2024-2029年中国个人护理行业市场需求预测与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国个人护理行业发展综述
1.1 个人护理行业概述
1.1.1 个人护理行业概念及分类
（1）个人护理行业的定义
（2）个人护理行业产品分类
1.1.2 个人护理行业统计标准
（1）行业统计部门和口径
1）规模以上企业的统计范围
2）进出口统计部门和口径
3）技术统计口径
4）市场规模统计口径
（2）行业统计方法
1.1.3 个人护理行业地位分析
（1）个人护理行业在国民经济中的地位
（2）个人护理行业在日化行业中的地位
1.1.4 个人护理行业产业链分析
（1）产业链上游市场分析
1）个人护理原材料行业
2）个人护理包装行业
（2）产业链下游市场分析
1.2 个人护理行业发展环境分析
1.2.1 行业政策环境分析
（1）个人护理行业标准分析
（2）个人护理行业相关政策
（3）个人护理行业发展规划
1.2.2 行业经济环境分析
（1）中国GDP增长状况
（2）居民收入水平分析
（3）居民消费水平分析
（4）经济水平对个人护理行业的影响分析
1.2.3 行业社会环境分析
（1）消费群体变化分析
（2）消费观念变化分析
（3）不同人口特征城市居民个人护理购买比例
（4）不同媒介接触频率居民个人护理消费情况
（5）中国居民对个人护理品牌资讯关注情况
1.2.4 行业技术环境分析
（1）行业技术水平
（2）行业研发投入
（3）行业技术趋势
第2章：全球个人护理行业发展状况分析
2.1 全球个人护理行业发展分析
2.1.1 全球个人护理市场规模分析
2.1.2 全球个人护理竞争格局分析
2.1.3 全球个人护理产品结构分析
2.1.4 全球个人护理区域市场分析
2.1.5 全球个人护理销售渠道分析
2.2 主要国家个人护理行业分析
2.2.1 美国个人护理行业发展分析
（1）美国个人护理行业发展历程
（2）美国个人护理行业市场规模

（3）美国个人护理行业产品结构
（4）美国个人护理行业竞争格局
（5）美国个人护理行业前景预测
2.2.2 法国个人护理行业发展分析
（1）法国个人护理行业发展历程
（2）法国个人护理行业市场规模
（3）法国个人护理行业产品结构
（4）法国个人护理行业竞争格局
（5）法国个人护理行业前景预测
2.2.3 日本个人护理行业发展分析
（1）日本个人护理行业发展历程
（2）日本个人护理行业市场规模
（3）日本个人护理行业产品结构
（4）日本个人护理行业竞争格局
（5）日本个人护理行业前景预测
2.2.4 德国个人护理行业发展分析
（1）德国个人护理行业发展历程
（2）德国个人护理行业市场规模
（3）德国个人护理行业产品结构
（4）德国个人护理行业竞争格局
（5）德国个人护理行业前景预测
2.3 全球个人护理巨头发展分析
2.3.1 法国欧莱雅（L’ORÉAL）
（1）企业发展概况
（2）企业总体经营情况
（3）企业产品结构分析
（4）主要个人护理品牌经营情况
（5）企业销售区域分布
（6）个人护理市场地位分析
（7）企业在华业务布局
（8）企业在华经营情况
2.3.2 英国联合利华（UNILEVER）
（1）企业发展概况
（2）企业总体经营情况
（3）企业产品结构分析
（4）主要个人护理品牌经营情况
（5）企业销售区域分布
（6）个人护理市场地位分析
（7）企业在华业务布局
1）布局生产基地
2）布局电商
（8）企业在华经营情况
2.3.3 美国宝洁（P&G）
（1）企业发展概况
（2）企业总体经营情况
（3）企业产品结构分析
（4）主要个人护理品牌经营情况
（5）企业销售区域分布
（6）个人护理市场地位分析
（7）企业在华业务布局
1）围绕爆款产品进行产品线延伸
2）因地制宜进行营销
（8）企业在华经营情况
2.3.4 美国安利（AMWAY）
（1）企业发展概况
（2）企业总体经营情况
（3）企业产品结构分析
（4）主要个人护理品牌经营情况
（5）企业销售区域分布

