

2021年中国日化行业分析报告- 行业调研与投资定位研究

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《2021年中国日化行业分析报告-行业调研与投资定位研究》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/546362546362.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

日化行业产业链上游为原材料，包括表面活性剂、烷基苯、脂肪醇、4A沸石等化学品。随着日化行业快速发展，表面活性剂、烷基苯、脂肪醇、4A沸石等原材料需求增多，带动相关企业向好发展。

根据数据显示，我国日化产品市场规模由2014年的4221.97亿元增长至2018年的4858.65亿元。

2014-2018年我国日化产品市场规模 数据来源：观研天下整理

现阶段，我国日化行业产业链上游代表企业包括赞宇科技、丽臣、波顿、丰益油脂等。

我国日化行业产业链上游代表企业优势分析

企业名称

优势分析

赞宇科技

专业优势：赞宇科技集团股份有限公司是专业从事表面活性剂和油脂化学品研发、生产和销售的高新技术企业，并提供食品安全、环境、职业卫生等第三方检测认证和水环境综合治理服务。

产业规模优势：公司总部位于风景秀丽的杭州市，在杭州、浙江嘉兴、四川眉山、河南鹤壁、广东韶关、印尼雅加达等地建有生产基地，拥有表面活性剂和油脂化学品小试、中试和工业化装置，已通过质量、环境、职业健康安全和测量管理四体系认证，获欧盟化妆品原料良好生产规范认证，是国内较早通过欧盟REACH认证的AES生产企业。年销售各类表面活性剂、油脂化学品100多万吨，产品深受客户信赖，多种产品进入国际市场。

研发优势：公司具有较强的研究开发能力，坚持以“科技领先，行业领先”的发展战略，注重科技创新和人才队伍建设。设有中国轻工业磺化表面活性剂工程技术研究中心、浙江省赞宇表面活性剂重点企业研究院和省级重点实验室，入选国家食品企业质量安全检测技术示范中心。拥有气-质联用仪、液相色谱质谱仪、电感耦合等离子体质谱仪等大型精密仪器百余台。近年来承担国家、省部级研究项目30多项，获国家发明专利、国家新产品和部省级科技进步奖50余项。

丽臣

制造综合优势：公司立足于精细化工领域，集表面活性剂和洗涤用品的研发、生产、销售于一体。其中，表面活性剂是国内较大的生产企业之一，年产能约30万吨，产品出口50多个国家和地区，产销量居国内行业前三，制造综合优势强大。

制造优势：1984年成为较早实现AES工业化生产的企业，继而成功采用刮膜工艺生产K12、AOS粉。洗涤用品的生产能力约20万吨/年，拥有制造优势，产品有洗衣粉、液体洗涤剂、肥皂、牙膏、宾馆用洗涤用品等。公司以“文化共鸣，利益共享”的价值观，与蓝月亮、纳爱斯、威露士、益海嘉里、欧莱雅、强生、高露洁、和黄白猫等众多跨国公司和国内品牌企业

建立了长期合作关系。

波顿

经验丰富：中国波顿集团经过多年经营和发展，现已成为涵盖香精香料产业、电子雾化器产业、大健康产业、产业园运营管理四大核心板块的大型现代化企业集团。

业务布局优势：集团已在深圳、东莞、湖北、云南、江西、惠州等地建立了科技环保生产基地，业务布局覆盖广东、江西、湖北、福建、河南、安徽、贵州、西藏等全国各大省市，并已拓展至东南亚、南非、中东、东欧、北美等世界各地。

研发优势：集团旗下拥有数家国家级高新技术企业，拥有中国国家合格评定认可委员会认证的实验室、省级技术中心和博士后创新实践基地。集团分别与中国科学院昆明植物所、中国农业大学、华南理工大学、江南大学、华中农业大学、上海应用技术学院等10多所大学及机构组建研发平台及香料化学博士教学站，高级技术人员占员工总人数的65%，同时也成为行业标准的制定者之一，参与研究的课题获得了国家科学技术进步二等奖等多项科研荣誉，获得数千项国际PCT及国内专利。

