



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2023年中国日化用品市场 分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2023年中国日化用品市场分析及投资策略研究报告》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/287620.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

2015年全年，限额以上单位消费品零售额142558亿元，同比增长7.8%。其中化妆品类1-12月份零售额2049亿元，同比增加8.8%。 以下为2015年中国化妆品类零售额数据趋势图

截至2015年上半年我国日化用品制造行业规模以上企业数量达到1413家，当218家企业出现亏损，亏损企业亏损金额为12.29亿元。 2011-2015年上半年我国日化用品制造行业经营数据分析

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 日化用品行业发展现状

第一章 2015年世界日化用品行业发展态势分析

第一节 2015年世界日化用品市场发展状况分析

一、世界日化用品行业现状分析

二、世界日化用品市场特点分析

第二节 2015年全球日化用品市场分析

截至2015年全球化妆品市场规模达1790亿欧元，全球市场规模同比增长3.9%。 2003-2015年全球化妆品市场规模走势图

一、2015年全球日化用品需求分析

二、2015年全球日化用品产销分析

三、2015年中外日化用品市场对比

亚太市场是目前全球最大的化妆品消费市场，西欧、北美、拉美地区分列其后，2013年亚太地区化妆品市场规模达到545.5亿欧元，占全球同期总量的32.8%；西欧市场规模为367.5亿欧元，占比为26%；北美市场规模为355.9亿欧元，占比为22%。

2014年亚太地区化妆品市场规模达到597.9亿欧元，占全球同期总量的34.7%；西欧市场规模为375.6亿欧元，占比为21.8%；北美市场规模为360.1亿欧元，占比为20.9%。

2015年亚太地区化妆品市场规模达到648.0亿欧元，占全球同期总量的36.2%；西欧市场规模为361.6亿欧元，占比为20.2%；北美市场规模为429.6亿欧元，占比为24.0%。 2015年全球各

区域化妆品市场规模对比 2010-2015年全球各区域化妆品市场规模变动趋势

第二章 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 2011-2015年日化用品行业发展情况分析

- 一、2015年日化用品行业发展特点分析
- 二、2015年日化用品行业发展情况

第三节 2015年日化用品行业运行分析

- 一、2015年日化用品行业产销运行分析
- 二、2015年日化用品行业利润情况分析
- 三、2015年日化用品行业发展周期分析
- 四、2017-2023年日化用品行业发展机遇分析
- 五、2017-2023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

第二部分 日化用品行业发展分析

第三章 2015年中国日化用品市场运行态势剖析

第一节 中国日化用品市场动态分析

- 一、日化用品行业新动态
- 二、日化用品主要品牌动态
- 三、日化用品行业消费者需求新动态

第二节 2015年中国日化用品市场运营格局分析

- 一、市场供需情况分析

二、影响市场供需的因素分析

第三节 2015中国日化用品市场价格分析

一、热销品牌产品价格走势分析

二、影响价格的主要因素分析

第四章 日化用品行业经济运行分析

第一节 2015年日化用品行业主要经济指标分析

第二节 2015年我国日化用品行业绩效分析

一、2015年行业产销能力

二、2015年行业规模情况

三、2015年行业盈利能力

四、2015年行业经营发展能力

第五章 中国日化用品行业消费市场分析

第一节 日化用品市场消费需求变化分析

第二节 日化用品消费市场结构分析

第三节 日化用品行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业产品的品牌偏好调查

二、消费者对行业品牌的首要认知渠道

三、消费者经常购买的品牌调查

四、日化用品行业品牌市场占有率调查

五、消费者的消费理念调研

第三部分 日化用品行业竞争格局

第六章 我国日化用品行业市场调查分析

第一节 2015年我国日化用品行业市场宏观分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、整体市场关注度

第二节 2015中国日化用品行业市场微观分析

一、品牌关注度格局

二、产品关注度调查

三、不同价位关注度

第七章 日化用品行业上下游产业分析

第一节 上游产业分析

一、市场现状分析

二、行业竞争状况及其对日化用品行业的意义

第二节 下游产业分析

一、市场现状分析

二、行业新动态及其对日化用品行业的影响

第八章 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、进入壁垒分析

三、替代品威胁分析

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

第四节 2011-2015年日化用品行业竞争格局分析

一、2011-2015年国内外日化用品行业竞争分析

二、2011-2015年我国日化用品市场竞争分析

第九章 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、2015年日化用品市场增长潜力分析

二、2015年日化用品主要销售渠道分析

三、现有日化用品市场竞争策略分析

四、潜力日化用品竞争策略选择

第二节 日化用品企业竞争策略分析

一、2017-2023年我国日化用品市场竞争趋势

二、2017-2023年日化用品行业竞争格局展望

三、2017-2023年日化用品行业竞争策略分析

第三节 日化用品行业发展机会分析

第四部分 行业发展规划与展望

第十章 重点日化用品企业竞争分析

第一节 宝洁

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 联合利华

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 强生

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 欧莱雅

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 资生堂

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 上海家化

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节 立白

一、企业发展简况分析

- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第八节 纳爱斯

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第五部分 日化用品行业前景预测分析

第十一章 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、我国日化用品行业挑战分析
- 二、我国日化用品发展机遇分析

第二节 2017-2023年中国日化用品市场趋势分析

- 一、2015年日化用品市场趋势总结
- 二、2016年日化用品行业发展趋势分析
- 三、2017-2023年日化用品市场发展空间
- 四、2017-2023年日化用品产业政策趋向
- 五、2017-2023年日化用品行业技术革新趋势
- 六、2017-2023年日化用品价格走势分析
- 七、2017-2023年国际环境对日化用品行业的影响

第十二章 日化用品行业发展趋势与投资战略研究

第一节 日化用品市场发展潜力分析

- 一、市场空间广阔
- 二、竞争格局变化

第二节 日化用品行业发展趋势分析

- 一、品牌格局趋势
- 二、渠道分布趋势
- 三、消费趋势分析

第三节 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、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节 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

第十三章 2017-2023年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、2017-2023年日化用品产品消费预测

二、2017-2023年日化用品市场规模预测

三、2017-2023年日化用品行业总产值预测

四、2017-2023年日化用品行业销售收入预测

五、2017-2023年主要日化用品产品进出口预测

第二节 影响日化用品行业发展的主要因素

一、2017-2023年影响日化用品行业运行的有利因素分析

二、2017-2023年影响日化用品行业运行的稳定因素分析

三、2017-2023年影响日化用品行业运行的不利因素分析

四、2017-2023年我国日化用品行业发展面临的挑战分析

五、2017-2023年我国日化用品行业发展面临的机遇分析

第三节 日化用品行业投资风险及控制策略分析

一、2017-2023年日化用品行业市场风险及控制策略

三、2017-2023年日化用品行业经营风险及控制策略

四、2017-2023年日化用品行业技术风险及控制策略

五、2017-2023年日化用品行业同业竞争风险及控制策略

六、2017-2023年日化用品行业其他风险及控制策略(AK LT)

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/287620.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）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。