（6）个人护理市场地位分析
（7）企业在华业务布局
（8）企业在华经营情况
2.3.5 德国拜尔斯道夫（BEIERSDORF）
（1）企业发展概况
（2）企业总体经营情况
（3）企业产品结构分析
（4）主要个人护理品牌经营情况
（5）企业销售区域分布
（6）个人护理市场地位分析
（7）企业在华业务布局
（8）企业在华经营情况
2.3.6 日本资生堂（SHISEIDO）
（1）企业发展概况
（2）企业总体经营情况
（3）企业产品结构分析
（4）主要个人护理品牌经营情况
（5）企业销售区域分布
（6）个人护理市场地位分析
（7）企业在华业务布局
（8）企业在华经营情况
2.3.7 高露洁（Colgate）
（1）企业发展概况
（2）企业总体经营情况
（3）企业产品结构分析
（4）主要个人护理品牌经营情况
（5）企业销售区域分布
（6）个人护理市场地位分析
（7）企业在华业务布局
（8）企业在华经营情况
2.3.8 美国强生（JNJ）
（1）企业发展概况
（2）企业总体经营情况
（3）企业产品结构分析
（4）主要个人护理品牌经营情况
（5）企业销售区域分布
（6）个人护理市场地位分析
（7）企业在华业务布局
（8）企业在华经营情况
2.4 全球个人护理市场发展趋势
2.4.1 全球个人护理市场发展趋势
2.4.2 全球个人护理市场前景预测
（1）全球个人护理市场规模预测
（2）全球个人护理产品结构预测
（3）全球个人护理区域分布预测
第3章：中国个人护理行业发展现状分析
3.1 中国个人护理行业发展状况分析
3.1.1 中国个人护理行业发展历程
3.1.2 中国个人护理行业状态描述总结
3.1.3 中国个人护理行业经济特性分析
3.1.4 中国个人护理行业发展特点分析
3.2 中国个人护理行业经营情况分析
3.2.1 中国个人护理行业市场规模分析
3.2.2 中国个人护理行业经营效益分析
3.2.3 中国个人护理行业盈利水平分析
3.2.4 中国个人护理行业价格走势分析
3.2.5 中国个人护理行业销售渠道分析
（1）中国个人护理行业渠道成本构成
1）线下渠道成本构成分析

2）线上渠道成本构成分析
（2）中国个人护理行业渠道收益构成
1）线下渠道收益构成分析
2）线上渠道收益构成分析
（3）中国个人护理行业销售渠道广告投放
3.3 中国个人护理行业进出口市场分析
3.3.1 中国个人护理行业进出口概况
3.3.2 中国个人护理行业出口分析
（1）中国个人护理行业出口整体情况
（2）中国个人护理行业出口产品结构
（3）中国个人护理行业出口前景及建议
3.3.3 中国个人护理行业进口分析
（1）中国个人护理行业进口整体情况
（2）中国个人护理行业进口产品结构
（3）中国个人护理行业进口前景及建议
3.4 中国个人护理行业竞争格局分析
3.4.1 中国个人护理行业市场竞争分析
（1）行业竞争层次分析
（2）行业竞争格局分析
（3）不同档次个人护理竞争格局
1）高端个人护理市场竞争格局
2）大众个人护理市场竞争格局
3.4.2 中国个人护理行业波特五力模型分析
（1）行业现有竞争者分析
（2）行业潜在进入者威胁
（3）行业替代品威胁分析
（4）行业供应商议价能力分析
（5）行业购买者议价能力分析
（6）行业竞争情况总结
3.4.3 本土个人护理行业竞争策略分析
（1）本土个人护理企业重点竞争领域
（2）本土个人护理企业存在问题分析
（3）本土个人护理企业竞争策略分析
3.5 外资个人护理企业在华竞争力分析
3.5.1 外资个人护理企业在华拓展情况
（1）外资个人护理企业在华拓展历程
（2）外资个人护理企业在华拓展力度
（3）外资个人护理企业在华拓展方向
3.5.2 外资个人护理企业在华竞争力分析
（1）外资个人护理企业在华竞争优势
（2）外资个人护理企业把控高端市场
3.5.3 外资个人护理企业在华市场份额
（1）Top10外资企业在华市场份额
（2）主要外资个人护理品牌市场份额
（3）外资个人护理品牌在百货渠道的市场份额
（4）外资个人护理品牌在电商渠道的市场份额
3.5.4 外资个人护理企业在华竞争策略
3.5.5 外资个人护理企业在华竞争趋势
3.5.6 外资个人护理企业对国内企业的影响
3.6 个人护理行业投融资情况分析
3.6.1 国际个人护理行业投资重组分析
（1）全球个人护理行业投资并购规模分析
（2）全球个人护理行业投资并购动因分析
（3）全球个人护理行业投资并购事件汇总
3.6.2 中国个人护理行业投资重组分析
（1）国内个人护理行业投资并购规模分析
（2）国内个人护理行业投资并购动因及案例分析
（3）国内个人护理行业投资并购事件汇总
3.6.3 中国个人护理行业融资情况分析

