

中国日化行业规模调查及未来五年产业投资分析报告

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《中国日化行业规模调查及未来五年产业投资分析报告》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/xiantiyongpin/223071223071.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

前言

纵观2014上半年日化行业，广告花费呈现负增长0.8%，甚至首次成为拉低传统市场增长的五个行业之一；外资三巨头财报出现不同程度增速放缓，甚至是下滑的现象；宝洁大刀阔斧开展瘦身计划，未来两年内剥离超过一半的子品牌；丁家宜退市，本土日化品牌联姻外企前景进一步蒙上一层阴影；上海相宜本草和安婕妤两家本土日化行业再一次IPO被拒。

不难发现，在日化这个庞大的江湖中，刀光剑影，竞技厮杀已愈演愈烈。逆水行舟，不进则退，更大的市场规模对于江湖高手们也提出了更高的技艺要求。

根据CTR数据，2014上半年化妆品/浴室用品广告增长停滞，呈现负增长0.8%，甚至首次成为拉低传统市场增长的五个行业之一。饮料、食品增长缓慢，分别为4.4%、6.1%。广告花费正增长力量平均化，增长贡献量最大5个行业相差不过0.1个百分点。其中欧莱雅在广告刊例投放花费总量上继续领衔TOP10品牌榜单，较去年同期增长23.7%。

这也源于上半年整体广告市场增速放缓的原因，2014上半年中国广告市场(含户外视频媒体和互联网)增长4.1%，其中传统广告市场仅增长0.9%，增速放缓。大环境不够景气，加上几大日化品牌逐步今非昔比的表现，造成了日化行业的广告投放出现了负增长的现象。

外资巨头：忙打瘦身战

让我们看一下截至6月30日的外资三巨头财报，宝洁销售净额下降1%至201.6亿美元，营业费用下降7%。联合利华2014上半年仅实现销售额240亿欧元，同比下降5.5%；净利润30亿欧元，增长12%。欧莱雅上半年集团净利润仅增长0.05%，达17.4亿欧元，运营利润录得20.29亿欧元，同比去年增幅仅为0.2%。亚太市场表现低迷，营收合并下降0.8%。

外资三巨头上半年在销售额、净利润、营业费用等各方面数据增幅都不够理想，甚至还在不同程度上出现了负增长。在此情势下，外资三巨头纷纷开展“瘦身”行动，以来止住逐步出现颓势的势头。

本土日化：退市与上市那些事

对比外资日化品牌，本土日化的日子也没好过到哪里去。丁家宜退市，相宜本草和安婕妤上市IPO搁浅，随着本土日化行业的不断壮大，竞争也日益惨烈，市场集中的趋势不断强化。

退市：跨国联姻需谨慎

科蒂集团已经决定停止旗下品牌丁家宜的销售，宣告丁家宜的生命就此终结。在不少人看来，丁家宜不幸步小护士的后尘，成为又一个被外资品牌收购之后走向消失的本土日化品牌。

此前，美加净、熊猫、活力28、大宝等大批中国日化品牌也都曾经寄希望于与跨国公司联姻后实现快速成长，甚至借此打开国际市场，然而却往往事与愿违，梦碎“豪门”。在被收购前，他们都是市场上颇受欢迎的品牌。而如今新东家的营销重心和市场的新格局，都注定

了此类外嫁品牌想要翻身十分不易。外企收购的惯用操作方式是：在获得本土公司管理权后，通过雪藏、错位、透支等方式“温水煮青蛙”，将购得品牌消灭于无形。

本报告由中国报告网领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研究日化行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【报告大纲】

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 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 中国日化行业现状分析

第三节 日化产品进出口数据分析

第四节 日化行业存在的问题与对策

第三章 中国日化制造所属行业数据监测

第一节 中国所属行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节 中国所属行业产值分析

第三节 中国所属行业成本费用分析

第四节 中国所属行业运营效益分析

第四章 全国及重点省市日化产品产量数据分析

第一节 全国日化产品产量分析

第二节 全国及主要省份日化产品产量分析

第三节 日化产品产量集中度分析

第五章 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 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 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

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GYGM
- 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 2015-2020年中国日化行业发展前景分析与预测

第一节 未来五年行业未来发展前景分析

一、未来五年行业国内投资环境分析

二、未来五年行业市场机会分析

三、未来五年行业投资增速预测

第二节 未来五年行业未来发展趋势预测

第三节 未来五年行业市场发展预测

一、未来五年行业市场规模预测

二、未来五年行业市场规模增速预测

三、未来五年行业产值规模预测

四、未来五年行业产值增速预测

第四节未来五年行业盈利走势预测

一、未来五年行业毛利润同比增速预测

二、未来五年行业利润总额同比增速预测

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/223071223071.html>