

2025-2030 年中国日化用品行业深度分析与发展趋势预测报告

In-depth Analysis and Development Trend Forecast Report on
China's Daily Chemical Products Industry (2025-2030)

(中国企业高层战略决策参考必备)



关注微信，
行业干货，
财经资讯，
一手掌握。

2025 年度版
中国行业研究咨询报告系列
中研普华决策参考

● 行业研究咨询报告 (推荐指数★★★★★)

《中国行业研究咨询报告》是中研普华依托国家统计局、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提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。凭借中研普华在其多年的行业研究经验基础上建立起的完善产业研究体系，一整套的产业研究方法始终处于行业领先地位，是目前国内覆盖面最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的行业研究报告系列。

《中国行业研究咨询报告》充分体现了中研普华所特有的与国际接轨的咨询背景和专家智力资源的优势，以客户需求为导向，以行业为主线，全面整合行业、市场、企业等多层面信息源，依据权威数据和科学的分析体系，在研究领域上突出全方位特色，着重从行业发展的方向、格局和政策环境，帮助客户评估行业投资价值，准确把握行业发展趋势，寻找最佳营销机会与商机，具有相当的预见性和权威性，是企业领导人制定发展战略、风险评估和投资决策的重要参考。

我们的优势：

丰富的专家资源和信息资源：中研普华依托国家发展改革委和国家信息中心系统丰富的数据资源，建成了独具特色和覆盖全面的产业监测体系。同时，与国内众多研究机构和专家有着密切的合作关系。

《中国行业研究咨询报告》全部由国内一流经济学家、行业专家作为顾问，由多年从事相关行业的资深研究员撰写，他们长期专门从事行业研究，掌握着大量的第一手资料，加上我们严格的审稿制度，使报告的质量都有充分的保证。

行业覆盖范围广、针对性强：中研普华《中国行业研究咨询报告》的入选行业普遍具有市场前景好、行业竞争激烈和企业重组频繁等特征。我们在对行业进行综合分析的同时，还对其中重要的细分行业或产品进行单独分析。其信息量大，实用性强是任何同类产品难以企及的。

内容全面、论述生动：中研普华《中国行业研究咨询报告》在研究内容上突出全方位特色，报告以本年度最新数据的实证描述为基础，全面、深入、细致地分析各行业的市场供求、进出口形势、投资状况、发展趋势和政策取向以及主要企业的运营状况，提出富有见地的判断和投资建议；在形式上，报告以丰富的数据和图表为主，突出文章的可读性和可视性，避免套话和空话。报告附加了与行业相关的数据、政策法规目录、主要企业信息及行业的大事记等，为投资者和业界人士提供了一幅生动的行业全景图。

深入的洞察力和预见力：我们不仅研究国内市场，对国际市场也一直在进行职业的观察和分析，因此我们更能洞察这些行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在。我们有 100 多位专家的智慧宝库为您提供决策的洞察这些行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在。

有创造力和建设意义的策略：对行业或具体产品的投资特性、市场规模、供求状况、行业竞争状况（结构与主要竞争企业）、发展趋势等进行分析和论证，寻求规律、发展机会、现存问题的解决方案、做大做强的对策等等。

一、报告简介 PROFILE

2025-2030 年中国日化用品行业深度分析与发展趋势预测研究报告

In-depth Analysis and Development Trend Forecast Report on China's Daily Chemical Products Industry (2025-2030)

【出版日期】 2025 年 8 月	【报告页码】 212 页	【图表数量】 56 个
【中文价格】 RMB 15500	【英文价格】 RMB 29500	【中英文价】 RMB 39500
【全国热线】 400-856-5388 400-086-5388 全国免费热线		中研普华公司介绍
【订阅热线】 0755-25425716 25425726 25425736		了解中研普华的实力
【订阅热线】 0755-25425756 25425776 25425706		下载征订表

【版权声明】 本报告由中国产业研究院出品，报告版权归中研普华公司所有。本报告是中研普华公司的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中研普华公司书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中研普华公司有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中研普华公司是中国成立时间最长，拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推荐一种“[鉴别咨询公司实力的主要方法](#)”。

日化用品（Everyday chemicals, household chemicals），简称日化。日化用品是指日用化学品，是人们平日常用的日化用品包括洗发水、沐浴露、护肤、护发、化妆品、洗衣粉等等。按照用品的使用频率或范围划分为：生活必需品、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、化妆用品等。

中国日化用品行业正经历结构性变革，市场格局呈现本土品牌崛起与细分赛道爆发的特征。在消费升级驱动下，本土品牌通过差异化竞争实现突破，在大众市场与高端领域均取得进展，部分品牌通过 DTC 模式快速扩张。细分市场中，宠物护理、男性护理、银发经济等领域增长显著，反映出消费者需求的多元化与精细化。国际品牌虽仍占据高端市场一定份额，但面临本土品牌的持续挑战，市场份额呈现动态调整趋势。

从 2022 年到 2024 年，中国日化用品行业规模呈现持续增长态势，分别达到 11800 亿元、12500 亿元和 13000 亿元，三年间累计增长 10.17%。其中 2022 至 2023 年增长 700 亿元，增速为 5.93%；2023 至 2024 年增长 500 亿元，增速为 4%，整体呈现增速放缓但规模扩张的特征。这一趋势表明行业在经历快速发展后逐步进入成熟期，市场规模的扩张更多依赖存量市场的深耕与消费升级的驱动，而非单纯的增量市场拓展。

