



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年日化行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

## 一、调研说明

《2009-2012年日化行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/125939.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

国内的日化行业曾经造就出许多国人耳熟能详的知名品牌，但在宝洁、联合利华等跨国巨头大举进入后，日化市场被迅速吞噬殆尽，国内企业只能在夹缝中求生存。近年来随着自身实力的逐渐壮大，国内企业开始纷纷向跨国巨头叫板，巨头们当然不甘心让出市场，于是日化行业开始硝烟弥漫。由于中国日化市场庞大的规模和增长潜力以及较低的市场准入门槛，全球知名的企业纷纷进入中国市场抢夺市场份额。宝洁、联合利华等国际巨头凭借强大的实力和多年的中国市场开拓，已经树立了在中国地区的相对垄断地位。这种垄断地位将在相当一段时期内占据主要位置。但是，他们也是为了广大消费者，没有了消费群体就相当于没有了市场，企业就会破产倒闭。只有产品得到消费者的认可，消费者才可能买你的产品，企业才有出路。中国日化行业的发展趋势已经愈来愈明朗化，竞争白热化的加剧导致各类日化企业必然会为了基本的生存需求与企业发展壮大的需要，而进行一系列的突破求新，从而开辟出适合本企业的发展之道。在各类日化企业的发展之道中，资本运营的方式无疑是一种具有风险，但又具有大收益的有效方式，于是便有很多规模大小不等的日化企业进入资本运营的时代，其中尤为大企业喜好这种方式进行发展运营。

预测未来几年，中国日用化工品生产将继续保持稳步增长，2009年年均复合增长率将保持在13.4%左右，其中化妆品市场仍将以高于国民经济增长的速度快速发展，洗涤剂市场增长相对较慢，口腔清洁用品市场会随着人们对口腔卫生的重视而稳步增长。其中，2009年市场规模将达到2000亿元左右，增长率为12.8%。综观2009年的日化市场，外资企业将掌控局势。纳爱斯、立白虽在销量上有超越外企之势，但在品牌价值，企业内涵和生命力上，差距越拉越大。2009年日化行业市场格局是三大外企（宝洁，联合利华，强生）继续垄断中高端市场。纳爱斯、立白为代表的民族企业在占据了低端市场的基础上，加快拓展高端市场的步伐。随着人们生活水平的提升，对洗涤用品的需求量不断增加，带动了洗涤用品市场的繁荣发展。目前，洗涤用品已经成为人们日常生活的必备品，产品种类不断增多，并且逐渐朝着绿色环保、功能化、专业化、系列化的方向发展。然而，受原料价格暴涨暴跌及金融危机的影响，预计2009年洗涤行业发展增速将放缓。2009年，洗涤行业对未来市场预期还是相当乐观的。回归与突围也许才是2009年洗涤产业发展的两大主题。除了宏观上企业和经销商队伍经营理念的回归以外，随着下半年石油以及其他原材料价格的回落，2009年洗涤产品的市场零售价格也有望回归。化妆品行业在中国得到迅速发展，近年来一直保持着快速增长，预计2009年中国化妆品市场增长可能放缓，但不会出现负增长。并且同时会出现以下新格局：天然化妆品市场备受青睐，中老年化妆品市场需求巨大，专业化妆品市场一触即发，儿童化妆品市场方兴未艾，运动用化妆品市场前景广阔。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、

国家商务部、中华全国商业信息中心、中国日用化工协会、中国轻工业协会、中国香料香精化妆品工业协会、中国洗涤用品工业协会、《化妆品报》、《化妆品行业信息》等国内外相关报刊杂志的基础信息以及日化行业研究单位等公布和提供的大量资料和基础数据，重点分析了全球日化市场发展现状、我国日化市场发展状况、日化细分市场发展情况、日化产品进出口市场状况、行业市场营销分析、行业市场发展策略、市场竞争格局、行业领先企业和竞争策略，以及中国日化行业的趋势分析及思考等。本报告是日化生产业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前日化行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 日化用品行业发展概述