丰益油脂

规模优势：丰益油脂科技旗下的“锐龙”等品牌的产品年销量达到120万吨，主要产品分为基础产品和衍生产品。基础产品包括脂肪酸、皂粒、甘油，衍生产品包括二聚酸、聚酰胺树脂、天然维生素E、天然植物甾醇、造纸化学品（烷基烯酮二聚体）、高分子材料（环氧氯丙烷、癸二酸），绿色表面活性剂（天然脂肪醇、脂肪胺、脂肪酸甲酯磺酸钠）等；旗下家居及个人护理品牌“绿涤”、“洁劲100”、“露兰迪”。数据来源：观研天下整理

日化行业产业链下游为日化生产环节。日化产品可分为化妆品、洗涤用品、口腔清洁用品、家居清洁用品。目前，我国日化产品主要市场被美国宝洁、法国欧莱雅等外资品牌占据。2018年，前十大日化产品品牌中，仅有三席为国内本土企业。

2018年我国日化产品品牌市场份额 数据来源：观研天下整理

现阶段，我国日化行业产业链中游代表企业包括欧莱雅、百雀羚、立白集团、蓝月亮、云南白药等。

我国日化行业产业链中游代表企业优势分析

类别

企业名称

优势分析

化妆品

欧莱雅

产业规模优势：欧莱雅集团是美妆行业中的领导者，经营范围遍及130多个国家和地区，在全球拥有283家分公司、42家工厂、100多个代理商，以及5万多名的员工，是总部设于法国的跨国公司，也是财富全球500强企业之一。

产品优势：欧莱雅集团是世界著名的化妆品生产厂商，创立于1907年。现各类化妆品畅销

全世界，广受欢迎。除化妆品以外，该集团还经营高档的消费品，并从事制药和皮肤病研究。

百雀羚

品牌优势：“百雀羚”是上海百雀羚日用化学有限公司（英文缩写：SPDC）旗下品牌，2008年曾获“中国驰名商标”称号此前“百雀羚”已连续两次获“上海市著名商标”。

一体化优势：上海百雀羚日用化学有限公司是一家集研究、开发、生产、销售服务为一体的具有七十多年历史的化妆品专业生产企业。

产品优势：公司拥有知名品牌如：百雀羚、凤凰、小百羚、Disney，主要生产的大类产品有：护肤用品、洗护发用品、个人清洁用品、花露水和美容化妆用品等优质的产品。

洗涤用品

立白集团

进入数字经济新时代，立白集团以“1+2”战略为指引，致力于成为一家“品牌引领、数字经营、富有创新、富有活力”的智慧服务型企业：“1”代表品牌集群。通过深度触达消费者，布局品牌矩阵，紧抓行业趋势，部署品类策略，规划产品线，打造一个满足消费者在家内外的全场景清洁、护理、健康需求的多品牌集群。“+”代表中台。通过打造一个统一的中台去高效赋能集团各业务板块，以数字化转型进一步加强数据中台和业务中台的建设打造，固化集团核心竞争力。“2”代表2B和2C两个平台。2B平台是为日化产业的品牌商提供一站式赋能服务的平台，助其实现数字化升级，更好地服务渠道和消费者;2C平台是一个为品牌提供与服务消费者更好链接的平台。

蓝月亮

品牌优势：截至2021年，蓝月亮洗衣液已实现连续12年（2009-2020）获同类产品市场综合占有率第一，蓝月亮洗衣液、洗手液连续11年（2011-2021）获C-BPI品牌力指数第一。2019年12月，蓝月亮入选2019中国品牌强国盛典榜样100品牌。2020年12月16日，蓝月亮集团成功登陆港交所，股票代码为“06993”。

产品优势：2021年4月22日，由中国商业联合会、中华全国商业信息中心联合主办的“2021（第二十九届）中国市场商品销售统计结果发布会”召开。公布蓝月亮洗衣液连续12年（2009-2020）获同类产品市场综合占有率第一，蓝月亮洗手液连续9年（2012-2020）获同类产品市场综合占有率第一。

