

2020-2026年中国家居日化 市场分析与投资前景研究报告

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

《2020-2026年中国家居日化市场分析与投资前景研究报告》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/report/0575040DSI.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2020-10-27

【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

报告说明:

博思数据发布的《2020-2026年中国家居日化市场分析与投资前景研究报告》介绍了家居日化行业相关概述、中国家居日化产业运行环境、分析了中国家居日化行业的现状、中国家居日化行业竞争格局、对中国家居日化行业做了重点企业经营状况分析及中国家居日化产业发展前景与投资预测。您若想对家居日化产业有个系统的了解或者想投资家居日化行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

日化是指日用化学品，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、床上用品等。

据博思数据发布的《2020-2026年中国家居日化市场分析与投资前景研究报告》表明：2020年我国日用品类商品零售类值累计值达6503.5亿元，期末产量比上年累计增长7.5%。

指标	2020年12月	2020年11月	2020年10月	2020年9月	2020年8月	2020年7月	日用品类商品零售类值当期值(亿元)	日用品类商品零售类值累计值(亿元)	日用品类商品零售类值同比增长(%)
日用品类商品零售类值当期值(亿元)	661	710.4	566.1	597.1	573.5	494.2	日用品类商品零售类值	日用品类商品零售类值	日用品类商品零售类值
日用品类商品零售类值累计值(亿元)	6503.5	5870.3	5146.4	4576.6	3982.5	3410.3	日用品类商品零售类值	日用品类商品零售类值	日用品类商品零售类值
日用品类商品零售类值同比增长(%)	8	8.1	11.7	10.7	11.4	6.9	日用品类商品零售类值	日用品类商品零售类值	日用品类商品零售类值

报告目录：

第一章 家居日化行业相关概述

第一节 家居日化行业基本介绍

一、日用化工的定义

二、日用化学品分类

三、日用化学品的特点

第二节 家居日化行业的经济地位及特点

一、日化行业在社会经济中的地位

二、中国日化产业发展的特点

第二章 2015-2019年世界家居日化产业运行现状分析

第一节 2015-2019年世界家居日化产业发展概述

一、全球家居日化行业发展现状分析

二、全球家居日化发展环境分析

三、全球家居日化未来的发展分析

第二节 2015-2019年世界主要区域家居日化运行分析

一、欧洲

二、日本

三、韩国

第三节 2015-2019年世界家居日化产业发展趋势分析

第四节 2019年国外家居日化部分企业发展分析

一、美国宝洁公司

二、英国联合利华集团

三、美国安利公司

四、法国欧莱雅集团有限公司

第三章 2015-2019年中国家居日化行业市场发展环境分析

第一节 2015-2019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 2015-2019年中国家居日化行业政策环境分析

一、我国家居日化行业政策深度解读

二、我国家居日化行业标准研究

三、行业法规研究

第三节 2015-2019年中国家居日化行业社会环境分析

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 2015-2019年中国家居日化行业技术环境分析

第四章 中国日化市场发展概况

第一节 2015-2019年日化行业发展现状

一、2015-2019年日化行业发展现状

二、2015-2019年日化市场发展现状

三、2015-2019年日化行业渠道生态状况

四、2019年中国日化行业营销事件简析

五、2015-2019年日化行业加速洗牌及产品升级

第二节 2015-2019年日化企业发展状况

一、2015-2019年本土日化品牌发展情况

二、2015-2019年日化品牌网络表现排行榜

三、2015-2019年国际本土日化品牌策略分析

四、2015-2019年三、四线日化品牌的生存现状

五、2015-2019年原油涨价影响日化企业的发展

第三节 2015-2019年日化市场发展状况

一、2015-2019年日化市场发展现状

二、2015-2019年日化市场发展形势

三、2015-2019年日化产业发展态势

四、2015-2019年日化渠道变革分析

五、2015-2019年日化行业即将跨入资本时代

六、2015-2019年国内日化企业加速海外布局

第四节 2015-2019年日化企业发展状况

一、2015-2019年中国日化企业经营情况

二、2015-2019年本土日化品牌发展处境

三、2015-2019年本土日化企业发展态势

四、2015-2019年国产日化品牌下乡“求道”

