

2024-2029年中国家用日化行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

经过近几年媒体、微博、短视频、电商的跌荡演变，日化行业始萌发一场真正意义上的巨大变革，这场暴风雨不同于之前的各类传播炒作与营销战略转型，而是一场基于时代信息技术、主体消费意识以及产业竞争发展的划时代革命，是许多化妆品企业决胜存亡的“拐点”。

日化品牌企业及传统零售终端在阵痛中求索变革，也开始积极摸索新的方法，线上线下的融会贯通，是一种革新的导向与路径。其实在前几年电商浪潮中，外资日化军团及本土一线品牌企业均已采取“线上线下一体化”策略，成熟型品牌对于电商渠道的销售另设“电商专供品类”进行推广销售，主体产品线上线下一体化以规避网络冲击，只是尚未结合微信新技术平台的应用灵活贯通。

中国的日化市场，是个完全开放、毫无保护、自由竞争的市场，国外的日化品巨头以其完善的营销体系、成熟的渠道以及产品冲击中国市场，中国日化企业毫无还手之力。而被收购后的品牌，大多数也被“雪藏”，再没见过天日。由此，在一众日化产品的柜台里，摆满了宝洁、强生以及联合利华的产品，国产日化产品难觅芳踪。据不完全统计，作为改革开放后发展最迅速、最早对外放开的行业之一，中国日化行业超过70%的市场份额已被国外品牌占据，销售份额则超过90%。

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、工业和信息化部、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、计算机行业协会、我国行业研究网、国内外相关刊物的基础信息以及各产业研究单位等公布和提供的大量资料。本报告对我国家用日化行业发展现状、发展趋势、营销渠道、投资前景等进行了分析，重点对家用日化竞争格局和投资战略等方面进行了深入探讨，是家用日化制造企业、研究单位、销售企业以及相关企业和单位、计划投资于家用日化行业的企业等准确了解目前我国家用日化市场发展动态，把握行业发展趋势，制定市场策略的必备的精品。

报告目录

第一部分产业环境透视

第一章家用日化行业概述

第一节 家用日化行业简介

一、家用日化的定义

二、家用日化品类

三、家用日化行业特点

第二节 家用日化行业国内外发展概述

一、全球日化产品行业发展概述

1、行业发展现状

2、区域发展特点

3、市场规模分析

二、中国日化产品行业发展概述

1、行业发展现状和特点

2、区域发展特点

3、市场规模分析

第二章 家用日化行业发展环境分析

第一节 宏观环境分析

一、经济环境

二、政治环境

三、人文地理环境

四、科学技术环境

第二节 微观环境分析

1、外资企业分析

2、国内企业分析

3、区域市场发展

第三节 家用日化行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二部分市场发展分析

第三章家用日化行业市场分析（PEST）

第一节 行业特征分析

- 一、成长性
- 二、盈利性
- 三、生命周期

第二节 行业竞争强度分析

- 一、供求强度
- 二、消费结构
- 三、品牌竞争

第三节 市场规模分析

- 一、2019-2023年日化产品行业市场规模及增速
- 二、日化产品行业市场饱和度
- 三、影响日化产品行业市场规模的因素

第四章 国际市场分析

第一节 亚洲市场

- 一、日本
- 二、韩国
- 三、新加坡

第二节 欧洲市场

- 一、法国
- 二、英国
- 三、德国

第三节 美洲市场

- 一、美国

二、加拿大

第四节 国际市场发展分析

一、发展现状

二、市场需求

三、发展潜力

四、发展趋势

第五章 国内市场分析

第一节 区域市场发展状况

一、华南市场

二、华北市场

三、华东市场

四、华中市场

五、西北市场

六、西南市场

第二节 重点区域市场需求分析

一、发展现状

二、发展潜力

第三节 区域市场需求变化趋势

一、需求现状

二、需求潜力

三、变化趋势

第四节 进出口市场分析

一、进口规模分析

1、过去三年日化产品进口量/值及增长情况

- 2、进口日化产品产品的品牌结构
- 3、影响日化产品产品进口的因素
- 4、未来三年日化产品行业进口形势预测

二、出口规模分析

- 1、过去三年日化产品产品出口量/值及增长情况
- 2、出口产品在海外市场分布情况
- 3、影响日化产品产品出口的因素
- 4、未来三年日化产品行业出口形势预测