尽管缺乏直接的企业数量数据，但结合行业发展规律与市场动态，可推断出行业集中度在逐步提升。随着市场竞争加剧，中小企业面临更大的生存压力，部分企业退出市场，而头部企业通过品

牌优势、渠道整合与技术升级扩大市场份额，推动行业整体单位规模（如平均企业规模）上升。这种结构性调整使得行业资源向优势企业集中，进一步巩固了头部企业的市场地位，形成规模效应与协同效应，为行业的高质量发展奠定基础。

从增速变化来看，2023 年增速较 2022 年有所回落，2024 年增速进一步放缓，这提示行业单位规模的扩张速度也在相应调整。在市场饱和度提高、消费者需求趋于理性的背景下，企业需要通过提升产品附加值、优化服务体验与创新营销模式来维持增长，而非依赖简单的规模扩张。这种转变促使行业从“量”的增长转向“质”的提升，单位规模的的增长更多体现为企业经营效率的提高与盈利能力的增强，而非单纯的产值增加。

本研究咨询报告由中研普华咨询公司领衔撰写，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、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及日化用品专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国日化用品的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、区域市场发展情况等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对日化用品业务的发展进行详尽深入的分析，并根据日化用品行业的政策经济发展环境对日化用品行业潜在的风险和防范建议进行分析。最后提出研究者对日化用品行业的研究观点，以供投资决策者参考。

二、报告目录 CONTENTS

第一章 日化用品概述 1

第一节 日化用品定义 1

第二节 日化用品分类情况 1

第三节 日化用品产业链分析 3

一、产业链模型介绍 3

二、日化用品产业链模型分析 4

第二章 2022-2024 年中国日化用品行业发展环境分析 6

第一节 2022-2024 年中国经济环境分析 6

一、宏观经济 6

二、工业形势 7

三、固定资产投资 10

第二节 2022-2024 年中国日化用品行业发展政策环境分析 11

一、行业政策影响分析 11

二、相关行业标准分析 13

1、GB9985-2000《手洗餐具用洗涤剂》 13

2、QB/T 2953-2008 洗涤剂用荧光增白剂 15

3、QB/T 2966-2014 功效型牙膏 16

4、QB/T 2967-2008 饮料用瓶清洗剂 16

5、HG/T 5041-2016 化妆品用氢氧化钠 17

6、HG/T 5088-2016 有机硅洗衣粉消泡剂 17

第三节 2022-2024 年中国日化用品行业发展社会环境分析 17

一、居民消费水平分析 17

二、工业发展形势分析 20

第三章 2022-2024 年中国日化用品行业总体发展状况 23

第一节 中国日化用品行业规模情况分析 23

一、行业单位规模情况分析 23

二、行业人员规模状况分析 24

三、行业资产规模状况分析 25

四、行业市场规模状况分析 26

第二节 中国日化用品行业财务能力分析 27

一、行业盈利能力分析与预测 27

二、行业偿债能力分析与预测	29
三、行业营运能力分析与预测	31
四、行业发展能力分析与预测	33

第四章 日化用品行业发展现状分析 36

第一节 日化用品行业发展分析 36

一、日化用品行业发展现状	36
二、日化用品行业发展预测	37

第二节 中国日化用品行业发展分析 38

一、2022-2024 年中国日化用品行业发展态势分析	38
二、2022-2024 年中国日化用品行业发展特点分析	39
三、2022-2024 年中国日化用品行业市场供需分析	40

第三节 日化用品行业特性分析 42

第四节 对中国日化用品市场的分析及思考 43

一、日化用品市场特点	43
二、日化用品市场分析	44
三、日化用品市场变化的方向	46
四、中国日化用品行业发展的新思路	47
五、对中国日化用品行业发展的思考	48

第五章 中国日化用品市场规模分析 50

第一节 2022-2024 年中国日化用品区域市场规模分析 50

一、2022-2024 年东北地区市场规模分析	50
二、2022-2024 年华北地区市场规模分析	51
三、2022-2024 年华东地区市场规模分析	51
四、2022-2024 年华中地区市场规模分析	52
五、2022-2024 年华南地区市场规模分析	53
六、2022-2024 年西部地区市场规模分析	53

第二节 2025-2030 年中国日化用品市场规模预测 54

第六章 日化用品行业市场竞争策略分析 56

第一节 行业竞争结构分析 56

一、现有企业间竞争	56
二、潜在进入者分析	56
三、替代品威胁分析	56
四、供应商议价能力	57

五、客户议价能力	57
第二节 行业国际竞争力比较	57
一、需求条件	57
二、相关和支持性产业	58
三、企业战略、结构与竞争状态	65
第三节 日化用品企业竞争策略分析	66
一、提高日化用品企业核心竞争力的对策	66
二、影响日化用品企业核心竞争力的因素及提升途径	66
三、提高日化用品企业竞争力的策略	66
第四节 日化用品行业竞争力优势分析	67
一、整体对日化用品竞争力评价	67
二、日化用品行业竞争力评价结果分析	67
三、竞争优势评价及构建建议	67

