

中国日化产业全景调研及投资战略研究报告（2013-2017）

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《中国日化产业全景调研及投资战略研究报告（2013-2017）》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/143364143364.html>

报告价格：电子版: 7000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

日化是指日用化学品，是人们平日常用的科技化学制品包括洗发水、沐浴露、护肤、护发、化妆品等等；按照用品的使用频率或范围划分为：生活必需品，或称日常生活用品 奢侈品。按照用途划分有：洗漱用品、家居用品、厨卫用品、装饰用品、化妆用品、床上用品等。多个日化品牌在国内畅销，其中包括宝洁、联合利华和丝宝这“两宝一联”，另有广东名臣、重庆奥尼、傲雪、广州君兰日化的碧婷等国内知名品牌，更是充实着国内日用品市场。

中国报告网发布的《中国日化产业全景调研及投资战略研究报告（2013-2017）》共十五章。首先介绍了日化相关概述、中国日化市场运行环境等，接着分析了中国日化市场发展的现状，然后介绍了中国日化重点区域市场运行形势。随后，报告对中国日化重点企业经营状况分析，最后分析了中国日化行业发展趋势与投资预测。您若想对日化产业有个系统的了解或者想投资日化行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

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 2012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 2012年中国日化行业现状分析

第三节 2012年日化产品进出口数据分析

第四节 2012年日化行业存在的问题与对策

第三章 2010-2012年中国日化行业主要监测数据分析

第一节 2010-2012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 2012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 2010-2012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 2010-2012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 2010-2012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 2010-2012年全国及重点省市日化产品产量数据分析

第一节 2010-2011年全国日化产品产量分析

第二节 2012年全国及主要省份日化产品产量分析

第三节 2012年日化产品产量集中度分析

第五章 2012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 2012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 2012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、经销商经营手段分析

四、经销商选择新品关注点分析

五、福建洗化市场产品特点

六、福建省消费人群和习惯分析

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

四、陕西洗化市场的产品特点

五、陕西省经销商的经营手段分析

六、陕西经销商选择新品关注点

七、陕西省消费人群和习惯分析

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

第六节 辽宁

一、辽宁省概况及消费习惯

二、沈阳化妆品市场的综合情况

三、地级县级经销市场情况

第七节 河北省

一、河北经销商性格特征

二、石家庄市场简述

三、河北二三线市场分析

第八节 安徽省

一、安徽省市场概况

二、合肥洗化市场近观

三、安徽洗化市场特点简析

四、洗化经销商看安徽市场

第九节 江西省

一、江西市场的双城记

二、批发市场式微体现行业发展的规律

三、总体市场相对平稳产品偏向中低档

四、市场变动难把握经营谋略各有招

第十节 云南

一、云南经销商特点

二、省会昆明日化市场概况

三、二三线城市日化市场分析

第十一节 广西

一、南宁市消费市场的特点

二、南宁日化市场现状

三、广西日化经营分析

四、广西日化的特点

第十二节 西北三省

一、兰州市场概况

二、西北三省市场概况

三、经销商市场规模稍小竞争激烈

四、产品市场大众知名产品占主流

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、日化行业渠道结构
- 三、国内日化企业渠道结构
- 四、行业渠道变革趋势

1 销售渠道多样化

2 销售渠道集中化

3 零售渠道专业化

四、日化企业分销渠道突围策略

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

- 一、宝洁公司营销策略
- 二、欧莱雅开拓中国市场的营销策略研究
- 三、纳爱斯营销策略分析
- 四、白猫营销策略分析
- 五、拉芳营销策略
- 六、立白营销策略

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 国际日化重点企业介绍

第一节 法国欧莱雅 (Loreal)

- 一、企业背景
- 二、欧莱雅集团在中国的发展史
- 三、企业现状及市场竞争状况
- 四、欧莱雅集团的竞争策略
- 五、欧莱雅拓展新销售渠道四品牌先行进入

第二节 美国宝洁公司 (Procter&Gamble)

- 一、公司简介
- 二、宝洁发展之舍小利得大益
- 三、宝洁在中国市场竞争策略的选择

第三节 联合利华

- 一、公司简介
- 二、联合利华在中国的发展
- 三、联合利华的在华策略
- 四、以创新保持竞争优势

第四节 美国雅芳 (AVON)

- 一、公司简介
- 二、雅芳在中国的发展历程
- 三、雅芳 (中国) 有限公司经营状况分析
- 四、雅芳中国战略
- 五、雅芳新营销模式运作下的隐忧

第五节 美国安利公司 (Amway)

- 一、公司简介
- 二、安利市场营销策略
- 三、安利在中国的发展战略

第六节 美国强生公司

- 一、公司简介
- 二、强生公司正在面临挑战
- 三、强生网络营销策略

第七节 日本资生堂

- 一、公司简介
- 二、资生堂在中国的发展历程
- 三、资生堂公司的经营理念

第十二章 2012年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

第十三章 日化直销分析

第一节 直销概况

第二节 中国日化直销市场动态

- 一、雅芳获中国首张直销牌照
- 二、日化巨头对直销跃跃欲试
- 三、欧瑞莲正式启动中国直销业务
- 四、安利中国版直销将成行业模板

第三节 安利与雅芳直销模式分析

- 一、安利直销模式全面分析
- 二、雅芳直销模式分析
- 三、雅芳和安利直销模式争论

第十四章 日化行业竞争分析

第一节 日化行业总体竞争概况

- 一、中国日化市场三足鼎立
- 二、日化市场竞争激烈
- 三、外资品牌占据市场主要份额
- 四、未来几年中国日化竞争激烈

第二节 行业竞争形势

- 一、盐类化妆品对阵传统日化产品
- 二、国际日化巨头触角伸向农村
- 三、日化渠道价格趋于良性竞争
- 四、内资日化品牌发起绝地反击

第三节 行业竞争格局分析

- 一、欧莱雅与宝洁的竞争
- 二、纳爱斯和宝洁的终端竞争
- 三、联合利华与宝洁的市场竞争

第十五章 2013-2017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日化产品发展热点
- 二、2013-2017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

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/143364143364.html>