五、2015-2019年中小日化企业发展形势分析

六、日化企业呼吁相关部门加强协调监管

第五节 2015-2019年日化市场经济运行分析

一、2015-2019年日用化学产品制造主要经济指标分析

二、2015-2019年日用化学产品制造主要经济指标分析

第五章 2015-2019年中国家居日化品牌市场整体运行态势剖析

第一节 2015-2019年中国家居日化行业市场供需状况

一、我国家居日化行业市场供给情况

二、我国市场需求分析

三、我国家居日化市场需求特点研究

第二节 2015-2019年中国家居日化产品主要经销方式深度探讨

一、2015-2019年中国家居日化产品市场批发分析

二、2015-2019年中国家居日化产品加盟商(代理商)

三、2015-2019年中国家居日化产品自主经营分析

第三节 2015-2019年中国家居日化发展存在问题及建议

第六章 2015-2019年中国家居日化产品市场品牌竞争力评估

第一节 2015-2019年中国家居日化品牌市场运行走势分析

一、中国家居日化品牌竞争对手商铺、商场监测数据

二、中国家居日化品牌排名实地调研结果

三、中国家居日化产品相关联行业或产品情况

第二节 2015-2019年中国家居日化产品主要品牌动态关注

一、中国家居日化品牌销售额前十名排名情况

二、中国家居日化品牌竞争力前十名排名情况

三、中国家居日化品牌市场份额前十名排名情况

四、中国家居日化品牌发展潜力前十名排名情况

第三节 2015-2019年中国家居日化产品市场销售策略探讨

第七章 2015-2019年中国家居日化产品所属行业关键数据指标参考

第一节 2015-2019年中国家居日化所属行业主要数据监测分析

一、中国家居日化所属行业规模分析

二、中国家居日化所属行业结构分析

三、中国家居日化所属行业产值分析

四、中国家居日化所属行业成本费用分析

五、中国家居日化所属行业盈利能力分析

第二节 2015-2019年中国家居日化所属行业产量数据统计分析

一、中国家居日化所属行业产量数据分析

二、中国家居日化所属行业产量数据分析

三、中国家居日化所属行业产量增长性分析

第三节 2015-2019年中国家居日化所属行业进出口数据监测研究

一、中国家居日化所属行业进出口数量分析

二、中国家居日化所属行业进出口金额分析

三、中国家居日化所属行业进出口国家及地区分析

第八章 2015-2019年中国家居日化地区销售分析

第一节 中国家居日化区域销售市场结构变化

第二节 家居日化“东北地区”销售分析

一、2015-2019年东北地区销售规模

二、东北地区“品牌”销售分析

三、2015-2019年东北地区“品牌”销售规模分析

第三节 家居日化“华北地区”销售分析

一、2015-2019年华北地区销售规模

二、华北地区“品牌”销售分析

三、2015-2019年华北地区“品牌”销售规模分析

第四节 家居日化“中南地区”销售分析

一、2015-2019年中南地区销售规模

二、中南地区“品牌”销售分析

三、2015-2019年中南地区“品牌”销售规模分析

第五节 家居日化“华东地区”销售分析

一、2015-2019年华东地区销售规模

二、华东地区“品牌”销售分析

三、2015-2019年华东地区“品牌”销售规模分析

第六节 家居日化“西北地区”销售分析

一、2015-2019年西北地区销售规模

二、西北地区“品牌”销售分析

第九章 2015-2019年中国家居日化主要区域与重点城市市场分析

第一节 华北地区家居日化发展状况分析

- 一、华北地区家居日化市场容量分析
- 二、华北地区家居日化供应与消费情况
- 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、华北地区家居日化行业未来发展预测

