

2015-2020年中国日化用品 市场监测及投资调研报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国日化用品市场监测及投资调研报告》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.bosidata.com/jiaju1502/G81651LA4A.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2024-12-26

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告目录：

第一部分 2014年中国日化用品市场消费现状剖析

第一章 2014年中国日化用品行业市场发展环境分析（PEST分析法）

第一节 2014年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、对外贸易&进出口

第二节 2014年中国日化用品行业政策环境分析

一、我国日化用品行业政策深度解读

二、我国日化用品行业标准研究

三、行业法规研究

第三节 2014年中国日化用品行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2014年中国日化用品行业技术环境分析

第二章 2014年中国日化用品品牌市场整体运行态势剖析

第一节 2014年中国日化用品行业市场供需状况

一、我国日化用品行业市场供给情况

二、我国市场需求分析

三、我国日化用品市场需求特点研究

第二节 2014年中国日化用品产品主要经销方式深度探讨

一、2014年中国日化用品产品市场批发分析

二、2014年中国日化用品产品加盟商（代理商）

三、2014年中国日化用品产品自主经营分析

第三节 2014年中国日化用品发展存在问题及HJSD专家建议

第三章 2014年中国日化用品产品市场品牌竞争力评估

第一节 2014年中国日化用品品牌市场运行走势分析

一、中国日化用品品牌竞争对手商铺、商场监测数据

二、中国日化用品品牌排名实地调研结果

三、中国日化用品产品相关联行业或产品情况

第二节 2014年中国日化用品产品主要品牌动态关注

一、中国日化用品品牌销售额前十名排名情况

二、中国日化用品品牌竞争力前十名排名情况

三、中国日化用品品牌市场份额前十名排名情况

四、中国日化用品品牌发展潜力前十名排名情况

第三节 2014年中国日化用品产品市场销售策略探讨

第四章 2010-2014年中国日化用品产品行业关键数据指标参考

第一节 2010-2014年中国日化用品行业主要数据监测分析

一、中国日化用品行业规模分析

二、中国日化用品行业结构分析

三、中国日化用品行业产值分析

四、中国日化用品行业成本费用分析

五、中国日化用品行业盈利能力分析

第二节 2010-2014年中国日化用品产量数据统计分析

一、中国日化用品产量数据分析

二、中国日化用品产量数据分析

三、中国日化用品产量增长性分析

第三节 2010-2014年中国日化用品进出口数据监测研究

一、中国日化用品进出口数量分析

- 二、中国日化用品进出口金额分析
- 三、中国日化用品进出口国家及地区分析

第五章 2014年中国日化用品主要区域与重点城市市场监测

第一节 华北地区日化用品发展状况分析

- 一、华北地区日化用品市场容量分析
- 二、华北地区日化用品供应与消费情况
- 三、华北地区重点城市剖析（天津、北京、河北、青岛）
 - 1、重点城市市场现状分析
 - 2、重点城市市场竞争力研究
 - 3、重点城市消费者调研情况
 - 4、重点城市未来发展潜力分析
- 四、华北地区日化用品行业未来发展预测

第二节 华中地区日化用品发展状况分析

- 一、华中地区日化用品市场容量分析
- 二、华中地区日化用品供应与消费
- 三、华中地区重点城市剖析（河南、武汉、长沙）
 - 1、重点城市市场现状分析
 - 2、重点城市市场竞争力研究
 - 3、重点城市消费者调研
 - 4、重点城市未来发展潜力分析
- 四、华中地区日化用品行业发展趋势

第三节 华东地区日化用品发展状况分析

- 一、华东地区日化用品市场容量分析
- 二、华东地区日化用品供应与消费
- 三、华东地区重点城市剖析（上海、杭州、南京）
 - 1、重点城市市场现状分析
 - 2、重点城市市场竞争力研究
 - 3、重点城市消费者调研
 - 4、重点城市未来发展潜力分析
- 四、华东地区日化用品行业趋势预测展望

第四节 华南地区日化用品发展状况分析

一、华南地区日化用品市场容量分析

二、华南地区日化用品供应与消费

三、华南地区重点城市剖析（深圳、厦门、广西）

1、重点城市市场现状分析

2、重点城市市场竞争力研究

3、重点城市消费者调研

4、重点城市未来发展潜力分析

四、华南地区日化用品行业发展趋势分析

第五节 西南地区日化用品发展状况分析

一、西南地区日化用品市场容量分析

二、西南地区日化用品供应与消费

三、西南地区重点城市剖析（成都、重庆、云南）

1、重点城市市场现状分析

2、重点城市市场竞争力研究

3、重点城市消费者调研

4、重点城市未来发展潜力分析

四、西南地区日化用品行业未来发展预测

第六节 东北地区日化用品发展状况分析

一、东北地区日化用品市场容量分析

二、东北地区日化用品供应与消费

三、东北地区重点城市剖析（辽宁、吉林、黑龙江）

1、重点城市市场现状分析

2、重点城市市场竞争力研究

3、重点城市消费者调研

4、重点城市未来发展潜力分析

四、东北地区日化用品行业趋势预测剖析

第七节 西北地区日化用品发展状况分析

一、西北地区日化用品市场容量分析

二、西北地区日化用品供应与消费

三、西北地区重点城市剖析（陕西、宁夏、青海）

1、重点城市市场现状分析

2、重点城市市场竞争力研究

3、重点城市消费者调研

4、重点城市未来发展潜力分析

四、西北地区日化用品行业行业调研

第二部分 中国日化用品市场消费调研结果

第六章 2014年中国日化用品品牌消费者偏好深度调查

第一节 中国日化用品产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 中国日化用品产品的品牌市场运营状况分析