第七章 日化用品行业重点企业竞争分析 69

第一节 上海家化联合股份有限公司	69
一、企业概况	69
二、市场定位情况	71
三、企业竞争优势分析	72
四、2022-2024 年经营状况分析	72
五、2022-2024 年主要经营数据指标	74
六、2025-2030 年公司发展战略分析	74
第二节 珀莱雅化妆品股份有限公司	75
一、企业概况	75
二、市场定位情况	75
三、企业竞争优势分析	76
四、2022-2024 年经营状况分析	77
五、2022-2024 年主要经营数据指标	93
六、2025-2030 年公司发展战略分析	93
第三节 拉芳家化股份有限公司	95
一、企业概况	95
二、市场定位情况	96
三、企业竞争优势分析	96
四、2022-2024 年经营状况分析	102
五、2022-2024 年主要经营数据指标	102
六、2025-2030 年公司发展战略分析	102

第四节 名臣健康用品股份有限公司	105
一、企业概况	105
二、市场定位情况	105
三、企业竞争优势分析	105
四、2022-2024 年经营状况分析	106
五、2022-2024 年主要经营数据指标	107
六、2025-2030 年公司发展战略分析	107
第五节 纳爱斯集团	108
一、企业概况	108
二、市场定位情况	108
三、企业竞争优势分析	109
四、2022-2024 年经营状况分析	109
五、2022-2024 年主要经营数据指标	110
六、2025-2030 年公司发展战略分析	110
第六节 广州立白企业集团有限公司	110
一、企业概况	110
二、市场定位情况	111
三、企业竞争优势分析	111
四、2022-2024 年经营状况分析	111
五、2022-2024 年主要经营数据指标	112
六、2025-2030 年公司发展战略分析	112
第七节 蓝月亮集团控股有限公司	112
一、企业概况	112
二、市场定位情况	113
三、企业竞争优势分析	113
四、2022-2024 年经营状况分析	114
五、2022-2024 年主要经营数据指标	115
六、2025-2030 年公司发展战略分析	115
第八节 上海上美化妆品股份有限公司	116
一、企业概况	116
二、市场定位情况	116
三、企业竞争优势分析	117
四、2022-2024 年经营状况分析	119
五、2022-2024 年主要经营数据指标	123
六、2025-2030 年公司发展战略分析	123
第九节 宝洁	125

一、企业概况	125
二、市场定位情况	126
三、企业竞争优势分析	126
四、2022-2024 年经营状况分析	127
五、2022-2024 年主要经营数据指标	128
六、2025-2030 年公司发展战略分析	128
第十节 欧莱雅	129
一、企业概况	129
二、市场定位情况	129
三、企业竞争优势分析	129
四、2022-2024 年经营状况分析	130
五、2022-2024 年主要经营数据指标	132
六、2025-2030 年公司发展战略分析	132
第八章 日化用品行业投资与发展前景分析	133
第一节 日化用品行业投资机会分析	133
一、日化用品投资项目分析	133
二、可以投资的日化用品模式	133
三、2024 年日化用品投资机会	134
第二节 2025-2030 年中国日化用品行业发展预测分析	134
一、未来日化用品发展分析	134
二、未来日化用品行业技术开发方向	135
三、总体行业“十四五”整体规划	136
第三节 未来市场发展趋势	137
一、产业集中度趋势分析	137
二、“十四五”行业发展趋势	138
第九章 日化用品产业用户度分析	139
第一节 日化用品产业用户认知程度	139
第二节 日化用品产业用户关注因素	140
一、功能	140
二、质量	141
三、价格	143
四、外观	145
五、服务	146

第十章 2025-2030 年日化用品行业发展趋势及投资风险分析 149**第一节 当前日化用品存在的问题 149****第二节 日化用品未来发展预测分析 150****一、中国日化用品发展方向分析 150****二、2025-2030 年中国日化用品行业发展规模预测 152****三、2025-2030 年中国日化用品行业发展趋势预测 152****第三节 2025-2030 年中国日化用品行业投资风险分析 154****一、市场风险分析 154****二、管理风险分析 155****三、行业投资风险 156****第十一章 中研普华专家观点与结论 158****第一节 日化用品行业营销策略分析及建议 158****一、日化用品行业营销模式 158****二、日化用品行业营销策略 158****第二节 日化用品行业企业经营发展分析及建议 160****一、日化用品行业经营模式 160****二、日化用品行业发展模式 161****第三节 行业应对策略 162****一、把握国家投资的契机 162****二、竞争性战略联盟的实施 163****三、企业自身应对策略 164****第四节 市场的重点客户战略实施 165****一、实施重点客户战略的必要性 165****二、合理确立重点客户 166****三、重点客户战略管理 167****四、重点客户管理功能 167****附录 170****一、《口腔清洁护理用品安全性评价管理办法》 170****二、《化妆品监督管理条例》 173****三、关于“十四五”推动石化化工行业高质量发展的指导意见 195****四、《化妆品新原料注册备案资料要求》 202****图表目录****图表：2021-2024 年国内生产总值及其增长速度 6**