三、进出口发展变化趋势

第六章家用日化细分行业分析

第一节 主要日化产品细分行业

- 一、化妆品
- 二、洗涤用品
- 三、生活日用

第二节 各细分行业需求分析

- 一、用户结构(用户分类及占比)
- 二、用户需求特征及需求趋势
- 三、用户的其它特性

第三节 各细分行业供给分析

- 一、供应商议价能力
- 二、供应结构分析

第四节 细分行业发展趋势

- 一、细分行业发展机遇与挑战
- 二、细分行业发展前景与趋势

第三部分竞争格局分析

第七章家用日化行业竞争分析

第一节 行业竞争格局

一、重点日化产品企业市场份额

二、日化产品行业市场集中度

三、行业竞争群组

第二节 潜在进入者

一、进入壁垒

二、退出机制

第三节 行业产品价格竞争

一、日化产品价格特征

二、日化产品当前市场价格现状

三、影响市场日化产品价格的因素

四、主流厂商日化产品价位及价格策略

五、日化产品未来价格变化趋势

第八章家用日化行业渠道分析

第一节 传统渠道分析

一、渠道形势

二、发展阶段

三、市场规模

四、变化趋势

第二节 新兴渠道分析

一、渠道形势

二、发展阶段

三、市场规模

四、变化趋势

第三节 各类渠道优劣势对比

一、优势对比

二、劣势对比

第四节 行业渠道发展趋势

一、渠道模式

二、渠道特点

三、发展趋势

第九章 2019-2023年中国家用日化市场总体概况

第一节 2019-2023年中国家用日化市场形势分析

一、发展综述

二、消费结构

三、需求分布

第二节 2019-2023年中国家用日化市场发展分析

一、产品结构

二、市场规模

三、发展状况

第十章 中国家用日化领先企业经营分析

第一节 欧莱雅集团

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第二节 宝洁公司集团

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第三节 雅诗兰黛集团

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第四节 资生堂集团

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第五节 联合利华集团

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第六节 上海家化公司

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第七节 索芙特

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第八节 霸王集团

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第九节 白猫集团

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第十节 高露洁

一、发展概况

二、运营情况

三、核心竞争力

四、发展战略

第四部分 行业发展规化和展望

第十一章 2024-2029年中国家用日化行业发展前影预测

第一节 行业五年规划预测及未来预测

一、“十四五”发展运行情况

二、行业发展成果

第二节 “十四五”发展前景预测

一、行业发展潜力

二、行业发展趋势

二、行业市场规模

第三节 未来五年行业供需趋势预测

一、供给预测

二、需求预测

三、供需平衡预测

第四节 未来行业渠道运行预测

一、传统市场发展趋势

二、传统渠道市场规模预测

三、新兴渠道发展趋势

四、新兴渠道规模预测

第十二章 未来家用日化行业经营战略

第一节 品牌战略

一、什么是品牌

二、品牌重要性

三、实施品牌战略的意义

四、品牌战略管理的策略

第二节 营销战略

一、市场细分

二、市场定位

三、宣传策略

四、渠道策略

第三节 行业发展战略

一、战略综合规则

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规化

五、产业战略规化

六、竞争战略规化

图表目录

图表：我国家用日化行业规模

图表：2019-2023年我国家用日化销售数量分析

图表：2019-2023年家用家用日化销售金额分析

图表：2019-2023年家用日化区域市场分析

图表：2019-2023年家用日化子分业分类

图表：2019-2023年化妆品行业市场规模

图表：2019-2023年洗涤用品行业市场规模

图表：2019-2023年清洁用品市场规模

图表：2019-2023年欧莱雅集团资产负债表

图表：2019-2023年欧莱雅集团现金流量表

图表：2019-2023年欧莱雅集团综合损益表

图表：2019-2023年宝洁集团资产负债表

图表：2019-2023年宝洁集团现金流量表

图表：2019-2023年宝洁集团综合损益表

图表：2019-2023年联合利华集团资产负债表

图表：2019-2023年联合利华集团现金流量

图表：2019-2023年联合利华集团综合损益表

图表：2024-2029年我国家用日化行业供给预测

图表：2024-2029年我国家用日化行业需求预测

图表：2024-2029年我国家用日化行业供需平衡预测

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170406/62166.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)