

## 2025-2030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: 2019-2024年个人护理行业市场规模占GDP比重走势图 (单位: %)
- 图表5: 2019-2024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2024年个人护理行业主要标准汇总
- 图表14: 截至2024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2024年中国个人护理行业发展规划汇总
- 图表16: 2012-2024年中国GDP增长走势图 (单位: 万亿元, %)
- 图表17: 2012-2024年中国居民人均可支配收入 (单位: 元)
- 图表18: 2012-2024年中国居民人均消费支出 (单位: 元)
- 图表19: 2015-2024年中国居民人均消费支出结构 (单位: %)
- 图表20: 2020-2024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: 2024年中国个人护理品销售渠道份额 (单位: %)
- 图表24: 2021-2024年中国居民对个人护理品牌资讯关注情况 (单位: %)
- 图表25: 2015-2024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2024年中国个人护理行业热门技术 (单位: 项)
- 图表27: 2020-2024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: 2020-2024年全球个人护理市场规模增长情况 (单位: 亿美元, %)
- 图表30: 2024年全球个人护理行业竞争格局 (单位: %)
- 图表31: 2024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: 2024年全球个人护理行业产品结构 (单位: %)
- 图表33: 2024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: 2024年全球个人护理区域分布 (单位: %)
- 图表35: 2024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: 2020-2024年美国个人护理市场规模增长情况 (单位: 亿美元, %)
- 图表38: 2024年美国个人护理行业产品结构 (单位: %)
- 图表39: 2024年美国个人护理行业竞争格局TOP10企业 (单位: %)
- 图表40: 2025-2030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: 2020-2024年法国个人护理市场规模增长情况 (单位: 亿欧元, %)
- 图表43: 2024年法国个人护理行业产品结构 (单位: %)
- 图表44: 2024年法国个人护理行业竞争格局TOP10企业 (单位: %)
- 图表45: 2025-2030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: 2020-2024年日本个人护理市场规模增长情况 (单位: 万亿日元, %)
- 图表48: 2024年日本个人护理行业产品结构 (单位: %)
- 图表49: 2024年日本个人护理行业竞争格局TOP10企业 (单位: %)
- 图表50: 2025-2030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: 2020-2024年德国个人护理市场规模增长情况 (单位: 亿欧元, %)
- 图表53: 2024年德国个人护理行业产品结构 (单位: %)
- 图表54: 2024年德国个人护理行业竞争格局TOP10企业 (单位: %)
- 图表55: 2025-2030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: 2014-2024年欧莱雅集团营业收入变动情况 (单位: 亿欧元, %)
- 图表58: 2014-2024年欧莱雅集团营业利润变动情况 (单位: 亿欧元, %)
- 图表59: 2024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: 2024年欧莱雅集团营业收入区域构成 (单位: 亿欧元, %)
- 图表62: 2019-2024年欧莱雅个人护理业务在全球市场份额 (单位: %)
- 图表63: 2024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: 2019-2024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: 2019-2024年联合利华经营情况 (单位: 亿欧元)
- 图表68: 2014-2024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: 2020-2024年联合利华收购情况
- 图表71: 2014-2024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: 2019-2024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: 2024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: 2019-2024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: 2019-2024年财年宝洁集团营业收入变化情况 (单位: 亿美元, %)
- 图表77: 2019-2024年财年宝洁集团净利润变化情况 (单位: 亿美元, %)
- 图表78: 2024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: 2019-2024年潘婷、海飞丝在全球护发市场占有率情况 (单位: %)
- 图表81: 2019-2024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: 2019-2024年宝洁集团个人护理业务在全球市场份额 (单位: %)
- 图表84: 2024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2024年美国宝洁公司在华投资布局汇总
- 图表86: 2019-2024年宝洁个人护理在华市场份额变化情况 (单位: %)
- 图表87: 2020-2024年美国安利 (AMWAY) 个人护理市场规模情况 (单位: 亿美元)
- 图表88: 2024年美国安利 (AMWAY) 产品结构 (单位: %)
- 图表89: 2020-2024年雅姿个人护理市场规模情况 (单位: 亿美元)
- 图表90: 2024年美国安利 (AMWAY) 个人护理市场分布 (单位: %)
- 图表91: 2019-2024年美国安利个人护理业务在全球市场份额 (单位: %)
- 图表92: 2024年美国安利个人护理业务在各地区市场份额 (单位: %)
- 图表93: 2019-2024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: 2020-2024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: 2020-2024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: 2024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: 2024年德国拜尔斯道夫集团分区域业绩增长情况 (单位: %)

图表100: 2019-2024年拜尔斯道夫个人护理业务在全球市场份额 (单位: %)  
图表101: 2024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: 2024年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: 2019-2024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: 2019-2024年日本资生堂集团净利润变化情况 (单位: 百亿日元, %)  
图表106: 2024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: 2024年日本资生堂集团旗下推入中国市场品牌  
图表109: 2024年日本资生堂集团主要品牌净销售额增速 (单位: %)  
图表110: 2020-2024年日本资生堂集团分区域业绩增长情况 (单位: %)  
图表111: 2019-2024年资生堂个人护理业务在全球市场份额 (单位: %)  
图表112: 2024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: 2019-2024年资生堂个人护理在华市场份额变化情况 (单位: %)  
图表117: 2019-2024年资生堂集团在华业绩及增长情况 (单位: 亿日元, %)  
图表118: 2020-2024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: 2024年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](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!