

2023-2029年中国日化行业现状研究 分析及市场前景预测报告

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2023-2029年中国日化行业现状研究分析及市场前景预测报告

报告编号： 1A1A051 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：9000 元 纸质+电子版：9200 元

优惠价格： 电子版：8000 元 纸质+电子版：8300 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/1/05/RiHuaShiChangDiaoYanBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

日化是一种重要的消费品，近年来随着消费者对生活品质和个人护理需求的提高而得到了广泛应用。目前，日化产品不仅在品质、设计创新等方面有了显著提升，还在设计上更加注重环保和可持续性。随着日化技术的进步，日化产品的生产工艺不断改进，能够满足不同消费者的需求。此外，随着对环保要求的提高，日化产品在减少生产过程中的能耗和废弃物排放方面也取得了显著进展。

未来，日化产品的发展将更加注重提高环保性能和可持续性。一方面，通过引入更先进的日化技术和材料，可以进一步提高日化产品的品质和设计创新性，如采用更环保的生产工艺、优化材料配方等。另一方面，随着可持续发展理念的普及，开发能够满足新型日化需求的高性能日化产品将成为行业趋势之一。此外，随着对可持续发展的重视，开发更加环保的日化产品生产方法，如采用低碳排放的生产工艺、提高资源利用率等，也将成为重要发展方向。

第一部分 日化行业发展分析

第一章 国际日化用品行业发展概况

第一节 国际化妆品市场发展分析

- 一、2023年世界香料香精市场分析
- 二、全球日化香精香料市场主要特点
- 三、全球化妆品市场需求分析
- 四、2023年全球化妆品市场发展趋势
- 五、2023年东盟国家化妆品降税情况
- 六、2023-2029年全球香料香精市场发展趋势
- 七、2023-2029年全球化妆品市场发展趋势

第二节 洗涤剂行业发展概况

- 一、全球洗涤剂市场发展分析
- 二、2023年全球洗涤剂市场需求分析

第二章 中国日化市场发展概况

第一节 2023年日化行业发展现状

.....

- 二、2023年日化行业发展态势
- 三、2023年日化行业渠道生态状况
- 四、2023年中国日化行业营销事件简析
- 五、2023年日化行业营销趋势分析

第二节 2023年日化企业发展状况

- 一、2023年本土日化品牌发展情况
- 二、2023年日化品牌网络表现排行榜
- 三、2023年国际本土日化发展策略分析
- 四、2023年三、四线日化品牌的生存现状
- 五、2023年原油涨价影响日化企业的发展

第三节 2023年日化市场发展状况

- 一、2023年日化市场发展现状
- 二、2023年日化市场发展形势
- 三、2023年日化产业发展态势
- 四、2023年日化渠道变革分析
- 五、2023年日化行业即将跨入资本时代

第四节 2023年日化企业发展状况

- 一、2023年中国日化企业经营情况
- 二、2023年本土日化品牌发展处境
- 三、2023年本土日化企业发展态势
- 四、2023年国产日化品牌下乡“求道”

第五节 2022-2023年日化市场经济运行分析

- 一、2023年日用化学产品制造主要经济指标分析
-

第三章 金融风暴对行业的影响及应对策略

第一节 金融风暴对日化行业的影响

- 一、对生存空间的影响
- 二、对企业的发展影响
- 三、对行业品牌经营的影响

第二节 日化行业应对金融风暴的策略

一、提高盈利能力

二、均衡发展选择

三、聚焦区域发展

四、注重内外兼修

第三节 金融危机下日化产业发展机遇

一、金融危机下日化企业发展机遇

二、金融危机下日化企业收购机遇

三、金融危机下日化企业发展策略

第四节 某著名日化企业化解经济危机实录

一、营销组织扁平化

二、构建大分销模式

三、强化渠道管理功能

四、新市场采取招商形式

五、对促销方式进行优化

六、打造教导型厂商关系

第四章 日化行业农村市场发展情况

第一节 中国日化行业农村市场分析

一、日化行业农村市场发展概况

二、日化行业农村市场发展特性

三、日化行业农村市场的品牌消费意识

四、日化行业农村市场发展劣势

第二节 2023年日化行业农村市场发展

一、2023年跨国日化巨头的农村视角

二、2023年日化产业农村市场潜力分析

三、2023年日化农村市场价格情况

四、2023年日化企业开发农村市场之路

第二部分 日化细分行业发展分析

第五章 洗涤用品行业发展分析

第一节 洗涤行业现状分析

一、2023年洗涤用品市场发展现状

二、2023年洗洁精市场发展情况

三、2023年洗涤用品产量统计

四、2023年洗涤用品市场价格情况

五、2023年中国洗涤用品发展预测

六、我国洗涤用品市场前景

七、洗涤用品市场发展趋势

第二节 洗衣液市场现状分析

- 一、2023年洗衣液市场发展情况
- 二、2023年洗衣液市场发展格局
- 三、2023年洗衣液市场发展机遇
- 四、2023年洗衣液市场发展前景
- 五、2023-2029年洗衣液市场发展趋势