口腔清洁用品

云南白药

品牌体系优势：2008年公司确立实施云南白药大品牌下多品牌发展策略，现已基本形成大（母）品牌下多（子）品牌体系。依托云南白药驰名商标，延伸打造了云丰、童俏俏、云健等药品品牌；日子、金口健、朗健、养元青、采之汲等个人健康护理产品品牌；白药养生、豹七、千草堂、千草美姿、天紫红等原生药材及大健康产品品牌。在Interbrand、胡润、BrandZ等发布的中国品牌价值排行榜中，持续稳居行业第一，2015年获中国商标金奖，拥有3

件中国驰名商标。

销售网络优势：产品畅销国内、东南亚，逐渐进入欧美日等发达国家。有数亿人次使用过公司产品。药品方面，云南白药创可贴、云南白药气雾剂、云南白药膏等产品继续占据中国市场同类产品销量第一；健康产品方面，2018年云南白药牙膏产品销售位居同类产品全国市场份额第二、民族品牌第一；中药资源产品方面，以冻干和超细粉技术为代表的豹七三七已成为云南省内高品质三七的代表。

宝洁

品牌优势：宝洁公司是中国最大的日用消费品公司，大中华区年销售额超过二十亿美元。海飞丝、飘柔、舒肤佳、玉兰油、帮宝适、汰渍及吉列等品牌在各自的产品领域内都处于领先的市场地位。

业务优势：中国宝洁是宝洁全球业务增长速度最快的区域市场之一。宝洁大中华区的销售量已位居宝洁全球区域市场中的第二位，销售额也已位居前五位。

家居清洁用品

联合利华

产业规模优势：上海联合利华有限公司自1987年12月正式投产以来，企业规模不断扩大，产品品种年年增加，经济效益日益提高。产品品种从初期单一的力士香皂2种规格发展到1996年的四大类72种规格。地址为上海市杨树浦路2310号。公司现已发展成为全国著名的日化产品企业，连续六年被评为外商投资先进技术企业，并荣获94年度全国外商投资双优企业称号。1995至1996年度被列入全国500家最大外商投资工业企业行列。

专利技术优势：自1986年至1999年，联合利华在中国已投资八亿美元，创立了十四家合资企业，引进一百多项先进的专利技术。旁氏、力士、夏士莲、奥妙、中华、立顿黄牌、和路雪等十三个品牌分属家庭及个人护理用品、冰淇淋、食品等三个系列的产品。

纳爱斯

产业规模优势：纳爱斯集团在华南的湖南益阳、西南的四川新津、华北的河北正定、东北的吉林四平和西北的新疆乌鲁木齐分别建有生产基地，在全国形成“六壁合围”之势，是目前世界上最具规模的洗涤用品生产基地。市场网络遍及全国各地，设有50多个销售分公司。多种产品已进入欧洲、非洲、东南亚、美国、新西兰、大洋洲等地区和国家。

技术优势：集团技术力量雄厚，设备精良，拥有多项自主知识产权与专利，自主开发了“纳爱斯”、“雕”、“超能”、“西丽”等品牌。其中，“纳爱斯”、“雕”牌为中国驰名商标，并分别成为中国香皂、洗衣粉行业标志性品牌。雕牌洗衣粉、雕牌液体洗涤剂、雕牌肥皂、纳爱斯香皂同为中国名牌产品，雕牌洗衣粉、雕牌液体洗涤剂、纳爱斯牙膏、超能液体洗涤剂同为国家免检产品数据来源：观研天下整理

日化行业产业链下游为销售渠道，分为线上线下两部分。从销售区域来看，我国日化产品销售主要分布在沿海地区，区域结构较不平衡。2018年，我国日化产品销售收入前十省份中，有6个为沿海地区

2018年我国各省市日化产品销售收入占比 数据来源：观研天下整理

现阶段，我国日化行业产业链下游代表企业包括大润发、永辉超市、华联超市、淘宝、京东等。

我国日化行业产业链下游代表企业优势分析

类别

企业名称

优势分析

线下

大润发

大润发自1998年在上海开设第一家大型超市以来，截至2020年1月，已在中国大陆地区成功开设416家综合性大型超市，遍布华东、华北、东北、华中、华南五大区域，服务覆盖全国29个省市及自治区，拥有十多万名员工和十万多名导购，每天为四百多万位顾客提供服务。