图表：2021-2024 年三次产业增加值占国内生产总值比重	7
图表：2024 年分行业固定资产投资（不含农户）占比	11
图表：手洗餐具用洗涤剂理化指标	15
图表：2021-2024 年国内居民消费价格指数变动情况	17
图表：2021-2024 年全国居民人均可支配收入（单位：元）	18
图表：2021-2024 年国内城镇和乡村居民消费支出对比（单位：元）	19
图表：2024 年全国居民人均消费支出及其构成	20
图表：2022-2024 年日化用品规模	26
图表：2022-2024 年中国日化用品行业净利润率（申万三级日用化学产品）	27
图表：2022-2024 年中国日化用品行业毛利率（申万三级日用化学产品）	28
图表：2022-2024 年中国日化用品行业资产负债率（申万三级日用化学产品）	29
图表：2022-2024 年中国日化用品行业流动比率（申万三级日用化学产品）	30
图表：2022-2024 年中国日化用品行业速动比率（申万三级日用化学产品）	30
图表：2022-2024 年中国日化用品行业存货周转率（申万三级日用化学产品）	31
图表：2022-2024 年中国日化用品行业应收票据和应收账款周转率（申万三级日用化学产品）	32
图表：2022-2024 年中国日化用品行业存货周转天数（申万三级日用化学产品）	32
图表：2022-2024 年中国日化用品行业营业总收入（申万三级日用化学产品）	33
图表：2022-2024 年中国日化用品行业自由现金流量（申万三级日用化学产品）	34
图表：2022-2024 年东北地区日化用品行业市场规模（单位：亿元）	50
图表：2022-2024 年华北地区日化用品行业市场规模（单位：亿元）	51
图表：2022-2024 年华东地区日化用品行业市场规模（单位：亿元）	52
图表：2022-2024 年华中地区日化用品行业市场规模（单位：亿元）	52
图表：2022-2024 年华南地区日化用品行业市场规模（单位：亿元）	53
图表：2022-2024 年西部地区日化用品行业市场规模（单位：亿元）	54
图表：2025-2030 年中国日化用品市场规模	54
图表：软件业务收入增长情况	61
图表：软件业利润总额增长情况	61
图表：软件业务出口增长情况	62
图表：2023 年和 2024 年软件业分类收入占比情况	63
图表：2024 年软件业分地区收入增长情况	63
图表：2024 年软件业务收入前十省市增长情况	64
图表：副省级中心城市软件业务收入增长情况	65
图表：2022-2024 年上海家化联合股份有限公司主要经营数据指标	74
图表：2022-2024 年珀莱雅化妆品股份有限公司主要经营数据指标	93
图表：2022-2024 年拉芳家化股份有限公司主要经营数据指标	102
图表：2022-2024 年名臣健康用品股份有限公司主要经营数据指标	107

图表：纳爱斯集团全链生态产业体系	109
图表：立白科技集团公司发展战略	112
图表：2022-2024 年蓝月亮集团控股有限公司主要经营数据指标	115
图表：2022-2024 年主要经营数据指标	123
图表：2022-2024 年宝洁主要经营数据指标	128
图表：2022-2024 年欧莱雅主要经营数据指标	132

订阅报告，请来电咨询 400-856-5388 400-086-5388

- ①.请详细填写封底客户征订表后传真给我们
- ②.通过银行转帐、邮局汇款形式支付购买报告款项
- ③.我们收到汇款凭证后，特快专递报告或者发送报告邮件
- ④.款项到帐后快递款项发票
- ⑤.大批量采购报告可享受会员优惠，详情来电咨询

全程配有客服专员为您提供贴心服务

第三章 2022-2024 年中国日化用品行业总体发展状况

第一节 中国日化用品行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

中国日化用品行业单位规模情况呈现显著的结构性特征。行业整体以中小企业为主体，企业数量众多但个体规模差异较大，区域分布上呈现明显的集聚效应，广东、浙江、上海等地因产业链配套完善，聚集了全国半数以上的规模企业，形成了从原料供应到品牌营销的完整产业生态。这种分布格局既反映了传统产业集群的优势，也导致中西部地区企业规模普遍较小，市场竞争力相对薄弱。

市场集中度方面，行业呈现“国际巨头主导高端、本土企业争夺中低端”的二元结构。国际品牌凭借技术积累和品牌溢价，在化妆品、高端洗护等细分领域占据主导地位，其市场份额高度集中于少数头部企业。本土品牌则在大众市场通过规模化生产和渠道下沉占据一定优势，但整体市场份额较为分散，尚未形成具有全国性垄断力的单一品牌。这种竞争格局导致行业单位规模分化明显，国际企业通过高附加值产品维持较大单体规模，而本土企业多以区域化运营为主，规模扩张受限。

企业规模分布上，行业呈现金字塔型结构。顶端是少数年收入超百亿的大型集团，通过并购整合不断扩大市场覆盖和产品线，形成多品牌矩阵以满足不同消费层次需求。中间层是数量较多的中型企业，专注于细分领域或区域市场，通过差异化竞争维持生存空间。底层则是大量小型企业，集中在技术门槛低、同质化严重的领域，依赖低成本竞争，抗风险能力较弱。近年来，随着环保政策趋严和消费升级，底层企业数量持续减少，行业资源加速向中上层集中。

