



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005年中国日用化工行业 研究年度报告

一、调研说明

《2004-2005年中国日用化工行业研究年度报告》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/45298.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

【目录】主要结论

- 一、2004年全球日化行业概述 2 (一) 行业发展现状
 - 2 1、化妆品类
 - 4 2、洗涤用品类
- 7 (二) 行业发展基本特点
 - 7 1、护发用品成为全球最大种类的化妆品
 - 7 2、男用商品市场增长强劲
 - 7 3、超市已经增加了个人护理用品的货架面积
 - 7 4、化妆品的采购两极分化加剧
- 8 (三) 全球知名日化品牌发展概况
 - 8 1、宝洁公司
 - 9 2、联合利华
- 二、2004年中国日化行业发展概况 11 (一) 行业发展环境
 - 11 1、行业政策环境
 - 13 2、行业经济环境
- 14 (二) 日化行业现状与特点
 - 14 1、规模及增长
 - 15 2、结构
 - 18 3、进出口
 - 21 4、特点
- 25 (三) 细分行业
 - 25 1、化妆品
 - 31 2、护肤品
 - 32 3、洗涤用品
 - 36 4、洗发护发规模与增长
 - 38 5、口腔清洁用品
- 三、2004年中国日化行业竞争格局与竞争行为 40 (一) 行业竞争强度和获利性分析
 - 40 1、潜在进入者跃跃欲试
 - 42 2、行业内竞争日益激烈
 - 44 3、替代品初显端倪

45	4、	供应商进一步成熟	
45	5、	顾客趋于理性	
46	6、	应对行业转型	
47	7、	日用化工市场竞争分析	
48	(二)	主要细分行业市场竞争格局	
48	1、	洗发水市场	
51	2、	化妆品市场	四、2004年日化行业主力厂商市场竞争力分析
56	1、	宝洁中国	
58	2、	联合利华	
61	3、	安利中国	
64	4、	欧莱雅中国	
67	5、	纳爱斯	
70	6、	大宝	
74	7、	资生堂	
77	8、	白猫集团	
79	9、	西安开米	
81	10、	上海家化	五、2005 - 2009年中国日化行业发展影响因素分析
84	(一)	政策因素	
84	1、	企业经济结构调整稳步、健康发展，生产集中度进一步提高	84
84	2、	中国直销市场即将开放	
85	3、	卫生部发布《关于禁止化妆品进行抗菌宣传的公告》	86
	(二)	技术因素	
86	1、	以生物制剂、生物活性提取物、天然植物添加剂为代表的化妆品新原料，成为产品开	
		发的主导方向和高科技象征的主流	87
87	2、	技术成为推动洗涤用品行业的主要驱动力，主流方	
		向仍为节能、节水、高效、温和、使用方便、安全与环保	88
	(三)	其他因素	
88	1、	无添加剂产品受到普遍关注	
89	2、	清洁卫生意识的增强和生活质量观念的改善，提升行业发展的空间	89
89	3、	洗涤用品	
		发展属于成熟后期，利润空间小，竞争越发激烈	90
	六、	2005 - 2009年中国日化行业发展趋势	90
	(一)	概述	
90	1、	产品大类的平均利润由高额暴利回归到按消费者需求层次合理分布	90
90	2、	市场增长	
		方式由粗犷的模仿型增长转变为集约的创新型增长	91
91	3、	核心市场区隔由二元以至多元化的	
		城乡市场逐步转变为相互融合的大中华市场	92
92	4、	企业间的竞争由单一市场竞争转变为多元	
		、综合的博弈	92
92	5、	市场竞争格局由强势的国际品牌主导转变为本土与国际品牌共同主导	
93	6、	行业外巨头进军日化领域力度和深度进一步加强	
93	7、	广告投放量呈上升趋势	