##### 第一节 日化用品定义及分类

###### 一、日化用品的定义

###### 二、日化用品的种类

###### 三、日化用品的特性

##### 第二节 日化用品产业链分析

###### 一、行业经济特性

###### 二、主要细分行业

###### 三、产业链结构分析

##### 第三节 日化用品行业发展成熟度分析

###### 一、行业发展周期分析

###### 二、行业中外市场成熟度对比

###### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

### 第二章 全球日化用品市场发展分析

#### 第一节 2008年全球日化用品市场分析

##### 一、2008年全球日化用品市场回顾

##### 二、2008年全球日化用品市场环境

##### 三、2008年全球日化用品产销分析

##### 四、2008年全球日化用品技术分析

## 第二节 2009年全球日化用品市场分析

- 一、2009年全球日化用品需求分析
- 二、2009年欧美日化用品需求分析
- 三、2009年全球日化用品产销分析
- 四、2009年中外日化用品市场对比

## 第三节 主要国家地区日化用品市场分析

- 一、2008-2009年美国日化用品市场分析
- 二、2008-2009年欧洲日化用品市场分析
- 三、2008-2009年日本日化用品市场分析
- 四、2008-2009年韩国日化用品市场分析
- 五、2008-2009年其他国家日化用品市场

## 第三章 我国日化用品行业发展现状

### 第一节 我国日化用品行业发展现状

- 一、日化用品行业品牌发展现状
- 二、日化用品行业消费市场现状
- 三、日化用品市场消费层次分析
- 四、我国日化用品市场走向分析

### 第二节 2007-2009年日化用品业发展情况分析

- 一、2007年日化用品行业发展情况分析
- 二、2008年日化用品行业发展情况分析
- 三、2009年日化用品行业发展特点分析
- 四、2009年1-5月日化用品行业发展情况

### 第三节 2008-2009年日化用品行业运行分析

- 一、2008-2009年日化用品业产销存运行分析
- 二、2008-2009年日化用品行业利润情况分析
- 三、2008-2009年日化用品行业发展周期分析
- 四、2009-2012年日化用品行业发展机遇分析
- 五、2009-2012年日化用品行业利润增速预测

### 第四节 对中国日化用品市场的分析及思考

- 一、日化用品市场特点
- 二、日化用品市场分析

- 三、日化用品市场变化的方向
- 四、中国日化用品产业发展的新思路
- 五、对中国日化用品产业发展的思考

## 第四章 我国日化用品市场发展研究

### 第一节 2008年我国日化用品市场发展研究

- 一、2008年1季度我国日化用品市场研究
- 二、2008年2季度我国日化用品市场研究
- 三、2008年3季度我国日化用品市场研究
- 四、2008年4季度我国日化用品市场研究

### 第二节 2009年我国日化用品市场情况

- 一、2009年1-5月我国日化用品产销情况
- 二、2009年1-5月我国日化用品市场价格情况
- 三、2009年1-5月重点城市日化用品市场发展情况
- 四、2009年1-5月我国日化用品市场发展情况

### 第三节 2009年我国日化用品市场结构和价格走势分析

- 一、2009年Q1我国日化用品市场结构和价格走势概述
- 二、2009年Q1我国日化用品市场结构分析
- 三、2009年Q1我国日化用品市场价格走势分析
- 四、2009年1-5月我国日化用品市场结构和价格走势概述
- 五、2009年1-5月我国日化用品市场结构分析
- 六、2009年1-5月我国日化用品市场价格走势分析

### 第四节 2009年我国日化用品业市场发展特点分析

- 一、2009年Q1我国日化用品市场格局特点
- 二、2009年Q1我国日化用品产品创新特点
- 三、2009年Q1我国日化用品市场服务特点
- 四、2009年Q1我国日化用品市场品牌特点