永辉超市

永辉超市是中国500强企业之一，是国家级“流通”及“农业产业化”双龙头企业，荣获“中国驰名商标”，上海主板上市（股票代码：601933）。国务院授予“全国就业先进企业”，获“全国五一劳动奖状”等荣誉称号。永辉超市2018年销售金额767.67亿元，销售增长率17.4%；门店总数1275家，位居中国连锁百强企业第六位。

华联超市

公司以“挑战极限，追求卓越”为企业精神，以“低成本、低投入、高效益、高产出”为经营原则，以特许加盟为经营特色，形成了以标准超市、大卖场、便利店为主营业态，以现代化物流和信息化管理为核心技术，以开拓全国市场、参与全球竞争为目标的经营格局。

该公司长期致力于国内外零售市场的开拓。在学习借鉴国内外连锁业先进经验的基础上，积极推进体制和机制创新。以“华联无假货，件件都放心”为自律标准，严格按照ISO9002国际质量认证体系的要求，从商品采购、商品的保管到上货架商品的管理，都实行商品质量全过程负责制。

线上

淘宝

用户规模庞大：淘宝网是中国深受欢迎的网购零售平台，拥有近5亿的注册用户数，每天有超过6000万的固定访客，同时每天的在线商品数已经超过了8亿件，平均每分钟售出4.8万件商品。

综合性发展：随着淘宝网规模的扩大和用户数量的增加，淘宝也从单一的C2C网络集市变成了包括C2C、团购、分销、拍卖等多种电子商务模式在内的综合性零售商圈。目前已经成为世界范围的电子商务交易平台之一。

京东

组建平台：京东先后组建了上海及广州全资子公司，将华北、华东和华南三点连成一线，使

全国大部分地区都覆盖在京东商城的物流配送网络之下；同时不断加强和充实公司的技术实力，改进并完善售后服务、物流配送及市场推广等各方面的软、硬件设施和服务条件。京东商城组建以北京、上海、广州和成都、沈阳、西安为中心的六大物流平台，以期能为全国用户提供更加快捷的配送服务，进一步深化和拓展公司的业务空间。

一站式购物平台：2013年5月6日，京东商城在完成内测后，正式与消费者见面，用户可在京东上购买食品饮料、调味品等日用品。此次京东将超市搬到线上，也是京东在“一站式购物平台”战略布局上的又一次发力。让消费者足不出户，就能轻松实现“打酱油”、“买啤酒”等日常生活购物需求。

唯品会

创新电商模式：唯品会在中国开创了“名牌折扣+限时抢购+正品保障”的创新电商模式，并持续深化为“精选品牌+深度折扣+限时抢购”的正品特卖模式。这一模式被形象地誉为“线上奥特莱斯”。

仓储物流优势：截至目前，唯品会在华南、华北、西南、华中、华东、东北和西北一共设立了七大仓储物流中心，仓储面积超过300万平米。至今，唯品会的蜂巢全自动集货缓存系统现有占地面积约30000平方米，2018年11月，唯品会西南物流中心建成蜂巢全自动集货缓存系统并投入使用。唯品会仓储物流自动化已涵盖商品库存管理、商品分拣、包裹分拣等各作业环节，并在全国物流仓储中心建设了包括输送系统、Mini-load集货系统、商品分拣系统、包裹分拣系统、蜂巢全自动集货缓存系统、智能AGV搬运机器人系统、魔方密集存储系统、机器人全自动集货缓存系统等自动化项目。数据来源：观研天下整理（zlj）

观研报告网发布的《2021年中国日化行业分析报告-行业调研与投资定位研究》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国日化行业发展概述

第一节 日化行业发展情况概述

- 一、日化行业相关定义
- 二、日化行业基本情况介绍
- 三、日化行业发展特点分析
- 四、日化行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、日化行业需求主体分析

第二节 中国日化行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、日化行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国日化行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国日化行业生命周期分析