一、消费者对日化用品品牌认知度宏观调查

二、消费者对日化用品产品的品牌偏好调查

三、消费者对日化用品品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、日化用品品牌忠诚度调查

六、日化用品品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第七章 消费者使用日化用品品牌数据调查信息反馈

第一节 消费者使用日化用品品牌产品基本情况调查

一、消费者使用日化用品产品的比例分析

二、消费者使用的日化用品产品的品牌排名分析

三、消费者对其使用的日化用品产品的满意度分析

四、消费者对其使用的日化用品产品的不满意的地方分析

第二节 消费者将来准备或者继续使用日化用品产品的情况分析

- 一、没有或者曾经使用过日化用品产品的消费者准备重新使用比例分析
- 二、现在正在使用的或者准备使用日化用品产品的消费者继续使用比例分析
- 三、消费者认为可能成为购买日化用品产品契机的广告形式分析
- 四、消费者在购买日化用品产品时将会做为参考的信息来源分析
- 五、消费者在购买日化用品产品时所重视的要素分析
- 六、消费者想要购买的日化用品产品的品牌排名分析
- 七、消费者感兴趣的日化用品产品品牌排名分析

第三节 日化用品厂商的品牌推广情况研究

- 一、消费者眼里各大日化用品产品厂商的品牌形象情况
- 二、消费者认为最近强烈关注某日化用品产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况

第八章 2014年中国品牌日化用品市场价格监测结果

第一节 价格形成机制分析研究

第二节 2014年中国日化用品品牌市场价格调查结果

第三节 2009-2014年中国日化用品品牌价格走势预测

第四节 2015-2020年中国日化用品消费现状和未来消费发展趋势

第三部分 中国日化用品市场营销渠道与策略解析

第九章 2014年中国日化用品市场营销分析

第一节 大众快消品营销的五大特征

- 一、基本特征
- 二、属性特征
- 三、竞争特征
- 四、品牌特征
- 五、渠道特征

第二节 日化用品市场渠道分析

- 一、日化用品市场主要渠道类型分析
- 二、日化用品市场主要营销模式分析
 - 1、主要营销模式
 - 2、各营销模式特点比较
- 三、日化用品市场主要营销策略分析
 - 1、不同渠道策略分析