（1）中国个人护理行业融资规模
（2）中国个人护理行业融资主体
（3）中国个人护理行业融资事件汇总
（4）中国个人护理行业融资领域
（5）中国个人护理行业融资趋势
第4章：个护细分产品之口腔用品市场分析
4.1 口腔用品市场发展现状
4.1.1 中国口腔用品发展概况分析
4.1.2 中国口腔用品市场规模分析
4.1.3 中国口腔用品产品结构分析
4.1.4 口腔用品消费者关注情况分析
（1）口腔用品关注指数
（2）口腔用品关注内容
（3）口腔用品品牌关注度
（4）口腔用品产品用途关注度
4.1.5 中国口腔用品价格趋势分析
4.1.6 口腔用品行业技术发展分析
（1）口腔用品技术现状分析
（2）口腔用品最新技术进展
（3）口腔用品技术发展趋势
4.2 口腔用品竞争情况分析
4.2.1 中国口腔用品竞争格局分析
（1）中国口腔用品竞争层次分析
（2）中国口腔用品竞争格局分析
（3）不同档次口腔用品竞争格局
4.2.2 中国口腔用品行业五力模型分析
（1）行业现有竞争者分析
（2）行业潜在进入者威胁
（3）行业替代品威胁分析
（4）行业供应商议价能力分析
（5）行业购买者议价能力分析
（6）行业竞争情况总结
4.2.3 外资口腔用品在华竞争力分析
（1）外资口腔用品企业在华拓展情况
（2）外资口腔用品企业在华竞争力分析
（3）外资口腔用品企业在华市场份额
（4）外资口腔用品企业在华竞争策略
4.2.4 本土口腔用品竞争策略分析
（1）本土口腔用品企业重点竞争领域
（2）本土口腔用品企业存在问题分析
（3）本土口腔用品企业竞争策略分析
4.3 口腔用品销售渠道分析
4.3.1 中国口腔用品线下渠道分析
（1）中国口腔用品线下渠道主要类型
（2）中国口腔用品线下渠道拓展情况
（3）中国口腔用品线下渠道销售规模
（4）中国口腔用品主要线下渠道份额
4.3.2 中国口腔用品线上渠道分析
（1）中国口腔用品线上渠道主要类型
（2）中国口腔用品线上渠道拓展情况
（3）中国口腔用品线上渠道销售规模
（4）中国口腔用品主要线上渠道份额
4.4 口腔用品细分市场分析
4.4.1 按产品剂型划分细分市场分析
（1）牙膏市场分析
（2）漱口水市场分析
（3）牙贴市场分析
4.4.2 按产品功效划分细分市场分析
（1）美白口腔用品

（2）护龈口腔用品
（3）口气清新口腔用品
（4）婴幼儿口腔用品
（5）老年人口腔用品
4.5 口腔用品发展趋势预测
第5章：个护细分产品之护发用品市场分析
5.1 护发用品市场发展现状
5.1.1 中国护发用品发展概况分析
5.1.2 中国护发用品市场规模分析
5.1.3 中国护发用品产品结构分析
5.1.4 护发用品消费者关注情况分析
（1）护发用品关注指数
（2）护发用品关注内容
（3）护发用品品牌关注度
（4）护发用品产品用途关注度
5.1.5 中国护发用品价格趋势分析
5.1.6 护发用品行业技术发展分析
（1）多学科交叉应用越来越多
（2）生物技术广泛应用
5.2 护发用品竞争情况分析
5.2.1 中国护发用品竞争格局分析
（1）中国护发用品竞争层次分析
（2）中国护发用品竞争格局分析
（3）不同档次个人护理竞争格局
5.2.2 中国护发用品行业五力模型分析
（1）行业现有竞争者分析
（2）行业潜在进入者威胁
（3）行业替代品威胁分析
（4）行业供应商议价能力分析
（5）行业购买者议价能力分析
（6）行业竞争情况总结
5.2.3 外资护发用品在华竞争力分析
（1）外资护发用品企业在华拓展情况
（2）外资护发用品企业在华竞争力分析
（3）外资护发用品企业在华市场份额
（4）外资护发用品企业在华竞争策略
5.2.4 本土护发用品竞争策略分析
（1）本土护发用品企业重点竞争领域
（2）本土护发用品企业存在问题分析
（3）本土护发用品企业竞争策略分析
5.3 护发用品销售渠道分析
5.3.1 中国护发用品线下渠道分析
（1）中国护发用品线下渠道主要类型
（2）中国护发用品线下渠道拓展情况
（3）中国护发用品线下渠道销售规模
（4）中国护发用品主要线下渠道份额
5.3.2 中国护发用品线上渠道分析
（1）中国护发用品线上渠道主要类型
（2）中国护发用品线上渠道拓展情况
（3）中国护发用品线上渠道销售规模
（4）中国护发用品主要线上渠道份额
5.3.3 中国护发用品销售渠道趋势分析
5.4 护发用品细分产品分析
5.4.1 头发修护产品市场分析
（1）头发修护产品消费现状分析
（2）头发修护产品市场发展趋势
5.4.2 护色产品产品市场分析
5.4.3 防脱发产品市场分析
（1）防脱发产品消费现状分析

