

2022-2028年中国个人护理 产业发展现状与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国个人护理产业发展现状与市场前景预测报告》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.cction.com/report/202201/264025.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

二、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2022-2028年中国个人护理产业发展现状与市场前景预测报告》共七章。首先介绍了个人护理行业市场发展环境、个人护理整体运行态势等，接着分析了个人护理行业市场运行的现状，然后介绍了个人护理市场竞争格局。随后，报告对个人护理做了重点企业经营状况分析，最后分析了个人护理行业发展趋势与投资预测。您若想对个人护理产业有个系统的了解或者想投资个人护理行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。 报告目录：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（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（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）城市居民接触各类个人护理广告排名情况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1.3 个人护理行业发展机遇与威胁分析 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（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（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 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2.3.6 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2.3.7 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2.3.8 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 全球个人护理市场前景分析2.4.1 全球个人护理市场发展趋势（1）全球个人护理产品趋势分析（2）全球个人护理技术趋势分析（3）全球个人护理竞争趋势分析（4）全球个人护理渠道趋势分析（5）全球个人护理市场趋势分析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 中国个人护理所属行业经营情况分析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3.3 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3.4.2 中国个人护理行业五力模型分析（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外资品牌在华市场份额（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领域（4）中国个人护理行业融资案例（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）我国技术与国外的差距（4）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）不同档次个人护理竞争格局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（5）中国口腔用品线下渠道成本构成（6）中国口腔用品线下渠道收益分析（7）中国口腔用品线下渠道经营策略（8）中国口腔用品线下渠道广告投放（9）中国口腔用品线下渠道发展趋势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（5）中国口腔用品线上渠道成本构成（6）中国口腔用品线上渠道收益分析（7）中国口腔用品线上渠道经营策略（8）中国口腔用品线上渠道广告投放（9）中国口腔用品线上渠道发展趋势4.3.3 中国口腔用品销售渠道趋势分析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）护齿精华市场分析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）抗敏口腔用品（5）清热口腔用品（6）儿童口腔用品（7）老年人口腔用品市场分析4.5 口腔用品发展趋势预测4.5.1 中国口腔用品市场发展趋势（1）中国口腔用品产品趋势分析（2）中国口腔用品技术趋势分析（3）中国口腔用品竞争趋势分析（4）中国口腔用品渠道趋势分析（5）中国口腔用品市场趋势分析4.5.2 中国口腔用品市场前景预测（1）中国口腔用品市场规模预测（2）中国口腔用品产品结构预测 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）护发用品技术现状分析（2）护发用品最新技术进展（3）我国技术与国外的差距（4）护发用品技术发展趋势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）中国护发用品线下渠道成本构成（6）中国护发用品线下渠道收益分析（7）中国护发用品线下渠

道经营策略(8)中国护发用品线下渠道广告投放(9)中国护发用品线下渠道发展趋势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)中国护发用品线上渠道成本构成(6)中国护发用品线上渠道收益分析(7)中国护发用品线上渠道经营策略(8)中国护发用品线上渠道广告投放(9)中国护发用品线上渠道发展趋势5.3.3中国护发用品销售渠道趋势分析5.4护发用品细分市场分析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)头发修护产品品牌竞争情况(3)头发修护产品价格走势分析(4)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(1)护色产品产品消费现状分析(2)护色产品产品品牌竞争情况(3)护色产品产品价格走势分析(4)护色产品产品市场发展趋势5.4.3防白发产品市场分析(1)防白发产品消费现状分析(2)防白发产品品牌竞争情况(3)防白发产品价格走势分析(4)防白发产品市场发展趋势5.4.4防脱发产品市场分析(1)防脱发产品消费现状分析(2)防脱发产品品牌竞争情况(3)防脱发产品价格走势分析(4)防脱发产品市场发展趋势5.4.5毛囊护理产品市场分析(1)毛囊护理产品消费现状分析(2)毛囊护理产品品牌竞争情况(3)毛囊护理产品价格走势分析(4)毛囊护理产品市场发展趋势5.4.6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(3)毛发新生产品价格走势分析(4)毛发新生产品市场发展趋势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)中国护发用品技术趋势分析(3)中国护发用品竞争趋势分析(4)中国护发用品渠道趋势分析(5)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(1)中国护发用品市场规模预测(2)中国护发用品产品结构预测第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)企业经营状况优劣势分析(6)企业最新发展动向分析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)企业经营状况优劣势分析(6)企业最新发展动向分析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)企业经营状况优劣势分析(6)企业最新发展动向分析6.2.4江苏隆力奇集团有限公司(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)企业经营状况优劣势分析(6)企业最新发展动向分析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)企业经营状况优劣势分析(6)企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析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）企业最新发展动向分析

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7.1.3 行业发展趋势预测（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 个人护理行业投资现状与风险分析7.2.1 行业投资现状分析7.2.2 行业进入壁垒分析7.2.3 行业经营模式分析7.2.4 行业投资风险预警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7.3.3 行业发展策略分析（1）行业并购策略分析（2）行业营销策略分析（3）行业研发策略分析（4）行业产品策略分析（5）行业生产策略分析7.3.4 行业投资策略建议（1）上市企业投资策略建议（2）非上市企业投资策略建议（3）潜在进入者投资策略建议（4）行业替补者投资策略建议（5）投资机构的投资策略建议

图表目录

图表1：个人护理定义

图表2：个人护理行业代码表

图表3：个人护理行业产品分类

图表4：2015-2019年个人护理行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）

图表5：2015-2019年中国个人护理产值及占日化行业产值比例（单位：%）

图表6：个人护理行业所处产业链示意图

图表7：2019年个人护理行业标准汇总

图表8：2019年个人护理行业相关政策汇总分析

图表9：2019年个人护理行业发展规划分析

图表10：2015-2019年中国GDP及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表11：2015-2019年中国城乡居民人均收入及增长情况（单位：元，%）

图表12：2015-2019年中国城乡居民人均消费支出及增长情况（单位：元，%）

图表13：2019年全国居民人均消费支出构成（单位：元，%）

图表14：中国消费者的主要分类（单位：%）

图表15：2019年国际个人护理巨头研发投入排名（单位：亿元，%）

图表16：中国个人护理行业发展机遇与威胁分析

图表17：2015-2019年全球个人护理品市场规模（单位：亿美元，%）

图表18：2019年全球个人护理企业市场份额（单位：亿美元，%）

图表19：2015-2019年全球个人护理品分产品销售规模统计（单位：亿美元）

图表20：2015-2019年全球个人护理产品结构（单位：%）

图表21：2015-2019年全球个人护理品分区域销售规模统计（单位：亿美

元) 图表22：2015-2019年全球个人护理区域分布(单位：%) 图表23：2019年全球个人护理品销售渠道份额(单位：%) 图表24：美国个人护理行业发展历程分析 图表25：2015-2019年美国个人护理市场规模增长情况(单位：亿美元，%) 图表26：2019年美国个人护理行业产品结构(单位：%) 图表27：2019年美国个人护理企业市场份额(单位：%) 图表28：2022-2028年美国个人护理行业前景预测(单位：亿美元，%) 图表29：法国个人护理行业发展历程分析 图表30：2015-2019年法国个人护理市场规模增长情况(单位：亿欧元，%) 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/264025.html>