第三节 洗衣粉市场现状分析

- 一、我国洗衣粉市场发展概况
- 二、我国洗衣粉市场发展结构
- 三、2023年洗衣粉产量情况
- 四、2023年洗衣粉市场发展新趋势
- 五、洗衣粉行业竞争状况与市场机会分析

第四节 洗发水市场发展分析

- 一、洗发水行业现状
- 二、本土洗发水行业面临的困境
- 三、本土洗发水行业的出路
- 四、我国洗发水行业风险分析
- 五、2023年我国洗发水市场破局分析
- 六、国产洗发水企业的发展策略

第五节 沐浴露市场分析

- 一、沐浴露市场的发展情况
- 二、目前有待启动的沐浴露市场
- 三、2023年沐浴露行业政策变动情况
- 四、2023年沐浴露市场消费特点

第六章 牙膏市场分析

第一节 中国牙膏市场状况分析

- 一、中国牙膏市场的发展历史
- 二、牙膏市场发展概况
- 三、国内牙膏企业存在的问题
- 四、2023年牙膏行业发展格局
- 五、2023年我国牙膏产量统计
- 六、牙膏新标准实施

第二节 中国牙膏市场竞争格局分析

- 一、牙膏市场竞争环境分析
- 二、牙膏市场竞争深度分析

三、主要牙膏品牌竞争手段分析

第三节 未来牙膏行业发展趋势分析

- 一、产品方面发展预测
- 二、价格方面发展预测
- 三、渠道方面发展预测
- 四、促销方面发展预测
- 五、包装方面发展预测
- 六、市场方面发展预测

第四节 牙膏行业发展策略分析

- 一、中国牙膏产业的发展战略探讨
- 二、我国牙膏企业营销战略的选择

第七章 化妆品市场分析

第一节 2023年中国化妆品销售市场分析

- 一、2023年转型下的中国化妆品产业
- 二、2023年化妆品各种渠道的生态描述
- 三、2023年化妆品行业渠道现象分析
- 四、我国化妆品行业的可持续发展
- 五、中国化妆品专卖店发展分析

第二节 化妆品市场消费格局

- 一、顶端品牌消费格局
- 二、高端品牌消费格局
- 三、中端品牌消费格局
- 四、中低端品牌消费格局
- 五、低端品牌消费格局

第三节 新冠疫情对化妆品市场的影响

- 一、金融危机带给化妆品业的机遇
- 二、新冠疫情对化妆品品牌的影响
- 三、新冠疫情对化妆品海外代购的影响

第四节 2023-2029年化妆品的发展趋势

- 一、2023年化妆品市场前景预测
- 二、2023年男士化妆品需求趋势
- 三、2023年化妆品渠道定位趋势
- 四、2023年化妆品企业发展方向
- 五、未来20年化妆品发展趋势预测

第三部分 日化行业竞争格局分析

第八章 行业竞争格局分析

第一节 2023年日化品牌格局与市场总结

- 一、一线品牌地位更加凸显
- 二、二、三线品牌竞争激烈
- 三、品牌竞争手段走向理性
- 四、部分品牌衰亡逐步退市
- 五、日化行业入市开始谨慎
- 六、高端化妆品的竞争加剧
- 七、专营店争夺成竞争焦点

第二节 2022-2023年企业竞争格局分析

- 一、2022-2023年联合利华vs宝洁竞争情况
- 二、2022-2023年清扬vs宝洁日化竞争
- 三、2022-2023年欧莱雅vs宝洁的品牌战略

第三节 2023年行业区域市场竞争格局

- 一、日化业南北市场差异及营销重心简析
- 二、闽北与闽南日化市场差异分析

第四节 行业竞争形势与策略

- 一、外资并购日化行业分析
- 二、中国日化企业竞争力分析

第九章 国际重点企业分析

第一节 美国宝洁公司

- 一、公司概况
- 二、宝洁在中国
- 三、公司品牌战略
- 四、2023年公司可持续发展报告
- 五、2023年企业经营状况

第二节 英国联合利华集团

- 一、公司概况
- 二、在华发展概况
- 三、公司在华收购情况
- 四、2023年公司发展动态
- 五、2023年公司在华发展动态

第三节 美国安利公司

- 一、安利在中国
- 二、公司主要产品
- 三、公司品牌的营销战略

四、2023年公司经营情况

第四节 法国欧莱雅集团有限公司

一、公司概况

.....