（2）防脱发产品市场潜力
5.4.4 头皮护理产品市场分析
（1）头皮护理产品消费现状分析
（2）头皮护理产品品牌竞争情况
5.4.5 毛发新生产品市场分析
（1）毛发新生产品消费现状分析
（2）毛发新生产品品牌竞争情况
5.5 护发用品发展趋势预测
5.5.1 中国护发用品市场发展趋势
（1）中国护发用品产品趋势分析
（2）中国护发用品市场趋势分析
5.5.2 中国护发用品市场前景预测
第6章：中国个人护理行业重点企业分析
6.1 个人护理企业发展总体状况分析
6.2 中国个人护理领先企业个案分析
6.2.1 上海家化联合股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向
6.2.2 霸王国际集团（控股）有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向
6.2.3 索芙特股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向
6.2.4 江苏隆力奇生物科技股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向
6.2.5 纳爱斯集团有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向
6.2.6 宝洁（中国）有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向
6.2.7 联合利华（中国）有限公司
（1）企业发展简况分析

（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向
6.2.8 强生（中国）有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向
6.2.9 安利（中国）日用品有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向
6.2.10 高露洁棕榄（中国）有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向
第7章：中国个人护理行业发展投资策略
7.1 个人护理行业发展趋势与前景预测
7.1.1 行业发展趋势预测
（1）市场趋势分析
（2）产品趋势分析
（3）竞争趋势分析
（4）渠道趋势分析
（5）技术趋势分析
7.1.2 行业发展因素分析
（1）市场增长空间大
（2）“刚性需求”保证消费需求
（3）产品营销推广
7.1.3 行业发展前景预测
（1）个人护理总需求预测
（2）个人护理细分产品需求预测
7.2 个人护理行业投资风险分析
7.2.1 行业进入壁垒分析
7.2.2 行业经营模式分析
（1）提升品牌模式
（2）促进个性服务模式挖掘
（3）服务带动口碑模式
（4）完善互联网运营推广
7.2.3 行业投资风险预警
（1）政策风险
（2）供求风险
（3）宏观经济波动风险
（4）市场竞争风险
7.3 个人护理行业投资策略与建议分析
7.3.1 行业投资价值分析
7.3.2 行业投资机会分析
（1）80、90后将带动行业消费增长
（2）渠道下沉扩大市场容量
（3）中国的高消费时代到来

（4）产业升级成本将会压缩
（5）网络市场加快市场开拓
7.3.3 行业发展策略分析
（1）品牌定位策略分析
（2）产品组合策略分析
（3）产品差异化策略分析
（4）新产品开发策略分析
（5）产品生命周期运用策略分析
7.3.4 行业投资策略建议
（1）强化本土品牌的本土特色
（2）注重跟踪研发和合作研发策略
（3）从趋势性技术寻找市场机会
（4）积极申请专利技术学会自我保护