行业整合趋势显著影响单位规模变化。政策层面，环保标准提升和产业升级要求迫使中小企业进行技术改造或退出市场，推动行业整体规模结构优化。市场层面，消费需求的多元化和高端化促使头部企业通过并购重组快速获取技术、品牌和渠道资源，进一步扩大规模优势。同时，电商渠道的崛起打破了传统地域限制，为具备供应链效率和品牌运营能力的企业提供了全国性扩张的机会，加速了行业洗牌。这种整合不仅体现在生产端，还延伸至供应链上下游，头部企业通过垂直整合提升全链条控制力，进一步巩固规模优势。

二、行业人员规模状况分析

中国日化用品行业人员规模呈现出多维度的结构性特征。根据国家统计局 2024 年发布的第五次全国经济普查结果，2023 年末全国工业企业法人单位从业人员为 11428.9 万人，其中制造业占比 91.7%，而日化用品作为制造业的重要分支，其从业人员规模可从细分领域和区域分布中进一步解析。

在就业结构方面，行业呈现出明显的企业类型和规模差异。根据职友集 2025 年 7 月的招聘数据，日化行业企业规模以 100-499 人为主，占比 39.9%，其次是 500-999 人规模的企业，占比 25%。从企业性质看，内资企业从业人员占比 87.1%，港澳台及外资企业分别占 6.4% 和 6.4%。在人员构成上，

生产环节仍占据较大比重，例如青松股份等代工企业生产人员占比超过 80%，但近年来技术人员比例逐步提升，如青松股份 2022 年技术人员增加 75 人，显示出行业智能化转型的趋势。

区域分布上，广东、上海、江苏等沿海地区是日化产业的主要聚集地。广州作为全国日化产业核心城市，截至 2024 年 11 月，化妆品产业链从业人员已超过 60 万人。职友集数据显示，广东占全国日化行业企业分布的 33.2%，上海、江苏紧随其后。中西部地区如四川、河南等地也在加速发展，例如成都邛崃市 2025 年日化行业招聘职位量占当地 100%，显示出区域产业转移的迹象。

行业人员规模变化趋势受多重因素影响。一方面，消费升级推动品牌企业扩张，如华熙生物、贝泰妮等品牌商 2022 年销售人员分别增加 595 人和 304 人；另一方面，自动化技术应用导致生产人员缩减，如联合利华计划三年内裁减 7500 个全球办公室岗位。此外，2024 年全球美妆行业裁员潮波及中国，欧莱雅中国、资生堂中国等企业进行了结构性调整，但本土品牌如珀莱雅通过增员 423 人实现逆势增长。

三、行业资产规模状况分析

中国日化用品行业资产规模近年来呈现持续扩张态势，整体资产总量随市场需求增长与产业升级不断提升。行业资产结构逐步优化，固定资产与流动资产配置更趋合理，头部企业通过技术升级与产能扩张推动资产规模增长，中小企业则面临资产整合压力。随着消费升级与渠道变革，企业在研发、品牌建设及供应链管理上的投入增加，无形资产占比逐步提升，反映出行业从传统制造向技术驱动型转型的趋势。

行业资产规模扩张的核心动力来自市场需求增长与产业集中度提升。消费升级背景下，高端化、细分化产品需求旺盛，带动企业加大产能投资与技术改造，固定资产规模随之扩大。同时，行业并购重组频繁，头部企业通过收购整合中小企业资产，快速扩大市场份额，资产集中度显著提高。这种整合不仅优化了资源配置，也推动行业整体资产质量提升，龙头企业的资产规模与抗风险能力进一步增强。

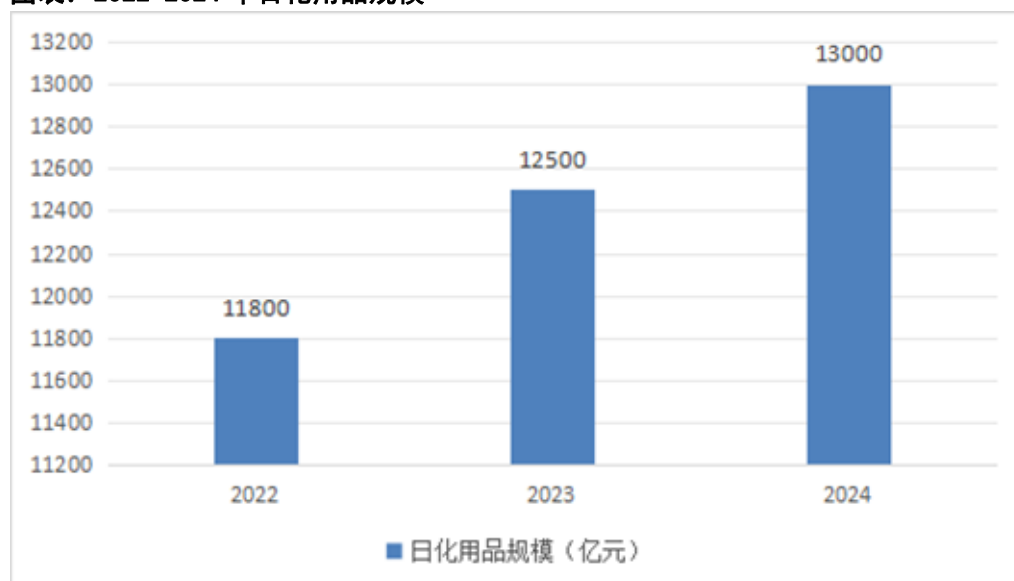
政策与技术创新对资产规模结构产生深远影响。环保法规趋严促使企业升级生产设备，增加绿色技术投入，推动固定资产向高效、低耗方向转型。国产替代政策则鼓励本土企业加大研发投入，提升自主品牌价值，无形资产占比上升。技术创新方面，生物科技、纳米技术等应用于产品研发，企业在研发设备、专利技术等方面的资产投入增加，形成新的竞争优势。这些变化不仅提升了行业资产的技术含量，也为长期增长奠定了基础。