- 一、日化行业生命周期理论概述
- 二、日化行业所属的生命周期分析

第四节 日化行业经济指标分析

- 一、日化行业的赢利性分析
- 二、日化行业的经济周期分析
- 三、日化行业附加值的提升空间分析

第五节 中国日化行业进入壁垒分析

- 一、日化行业资金壁垒分析
- 二、日化行业技术壁垒分析
- 三、日化行业人才壁垒分析
- 四、日化行业品牌壁垒分析
- 五、日化行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球日化行业市场发展现状分析

第一节 全球日化行业发展历程回顾

第二节 全球日化行业市场区域分布情况

第三节 亚洲日化行业地区市场分析

- 一、亚洲日化行业市场现状分析
- 二、亚洲日化行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲日化行业市场前景分析

第四节 北美日化行业地区市场分析

- 一、北美日化行业市场现状分析
- 二、北美日化行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美日化行业市场前景分析

第五节 欧洲日化行业地区市场分析

- 一、欧洲日化行业市场现状分析
- 二、欧洲日化行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲日化行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界日化行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球日化行业市场规模预测

第三章 中国日化产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品日化总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国日化行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国日化产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国日化行业运行情况

第一节 中国日化行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国日化行业市场规模分析

第三节 中国日化行业供应情况分析

第四节 中国日化行业需求情况分析

第五节 我国日化行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国日化行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国日化行业供需平衡分析

第八节 中国日化行业发展趋势分析

第五章 中国日化所属行业运行数据监测

第一节 中国日化所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国日化所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国日化所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国日化市场格局分析

第一节 中国日化行业竞争现状分析

- 一、中国日化行业竞争情况分析
- 二、中国日化行业主要品牌分析

第二节 中国日化行业集中度分析

- 一、中国日化行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国日化行业市场集中度分析

第三节 中国日化行业存在的问题

第四节 中国日化行业解决问题的策略分析

第五节 中国日化行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 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

第七章 2017-2021年中国日化行业需求特点与动态分析

第一节 中国日化行业消费市场动态情况

第二节 中国日化行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 日化行业成本结构分析

第四节 日化行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国日化行业价格现状分析

第六节 中国日化行业平均价格走势预测

- 一、中国日化行业价格影响因素
- 二、中国日化行业平均价格走势预测
- 三、中国日化行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国日化行业区域市场现状分析

第一节 中国日化行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区日化市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区日化市场规模分析
- 四、华东地区日化市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区日化市场规模分析
- 四、华中地区日化市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区日化市场规模分析
- 四、华南地区日化市场规模预测

第九章 2017-2021年中国日化行业竞争情况

第一节 中国日化行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国日化行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国日化行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 日化行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国日化行业发展前景分析与预测

第一节 中国日化行业未来发展前景分析

一、日化行业国内投资环境分析

二、中国日化行业市场机会分析

三、中国日化行业投资增速预测

第二节 中国日化行业未来发展趋势预测

第三节 中国日化行业市场发展预测

一、中国日化行业市场规模预测

二、中国日化行业市场规模增速预测

三、中国日化行业产值规模预测

四、中国日化行业产值增速预测

五、中国日化行业供需情况预测

第四节 中国日化行业盈利走势预测

一、中国日化行业毛利润同比增速预测

二、中国日化行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国日化行业投资风险与营销分析

第一节 日化行业投资风险分析

一、日化行业政策风险分析

二、日化行业技术风险分析

三、日化行业竞争风险

四、日化行业其他风险分析

第二节 日化行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国日化行业发展战略及规划建议

第一节 中国日化行业品牌战略分析

- 一、日化企业品牌的重要性
- 二、日化企业实施品牌战略的意义
- 三、日化企业品牌的现状分析
- 四、日化企业的品牌战略
- 五、日化品牌战略管理的策略

第二节 中国日化行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国日化行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国日化行业发展策略及投资建议

第一节 中国日化行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国日化行业营销渠道策略

- 一、日化行业渠道选择策略
- 二、日化行业营销策略

第三节 中国日化行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国日化行业重点投资区域分析
- 二、中国日化行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/546362546362.html>