

2009-2010年中国日化行业 市场分析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2009-2010年中国日化行业市场分析及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/200904/23-19296.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

第一章 2008-2009年中国日化行业运行形势分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008-2009年中国日化行业发展总体概况

- (一) 日化行业20年发展历程
- (二) 中国日化行业开始第二次革命
- (三) 日化产品进出口数据分析

三、2008-2009年中国日化行业存在的问题与对策

- (一) 中国日化的难题和创新
- (二) 中小日化企业品牌有待提升
- (三) 本土日化面临突围困难
- (四) 国内日化产品重市场轻研发产品同质化问题严重

第二章 2007-2008年中国日化行业相关经济数据分析

一、2007-2008年中国日用化学产品制造行业总体数据分析

- (一) 2007年中国日用化学产品制造行业全部企业数据分析
- (二) 2008年中国日用化学产品制造行业全部企业数据分析

二、2007-2008年中国日用化学产品制造行业不同规模企业数据分析

- (一) 2007年中国日用化学产品制造行业不同规模企业数据分析
- (二) 2008年中国日用化学产品制造行业不同规模企业数据分析

三、2007-2008年中国日用化学产品制造行业不同所有制企业数据分析

- (一) 2007年中国日用化学产品制造行业不同所有制企业数据分析
- (二) 2008年中国日用化学产品制造行业不同所有制企业数据分析

第三章 2007-2008年全国及重点省市主要日化产品产量分析

一、2007-2008年全国及重点省市肥皂产量分析

- (一) 2007年全国及重点省市肥皂产量分析
- (二) 2008年全国及重点省市肥皂产量分析

二、2007-2008年全国及重点省市合成洗涤剂产量分析

- (一) 2007年全国及重点省市合成洗涤剂产量分析
- (二) 2008年全国及重点省市合成洗涤剂产量分析
- 三、2007-2008年全国及重点省市合成洗衣粉产量分析
 - (一) 2007年全国及重点省市合成洗衣粉产量分析
 - (二) 2008年全国及重点省市合成洗衣粉产量分析
- 四、2007-2008年全国及重点省市香精产量分析
 - (一) 2007年全国及重点省市香精产量分析
 - (二) 2008年全国及重点省市香精产量分析
- 五、2007-2008年全国及重点省市牙膏产量分析
 - (一) 2007年全国及重点省市牙膏产量分析
 - (二) 2008年全国及重点省市牙膏产量分析

