

2026-2031年中国日化用品行业供需预测及投资潜力研究咨询报告

报告简介

近年来国内化妆品企业逐渐摸索出了适合自身发展的品牌定位、渠道拓展、营销策划以及企业组织架构，慢慢扭转了劣势地位。行业内的一些优秀企业通过推出符合消费者流行偏好的新产品，在商超、日化专营店特别是电子商务渠道投入更多的优势资源，传达更为精准的品牌营销策略，灵活高效的组织响应，为越来越多的消费者所接受，市场份额逐年提高。

“十三五”期间是我国全面建设小康社会、深化改革开放、加快转变经济发展方式的攻坚时期。在此期间，中国消费者对洗涤用品的消费理念发生了较大的变化，消费者不再满足于去污力的保证以及价格的便宜，更多的消费者趋向于对洗涤用品的细分化和功能化的需求，进而推动了洗涤用品行业的技术提升。洗涤用品行业形成了个人清洁护理用品、家庭清洁护理用品、工业和公共设施清洁护理用品三大品类体系，产品形态除常态化的粉状和块状洗涤剂外，使用方便、节能降耗的液体化产品得到快速增长和发展。产品除考虑功效性外，更加注重安全与环保、生产过程中的节能节水、以及运输过程中能耗和物耗的降低。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外日化用品行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对日化用品行业下游行业的发展进行了探讨，是日化用品行业及相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握日化用品行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一部分 行业发展现状

