



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006-2007年中国日化行业研究 年度报告

## 一、调研说明

《2006-2007年中国日化行业研究年度报告》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。报告意在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/45026.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](mailto: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

一、行业简介	1
(一) 行业定义及范围界定	1
1.1.1 行业定义	1
1.1.2 分类	1
(二) 发展历史回顾	3
1.2.1 发展历史回顾	3
1.2.2 2006年日化市场大盘点	5
二、宏观环境分析	12
(一) 政策法律分析	12
(二) 经济分析	14
2.2.1 经济增长	14
2.2.2 城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数	15
2.2.3 城镇人员从业状况	16
2.2.4 存贷款利率变化	17
2.2.5 财政收支状况	18
(三) 技术分析	19
(四) 社会人口分析	20
2.4.1 人口规模分析	20
2.4.2 年龄结构分析	21
2.4.3 学历结构分析	21
三、市场分析	23
(一) 市场规模	23
(二) 产品结构	24
(三) 区域市场结构	25
(四) 品牌市场结构	28
(五) 市场特征	31
3.5.1 供给状况分析	31

- 3.5.2 需求状况分析 33
- 3.5.3 销售状况分析 35
- 3.5.4 价格状况分析 36

#### 四、市场竞争分析 37

##### (一) 集中度分析 37

###### 4.1.1 行业前四名及前八名市场占有率 37

###### 4.1.2 集中度状态描述及趋势 38

##### (二) 价值链分析 39

##### (三) 行业生命周期分析 40

#### 五、主要厂商分析 41

##### (一) 宝洁 41

##### (二) 联合利华 42

##### (三) 欧莱雅 42

##### (四) 隆力奇 44

##### (五) 上海家化 46

#### 六、行业发展趋势分析 48

##### (一) 2007年中国日化用品市场发展预测 48

###### 6.1.1 2007年中国日化用品市场供给状况预测 48

###### 6.1.2 2007年中国日化用品市场需求状况预测 48

###### 6.1.3 2007年中国日化用品市场价格状况预测 48

##### (二) 行业发展趋势 49

###### 6.2.1 中低端市场将继续得到国内外厂商的深入挖掘 49

###### 6.2.2 品牌与价格竞争的压力将加速优胜劣汰 49

###### 6.2.3 消费者对自我实现的重视与对价值的关注促进产品全方位创新 49

##### (三) 行业规模预测 49

##### (四) 行业结构预测 50

###### 6.3.1 化妆品市场需求的发展趋势 50

###### 6.3.2 家居洗涤用品需求的发展趋势 52

###### 6.3.3 口腔清洁用品需求的发展趋势 54

七、行业发展策略与建议	55
(一) 产品策略	55
(二) 渠道策略	56
7.2.1 农村市场消费潜力巨大	56
7.2.2 化妆品进药店将成趋势	56
7.2.3 俱乐部，走进化妆品新视角	56
(三) 营销策略	57
(四) 品牌策略	59
7.4.1 企业技术创新,发掘市场个性化需求	59
7.4.2 企业服务创新，以客户关系管理实现供需双赢	59
7.4.3 企业管理创新，树立人本观念	60
(五) 行业投资机会建议	61
八、5名行业专家介绍	62

## 图目录

图 1 2002-2006年中国国内生产总值及增长情况	15
图 2 2002-2006年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数	16
图 3 2003-2005年中国城镇从业人员数量	16
图 4 2003-2005年中国城镇就业人员数量	17
图 5 1997-2006年中国存款利率变动情况	17
图 6 1997-2006年中国贷款利率变动情况	18
图 7 2001-2005年中国财政收支状况	18
图 8 2001-2005年中国财政收支增长状况及财政收入占GDP比重	19
图 9 2001-2005年中国财政收支结构	19
图 10 1986-2005年中国人口数量与增长率情况	20
图 11 2006年末中国人口年龄结构	21
图 12 2005年末中国学历结构	22
图 13 2002-2006年日化市场总产值	23
图 14 2001-2006年日化市场销售额	23
图 15 2006年中国日化行业市场结构	24

图 16 我国化妆品市场规模及增长率	25
图 17 2001-2006年日化市场销售收入区域市场结构	26
图 18 2001-2006中国日化市场上海、浙江、广东地区市场份额	27
图 19 2006年中国日化市场外资品牌和本土品牌销售额市场占有率对比情况	28
图 20 护肤品主要品牌市场销售结构	29
图 21 “洗护发品”主要品牌市场销售结构	29
图 22 洗涤用品主要品牌市场销售结构	30
图 23 口腔清洁护理用品主要品牌市场销售结构	30
图 24 2001-2006年全国日化CR4市场占有率	37
图 25 2001-2006年全国日化CR8市场占有率	37
图 26 2000-2006年全国日化企业CR4/CR8比较	38
图 27 日化行业价值链	39
图 28 1997-2006年宝洁在华销售业绩情况	41
图 29 2001-2006年欧莱雅在华销售情况	44
图 30 2002-2006年隆力奇市场销售情况	46
图 31 2000-2006上海家化市场销售情况	47
图 32 2006-2010年日化市场规模预测	50

## 表目录

表 1 化学原料及化学制品制造业分类	2
表 2 产业生命周期主要特征列表	40

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45026.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提供专业投资咨询报告、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。