第二节 华中地区家居日化发展状况分析

- 一、华中地区家居日化市场容量分析
- 二、华中地区家居日化供应与消费
- 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、华中地区家居日化行业发展趋势

第三节 华东地区家居日化发展状况分析

- 一、华东地区家居日化市场容量分析
- 二、华东地区家居日化供应与消费
- 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、华东地区家居日化行业趋势预测展望

第四节 华南地区家居日化发展状况分析

- 一、华南地区家居日化市场容量分析
- 二、华南地区家居日化供应与消费

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、华南地区家居日化行业发展趋势分析

第五节 西南地区家居日化发展状况分析

- 一、西南地区家居日化市场容量分析
- 二、西南地区家居日化供应与消费
- 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、西南地区家居日化行业未来发展预测

第六节 东北地区家居日化发展状况分析

- 一、东北地区家居日化市场容量分析
- 二、东北地区家居日化供应与消费
- 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、东北地区家居日化行业趋势预测剖析

第七节 西北地区家居日化发展状况分析

- 一、西北地区家居日化市场容量分析
- 二、西北地区家居日化供应与消费
- 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、西北地区家居日化行业行业调研

第十章 2015-2019年中国家居日化品牌消费者偏好深度调查

第一节 中国家居日化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 中国家居日化产品的品牌市场运营状况分析

一、消费者对家居日化品牌认知度宏观调查

二、消费者对家居日化产品的品牌偏好调查

三、消费者对家居日化品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、家居日化品牌忠诚度调查

六、家居日化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

第十一章 消费者使用家居日化品牌数据调查信息反馈

第一节 消费者使用家居日化品牌产品基本情况调查

一、消费者使用家居日化产品的比例分析

二、消费者使用的家居日化产品的品牌排名分析

三、消费者对其使用的家居日化产品的满意度分析

四、消费者对其使用的家居日化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家居日化产品的情况分析

一、没有或者曾经使用过家居日化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家居日化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家居日化产品契机的广告形式分析

四、消费者在购买家居日化产品时将会做为参考的信息来源分析

五、消费者在购买家居日化产品时所重视的要素分析

六、消费者想要购买的家居日化产品的品牌排名分析

七、消费者感兴趣的家居日化产品品牌排名分析

第三节 家居日化厂商的品牌推广情况研究

一、消费者眼里各大家居日化产品厂商的品牌形象情况

二、消费者认为最近强烈关注某家居日化产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况

第十二章 2015-2019年中国家居日化行业生产分析

第一节 2015-2019年中国家居日化线生产总量分析

一、2015-2019年中国家居日化行业生产总量及增速

二、2015-2019年中国家居日化行业产能及增速

三、国内外经济形势对家居日化行业生产的影响

四、2021-2027年中国家居日化行业生产总量及增速预测

第二节 2015-2019年中国家居日化子行业生产分析

第三节 2015-2019年中国家居日化细分区域生产分析

第四节 2015-2019年中国家居日化行业供需平衡分析

一、家居日化行业供需平衡现状

二、国内外经济形势对家居日化行业供需平衡的影响

三、家居日化行业供需平衡趋势预测

第十三章 2015-2019年中国家居日化所属行业进出口分析

第一节 2015-2019年中国家居日化出口分析

一、我国家居日化行业出口总量及增长情况

二、家居日化海外市场分布情况

三、家居日化行业经营海外市场的主要品牌

四、家居日化行业出口态势展望

第二节 2015-2019年中国家居日化进口分析

一、我国家居日化行业进口总量及增长情况

二、我国家居日化进口主要国家及地区

三、进口品牌对家居日化行业的促进与影响

四、家居日化行业进口态势展望

第十四章 2015-2019年中国家居日化产业市场竞争格局分析

第一节 2015-2019年中国家居日化市场竞争力分析

一、我国家居日化市场竞争格局分析

二、家居日化市场竞争力分析

三、国产品牌企业竞争力分析

第二节 2015-2019年中国家居日化产业集中度分析

一、家居日化市场集中度分析

二、家居日化区域集中度分析

第三节 2015-2019年中国家居日化企业竞争力策略分析

第十五章 2015-2019年中国家居日化市场营销分析

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 家居日化市场渠道分析

一、家居日化市场主要渠道类型分析

二、家居日化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、家居日化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、我国家居日化市场渠道主要存在的问题分析