## 第五章 我国日化用品市场调查分析

### 第一节 2008年我国日化用品市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析

### 三、价格走势分析

### 四、厂商分析

#### 第二节 2009年1季度我国日化用品市场调查分析

##### 一、主要观点

##### 二、整体市场调查

##### 三、产品关注度调查

##### 四、市场价格调查

#### 第三节 2009年4月份中国日化用品市场调查分析

##### 一、整体市场关注度

##### 二、品牌关注度格局

##### 三、产品关注度调查

##### 四、不同价位关注度

#### 第四节 2009年5月份中国日化用品市场调查分析

##### 一、整体市场关注度

##### 二、品牌关注度格局

##### 三、产品关注度调查

##### 四、不同价位关注度

## 第六章 日化用品行业经济运行分析

### 第一节 2008-2009年日化用品产量分析

#### 一、2008年日化用品产量分析

#### 二、2009年1-5月日化用品产量分析

### 第二节 2008-2009年日化用品行业主要经济指标分析

#### 一、销售收入前十家企业分析

#### 二、2008年日化用品行业主要经济指标分析

#### 三、2009年1-5月日化用品行业主要经济指标分析

### 第三节 2008-2009年我国日化用品行业绩效分析

#### 一、2008-2009年行业产销情况

#### 二、2008-2009年行业规模情况

#### 三、2008-2009年行业盈利能力

#### 四、2008-2009年行业经营发展能力

#### 五、2008-2009年行业偿债能力分析

## 第七章 我国日化用品行业进出口分析

### 第一节 我国日化用品进口分析

#### 一、2008年进口总量分析

#### 二、2008年进口结构分析

#### 三、2008年进口区域分析

### 第二节 我国日化用品出口分析

#### 一、2008年出口总量分析

#### 二、2008年出口结构分析

#### 三、2008年出口区域分析

### 第三节 我国日化用品进出口预测

#### 一、2009年1季度进口分析

#### 二、2009年1季度出口分析

#### 三、2009年日化用品进口预测

#### 四、2009年日化用品出口预测

## 第八章 日化行业农村市场发展分析

### 第一节 中国日化行业农村市场分析

#### 一、日化行业农村市场发展概况

#### 二、日化行业农村市场发展特性

#### 三、日化行业农村市场的品牌消费意识

#### 四、日化行业农村市场发展劣势

### 第二节 2009年日化行业农村市场发展

#### 一、2009年跨国日化巨头的农村视角

#### 二、2009年日化产业农村市场潜力分析

#### 三、2009年日化行业农村市场展望

#### 四、2009年日化行业的农村市场发展趋势

## 第九章 日化用品细分市场情况分析

### 第一节 洗涤用品市场

#### 一、2008-2009年行业发展现状分析

#### 二、2008-2009年市场需求情况分析

#### 三、2008-2009年市场规模情况分析



四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

## 第二节 牙膏市场分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

## 第三节 化妆品市场分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

# 第十章 日化用品区域市场情况分析

## 第一节 华北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

## 第二节 东北地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

## 六、2009-2012年行业发展趋势分析

### 第三节 华东地区

#### 一、2008-2009年行业发展现状分析

#### 二、2008-2009年市场需求情况分析

#### 三、2008-2009年市场规模情况分析

#### 四、2008-2009年行业竞争格局分析

#### 五、2008-2009年消费者的偏好分析

#### 六、2009-2012年行业发展趋势分析

### 第四节 华南地区

#### 一、2008-2009年行业发展现状分析

#### 二、2008-2009年市场需求情况分析

#### 三、2008-2009年市场规模情况分析

#### 四、2008-2009年行业竞争格局分析

#### 五、2008-2009年消费者的偏好分析

#### 六、2009-2012年行业发展趋势分析

### 第五节 中南地区

#### 一、2008-2009年行业发展现状分析

#### 二、2008-2009年市场需求情况分析

#### 三、2008-2009年市场规模情况分析

#### 四、2008-2009年行业竞争格局分析

#### 五、2008-2009年消费者的偏好分析

#### 六、2009-2012年行业发展趋势分析

### 第六节 西南地区

#### 一、2008-2009年行业发展现状分析

#### 二、2008-2009年市场需求情况分析

#### 三、2008-2009年市场规模情况分析

#### 四、2008-2009年行业竞争格局分析

#### 五、2008-2009年消费者的偏好分析

#### 六、2009-2012年行业发展趋势分析

### 第七节 西北地区

#### 一、2008-2009年行业发展现状分析

#### 二、2008-2009年市场需求情况分析

- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

## 第十一章 中国日化用品行业消费市场分析

### 第一节 中国日化用品消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2008-2009年消费者收入水平
- 三、2009年消费者信心指数分析

### 第二节 日化用品行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

### 第三节 日化用品市场消费需求分析

- 一、日化用品市场的消费需求变化
- 二、日化用品行业的需求情况分析
- 三、2009年日化用品品牌市场消费需求分析

### 第四节 日化用品消费市场状况分析

- 一、日化用品行业消费特点
- 二、日化用品消费者分析
- 三、日化用品消费结构分析
- 四、日化用品消费的市场变化
- 五、日化用品市场的消费方向

### 第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

### 第六节 日化用品行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、日化用品行业品牌忠诚度调查
- 六、日化用品行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

