

2008-2010年中国日化用品行业市场分析与投资预测报告

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《2008-2010年中国日化用品行业市场分析与投资预测报告》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/qitajfw/1471614716.html>

报告价格：电子版: 7300元 纸介版：7800元 电子和纸介版: 8300

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

前言

随着居民收入的增加以及消费水平、结构变化，日化用品消费将逐年递增。未来10年年均增长将保持在10%以上，其中化妆品市场的增长速度保持着每年20%以上。2006年中国日化市场规模达1373亿元，比上年增长13.1%。化妆品市场占比略有上升，洗涤用品、口腔清洁用品市场则略有下降，美发、美容用品以及护肤品等细分市场增长速度较快。从细分市场来看，中国日化市场主要呈现为化妆品、洗涤用品以及口腔清洁用品三足鼎立之势。

从洗涤市场情况来看，各大厂商会进一步加大技术和宣传上的投资。预计2008年将会受到更多的关注，市场表现将令人欣喜。2008年，药妆市场逐渐升温，众多医药界巨头都纷纷涉足，但药妆连锁新模式有待于在未来两三年内接受市场考验。而化妆品连锁店将快速扩张，国内外机构投资者迅速抢占市场，意图全国连锁品牌。

近两年来，本土企业与跨国公司之间的差距一直在逐步拉大，就整个市场的销售金额来看，国外品牌占据的份额目前已经超过70%。国际日化企业在垄断中国日化行业高端市场的基础上，开始蚕食具有巨大发展潜力的中、低端市场，在新产品以及投放广告的基础上，加大降低成本以及降低价格的力度，与本土企业展开激烈竞争。中国日化是脆弱的，脆弱到没有真正的品牌，但是中国日化又是坚强的，个性化的营销使中国日化企业走出了中国的特色。面对宝洁、欧莱雅、高露洁等跨国日化巨头，国内日化企业避其锋芒，寻求差异市场，涌现了一批正在壮大的企业。历经20余年市场化历练的日化产业已经跨过一个新的大拐点，竞争更激烈、集中度更高的第二次革命已经开始。

本研究咨询报告重点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、日化区域市场发展情况、行业市场营销、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及思考等。本报告有利于日化生产产业、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。

正文目录：

第一章 2008年日化用品行业运行回顾

第一节 行业运行环境

一、2008年宏观经济环境

二、政策环境

（一）新《化妆品卫生规范》实施

（二）表面活性剂基础标准与通用方法

（三）《日用香精》等日化行业标准

（四）《化妆品标签标识管理规范》将出台

三、我国化妆品重金属禁用限用列表

第二节 产销形势

- 一、行业生产
- 二、行业销售
- 三、产品价格走势
- 四、日化用品行业供求平衡性

第三节 日化用品进出口

- 一、出口
 - (一) 出口产品结构特征
 - (二) 出口地区特征
 - (三) 出口国别特征
- 二、进口
 - (一) 进口产品结构特征
 - (二) 进口地区特征
 - (三) 进口国别特征

