

日用品广州进口报关 进口日用品清关重点解析

产品名称	日用品广州进口报关 进口日用品清关重点解析
公司名称	广州市天睿进出口有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广州市黄埔区港湾路68号2108-2109房
联系电话	19927528149 13826000607

产品详情

日用品又名生活用品，是普通人日常使用的物品，生活必需品，即是家庭用品，家居食物、家庭用具及家庭电器等。企业的技术环境是指企业所处的社会环境中的技术要素及与该要素直接相关的各种社会现象的集合。对于行业内的企业，需要特别关注所在行业的技术发展动态和竞争者技术开发、新产品开发方面的动向。新技术的快速扩散使得产品的生命周期大幅度缩短，给那些能快速推出新产品和新服务的公司带来了竞争优势。先导入新技术的企业通常能够获得更高的市场份额和更高的回报。因此，需要密切关注技术环境，及时了解是否有当前技术的替代技术出现，并发现可能给企业带来竞争利益的新技术、新材料和新工艺的出现。从今天的情况来看，吸收式中央空调行业的技术水平处于成熟阶段，在一段较长的时期内较难出现突破性的技术，行业内各竞争企业基本上进行产品改良，主要围绕着降低现有产品的成本等方面来进行相关工作。因此，仅从当前来看，技术因素不会对竞争格局带来重大改变。

日用品进口需要的资料文件：1、发票2、装箱单3、进口购销合同4、原产地书5、卫生证6、海运提单7、成分分析报告

日化用品是指人们日常生活中使用的科技化学制品，包括洗发水、沐浴露、化妆品、洗衣粉等。日化用品（Everyday chemicals, household chemicals），简称日化。日化用品是指日用化学品，是人们平日常用的科技化学制品包括洗发水、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（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、化妆用品等。日用化学品工业随着人们生活水平的提高，人们购买力的增强有了很大的发展。日用品包括化妆品，洗涤剂、口腔日用化学品、专用清洁剂等。而日用化妆品的发展，在效用区分上将更加细致，功能性更强。日化用品进口流程：1.取得化妆品进口许可批文，此批文需在北京食品药品监督管理局办理。2.在进口口岸出入境检验检疫局取得中文标签备案。3.准备资料报检取得通关单，然后报关。4.报关通过缴税之后在商检局领取CIQ方可上架销售。

我日化行业市场现状近年来，受我经济持续快速发展，城市化进程不断推进，人们生活水平的提高，人均消费支出的增长等有利因素的促进，我已经成为了全球大的日化产品消费市场之一。我洗护产品市场现状（1）洗发和洗浴市场现状洗发洗浴产品包括洗发水、护发素、沐浴露等。随着我洗护产品市场的快速发展，作为重要细分领域的洗发洗浴市场也保持了稳定增长。根据权威机构统计数据显示，2013年我洗发洗浴市场较2000年分别增长了246.67%和337.88%。未来几年，随着人民收入水平的提高，消费者对自身形象的重视程度日益加强，人均洗发洗浴产品消耗量将继续提高，洗发洗浴产品市场潜力巨大。据研究机构预测，2015至2019年我洗发洗浴产品销售额预计复合年均增长率为5.8%。

护肤品市场现状 2013年中护肤品销售额达到1,314亿元，是我洗护产品市场中重要领域之一。中护肤品市场发展潜力巨大，其中女性护肤品市场规模未来将保持持续增长，儿童护肤品、男性护肤品和中老年护肤品等新兴市场虽处于起步阶段，但未来发展前景同样广阔。据统计，2004至2013年我护肤品市场的销售额复合增长率为14.50%，预计在2013-2019年间，

这一增速仍能保持10.6%左右的高增长率。其中进口的化妆品应当提供以下文件：（一）符合相关规定要求，正常使用不会对人体健康产生危害的声明；（二）产品配方；（三）实施卫生许可或者备案的化妆品，应当提交相关主管部门批准的进口化妆品卫生许可批件或者备案凭证；（四）没有实施卫生许可或者备案的化妆品，应当提供下列材料：1.具有相关资质的机构出具的可能存在安全性风险物质的有关安全性评估资料，包括产品安全性承诺化妆品中安全性风险物质危害识别表等。2.在生产（地区）允许生产、销售的证明文件或者原产地证明；（五）销售包装化妆品成品除前四项外，还应当提交中文标签样张和外文标签及翻译件；（六）非销售包装的化妆品成品还应当提供包括产品的名称、数/重量、规格、产地、生产批号和限期使用日期（生产日期和保质期）、加施包装的目的地名称、加施包装的工厂名称、地址、联系方式；（七）质检总局要求的其他文件。

日化用品行业分类：日用化工产业是生产与人的日常生活相关的化工产品大类。根据传统的产品分类，日化产业习惯分为以下六大类：1.化妆品（含美容化妆品，清洁化妆品，护肤品，发用化妆品）；2.洗涤用品（含皂类洗衣粉洗涤剂）；3.口腔用品（含牙膏漱口水等）；4.香味剂，除臭剂；5.驱虫灭害产品；6.其他日化产品（如鞋油，地板蜡等）

日化用品行业的销售模式 尽管日化行业内产品种类繁多，不同的产品之间的功用、消费环境差异很大，但是可以粗略地划分为传统与专业销售。日化线主要指的是传统的广告推销，超市销售等等；而专业线所指的渠道主要为美容院，具有投资少，门槛低的特点。内日化市场常见的销售模式无非是以下几种：1、生产商 - 消费者（常见的直销模式）2、生产商 - 零售商 - 消费者3、生产商 - 批发商 - 零售商 - 消费者或生产商 - 代理商 - 零售商 - 消费者4、生产商 - 代理商 - 批发商 - 零售商 - 消费者

日化产品市场成长迅速，但传统的“产品 销售渠道 消费者”构成的通路模式仍占多数，又加上日化产品的商品特征，致使现今市场的一切竞争很大程度归结为销售渠道上的争夺。随着商业的进一步发展，一些新的销售模式，如直销将会出有很大的发展。对日化行业而言，在渠道的长度上，大多数采用的还是多级渠道结构；在渠道的宽度上，由于经销的都是与消费者日常生活密切相关的日用品，厂家往往选择是密集型分销结构。因此，在日化产业的整个供应链上，中间商的数量众多，符合公司产品的市场定位。天睿企业拥有一批由行业组成的顾问团队及执行团队，凭借广泛的社会资源、畅通的服务渠道以及对相关政策法规、相关批文申报流程的专业了解，已为内外众多良好企业成功申报相关批文手续、解决进出口清关疑难问题、为企业产品量身打造进口专业性方案。在进口食品、化妆品、保健品、美容仪器类供应链服务方面处于内良好水平。