2、不同产品类型策略分析

3、不同消费群体策略分析

4、不同区域策略分析

四、我国日化用品市场渠道主要存在的问题分析

第十章 2014年中国日化用品市场营销策略剖析

第一节 中国日化用品市场营销生动陈列的方法和意义

一、方法

二、产品陈列规范

三、意义

1、货架占有率

2、刺激冲动购买

3、确保产品货架期的安全

4、增加销量

5、降低营销成本

6、品牌形象

第二节 中国日化用品深度分销的方法与重点

一、深度分销

二、深度分销的表现形式

三、深度分销具体操作

四、深度分销的优点

五、全面实施双赢战略

第三节 建立全面的渠道服务体系探讨

第四节 有效掌控产品在渠道流通过程中的各个环节重点

第五节 2014年中国日化用品新产品营销策略研究

第四部分 中国日化用品市场竞争对手对比分析

第十一章 2014年中国日化用品品牌市场竞争格局调查研究

第一节 中国日化用品行业历史竞争格局回顾

第二节 中国日化用品行业集中度研究

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结构研究

一、现有企业间竞争调研

二、潜在进入者调研

三、替代品调研

四、供应商议价能力调研

五、客户议价能力调研

第十二章 中国日化用品市场品牌竞争力评价研究

第一节 中国日化用品市场品牌竞争力评价

一、品牌竞争力评价指标体系

二、品牌竞争力评价

第一节 中国日化用品市场品牌竞争力提升策略

一、中国日化用品品牌定位分析

二、中国日化用品企业品牌管理模式

三、中国日化用品企业品牌推广经验

第五部分 中国日化用品市场消费前景与投资盈利空间预测

第十三章 2015-2020年中国日化用品市场前景与盈利空间预测

第一节 2015-2020年中国日化用品品牌行业趋势预测展望

一、国内市场趋势预测

二、日化用品品牌市场空间预测

第二节 2015-2020年中国日化用品品牌行业调研

第三节 2015-2020年中国日化用品品牌行业市场盈利空间预测

第十四章 2015-2020年中国日化用品行业投资价值与策略分析

第一节 中国日化用品行业周期与波动性分析

第二节 2015-2020年中国日化用品行业投资价值分析

一、中国日化用品行业发展趋势

二、中国日化用品细分市场规模预测

三、中国日化用品市场潜力预测

四、中国日化用品行业投资价值分析

1、主要细分领域投资价值

2、综合投资价值

第三节 2015-2020年中国日化用品行业投资前景分析

一、主要投资前景因素分析

二、投资前景控制与管理

第四节 2015-2020年中国日化用品行业投资前景研究分析

一、重点投资区域分析

二、重点投资领域分析

三、综合投资前景研究分析

第五节 2015-2020年中国日化用品行业投资建议点评

图表目录：

图表：2005-2012年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2012-2014年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：1978-2012中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.12-2012.12年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2012年我国全社会固定资产投资额走势图（2012年不含农户）

图表：2005-2012年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2005-2012年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2014年中国日化用品品牌销售额前十名排名情况

图表：2014年中国日化用品品牌竞争力前十名排名情况

图表：2014年中国日化用品品牌市场份额前十名排名情况

图表：2014年中国日化用品品牌发展潜力前十名排名情况

图表：2012年中国日化用品消费者收入水平调查

图表：2012-2014年中国日化用品消费者信心指数数据

图表：2014年中国日化用品市场的消费需求变化

图表：2014年中国日化用品行业的需求情况调研

图表：2012-2014年日化用品品牌市场消费需求数据

图表：2014年中国日化用品产品行业消费特点图

图表：2014年中国日化用品产品消费者实地调查数据

图表：2014年中国日化用品产品消费结构表

图表：2014年中国日化用品产品消费的市场变化图

图表：2014年中国日化用品产品市场的消费方向走势图

图表：2014年中国日化用品产品不同客户购买相关的态度及影响对比图

图表：2014年中国日化用品产品消费者对行业品牌认知度宏观调查结果

图表：2014年中国日化用品产品消费者对行业产品的品牌偏好调查结果

图表：2014年中国日化用品产品消费者对行业品牌的首要认知渠道调查

图表：2014年中国日化用品产品消费者经常购买的品牌调查情况

图表：2014年中国日化用品行业品牌忠诚度调查数据

图表：2014年中国日化用品行业品牌市场占有率调查数据

图表：2014年中国日化用品产品消费者的消费理念调研结果

图表：2007-2014年中国日化用品行业企业数量增长趋势图

图表：2007-2014年中国日化用品行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2007-2014年中国日化用品行业从业人数增长趋势图

图表：2007-2014年中国日化用品行业资产规模增长趋势图

图表：2012-2014年我国日化用品行业不同类型企业数量分布图

图表：2012-2014年我国日化用品行业不同所有制企业数量分布图

图表：2012-2014年我国日化用品行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2012-2014年我国日化用品行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2007-2014年我国日化用品行业产成品增长趋势图

图表：2007-2014年我国日化用品行业工业销售产值增长趋势图

图表：2007-2014年我国日化用品行业出口交货值增长趋势图

图表：2007-2014年我国日化用品行业销售成本增长趋势图

图表：2007-2014年我国日化用品行业费用使用统计图

图表：2007-2014年我国日化用品行业主要盈利指标统计图

图表：2007-2014年我国日化用品行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2007-2014年我国日化用品产量变化图 单位：平方米

图表：2009-2014年我国日化用品重点省市产量对比图 单位：平方米

图表：2012年我国日化用品产量和2010年同期对比图 单位：平方米

图表：2012年我国日化用品产量前5位省市对比图 单位：平方米

图表：2012年我国日化用品前5位省市产量比例图

图表：2012年我国日化用品重点省市产量及增长率统计表 单位：平方米

图表：2012年我国日化用品产量增长率排名前5位省市对比图 单位：平方米

图表：2012年我国日化用品主要省份产量比重统计表 单位：平方米

图表：2012年我国日化用品市场集中度和2010年同期对比图

图表：2006-2012年中国日化用品进出口数量数据图表

图表：2006-2012年中国日化用品进出口金额数据统计

图表：2006-2012年中国日化用品进出口平均单价数据

图表：2006-2012年中国日化用品进出口国家及地区数据

图表：2010-2014年部分企业主要经济指标走势图

图表：2010-2014年部分企业经营收入走势图

图表：2010-2014年部分企业盈利指标走势图

图表：2010-2014年部分企业负债情况图

图表：2010-2014年部分企业负债指标走势图

图表：2010-2014年部分企业运营能力指标走势图

图表：2010-2014年部分企业成长能力指标走势图

图表：2015-2020年中国日化用品产品供给预测趋势图表

图表：2015-2020年中国日化用品产品需求预测趋势

图表：2015-2020年中国日化用品产品竞争格局预测走势图

图表：2015-2020年中国日化用品资产利润率走势预测图表

图表：2015-2020年中国日化用品销售利润率走势预测图表

图表：2015-2020年中国日化用品成本费用利润率走势预测图

图表：2015-2020年中国日化用品产品未来行业发展预测图表

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaju1502/G81651LA4A.html>