## 第十二章 日化市场营销策略

### 第一节 2008年日化市场营销分析

- 一、2008年渠道分析
- 二、2008年终端分析
- 三、2008年策略分析
- 四、2008年传播分析

### 第二节 日化市场渠道分析

- 一、日化零售终端现有经营业态
- 二、2008年日化市场渠道发展情况
- 三、日化专营店发展分析
- 四、日化行业终端模式的现状及趋势
- 五、日化渠道变革趋势与应对策略

### 第三节 日化市场营销模式分析

- 一、体验营销
- 二、差异化营销
- 三、整合营销
- 四、品牌营销

### 第四节 日化品牌快速增值策略分析

- 一、基于品牌优势基因提升品牌资产
- 二、营销模式创新驱动品牌增值
- 三、市场定位驱动品牌增值
- 四、产品创新驱动品牌增值
- 五、社会热点创造品牌增值机会
- 六、联合品牌激活品牌真空地带

## 第二部分 行业竞争格局

### 第十三章 日化用品行业竞争格局分析

#### 第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

#### 第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

#### 第三节 中国日化用品行业竞争格局综述

一、2008年日化用品行业集中度

二、2008年日化用品行业竞争程度

三、2008年日化用品企业与品牌数量

四、2008年日化用品行业竞争格局分析

#### 第四节 2008-2009年日化用品行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外日化用品竞争分析

二、2008-2009年我国日化用品市场竞争分析

三、2008-2009年我国日化用品市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要日化用品企业动向

五、2009年国内日化用品拟在建项目分析

### 第十四章 日化用品企业竞争策略分析

#### 第一节 日化用品市场竞争策略分析

一、2009年日化用品市场增长潜力分析

二、2009年日化用品主要潜力品种分析

三、现有日化用品产品竞争策略分析

四、潜力日化用品品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

#### 第二节 日化用品企业竞争策略分析

- 一、金融危机对日化用品行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后日化用品行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国日化用品市场竞争趋势
- 四、2009-2012年日化用品行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年日化用品行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年日化用品企业竞争策略分析

## 第十五章 国外日化企业竞争分析

### 第一节 美国宝洁公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第二节 英国联合利华公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第三节 法国欧莱雅集团

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

### 第四节 美国安利公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

## 第十六章 国内日化用品企业竞争分析

### 第一节 上海家化联合股份有限公司

- 一、企业概况

## 二、竞争优势分析

## 三、2008-2009年经营状况

## 四、2009-2012年发展战略

### 第二节 索芙特股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第三节 柳州两面针股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第四节 山西南风化工集团股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第五节 广州市浪奇实业股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第六节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第七节 广州蓝月亮实业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