第四节 行业经济效益

- 一、行业景气度
- 二、行业盈利性
- 三、应收帐款、主营业务成本

第二章 2008年日化用品行业发展研究

第一节 2008年行业发展驱动因素

第二节 上游产业发展研究

第三节 2008年日化用品行业产品发展研究

- 一、日化用品行业产品发展方向及供应
- 二、日化用品行业市场潜力研究
- 三、日化用品行业进出口结构
- 四、透视重点产品市场潜力

第四节 2008年日化用品行业区域与企业竞争

- 一、日化用品行业区域与企业竞争格局
- 二、日化用品行业区域与企业发展潜力

第五节 日化用品行业发展中的焦点问题研究

- 一、中国日化用品行业综合优势问题
- 二、“十一五”战略目标对日化用品行业的要求与引导

第三章 中国日化用品行业发展：挑战与变革

第一节 日化用品行业发展的关键要素

- 一、生产要素条件

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第二节 中国日化用品行业发展现状评价

一、中国日化用品行业发展现状概述

二、中国日化用品行业的产品与市场结构变动

三、行业竞争现状的SCP（结构、行为、绩效）与评价

（一）市场结构

（二）市场行为

（三）市场绩效

四、行业OEM优劣性

第三节 中国日化用品行业发展趋势

一、国内外日化用品行业发展趋势及差距对比

（一）产品技术

（二）产品结构

二、未来中国日化用品行业发展趋势

第四节 下游消费行业发展现状情况

第四章 重点外资控股企业介绍

第一节 宝洁公司

一、宝洁公司在华布局情况（含区域布局和产品布局）

（一）在华的区域分布

（二）企业产品范围

二、在华经营的优势、劣势和特点

（一）产品设计范围较大

（二）强大的产品销售网络

（三）产品地位

三、企业经营战略

第二节 联合利华

一、企业概况

二、在华经营的优势、劣势和特点

三、企业经营战略

第三节 高露洁—棕榄公司

一、企业概况

二、在华经营的优势、劣势和特点

三、企业经营战略

第四节 欧莱雅

一、企业概况

二、在华经营的优势、劣势和特点

三、企业经营战略

第五章 中国日化用品行业发展：地区比较

第一节 华北区域

一、产品供应与销售情况

二、企业布局与竞争状况

三、竞争优劣势

四、焦点问题与发展前景

第二节 东北区域

一、产品供应与销售情况

二、企业布局与竞争状况

三、竞争优劣势

四、焦点问题与发展前景

第三节 华东区域

一、产品供应与销售情况

二、企业布局与竞争状况

三、竞争优劣势

四、焦点问题与发展前景

第四节 中南区域

一、产品供应与销售情况

二、企业布局与竞争状况

三、竞争优劣势

四、焦点问题与发展前景

第五节 西部区域

一、产品供应与销售情况

二、企业布局与竞争状况

三、竞争优劣势

四、焦点问题与发展前景

第六章 优势企业经营与竞争

第一节 广州浪奇

一、企业经营与财务状况

二、产品结构与销售市场分布

三、竞争优势与发展战略

第二节 上海家化

一、企业经营与财务状况

二、产品结构与销售市场分布

三、竞争优势与发展战略

第三节 上海白猫

一、企业经营与财务状况

二、产品结构与销售市场分布

三、竞争优势与发展战略

第四节 江苏隆力奇

一、企业经营与财务状况

二、产品结构与销售市场分布

三、竞争优势与发展战略

第五节 浙江纳爱斯

一、企业经营与财务状况

二、产品结构与销售市场分布

三、竞争优势与发展战略

第六节 广州立白

一、企业经营与财务状况

二、产品结构与销售市场分布

三、竞争优势与发展战略

第七章 2008-2010年日化用品主要产品市场预测

第一节 洗衣用品市场

一、全国产量统计

二、消费者行为

三、洗衣粉质量情况

四、洗涤用品告别“有磷时代”

五、中国肥（香）皂市场

六、2008-2010年行业发展预测

第二节 洗护发用品市场

一、洗护发用品市场现状

二、洗护发行业发展趋势

三、主要洗护发用品品牌

四、2008-2010年行业发展预测

第三节 沐浴用品市场

- 一、沐浴用品市场现状
- 二、沐浴用品行业发展趋势
- 三、主要沐浴用品品牌

四、2008-2010年行业发展预测

第四节 牙膏产品市场

- 一、沐浴用品市场现状
- 二、沐浴用品行业发展趋势
- 三、主要沐浴用品品牌

四、2008-2010年行业发展预测

第五节 化妆品市场

一、化妆品市场发展现状

- (一) 2008年重点大型零售企业化妆品
- (二) 2008年化妆品销售市场特点
- (三) 化妆品企业发展评析

二、化妆品市场发展问题

- (一) 我国化妆品行业面临的主要问题
- (二) 中外化妆品企业的差距
- (三) 我国化妆品行业发展的困境与思考

三、化妆品市场发展动态

- (一) 国产彩妆品牌发展现状
- (二) 国际巨头加速拓展中国中小城市
- (三) 中国化妆品低端市场的竞争

四、化妆品市场发展趋势

第八章 日化用品行业投资机会与风险

第一节 日化用品行业效益判断与投资机会

第二节 日化用品行业风险预警及建议

- 一、政策风险
- 二、技术风险
- 三、市场风险
- 四、环保风险

五、进入退出风险

第三节 企业经营战略建议

- 一、产品类型的选择

二、产品营销策略选择

三、企业管理变革

部分图表目录

图表：2008年不同经济类型日化企业产量增幅对比情况

图表：2008年意大利化妆品消费增长情况

图表：2002-2008年西班牙化妆品行业各类别的销售额

图表：2008年中国日化行业市场结构

图表：2002-2008年中国日化行业市场规模走势

图表：2008年日用化学产品制造销售收入前10企业

图表：2008年日用化学产品制造主要经济指标全国合计

图表：2008年私营企业日用化学产品制造主要经济指标全国合计

图表：新日化行业标准制、修订标准

图表：2008年1-12月化妆及盥洗用品进口统计

图表：2008年1-12月化妆及盥洗用品出口统计

图表：2008年12月化妆及盥洗用品出口统计

图表：2008年12月肥皂洗涤剂用品出口统计

图表：2008年合成洗衣粉产品月度产量全国合计

图表：2008年肥皂产品月度产量全国合计

图表：国内牙膏市场竞争格局

图表：2008年牙膏（自然支）产品月度产量全国分地区汇总

图表：2008年全国化妆品10大主销商场

图表：2008年护肤品前10位品牌市场综合占有率情况

图表：2008年美容彩妆类前10位品牌市场综合占有率情况

图表：2008年1-12月份化妆品销售情况

图表：2008年1-12月份护肤、彩妆类化妆品销售情况

图表：2003-2008年全国重点商场前10位品牌中的本土品牌情况

图表：1996-2008年我国化妆品市场销售额及增速

图表：我国与世界年人均化妆品水平比较

图表：2008年洗涤用品平面广告投放排行榜

图表：2008年化妆品、浴室用品电视媒体投放排名

图表：2008年清洁用品业电视媒体前十位投放排名

图表：1991-2010年中国女性消费额增长趋势及预测

图表：女性消费品市场范畴变化情况

图表：1998-2008年中国人均GDP

图表：中国女性品牌关注度结构图

图表：家庭部分消费品购买决策权的性别比例

图表：广州宝洁公司产品种类

图表：宝洁公司在中国发展情况

图表：上海家化主要品牌的收入情况与预测

图表：2008年日化用品上海家化联合股份有限公司每股指标

图表：2008年日化用品上海家化联合股份有限公司获利能力表

图表：2008年日化用品上海家化联合股份有限公司偿债能力表

图表：2008年日化用品上海家化联合股份有限公司资本结构表

图表：1994-2008年两面针牙膏市场占有率趋势图

图表：2008年日化用品柳州两面针股份有限公司利润分配表

图表：2008年日化用品柳州两面针股份有限公司获利能力表

图表：2008年日化用品柳州两面针股份有限公司经营能力表

图表：2008年日化用品柳州两面针股份有限公司偿债能力表

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajfw/1471614716.html>