94	(二) 细分行业		
94	1、洗发水市场发展趋势		
96	2、化妆品市场发展趋势		
97	3、洗涤用品市场发展趋势		
98	4、口腔清洁用品市场发展趋势		
七、2005 - 2009年中国日化行业预测分析	99	(一) 行业规模预测	
99	1、预测模型		
100	2、规模预测		
103	(二) 行业结构预测		
103	1、化妆品		
105	2、洗涤剂市场		
八、2005 - 2009年中国日化行业投资机会分析	108	1、彩妆市场	
109	2、运动型化妆品		
109	3、天然个人护理用品		
110	4、专业美容化妆品线		
九、建议	111	1、加强核心竞争力的建设	
111	2、逆向的产品品牌战略		
112	3、日化品“辅助”行销网络建设		
112	4、与中间商利益捆绑、共同经营		
报告说明表目录	3	表1 不同销售渠道销售比例	
5	表2 2003年美国洗涤剂行业主要跨国公司液体洗涤剂销售情况	8	表3 宝洁公司主要产品及所属品牌
9	表4 宝洁数年来研究与开发成果举例		
12	表5 质量控制主要表现的两个方面		
16	表6 2003 - 2004年中国日化行业产值结构状况		
25	表7 2004年1 - 8月限额以上批发零售贸易业化妆品类销售额	26	表8 2003 - 2004年中国化妆品进出口数量和金额
34	表9 2002 - 2004年中国洗涤剂行业单位数、工业总产值增长比较	50	表10 本土和外资品牌知名度和品牌力的比较
52	表11 中国市场上三巨头主要品牌分布		
53	表12 欧莱雅中国历年业绩及增长额		
55	表13 2003年12月中国化妆品平面媒体广告投放状况		
56	表14 宝洁(中国)有限公司概况(生产基地分布)		
57	表15 宝洁中国竞争力评价		
58	表16 联合利华(中国)有限公司的概况(家庭及个人护理用品生产基地分布)	60	表17 联合

利华在中国日化市场的主要品牌

60 表18 联合利华竞争力评价

62 表19 国际学术界安利研究成果获奖举例

62 表20 安利参与环保获得的表彰

64 表21 安利中国竞争力评价

66 表22 欧莱雅品牌框架布局

67 表23 欧莱雅中国竞争力评价

68 表24 纳爱斯集团2004年总生产能力

68 表25 纳爱斯产品系列

69 表26 纳爱斯竞争力评价

70 表27 大宝化妆品、品牌及企业获奖一览表

73 表28 大宝竞争力评价

76 表29 资生堂竞争力评价

77 表30 白猫洗涤产品系列

78 表31 白猫竞争力评价

79 表32 开米产品系列

81 表33 西安开米竞争力评价

83 表34 上海家化竞争力评价

93 表35 本土品牌与国际品牌的各自优势

96 表36 消费者购买产品主要考虑因素分析

100 表37 2004 - 2009年中国日化行业产品产值及增长

106 表38 2005 - 2009年中国洗涤用品合成洗涤剂产量预测

106 表39 2005 - 2009年中国肥皂产量预测

107 表40 2005 - 2009年中国日化行业整体发展潜力和投资机会 107 表41 2005 - 2009年中国日化行业投资领域综合评价(满分5分) 108 表42 全球各类彩妆品销售状况 图目录 2 图1

2004年全球美容化妆品及洁浴产品市场份额

4 图2 2003年其他主要国家市场年增长率

14 图3 2001 - 2004年中国日化行业产值规模与增长

15 图4 2004年中国日用化工市场规模与增长

16 图5 2004年1 - 10月中国日化行业产值结构

17 图6 2003 - 2004年1 - 10月中国日化行业产值结构变化

17 图7 日用化工市场结构变化

- 18 图8 化妆品市场结构变化
- 18 图9 洗涤用品市场结构变化
- 19 图10 2001 - 2004年1 - 10月中国日化行业进出口总额变化 20 图11 2001 - 2004年1 - 10月中国日化行业细分市场出口额变化 21 图12 2001 - 2004年1 - 10月中国日化行业细分市场进口额变化 28 图13 2004年中国化妆品市场规模
- 31 图14 2004年中国护肤品市场规模
- 32 图15 1960 - 2004年中国肥皂产量变化趋势
- 33 图16 1990 - 2004年中国合成洗涤剂产量变化状况
- 34 图17 2004年中国洗涤用品市场规模
- 37 图18 洗发护发市场规模
- 38 图19 2004年中国口腔清洁用品市场规模
- 49 图20 2004年中国洗发水市场主要品牌占有率比较
- 49 图21 2004年中国洗发水市场主要品牌渗透率
- 95 图22 购买洗发水主要考虑因素
- 95 图23 消费者对产品功能的要求
- 100 图24 中国日化行业产品产值预测模型
- 101 图25 2005 - 2009年中国日化行业产品产值及增长
- 101 图26 2005 - 2009年中国日化市场规模预测
- 102 图27 2005 - 2009年中国化妆品市场规模预测
- 102 图28 2005 - 2009年中国洗涤用品市场规模预测
- 103 图29 2005 - 2009年中国口腔清洁用品市场规模预测
- 104 图30 2005 - 2009年年中国化妆品市场销售总额预测
- 104 图31 2005 - 2009年中国美容用品市场结构预测
- 105 图32 2005 - 2009年中国洗涤用品产量及增长

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45298.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。