#### 第八节 纳爱斯集团

##### 一、企业概况

##### 二、竞争优势分析

##### 三、2008-2009年经营状况

##### 四、2009-2012年发展战略

### 第三部分 行业前景预测

#### 第十七章 日化用品行业发展趋势分析

##### 第一节 我国日化用品行业前景与机遇分析

###### 一、我国日化用品行业发展前景

###### 二、我国日化用品发展机遇分析

###### 三、2009年日化用品的发展机遇分析

###### 四、金融危机对日化用品行业的影响分析

##### 第二节 2009-2012年中国日化用品市场趋势分析

###### 一、2008-2009年日化用品市场趋势总结

###### 二、2009-2012年日化用品发展趋势分析

###### 三、2009-2012年日化用品市场发展空间

###### 四、2009-2012年日化用品产业政策趋向

###### 五、2009-2012年日化用品技术革新趋势

###### 六、2009-2012年日化用品价格走势分析

###### 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

#### 第十八章 未来日化用品行业发展预测

##### 第一节 未来日化用品需求与消费预测

###### 一、2009-2012年日化用品产品消费预测

###### 二、2009-2012年日化用品市场规模预测

###### 三、2009-2012年日化用品行业总产值预测

###### 四、2009-2012年日化用品行业销售收入预测

###### 五、2009-2012年日化用品行业总资产预测

##### 第二节 2009-2012年中国日化用品行业供需预测

###### 一、2008-2012年中国日化用品供给预测



- 二、2009-2012年中国日化用品产量预测
- 三、2009-2012年中国日化用品需求预测
- 四、2009-2012年中国日化用品供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国日化用品产品价格预测
- 六、2009-2012年主要日化用品产品进出口预测

## 第四部分 投资战略研究

### 第十九章 日化用品行业投资现状分析

#### 第一节 2008年日化用品行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

#### 第二节 2009年1-5月日化用品行业投资情况分析

- 一、2009年1-5月总体投资及结构
- 二、2009年1-5月投资规模情况
- 三、2009年1-5月投资增速情况
- 四、2009年1-5月分行业投资分析
- 五、2009年1-5月分地区投资分析
- 六、2009年1-5月外商投资情况

### 第二十章 日化用品行业投资环境分析

#### 第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

#### 第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年日化用品行业政策环境分析
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

### 第三节 技术发展环境分析

- 一、国内日化用品技术现状
- 二、2009年日化用品技术发展分析
- 三、2009-2012年日化用品技术发展趋势分析

### 第四节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

### 第五节 化工行业振兴规划

- 一、化工行业振兴规划概述
- 二、化工行业振兴规划细则
- 三、化工行业振兴规划主要任务
- 四、化工行业振兴规划主要工程
- 五、化工行业振兴规划主要措施
- 六、化工行业振兴规划的意义与作用
- 七、化工行业振兴规划对日化用品行业的影响

## 第二十一章 日化用品行业投资机会与风险

### 第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2009年相关产业活力系数比较
- 二、2007-2008行业活力系数分析

### 第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2009年相关产业投资收益率比较
- 二、2007-2008行业投资收益率分析

### 第三节 日化用品行业投资效益分析

- 一、2008-2009年日化用品行业投资状况分析
- 二、2009-2012年日化用品行业投资效益分析
- 三、2009-2012年日化用品行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年日化用品行业的投资方向
- 五、2009-2012年日化用品行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第四节 影响日化用品行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响日化用品行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响日化用品行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响日化用品行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国日化用品行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国日化用品行业发展面临的机遇分析
- 第五节 日化用品行业投资风险及控制策略分析
  - 一、2009-2012年日化用品行业市场风险及控制策略
  - 二、2009-2012年日化用品行业政策风险及控制策略
  - 三、2009-2012年日化用品行业经营风险及控制策略
  - 四、2009-2012年日化用品行业技术风险及控制策略
  - 五、2009-2012年日化用品行业同业竞争风险及控制策略
  - 六、2009-2012年日化用品行业其他风险及控制策略

## 第二十二章 日化用品行业投资战略研究

### 第一节 日化用品行业发展战略研究

- 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 对我国日化用品品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、日化用品实施品牌战略的意义
- 三、日化用品企业品牌的现状分析
- 四、我国日化用品企业的品牌战略
- 五、日化用品品牌战略管理的策略

### 第三节 日化用品企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

第四节 日化用品行业投资战略研究

一、2009年化工行业投资战略

二、2009年日化行业投资战略

三、2009-2012年日化行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

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：2003-2008年中国日化用品行业市场规模

图表：2002-2008年全球日化用品产业市场规模

图表：2006-2008年日化用品重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国日化用品行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国日化用品行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国日化用品行业资产情况分析

图表：2007-2008年日化用品产品进口数量比较

图表：2007-2008年日化用品进口金额趋势比较

图表：2007-2008年日化用品进口数量趋势比较

图表：2007-2008年日化用品出口金额趋势比较

图表：2007-2008年日化用品出口数量趋势比较

图表：2008年我国前十位出口日化用品数量省市地区

图表：2008年我国前十位出口日化用品金额省市地区

图表：2007-2008年中国日化用品发展能力分析

图表：2007-2008年中国日化用品竞争力分析

图表：2009-2012年中国日化用品产能预测

图表：2009-2012年中国日化用品消费量预测

图表：2009-2012年中国日化用品市场前景预测

图表：2009-2012年中国日化用品市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国日化用品发展前景预测