图表目录

图表1：国家统计局对个人护理行业的定义与归类
图表2：个人护理行业产品分类
图表3：本报告的主要研究方法及统计标准说明
图表4：2016-2021年个人护理行业市场规模占GDP比重走势图（单位：%）
图表5：2016-2021年中国个人护理市场规模及占日化行业市场规模比例（单位：%）
图表6：个人护理行业产业链
图表7：个人护理行业产业链生态图谱
图表8：个人护理行业原料供应商分布情况
图表9：个人护理产品包装特点
图表10：个人护理下游销售渠道分类
图表11：中国个人护理行业下游渠道发展趋势分析
图表12：中国个人护理行业标准体系建设
图表13：截至2022年个人护理行业主要标准汇总
图表14：截至2022年国家层面关于个人护理行业的主要政策汇总
图表15：截至2022年中国个人护理行业发展规划汇总
图表16：2010-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）
图表17：2010-2022年中国居民人均可支配收入（单位：元）
图表18：2010-2022年中国居民人均消费支出（单位：元）
图表19：2013-2022年中国居民人均消费支出结构（单位：%）
图表20：2017-2021年中国GDP与个人护理行业营收规模相关性
图表21：中国消费者的主要分类（单位：%）
图表22：中国个人护理行业不同消费者比例（单位：%）
图表23：2021年中国个人护理品销售渠道份额（单位：%）
图表24：2021-2022年中国居民对个人护理品牌资讯关注情况（单位：%）
图表25：2013-2022年中国个人护理行业相关专利申请情况（单位：项，%）
图表26：截至2022年中国个人护理行业热门技术（单位：项）
图表27：2020-2021年中国个人护理行业代表性上市公司研发投入水平（单位：亿元，%）
图表28：技术环境对中国个人护理行业发展的影响总结
图表29：2017-2021年全球个人护理市场规模增长情况（单位：亿美元，%）
图表30：2021年全球个人护理行业竞争格局（单位：%）
图表31：2021年全球个人护理品分产品销售规模统计（单位：亿美元）
图表32：2021年全球个人护理行业产品结构（单位：%）
图表33：2021年全球个人护理品分区域销售规模统计TOP10国家（单位：亿美元）
图表34：2021年全球个人护理区域分布（单位：%）
图表35：2021年全球个人护理品销售渠道份额（单位：%）
图表36：美国个人护理行业发展历程分析
图表37：2017-2021年美国个人护理市场规模增长情况（单位：亿美元，%）
图表38：2021年美国个人护理行业产品结构（单位：%）
图表39：2021年美国个人护理行业竞争格局TOP10企业（单位：%）
图表40：2022-2027年美国个人护理行业前景预测（单位：亿美元）