第四章 2008-2009年中国洗涤用品产业市场运行动态分析

一、2008-2009年全球洗涤剂市场运行综述

- (一) 国际洗涤剂市场特点分析
- (二) 国际洗涤剂发展出现新趋势
- (三) 欧美洗涤市场的现状与发展趋势

二、2008-2009年中国洗涤行业市场分析

- (一) 中国洗涤剂市场特征分析
- (二) 中国洗涤用品行业市场分析
- (三) 洗涤用品市场销售渠道分析

三、2008-2009年中国洗发水市场分析

- (一) 洗发水基本状况
- (二) 中国防脱洗发水现状分析
- (三) 洗发水产品销售特征分析
- (四) 洗发水市场细分以及定位策略简析

四、2008-2009年中国洗手液市场分析

- (一) 洗手液的形成及历史原因
- (二) 洗手液的价格和市场定位
- (三) 洗手液产业发展的主导趋动因素

五、2008-2009年中国沐浴露市场分析

- (一) 中国沐浴露市场特点分析

(二) 沐浴露市场格局向规模化发展

(三) 化妆品牌进军沐浴液市场

六、2008-2009年中国洗衣粉市场分析

(一) 洗衣粉市场格局分析

(二) 立白洗衣粉市场分析

(三) 雕牌与奥妙洗衣粉市场分析

七、2008-2009年中国洗洁精市场分析

(一) 洗洁精市场结构分析

(二) 洗洁精需求环境分析

(三) 洗洁精的销售渠道特点

八、2008-2009年中国洗涤行业存在的问题分析

(一) 国内洗涤产业面临洗牌

(二) 小型企业液体洗涤剂仍存在质量问题

(三) 中国国产洗涤剂面临的包装问题

(四) 同质化竞争成超市沐浴露最大问题

(五) 三大问题困扰洗手液

九、2009-2012年中国洗涤行业发展趋势分析

(一) 洗涤行业发展趋势

(二) 洗发水行业发展方向

(三) 洗手液的发展趋势

(四) 香皂行业发展趋势

(五) 洗衣粉发展趋势与预测

第五章 2008-2009年中国牙膏行业运行走势分析

一、2008-2009年中国牙膏市场现状概述

(一) 国内牙膏市场中外混战

(二) 国产牙膏进军中草药市场

(三) 牙膏市场流行美白概念

(四) 因牙防组信任危机本土品牌牙膏受牵连

二、2008-2009年中国牙膏市场结构和竞争分析

(一) 中国牙膏市场结构

(二) 中国牙膏市场竞争环境分析

三、2008-2009年中国牙膏市场趋势与政策分析

- (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

第六章 2008-2009年中国化妆品行业市场运行态势分析

一、2008-2009年全球化妆品概况

- (一) 全球化妆品市场概述
- (二) 美国化妆品市场分析
- (三) 东欧化妆品市场概况
- (四) 意大利化妆品产业分析

二、2008-2009年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) 中国主要地区化妆品市场

三、2008-2009年中国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

四、2008-2009年中国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

五、2008-2009年中国化妆品市场存在的问题

- (一) 国产化妆品面临的难题
- (二) 化妆品质量安全问题成投诉热点
- (三) 中国化妆品企业存在“傍名牌”恶习
- (四) 中国化妆品行业发展的瓶颈

(五) 美容化妆品产业诚信问题突出

(六) 美容化妆品行业进入发展弊端

六、2008-2009年中国化妆品市场发展的对策

(一) 中国化妆品企业生产经营发展对策

(二) 中国化妆品市场的发展对策

(三) 化妆品企业发展要集体补标识规范课

七、2009-2012年中国化妆品的发展趋势分析

(一) 化妆品流行趋势

(二) 化妆品行业未来20年发展预测

(三) 美容化妆品行业趋势及热点

(四) 茶护肤品全球悄然兴起发展潜力大

(五) 专业化分工成为化妆品行业发展趋势

第七章 2008-2009年中国日化行业市场营销战略分析

一、2008-2009年中国日化行业渠道分析

(一) 日化行业流通业态

(二) 日化行业渠道结构

(三) 行业渠道变革趋势

(四) 日化企业分销渠道突围策略

二、2008-2009年中国日化市场营销分析

(一) 日化产品中国化

(二) 中国日化市场成功营销模式

(三) 日化营销通路解析

(四) 日化渠道亟需创新

(五) 日化行业直销市场分析

三、2008-2009年中国日化细分市场营销策略

(一) 国内洗发水营销策略分析

(二) 沐浴液营销策略解析

(三) 中国牙膏营销策略分析

(四) 中国化妆品营销策略探析

四、2008-2009年中国重点企业营销策略

(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

第八章 2008-2009年中国日化产品品牌市场格局分析

一、2008-2009年中国日化品牌发展概况

- (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

二、2008-2009年中国日化品牌现状分析

- (一) 中国日化本土品牌对阵国际品牌
- (二) 本土品牌渠道模式透析
- (三) 日化市场品牌定位方式分析
- (四) 中外日化品牌差距分析

三、2008-2009年中国细分市场品牌分析

- (一) 洗衣粉品牌分析
- (二) 洗发水品牌分析
- (三) 主要牙膏品牌分析
- (四) 国产化妆品品牌分析

四、2008-2009年中国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

第九章 2008-2009年中国日化行业市场竞争格局分析

一、2008-2009年中国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

二、2008-2009年中国日化行业竞争形势分析

(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

三、2008-2009年中国日化行业竞争格局分析

(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

四、2008-2009年中国日化企业竞争策略分析

(一) 中国日化企业竞争力提升建议

(二) 中国洗衣粉企业发展策略分析

(三) 中小化妆品企业发展策略

第十章 国际日化重点企业分析

一、法国欧莱雅 (Loreal)

二、美国宝洁公司 (Procter&Gamble)

三、联合利华

四、美国雅芳 (AVON)

五、美国安利公司 (Amway)

六、美国强生公司

七、日本资生堂

第十一章 中国日化行业重点企业分析

一、上海白猫股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

二、上海家化联合股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

三、广州浪奇实业股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

四、柳州两面针股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

五、索芙特股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

六、纳爱斯集团有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

七、广州立白(番禺)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

八、江苏东洋之花化妆品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

九、广州高露洁棕榄有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

十、好来化工(中山)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务分析

第十二章 2009-2012年中国日化行业发展及投资前景分析

一、2009-2012年中国日化行业发展趋势分析

(一) 日化产品发展热点

(二) 日化行业市场规模预测

(三) 中国日化行业的发展走向

二、2009-2012年中国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

三、2009-2012年中国日化行业投资分析

(一) 中国日化行业投资环境分析

(二) 中国日化行业投资机会分析

(三) 中国日化行业投资风险分析

图表目录 (部分) :

图表 : 2008年中国GDP增长情况

图表 : 2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表 : 2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表 : 2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表 : 2001-2008年中国进出口走势

图表 : 2001-2008年中国失业率走势

图表 : 2007-2008年中国货币供应量

图表 : 2008年1-9月份我国部分行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份我国周期性行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长 (同比增长率%)

图表 : 近期公布的刺激经济的政策一览表

图表 : 提高出口退税率的清单

图表 : 略……

更多图表见报告正文

详细请访问 : <http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/200904/23-19296.html>