区域资产分布差异显著，华东、华南等经济发达地区聚集了主要生产基地与品牌总部，资产规模占比较高。随着中西部地区消费市场崛起，企业开始在这些区域布局生产设施与物流网络，带动当地资产规模增长。线上渠道的快速发展也促使企业加大在电商平台、物流仓储等领域的资产投入，形成线上线下融合的资产配置模式。这种区域与渠道的资产布局调整，反映了行业适应市场变化、

优化资源配置的战略选择。

四、行业市场规模状况分析

图表：2022-2024 年日化用品规模



数据来源：中研普华产业研究院整理

从 2022 年到 2024 年，中国日化用品行业规模呈现持续增长态势，分别达到 11800 亿元、12500 亿元和 13000 亿元，三年间累计增长 10.17%。其中 2022 至 2023 年增长 700 亿元，增速为 5.93%；2023 至 2024 年增长 500 亿元，增速为 4%，整体呈现增速放缓但规模扩张的特征。这一趋势表明行业在经历快速发展后逐步进入成熟期，市场规模的扩张更多依赖存量市场的深耕与消费升级的驱动，而非单纯的增量市场拓展。

行业规模的持续增长反映出单位规模的结构变化。尽管缺乏直接的企业数量数据，但结合行业发展规律与市场动态，可推断出行业集中度在逐步提升。随着市场竞争加剧，中小企业面临更大的生存压力，部分企业退出市场，而头部企业通过品牌优势、渠道整合与技术升级扩大市场份额，推动行业整体单位规模（如平均企业规模）上升。这种结构性调整使得行业资源向优势企业集中，进一步巩固了头部企业的市场地位，形成规模效应与协同效应，为行业的高质量发展奠定基础。

从增速变化来看，2023 年增速较 2022 年有所回落，2024 年增速进一步放缓，这提示行业单位规模的扩张速度也在相应调整。在市场饱和度提高、消费者需求趋于理性的背景下，企业需要通过提升产品附加值、优化服务体验与创新营销模式来维持增长，而非依赖简单的规模扩张。这种转变促使行业从“量”的增长转向“质”的提升，单位规模的增长更多体现为企业经营效率的提高与盈利能力的增强，而非单纯的产值增加。未来，随着消费升级的持续推进与行业整合的深化，中国日化用品行业的单位规模将继续向集约化、高效化方向发展，头部企业的引领作用将更加显著。

三、公司介绍 COMPANY

中研普华集团创始于 1998 年，是中国领先的产业研究专业机构，公司致力于为企业中高层管理人员、企事业发展研究部门人员、市场投资人士、投行及咨询行业人士、投资专家等提供各行业丰富翔实的市场研究资料和商业竞争情报；为国内外的行业企业、研究机构、社会团体和政府部门提供专业的行业市场研究、商业分析、投资咨询、市场战略咨询等服务。公司经历 20 多年的发展，现已成为中国领先的细分市场研究机构及金融咨询领域权威专家。我们拥有多年的投资银行、企业上市一体化服务、市场调研、细分行业研究、项目可行性研究及投资咨询专业经验。目前，中研普华已经为上万家包括政府机构、银行、研究所、行业协会、咨询公司、投资公司、集团公司和各行业公司在内的单位提供了专业的产业研究报告、项目投资咨询及竞争情报研究服务，并得到客户的广泛认可；为众多企业进行了上市导向战略规划，同时也为境内外上百家上市企业进行财务辅导、行业细分领域研究和募投方案的设计，并协助其顺利上市；还协助国内多家证券公司开展 IPO 业务。

随着中国加入 WTO，中国企业将面临更多严峻挑战，市场信息显的尤为重要。中研普华将集团公司在国际市场上成功运作的商业服务模式引入中国，帮助中国企业成长，在国内外市场不断取得新的竞争优势和新的成长。在这种形势下，中研普华迅速崛起，已成为中国首屈一指的资讯服务商。面对中国新经济形势，我们以一名“辅导员”的身份，结合中国企业目前现状，为企业引进和提供最前沿的行业市场商情和企业管理资讯，通过中研普华 One Stop Service（一站式服务），秉承“管理是本质、信息是基础、效益是目的”的原则，愿意与所有具有前瞻性的中国企业分享成功实践的经验，用务实的精神和优质的服务，携手成就未来。