第十六章 2015-2019年中国家居日化市场营销策略剖析

第一节 中国家居日化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 中国家居日化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 2015-2019年中国家居日化新产品营销策略研究

第十七章 中国家居日化部分企业现状分析

第一节 上海家化联合股份有限公司

第二节 云南白药集团股份有限公司

第三节 索芙特股份有限公司

第四节 柳州两面针股份有限公司

第五节 重庆登康家居日化股份有限公司

第六节 广西奥奇丽股份有限公司

第七节 广州立白(番禺)有限公司

第八节 广东康王日化有限公司

第九节 强生(中国)有限公司

第十八章 2015-2019年中国家居日化品牌市场竞争格局调查研究

第一节 中国家居日化行业历史竞争格局回顾

第二节 中国家居日化行业集中度研究

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 中国家居日化行业竞争结构研究

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

第十九章 中国家居日化市场品牌竞争力评价研究

第一节 中国家居日化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 中国家居日化市场品牌竞争力提升策略

一、中国家居日化品牌定位分析

二、中国家居日化企业品牌管理模式

三、中国家居日化企业品牌推广经验

第二十章 2021-2027年中国家居日化市场前景与盈利空间预测

第一节 2021-2027年中国家居日化品牌行业趋势预测展望

一、国内市场前景预测

二、家居日化品牌市场空间预测

第二节 2021-2027年中国家居日化品牌行业调研

第三节 2021-2027年中国家居日化品牌行业市场盈利空间预测

第二十一章 2021-2027年中国家居日化行业投资价值与策略分析

第一节 中国家居日化行业周期与波动性分析

第二节 2021-2027年中国家居日化行业投资价值分析

一、中国家居日化行业发展趋势

二、中国家居日化细分市场规模预测

三、中国家居日化市场潜力预测

四、中国家居日化行业投资价值分析

1、主要细分领域投资价值

2、综合投资价值

第三节 2021-2027年中国家居日化行业投资前景分析

一、主要投资前景因素分析

二、投资前景控制与管理

第四节 2021-2027年中国家居日化行业投资趋势分析分析

一、重点投资区域分析

二、重点投资领域分析

三、综合投资趋势分析分析

第五节 2021-2027年中国家居日化行业投资建议点评

图表目录：

图表：2015-2019年中国家居日化产品市场的消费方向走势图

图表：2015-2019年中国家居日化产品不同客户购买相关的态度及影响对比图

图表：2015-2019年中国家居日化产品消费者对行业品牌认知度宏观调查结果

图表：2015-2019年中国家居日化产品消费者对行业产品的品牌偏好调查结果

图表：2015-2019年中国家居日化产品消费者对行业品牌的首要认知渠道调查

图表：2015-2019年中国家居日化产品消费者经常购买的品牌调查情况

图表：2015-2019年中国家居日化行业品牌忠诚度调查数据

图表：2015-2019年中国家居日化行业品牌市场占有率调查数据

图表：2015-2019年中国家居日化产品消费者的消费理念调研结果

图表：2015-2019年中国家居日化行业企业数量增长趋势图

图表：2015-2019年中国家居日化行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2015-2019年中国家居日化行业从业人数增长趋势图

图表：2015-2019年中国家居日化行业资产规模增长趋势图

图表：2015-2019年我国家居日化行业不同类型企业数量分布图

图表：2015-2019年我国家居日化行业不同所有制企业数量分布图

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/0575040DSI.html>