

2017-2022中国日化用品市场深度评估与发展前景评估报告

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

《2017-2022中国日化用品市场深度评估与发展前景评估报告》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/R1201/201612/07-220980.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

日化用品（Everyday chemicals Shopping Strategy for Consumers of Everyday Chemicals），简称日化。日化用品是指日用化学品，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、洗衣粉等等。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。

日用化学品工业随着人们生活水平的提高，人们购买力的增强有了很大的发展。日用品包括化妆品，洗涤剂、口腔日用化学品、专用清洁剂等。而日用化妆品的发展，在效用区分上将更加细致，功能性更强。

报告目录

第一部分 日化用品行业发展现状

第一章 2015年世界日化用品行业发展态势分析

第一节 2015年世界日化用品市场发展状况分析

一、世界日化用品行业现状分析

二、世界日化用品市场特点分析

第二节 2015年全球日化用品市场分析

一、2015年全球日化用品需求分析

二、2015年全球日化用品产销分析

三、2015年中外日化用品市场对比

第二章 我国日化用品行业发展现状

第一节 我国日化用品行业发展现状

一、日化用品行业品牌发展现状

二、日化用品行业消费市场现状

三、日化用品市场消费层次分析

四、我国日化用品市场走向分析

第二节 2011-2015年日化用品行业发展情况分析

一、2015年日化用品行业发展特点分析

二、2015年日化用品行业发展情况

第三节 2015年日化用品行业运行分析

一、2015年日化用品行业产销运行分析

二、2015年日化用品行业利润情况分析

三、2015年日化用品行业发展周期分析

四、2017-2022日化用品行业发展机遇分析

五、2017-2022日化用品行业利润增速预测

第四节 对中国日化用品市场的分析及思考

一、日化用品市场特点

二、日化用品市场分析

三、日化用品市场变化的方向

四、中国日化用品产业发展的新思路

五、对中国日化用品产业发展的思考

第二部分 日化用品行业发展分析

第三章 2015年中国日化用品市场运行态势剖析

第一节 中国日化用品市场动态分析

一、日化用品行业新动态

二、日化用品主要品牌动态

三、日化用品行业消费者需求新动态

第二节 2015年中国日化用品市场运营格局分析

一、市场供需情况分析

二、影响市场供需的因素分析

第三节 2015中国日化用品市场价格分析

一、热销品牌产品价格走势分析

二、影响价格的主要因素分析

第四章 日化用品行业经济运行分析

第一节 2015年日化用品行业主要经济指标分析

第二节 2015年我国日化用品行业绩效分析

一、2015年行业产销能力

二、2015年行业规模情况

三、2015年行业盈利能力

四、2015年行业经营发展能力

第五章 中国日化用品行业消费市场分析

第一节 日化用品市场消费需求变化分析

第二节 日化用品消费市场结构分析

第三节 日化用品行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业产品的品牌偏好调查

二、消费者对行业品牌的首要认知渠道

三、消费者经常购买的品牌调查

四、日化用品行业品牌市场占有率调查

五、消费者的消费理念调研

第三部分 日化用品行业竞争格局

第六章 我国日化用品行业市场调查分析

第一节 2015年我国日化用品行业市场宏观分析

一、主要观点

二、市场结构分析

三、整体市场关注度

第二节 2015中国日化用品行业市场微观分析

一、品牌关注度格局

二、产品关注度调查

三、不同价位关注度

第七章 日化用品行业上下游产业分析

第一节 上游产业分析

一、市场现状分析

二、行业竞争状况及其对日化用品行业的意义

第二节 下游产业分析

一、市场现状分析

二、行业新动态及其对日化用品行业的影响

第八章 日化用品行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、进入壁垒分析

三、替代品威胁分析

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国日化用品行业竞争格局综述

第四节 2011-2015年日化用品行业竞争格局分析

一、2011-2015年国内外日化用品行业竞争分析

二、2011-2015年我国日化用品市场竞争分析

第九章 日化用品企业竞争策略分析

第一节 日化用品市场竞争策略分析

一、2015年日化用品市场增长潜力分析

二、2015年日化用品主要销售通道分析

三、现有日化用品市场竞争策略分析

四、潜力日化用品竞争策略选择

第二节 日化用品企业竞争策略分析

一、2017-2022我国日化用品市场竞争趋势

二、2017-2022日化用品行业竞争格局展望

三、2017-2022日化用品行业竞争策略分析

第三节 日化用品行业发展机会分析

第四部分 行业发展规划与展望

第十章 重点日化用品企业竞争分析

第一节 宝洁

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2017-2022发展战略

第二节 联合利华

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2017-2022发展战略略

第三节 强生

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2017-2022发展战略

第四节 欧莱雅

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2017-2022发展战略

第五节 资生堂

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2017-2022发展战略

第六节 上海家化

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2017-2022发展战略

第七节 立白

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2015年经营状况

四、2017-2022发展战略

第八节 纳爱斯

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2014-2015年经营状况
- 四、2017-2022发展战略

第五部分 日化用品行业前景预测分析

第十一章 日化用品行业发展趋势分析

第一节 我国日化用品行业前景与机遇分析

- 一、我国日化用品行业挑战分析
- 二、我国日化用品发展机遇分析

第二节 2017-2022中国日化用品市场趋势分析

- 一、2015年日化用品市场趋势总结
- 二、2016年日化用品行业发展趋势分析
- 三、2017-2022日化用品市场发展空间
- 四、2017-2022日化用品产业政策趋向
- 五、2017-2022日化用品行业技术革新趋势
- 六、2017-2022日化用品价格走势分析
- 七、2017-2022国际环境对日化用品行业的影响

第十二章 日化用品行业发展趋势与投资战略研究

第一节 日化用品市场发展潜力分析

- 一、市场空间广阔
- 二、竞争格局变化

第二节 日化用品行业发展趋势分析

- 一、品牌格局趋势
- 二、渠道分布趋势
- 三、消费趋势分析

第三节 日化用品行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节 对我国日化用品品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、日化用品实施品牌战略的意义

三、日化用品企业品牌的现状分析

四、我国日化用品企业的品牌战略

五、日化用品品牌战略管理的策略

第十三章 2017-2022日化用品行业发展预测

第一节 未来日化用品需求与消费预测

一、2017-2022日化用品产品消费预测

二、2017-2022日化用品市场规模预测

三、2017-2022日化用品行业总产值预测

四、2017-2022日化用品行业销售收入预测

五、2017-2022主要日化用品产品进出口预测

第二节 影响日化用品行业发展的主要因素

一、2017-2022影响日化用品行业运行的有利因素分析

二、2017-2022影响日化用品行业运行的稳定因素分析

三、2017-2022影响日化用品行业运行的不利因素分析

四、2017-2022我国日化用品行业发展面临的挑战分析

五、2017-2022我国日化用品行业发展面临的机遇分析

第三节 日化用品行业投资风险及控制策略分析

一、2017-2022日化用品行业市场风险及控制策略

三、2017-2022日化用品行业经营风险及控制策略

四、2017-2022日化用品行业技术风险及控制策略

五、2017-2022日化用品行业同业竞争风险及控制策略

六、2017-2022日化用品行业其他风险及控制策略

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/201612/07-220980.html>