目前，中研普华已将客户服务总部设于深圳，信息研究中心设在北京，营销传播中心设在上海，海外资讯中心设于香港，并在广州、杭州、成都、青岛、武汉、哈尔滨等地设有分支机构。

顾问团队 CONSULTANT TEAM

中研普华始终把引进优秀的员工加盟作为公司的核心目标之一，公司员工拥有多种专业学历背景：统计学、金融学、产业经济学、市场营销学、国际贸易学、经济学、社会学、数学等数十个专业。中研普华现有 350 多名员工中，本科以上学历占 98.5%，60%具有双学位、硕士及博士学位，高级研究员 180 多名，专家顾问 45 人，市场调研专家 16 人，数据建模专家 8 人，海外咨询专家 5 人，公司大多数员工曾在国内多家知名产业研究所与证券研究机构有过丰富的从业经验。高素质的专业人才是中研普华的最大财富，也是我们向客户提供优质服务的保证。

业务范围 BUSINESS SCOPE

中研普华业务范围主要囊括了细分产业领域研究、IPO 咨询、并购与重组、投资咨询、项目可行性分析、行业市场研究、市场调查、商业计划书编制及营销策划咨询等领域。中研普华业务覆盖全球主要国家及地区，为外资企业注资中国及跨国合作提供了切实高效的服务。公司 80%以上的业务主要针对大中华区实施，我们在中国大陆 220 多个主要城市设立调查网点（如北京、上海、天津、重庆、南京、武汉、成都、长沙、杭州、西安、兰州、石家庄、沈阳、济南、郑州、合肥、福州、厦门、南宁等），为客户提供专项市场调查的同时，也为市场研究及投资咨询服务提供主要的数据支

持。公司拥有在中国香港、澳门、台湾及部分海外地区实施项目的宝贵经验。公司已与国内外上百家专业调研机构建立长期合作关系，确保了跨国性项目的有效实施和执行。

细分市场研究

[医疗](#) [通讯](#) [机电](#) [汽车](#) [房产](#) [轻工](#)
[家电](#) [日化](#) [食品](#) [零售](#) [酒店](#) [金融](#)
[传媒](#) [建材](#) [能源](#) [石化](#) [农业](#) [文教](#)

项目可行性研究

[可行性研究](#) [项目建议书](#) [项目计划书](#)
[募投可研报告](#) [项目申请报告](#) [资金申请报告](#)
[境外投资申请](#) [项目评估报告](#) [投资价值报告](#)

商业计划书

[商业计划书](#) [项目计划书](#) [商业策划书](#)
[招商计划书](#) [创业计划书](#) [私募计划书](#)
[并购计划书](#) [合作计划书](#) [商业企划书](#) [标书](#)

专项市场调研

[专项市场研究](#) [产品营销研究](#) [品牌调查研究](#)
[广告媒介研究](#) [渠道商圈研究](#) [满意度研究](#)
[神秘顾客调查](#) [消费者研究](#) [调查执行技术](#)

兼并重组研究

[兼并重组](#) [公司兼并](#) [企业重组](#) [资产重组](#)
[股权重组](#) [借壳上市](#) [跨国并购](#) [横向并购](#)
[纵向并购](#) [现金并购](#) [企业私有化](#)

IPO 上市咨询

[上市前规范](#) [上市前咨询](#) [上市前融资](#)
[细分市场调研](#) [募投项目可研](#) [发展战略规划](#)
[尽职调查](#) [上市后服务](#) [一体化方案](#)

产业园区规划

[产业园区规划](#) [产业分析规划](#) [城市/区域规划](#)
[空间规划咨询](#) [招商策划咨询](#) [总部经济规划](#)
[智慧城市规划](#) [地产策划咨询](#) [一体化服务](#)

十五五规划

[政府规划研究](#) [产业发展规划](#) [企业发展规划](#)
[区域发展规划](#) [城市发展规划](#) [战略规划研究](#)
[热点领域聚焦](#) [热点解决方案](#)

特色小镇

[特色产业规划](#) [申报立项](#) [招商策划](#)
[特色小镇特征](#) [政策汇总](#) [评分细则](#)
[商业运营模式](#) [经典案例](#) [投融资模式](#)

产业地产

[项目拿地](#) [产业定位](#) [产业规划](#) [产业招商](#)
[产业运营](#) [产业新城](#) [产业小镇](#) [产业综合体](#)
[开发模式](#) [关键要素](#) [赢利模式](#) [解决方案](#)

核心竞争力 CORE COMPETITIVENESS

丰富的行业经验。我们针对各行业都设有产业研究组，组长均具有资深实际行业从业经验，研究组定期举办行业主题研讨会及进行典型企业走访调研，积累了丰富的行业实践经验，以此为基础，充分运用扎实的理论知识，更好的为客户提供服务。

资深的专家顾问。我们的专家团队来自于国家级科研院所、著名大学教授、以及具备成功经验的企业家，在产业研究、市场调研、投资咨询、管理咨询等领域拥有强大的专业能力，能及时有效的满足客户需求。

权威的信息数据。中研普华建立了覆盖 3000 多个细分行业市场的数据库并持续的更新。我们设有数据中心，以国家统计局部门、工商部门、行业协会、海关总署及其他战略合作机构为重要信息渠道。另外，我们拥有自己的调研队伍，运用各种调查手段和渠道，准确、及时地掌握权威信息。

