

中国日化行业市场研究与盈利前景预测报告（2014-2019）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国日化行业市场研究与盈利前景预测报告（2014-2019）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/192703192703.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

目前在中国日化市场上，外资品牌仍在中国日用化工品市场上占据主导地位。目前跨国公司占据了我国化妆品市场的制高点。在高档化妆品中，国外品牌统天下，在中档化妆品中，以跨国公司为主体的合资品牌占据市场主要份额。在充分竞争的日化市场上，本土企业的生存空间正日益丧失，新进品牌增加速度将逐步减缓。随着市场竞争的加剧，市场压力将更加沉重，使有意涉足日化的投资者更加谨慎，新进品牌发展速度有所减缓，特别是药企、专业线进军日化，发展速度已渐渐趋于稳定。

根据中国报告网发布的《中国日化行业市场研究与盈利前景预测报告(2014-2019)》，未来几年，中国日用化工品生产将继续保持稳步增长，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。

第一章 日化行业基本概况

第一节 日化行业定义及分类

第二节 日化工业“五力模型”分析

第三节 行业基本特点

第二章 2013-2014年中国日化行业市场分析

第一节 日化行业发展总体概况

一、日化行业发展历程

二、中国日化产业开始第二次革命

第二节 2013-2014年中国日化行业现状分析

第三节 2013-2014年日化产品进出口数据分析

第四节 2013-2014年日化行业存在的问题与对策

第三章 2012-2013年中国日化行业主要监测数据分析

第一节 2012-2013年中国日化制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2013-2014年中国日化制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2012-2013年中国日化制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2012-2013年中国日化制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节 2012-2013年中国日化制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第四章2013-2014年全国及重点省市日化产品产量数据分析

第一节2013-2014年全国日化产品产量分析

第二节2013-2014年全国及主要省份日化产品产量分析

第三节2013-2014年日化产品产量集中度分析

第五章2013-2014年化妆品行业分析

第一节 世界化妆品概况

一、全球化妆品市场概述

二、美国化妆品市场分析全球化妆品市场概述

三、东欧化妆品市场概况

四、意大利化妆品产业分析

五、印度化妆品市场分析

第二节 中国化妆品市场概况

一、中国化妆品发展回顾

二、中国化妆品市场结构分析

三、中国化妆品市场分析

四、全国重点大型零售企业分析

五、化妆品市场分析

第三节 化妆品细分市场分析

一、中国护肤品市场分析

二、中国中药化妆品市场分析

三、男性化妆品市场分析

四、儿童化妆品市场分析

第四节 化妆品市场竞争分析

一、中国化妆品市场竞争激烈

二、中国化妆品市场渠道之争升级

三、中外名牌进军男性化妆品市场

四、国产化妆品的国际竞争力分析

第五节 中国化妆品市场存在的问题

第六节 中国化妆品市场发展的对策

第七节 化妆品的发展趋势分析

第六章2013-2014年洗涤用品市场分析

第一节 世界洗涤剂市场概况

第二节 中国洗涤行业市场分析

第三节 洗发水市场分析

第四节 洗手液市场分析

第五节 沐浴露市场分析

第六节 洗衣粉市场分析

第七节 洗洁精市场分析

第八节 洗涤行业存在的问题

第九节 洗涤行业发展趋势

第七章2013-2014年牙膏行业分析

第一节 中国牙膏行业概况

一、牙膏的功用

二、牙膏的分类

三、中国牙膏市场的发展历史

第二节 中国牙膏市场现状概述

一、中国牙膏市场现状

二、国内牙膏市场中外混战

三、国产牙膏进军中草药市场

四、牙膏市场流行美白概念

五、因牙防组信任危机本土品牌牙膏受牵连

第三节 中国牙膏市场结构和竞争分析

一、中国牙膏市场容量

二、中国牙膏市场结构

三、中国牙膏市场竞争环境分析

四、牙膏市场竞争深度分析

五、牙膏市场嬗变特征分析

第四节 中国牙膏市场趋势与政策

一、未来牙膏市场发展趋势

- 二、绿色环保新理念成牙膏发展方向
 - 三、中国牙膏实行生产许可证制度
 - 四、中药牙膏竞争激烈全行呼唤“国标”
 - 五、中国即将出台中草药牙膏标准
- ## 第八章 日化区域市场发展分析
- ### 第一节 江苏
- 一、江苏洗化市场概况
 - 二、江苏经销商特征
 - 三、江苏经销商的经营情况
- ### 第二节 河南省
- 一、郑州的洗化市场现状
 - 二、河南经销商的特点
 - 三、二三线洗化市场分析
- ### 第三节 福建
- 一、福建洗化市场简述
 - 二、洗化经营情况分析
 - 三、经销商选择新品关注点分析
- ### 第四节 陕西
- 一、西安市消费市场几大特点
 - 二、西安市区洗化市场概况
 - 三、陕西省日化经营情况分析
- ### 第五节 浙江
- 一、杭州经销商特点
 - 二、日化市场经营环境
 - 三、浙江日化市场状况
- ## 第九章 日化市场营销分析
- ### 第一节 日化行业渠道分析
- 一、日化行业流通业态
 - 二、国内日化企业渠道结构
- ### 第二节 日化市场营销分析
- 一、中国日化市场成功营销模式
 - 二、日化营销通路分析
 - 三、日化渠道亟需创新
- ### 第三节 细分市场营销策略
- 一、国内洗发水营销策略分析

二、中国牙膏市场营销策略分析

三、中国化妆品营销策略分析

第四节 重点企业营销策略

第十章 日化品牌分析

第一节 日化品牌发展概况

一、国产日化的品牌之旅

二、中国日化品牌的崛起

三、中国日化品牌的凋落

第二节 日化品牌现状分析

一、中国日化本土品牌对阵国际品牌

二、本土品牌渠道模式分析

三、日化市场品牌定位方式分析

四、中外日化品牌差距分析

第三节 日化行业品牌案例分析

一、宝洁品牌策略分析

二、法国欧莱雅的多品牌战略

三、雅芳品牌策略分析

四、兰蔻品牌成功策略分析

五、上海家化品牌突围策略分析

六、纳爱斯品牌策略分析

第十一章 国内日化重点企业调研分析

第一节 上海白猫股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

第二节 上海家化联合股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

第三节 山西南风化工集团股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

第四节 广州浪奇实业股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

第五节 柳州两面针股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

第六节 索芙特股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

第七节 浙江传化股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

第八节 纳爱斯集团

一、企业简介

二、企业经营状况

第九节 广州立白企业集团有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

第十二章 2014-2019年日化行业发展预测

第一节 日化行业的发展趋势及预测

一、2013-2014年日化产品发展热点

二、2014-2019年日化行业市场规模预测

三、中国日化产业的发展走向

第二节 日化业细分市场的发展前景

一、农村市场将成为日化渠道的新机遇

二、中药日化产品市场前景看好

三、日化包装行业的新趋势

图表详见正文•••••

特别说明：报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/192703192703.html>