图表：2008年1-12月日化用品产量全国合计

图表：2008年1-12月日化用品产量北京市合计

图表：2008年1-12月日化用品产量天津市合计

图表：2008年1-12月日化用品产量河北省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量山西省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量吉林省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月日化用品产量上海市合计

图表：2008年1-12月日化用品产量江苏省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量浙江省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量安徽省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量福建省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量江西省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量山东省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量河南省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量湖北省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量湖南省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量广东省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量广西区合计

图表：2008年1-12月日化用品产量海南省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量重庆市合计

图表：2008年1-12月日化用品产量四川省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量贵州省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量云南省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量陕西省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月日化用品产量新疆区合计

图表：2008年1-12月日化用品产量内蒙古合计

图表：2009年1-5月日化用品产量全国合计

图表：2009年1-5月日化用品产量北京市合计

图表：2009年1-5月日化用品产量天津市合计

图表：2009年1-5月日化用品产量河北省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量山西省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量辽宁省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量吉林省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量黑龙江合计

图表：2009年1-5月日化用品产量上海市合计

图表：2009年1-5月日化用品产量江苏省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量浙江省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量安徽省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量福建省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量江西省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量山东省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量河南省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量湖北省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量湖南省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量广东省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量广西区合计

图表：2009年1-5月日化用品产量海南省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量重庆市合计

图表：2009年1-5月日化用品产量四川省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量贵州省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量云南省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量陕西省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月日化用品产量新疆区合计

图表：2009年1-5月日化用品产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月日化行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月日化行业收入前十家企业

图表：2008年5月日化行业收入前十家企业

图表：2008年8月日化行业收入前十家企业

图表：2008年11月日化行业收入前十家企业

图表：2009年1-5月日化行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月日化行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月日化用品进口数据



图表：2008年1季度日化用品进口数据

图表：2008年1月日化用品进口数据

图表：2008年2月日化用品进口数据

图表：2008年3月日化用品进口数据

图表：2008年2季度日化用品进口数据

图表：2008年4月日化用品进口数据

图表：2008年5月日化用品进口数据

图表：2008年6月日化用品进口数据

图表：2008年3季度日化用品进口数据

图表：2008年7月日化用品进口数据

图表：2008年8月日化用品进口数据

图表：2008年9月日化用品进口数据

图表：2008年4季度日化用品进口数据

图表：2008年10月日化用品进口数据

图表：2008年11月日化用品进口数据

图表：2008年12月日化用品进口数据

图表：2008年1-12月日化用品出口数据

图表：2008年1季度日化用品出口数据

图表：2008年1月日化用品出口数据

图表：2008年2月日化用品出口数据

图表：2008年3月日化用品出口数据

图表：2008年2季度日化用品出口数据

图表：2008年4月日化用品出口数据

图表：2008年5月日化用品出口数据

图表：2008年6月日化用品出口数据

图表：2008年3季度日化用品出口数据

图表：2008年7月日化用品出口数据

图表：2008年8月日化用品出口数据

图表：2008年9月日化用品出口数据

图表：2008年4季度日化用品出口数据

图表：2008年10月日化用品出口数据

图表：2008年11月日化用品出口数据

图表：2008年12月日化用品出口数据

图表：2009年1-5月日化用品进口数据

图表：2009年1季度日化用品进口数据

图表：2009年1月日化用品进口数据

图表：2009年2月日化用品进口数据

图表：2009年3月日化用品进口数据

图表：2009年2季度日化用品进口数据

图表：2009年4月日化用品进口数据

图表：2009年1-5月日化用品出口数据

图表：2009年1季度日化用品出口数据

图表：2009年1月日化用品出口数据

图表：2009年2月日化用品出口数据

图表：2009年3月日化用品出口数据

图表：2009年2季度日化用品出口数据

图表：2009年4月日化用品出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/125939.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。