图表41：法国个人护理行业发展历程分析
图表42：2017-2021年法国个人护理市场规模增长情况（单位：亿欧元，%）
图表43：2021年法国个人护理行业产品结构（单位：%）
图表44：2021年法国个人护理行业竞争格局TOP10企业（单位：%）
图表45：2022-2027年法国个人护理行业前景预测（单位：亿欧元）
图表46：日本个人护理行业发展历程分析
图表47：2017-2021年日本个人护理市场规模增长情况（单位：万亿日元，%）
图表48：2021年日本个人护理行业产品结构（单位：%）
图表49：2021年日本个人护理行业竞争格局TOP10企业（单位：%）
图表50：2022-2027年日本个人护理行业前景预测（单位：万亿日元）
图表51：德国个人护理行业发展历程分析
图表52：2017-2021年德国个人护理市场规模增长情况（单位：亿欧元，%）
图表53：2021年德国个人护理行业产品结构（单位：%）
图表54：2021年德国个人护理行业竞争格局TOP10企业（单位：%）
图表55：2022-2027年德国个人护理行业前景预测（单位：亿欧元）
图表56：法国欧莱雅（L’ORÉAL）简介
图表57：2011-2021年欧莱雅集团营业收入变动情况（单位：亿欧元，%）
图表58：2011-2021年欧莱雅集团营业利润变动情况（单位：亿欧元，%）
图表59：2021年欧莱雅集团营业收入产品结构（单位：亿欧元，%）
图表60：欧莱雅集团旗下品牌
图表61：2021年欧莱雅集团营业收入区域构成（单位：亿欧元，%）
图表62：2016-2021年欧莱雅个人护理业务在全球市场份额（单位：%）
图表63：2021年欧莱雅个人护理业务在各地区市场份额（单位：%）
图表64：欧莱雅集团旗下品牌在中国主要社交媒体粉丝量
图表65：2016-2021年欧莱雅在中国的市占率（单位：%）
图表66：联合利华发展概况
图表67：2016-2021年联合利华经营情况（单位：亿欧元）
图表68：2011-2021年联合利华业务结构占比变化（按收入）（单位：%）
图表69：英国联合利华（UNILEVER）联合利华旗下主要个人护理品牌情况
图表70：2017-2021年联合利华收购情况
图表71：2011-2021年英国联合利华市场分布占比和变化情况（按收入）（单位：%）
图表72：2016-2021年英国联合利华（UNILEVER）个人护理业务在全球市场份额（单位：%）
图表73：2021年英国联合利华（UNILEVER）个人护理业务在各地区市场份额（单位：%）
图表74：2016-2021年英国联合利华（UNILEVER）个人护理在华市场份额变化情况（单位：%）
图表75：宝洁集团发展历程
图表76：2016-2021年财年宝洁集团营业收入变化情况（单位：亿美元，%）
图表77：2016-2021年财年宝洁集团净利润变化情况（单位：亿美元，%）
图表78：2021年财年宝洁集团销售收入部门构成情况（单位：%）
图表79：宝洁集团旗下品牌情况
图表80：2016-2021年潘婷、海飞丝在全球护发市场占有率情况（单位：%）
图表81：2016-2021年OLAY和SK-II在全球护肤品市场占有率情况（单位：%）
图表82：2021财年宝洁集团销售收入区域构成情况（单位：%）
图表83：2016-2021年宝洁集团个人护理业务在全球市场份额（单位：%）
图表84：2021年宝洁集团个人护理业务在各地区市场份额（单位：%）
图表85：截至2021年美国宝洁公司在华投资布局汇总
图表86：2016-2021年宝洁个人护理在华市场份额变化情况（单位：%）
图表87：2017-2021年美国安利（AMWAY）个人护理市场规模情况（单位：亿美元）
图表88：2021年美国安利（AMWAY）产品结构（单位：%）
图表89：2017-2021年雅姿个人护理市场规模情况（单位：亿美元）
图表90：2021年美国安利（AMWAY）个人护理市场分布（单位：%）
图表91：2016-2021年美国安利个人护理业务在全球市场份额（单位：%）
图表92：2021年美国安利个人护理业务在各地区市场份额（单位：%）
图表93：2016-2021年安利个人护理在华市场份额变化情况（单位：%）
图表94：德国拜尔斯道夫（BEIERSDORF）简介
图表95：2017-2021年德国拜尔斯道夫集团营业收入变化情况（单位：亿欧元，%）
图表96：2017-2021年德国拜尔斯道夫集团净利润变化情况（单位：亿欧元，%）
图表97：德国拜尔斯道夫集团旗下品牌情况
图表98：2021年德国拜尔斯道夫集团主要品牌净销售额增速（单位：%）
图表99：2021年德国拜尔斯道夫集团分区域业绩增长情况（单位：%）

图表100：2016-2021年拜尔斯道夫个人护理业务在全球市场份额（单位：%）
图表101：2021年拜尔斯道夫个人护理业务在各地区市场份额（单位：%）
图表102：2022年Q3拜尔斯道夫集团在华业绩及策略
图表103：日本资生堂（SHISEIDO）发展历程
图表104：2016-2021年日本资生堂集团营业收入变化情况（单位：百亿日元，%）
图表105：2016-2021年日本资生堂集团净利润变化情况（单位：百亿日元，%）
图表106：2021年日本资生堂集团产品收入占比情况（单位：%）
图表107：日本资生堂集团旗下品牌情况
图表108：2021年日本资生堂集团旗下推入中国市场品牌
图表109：2021年日本资生堂集团主要品牌净销售额增速（单位：%）
图表110：2020-2021年日本资生堂集团分区域业绩增长情况（单位：%）
图表111：2016-2021年资生堂个人护理业务在全球市场份额（单位：%）
图表112：2021年资生堂个人护理业务在各地区市场份额（单位：%）
图表113：日本资生堂集团在华销售的护肤品品牌
图表114：日本资生堂集团在华销售渠道分布
图表115：日本资生堂集团护肤品品牌在天猫入驻情况
图表116：2016-2021年资生堂个人护理在华市场份额变化情况（单位：%）
图表117：2016-2021年资生堂集团在华业绩及增长情况（单位：亿日元，%）
图表118：2017-2021年高露洁集团营业收入及利润变动情况（单位：亿美元）
图表119：2022年H1高露洁集团营业收入业务版块构成（单位：%）
图表120：高露洁集团口腔护理品牌产品分类
略・・・・完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！