科学的研究方法。我们采取专业的研究模型，如：SWOT 分析、波士顿矩阵、波特竞争力、洛伦茨曲线等；精准的数据分析，如：相关分析、方差分析、多维尺度分析、聚类分析、因子分析等；周密的调查方法，如：定性调查、定量调查等相结合的方式，力求为客户提供专业化的服务。

完善的服务体系。我们不仅为您提供专业化的研究报告，还会为您提供超值的售后服务，如：免费数据查询、行业发展建议、投资行业策略、市场深度分析、营销策划、重大展会提示等服务，给您带来完善的一站式服务。

社会影响力 SOCIAL INFLUENCE

中研普华集团是中国成立时间最长，拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构之一。中研普华始终坚持研究的独立性和公正性，其研究结论、调研数据及分析观点广泛被电视媒体、报刊杂志及企业采用。同时，中研普华的研究结论、调研数据及分析观点也大量被国家政府部门及商业门户网站转载，如中央电视台、凤凰卫视、深圳卫视、新浪财经、中国经济信息网、商务部、国资委、发改委、国务院发展研究中心（国研网）等。



了解中研普华的实力：[电视采访报道](#) [门户网站引用](#) [招股说明书引用](#) [权威媒体报道](#) [客户好评如潮](#)

客户征订表

让决策更稳健, 让投资更安全!

单位名称: _____ (盖章)
主营业务: _____
公司负责人: _____ 职务: _____
资料收件人: _____ 职务: _____
电 话: _____ 手机: _____
地 址: _____
邮 编: _____ 电子邮件: _____

报告及专项: _____ 份数: _____

服务方式: ☐ 全套版本 (含印刷版及电子版) ☐ 电子版本 (电子邮件发送) ☐ 印刷版本 (免费快递)
付款总金额: _____ 付款日期: _____

特别推荐订阅套餐

保证100%满意, 您必须拥有

- ☐ **战略套餐: 5份研究报告, 特惠订阅费用 5万元, 自选报告或咨询客服, 全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值: 全面了解行业上下游产业链, 对行业脉络进行系统性梳理, 厘清产品流通各个环节, 实现企业的成长与产品的成功。
- ☐ **发展套餐: 10份研究报告, 特惠订阅费用 8万元, 自选报告或咨询客服, 全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值: 充分了解行业重点领域发展态势, 准确把握市场热点变化趋势, 为营销策略的制定、企业的战略规划提供有力支持。
- ☐ **智慧套餐: 15份研究报告, 特惠订阅费用10万元, 自选报告或咨询客服, 全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值: 深入了解行业细分市场及关联产业发展形势, 挖掘各领域投资机会, 延伸企业经营触角, 实现企业跨行业并购整合。
- ☐ **总裁套餐: 20份研究报告, 特惠订阅费用12万元, 自选报告或咨询客服, 全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值: 多角度! 多层面! 透视各行业、各业务发展, 完善集团管控体系, 准确掌舵集团航向, 有效降低企业智力投资成本。

专项咨询定制服务

专项定制需根据企业具体要求出具项目方案, 再做出合理报价

商业计划书编制	商业计划书/项目计划书/商业策划书/招商计划书/创业计划书/私募计划书/并购方案/标书, 编制及翻译。
项目可行性研究	可行性研究/项目建议书/项目计划书/项目申请/资金申请/境外投资/项目评估/机会研究/风险评估服务。
行业市场专项调研	细分市场研究/竞争对手研究/营销研究/品牌调查/广告研究/商圈研究/消费者研究, 覆盖多行业多领域。
产业园区规划咨询	产业集群/园区规划/区域战略规划/城市新区规划/园区建设和运营/园区招商引资/园区功能服务体系等。
IPO上市咨询服务	细分市场调研/募投可研/上市前规范/上市前融资/招股说明书/上会路演/上市后服务/财经公关/再融资。

☐ 汇款至 中国建设银行

帐户名: 深圳市中研普华产业研究院有限公司
开户行: 中国建设银行深圳市分行
帐 号: 44201501100052597578

☐ 汇款至 中国工商银行

帐户名: 深圳市中研普华管理咨询有限公司
开户行: 中国工商银行深圳市分行
帐 号: 4000023009200181386



扫描二维码, 查看
更多研究
报告目录

中研普华集团™
ZERO POWER INTELLIGENCE GROUP



总部地址: 深圳市福田区滨河大道中洲湾西座 27 层 (518000)
全国统一服务热线: **400-856-5388 400-086-5388** 免费电话
订阅热线: **0755- 25425716 25425726 25425736 25425706**
0755- 25425756 25425776 25420896 25420806
0755- 23895086 25427856 25428586 25429596
传 真: **0755- 25429588 25428099** 全年无休 24 小时服务
官方网站: 中国产业研究院 www.ChinaIRN.com 深圳/ 北京/ 上海

订阅方法: 请把征订表用正楷字填写完后传真或快递给我们, 然后通过银行付款。款到后即完成订阅手续, 产品与发票会在款到后 24 小时内以特快专递寄出。订阅传真: 0755- 25429588 25428099 7 天×24 小时 贴心服务