分析（单位：次） 图表96：2017-2021年中国日化行业代表企业总资产周转率分析（单位：次） 图表97：2017-2021年中国日化行业代表企业资产负债率分析（单位：%） 图表98：2017-2021年中国日化行业代表企业流动比率分析（单位：倍） 图表99：2017-2021年中国日化行业代表企业速动比率分析（单位：倍） 图表100：2017-2021年中国日化行业代表企业营业收入增长率分析（单位：%） 图表101：2017-2021年中国日化行业代表企业净资产增长率分析（单位：%） 图表102：2017-2021年中国日化行业代表企业总资产增长率分析（单位：%） 图表103：2019-2021年中国日化行业进出口状况表（单位：亿美元，%） 图表104：2019-2021年中国日化行业出口产品（单位：千克，美元） 图表105：2021年中国日化行业出口产品结构（单位：%） 图表106：2019-2021年中国日化行业进口产品（单位：千克，美元） 图表107：2021年中国日化行业进口产品结构（单位：%） 图表108：中国本土知名日化品牌一览表 图表109：中国主要日化企业竞争领域 图表110：中国主要日

化企业细分领域竞争力 图表111：2021年中国主要个人护理日化企业市场份额（单位：%）
图表112：2020中国主要家庭日化企业市场份额（单位：%） 图表113：2019中国主要高端日
化产品分布（单位：亿元人民币，%） 图表114：2019中国主要高端日化TOP10企业市场份额
（单位：%） 图表115：2019中国主要高端日化TOP10品牌市场份额（单位：%） 图表116：
中国高端日化市场TOP5企业营销策略分析 图表117：2019中国主要平价日化产品分布（单位
：亿元人民币，%） 图表118：2019中国主要大众日化TOP10企业市场份额（单位：%） 图
表119：2019中国主要大众日化TOP10品牌市场份额（单位：%） 图表120：中国大众日化市
场TOP5企业营销策略分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/456698.html>