第一章 2021-2026年世界日化用品行业发展态势分析 7

第一节 2021-2026年世界日化用品市场发展状况分析 7

一、世界日化用品行业现状分析 7

二、世界日化用品市场特点分析 8

第二节 2021-2026年全球日化用品市场分析 9

一、2021-2026年全球日化用品需求分析 9

二、2021-2026年全球日化用品产销分析 9

三、2021-2026年中外日化用品市场对比 10

第二章 我国日化用品行业发展现状 12

第一节 我国日化用品行业发展现状 12

一、日化用品行业品牌发展现状 12

二、日化用品行业消费市场现状 13

三、日化用品市场消费层次分析 16

四、我国日化用品市场走向分析 17

第二节 2021-2026年日化用品行业发展情况分析 18

一、2021-2026年日化用品行业发展特点分析 18

二、2021-2026年日化用品行业发展情况 18

第三节 2021-2026年日化用品行业运行分析 19

一、2021-2026年日化用品行业产销运行分析 19

二、2021-2026年日化用品行业利润情况分析 20

三、2021-2026年日化用品行业发展周期分析 24

四、2026-2031年日化用品行业发展机遇分析 26

五、2026-2031年日化用品行业利润增速预测 27

第四节 对中国日化用品市场的分析及思考 27

一、日化用品市场特点 27

二、日化用品市场分析 28

三、日化用品市场变化的方向 29

四、中国日化用品产业发展的新思路 30

五、对中国日化用品产业发展的思考 34

第二部分 行业发展分析

第三章 2021-2026年中国日化用品市场运行态势剖析 36

第一节 中国日化用品市场动态分析 36

一、日化用品行业新动态 36

二、日化用品主要品牌动态 37

三、日化用品行业消费者需求新动态 38

第二节 2021-2026年中国日化用品市场运营格局分析 39

一、市场供需情况分析 39

二、影响市场供需的因素分析 39

第三节 2021-2026中国日化用品市场价格分析 40

一、热销品牌产品价格走势分析 40

二、影响价格的主要因素分析 42

第四章 日化用品行业经济运行分析 44

第一节 2021-2026年日化用品行业主要经济指标分析 44

第二节 2021-2026年我国日化用品行业绩效分析 45

一、2021-2026年行业产销能力 45

二、2021-2026年行业规模情况 46

三、2021-2026年行业盈利能力 47

四、2021-2026年行业经营发展能力 47

第五章 中国日化用品行业消费市场分析 49

第一节 日化用品市场消费需求变化分析 49

第二节 日化用品消费市场结构分析 50

第三节 日化用品行业产品的品牌市场调查 51

一、消费者对行业产品的品牌偏好调查 51

二、消费者对行业品牌的首要认知渠道 52

三、消费者经常购买的品牌调查 53

四、日化用品行业品牌市场占有率调查 55

五、消费者的消费理念调研 57

第三部分 行业竞争格局

第六章 我国日化用品行业市场调查分析 59

第一节 2021-2026年我国日化用品行业市场宏观分析 59

一、主要观点 59

二、市场结构分析 60

三、整体市场关注度 61

第二节 2021-2026中国日化用品行业市场微观分析 63

一、品牌关注度格局 63

二、产品关注度调查 64

三、不同价位关注度 66

第七章 日化用品行业上下游产业分析 68

第一节 上游产业分析 68

一、市场现状分析 68

二、行业竞争状况及其对日化用品行业的意义 69

第二节 下游产业分析 70

一、市场现状分析 70

二、行业最新动态及其对日化用品行业的影响 71

第八章 日化用品行业竞争格局分析 73

第一节 行业竞争结构分析 73

一、现有企业间竞争 73

二、进入壁垒分析 74

三、替代品威胁分析 75

第二节 行业集中度分析 76

一、市场集中度分析 76

二、企业集中度分析 76

三、区域集中度分析 77

第三节 中国日化用品行业竞争格局综述 78

第四节 2021-2026年日化用品行业竞争格局分析 79

一、2021-2026年国内外日化用品行业竞争分析 79

二、2021-2026年我国日化用品市场竞争分析 80

第九章 日化用品企业竞争策略分析 82

第一节 日化用品市场竞争策略分析 82

一、2021-2026年日化用品市场增长潜力分析 82

二、2021-2026年日化用品主要销售渠道分析 83

三、现有日化用品市场竞争策略分析 84

四、潜力日化用品竞争策略选择 85

第二节 日化用品企业竞争策略分析 85

一、2026-2031年我国日化用品市场竞争趋势 85

二、2026-2031年日化用品行业竞争格局展望 86

三、2026-2031年日化用品行业竞争策略分析 88

第三节 日化用品行业发展机会分析 90

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 91

第一节 宝洁 91

一、企业概况 91

二、竞争优势分析 91

三、2021-2026年经营状况 94

四、2026-2031年发展战略 94

第二节 联合利华 95

一、企业概况 95

二、竞争优势分析 96

三、2021-2026年经营状况 97

四、2026-2031年发展战略略 98

第三节 强生 99

一、企业概况 99

二、竞争优势分析 99

三、2021-2026年经营状况 100

四、2026-2031年发展战略 101

第四节 欧莱雅 101

一、企业概况 101

二、竞争优势分析 102

三、2021-2026年经营状况 103

四、2026-2031年发展战略 104

第五节 资生堂 105

一、企业概况 105

二、竞争优势分析 105

三、2021-2026年经营状况 106

四、2026-2031年发展战略 107

第六节 上海家化 108

一、企业概况 108

二、竞争优势分析 109

三、2021-2026年经营状况 110

四、2026-2031年发展战略 111

第七节 立白 112

一、企业概况 112

二、竞争优势分析 112

三、2021-2026年经营状况 113

四、2026-2031年发展战略 114

第八节 纳爱斯 114

一、企业概况 114

二、竞争优势分析 115

三、2021-2026年经营状况 115

四、2026-2031年发展战略 115

第五部分 行业前景预测分析

第十一章 日化用品行业发展趋势分析 116

第一节 我国日化用品行业前景与机遇分析 116

一、我国日化用品行业挑战分析 116

二、我国日化用品发展机遇分析 117

第二节 2026-2031年中国日化用品市场趋势分析 117

一、2021-2026年日化用品市场趋势总结 117

二、2021-2026年日化用品行业发展趋势分析 119

三、2026-2031年日化用品市场发展空间 122

四、2026-2031年日化用品产业政策趋向 123

五、2026-2031年日化用品行业技术革新趋势 124

六、2026-2031年日化用品价格走势分析 125

七、2026-2031年国际环境对日化用品行业的影响 125

第十二章 日化用品行业发展趋势与投资战略研究 127

第一节 日化用品市场发展潜力分析 127

一、市场空间广阔 127

二、竞争格局变化 127

第二节 日化用品行业发展趋势分析 128

一、品牌格局趋势 128

二、渠道分布趋势 129

三、消费趋势分析 130

第三节 日化用品行业发展战略研究 131

一、战略综合规划 131

二、技术开发战略 132

三、业务组合战略 133

四、产业战略规划 134

五、营销品牌战略 135

六、竞争战略规划 137

第四节 对我国日化用品品牌的战略思考 139

一、企业品牌的重要性 139

二、日化用品实施品牌战略的意义 140

三、日化用品企业品牌的现状分析 141

四、我国日化用品企业的品牌战略 142

五、日化用品品牌战略管理的策略 142

第十三章 2026-2031年日化用品行业发展预测 145

第一节 未来日化用品需求与消费预测 145

- 一、2026-2031年日化用品产品消费预测 145
- 二、2026-2031年日化用品市场规模预测 146
- 三、2026-2031年日化用品行业总产值预测 146
- 四、2026-2031年日化用品行业销售收入预测 147
- 五、2026-2031年主要日化用品产品进出口预测 147
- 第二节 影响日化用品行业发展的主要因素 149
 - 一、2026-2031年影响日化用品行业运行的有利因素分析 149
 - 二、2026-2031年影响日化用品行业运行的稳定因素分析 150
 - 三、2026-2031年影响日化用品行业运行的不利因素分析 151
 - 四、2026-2031年我国日化用品行业发展面临的挑战分析 151
 - 五、2026-2031年我国日化用品行业发展面临的机遇分析 153
- 第三节 日化用品行业投资风险及控制策略分析 155
 - 一、2026-2031年日化用品行业市场风险及控制策略 155
 - 三、2026-2031年日化用品行业经营风险及控制策略 156
 - 四、2026-2031年日化用品行业技术风险及控制策略 156
 - 五、2026-2031年日化用品行业同业竞争风险及控制策略 158
 - 六、2026-2031年日化用品行业其他风险及控制策略 162

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：21075

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170208/21075.shtml>

在线订购：[点击这里](#)