三、2023年公司发展策略

四、公司成功经营的秘诀

第十章 国内重点企业分析

第一节 上海家化联合股份有限公司

一、企业概况

二、2022-2023年企业财务数据分析

三、2023年企业经营情况分析

四、2023年企业发展动态

五、企业未来发展展望

第二节 索芙特股份有限公司

一、企业概况

二、2022-2023年企业财务数据分析

三、2023年企业经营情况分析

四、2023年企业发展动态

第三节 柳州两面针股份有限公司

一、企业概况

二、2022-2023年企业财务数据分析

三、2023年企业经营情况分析

四、2023年企业发展动态及策略

第四节 山西南风化工集团股份有限公司

一、企业概况

二、2022-2023年企业财务数据分析

三、2023年企业经营情况分析

四、企业未来发展展望与战略

第五节 广州市浪奇实业股份有限公司

一、企业概况

二、2022-2023年企业财务数据分析

三、2023年企业经营情况分析

四、企业未来发展展望与战略

第六节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、公司概况

二、公司科研机构

三、2023年公司发展动态

第七节 广州蓝月亮实业有限公司

一、公司概况

二、2023年公司洗衣液经营情况

第八节 纳爱斯集团

一、公司概况

二、集团生产基地介绍

三、2023年公司动态

第四部分 日化行业发展趋势及战略

第十一章 2023-2029年日化行业发展趋势

第一节 2023-2029年中国宏观经济环境分析

一、2023年我国宏观经济运行情况

二、2023年我国宏观经济景气指数分析

三、2023年中国宏观经济发展展望

四、2023-2029年我国宏观经济形势分析

第二节 2023年中国日化产业社会环境分析

一、2023年居民生活水平分析

二、2023年零售市场情况分析

第三节 2023-2029年日化行业的发展趋势分析

一、2023-2029年中国日化行业经营模式发展趋势

二、2023-2029年日化行业格局变化趋势

三、2023-2029年日化产品包装趋势

第四节 中国日化行业资本运营的潮流风向

一、日化资本运营的发展趋势

二、日化行业的定位和战略

三、日化行业的机遇和风险

四、日化行业投资及运作趋势

第十二章 2023-2029年日化企业发展战略探讨

第一节 中小化妆品企业区域市场策略案例解析

一、集中资源重点投入

二、加强零售树立口碑

三、济研：选择卖点集中宣传

四、增加沟通促销指引

五、导购与展示并重

第二节 中小日化企业的品牌战略分析

一、中小日化企业品牌管理主要问题

二、中小日化企业品牌战略思考

三、日化产品工业设计及品牌命名

第三节 日化企业战略市场分析

一、本土日化企业新品上市策略分析

二、日化企业要掌握的风投营运规则

第四节 民族日化品牌自强出路分析

一、产品创新

二、品牌创新

第十三章 2023-2029年日化市场营销策略分析

第一节 日化市场营销分析

一、渠道分析

二、终端分析

三、服务营销

第二节 日化市场渠道分析

一、日化零售终端现有经营业态分析

二、2023年日化市场渠道发展情况

三、2023年日化专营店发展分析

四、2023-2029年日化市场渠道发展趋势

第三节 日化市场营销模式分析

一、体验营销

二、差异化营销

三、整合营销

四、品牌营销

第四节 中:智:林:日化品牌快速增值策略分析

一、基于品牌即有优势基因提升品牌资产

二、营销模式创新驱动品牌增值

三、市场定位驱动品牌增值

四、产品创新驱动品牌增值

五、社会热点创造品牌增值机会

六、联合品牌激活品牌真空地带

略……

订阅“2023-2029年中国日化行业现状研究分析及市场前景预测报告”，编号：1A1A051，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/1/05/RiHuaShiChangDiaoYanBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！