

中国日化市场销售现状与竞争前景趋势分析报告2021-2026年

产品名称	中国日化市场销售现状与竞争前景趋势分析报告 2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（ 注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国日化市场销售现状与竞争前景趋势分析报告2021-2026年【报告编号】：329662【出版时间】：2021年3月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递
【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/329662.html>
免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

【报告目录】

第1章：中国日化行业发展环境PEST分析1.1 日化行业政策环境分析（P）1.1.1 日化行业监管部门分析1.1.2 日化行业主要政策汇总（1）国家层面对日化行业的政策汇总（2）地方层面对日化行业的政策汇总1.1.3 日化行业发展规划汇总（1）日化行业发展规划汇总（2）日化行业规划目标汇总（3）日化行业规划重点方向1.1.4 日化行业相关标准汇总1.1.5 政策环境对行业的影响分析1.2 日化行业经济环境分析（E）1.2.1 中国GDP增长情况分析1.2.2 中国居民收入水平分析1.2.3 中国居民消费水平分析（1）居民消费情况（2）居民消费者价格状况1.2.4 中国消费者信心指数分析1.2.5 经济环境对行业的影响分析1.3 日化行业社会环境分析（S）1.3.1 中国消费者消费群体变化（1）城镇消费将是国内消费的重点区域（2）农村居民消费水平将大幅提高，城乡居民消费差距可望缩小（3）“80后、90后”与“银发族”将成为新兴消费群体1.3.2 中国消费者观念变化分析（1）从“节约”到“时尚”（2）从“关注质量”到“关注品牌文化”（3）从“整齐划一”到“追求个性与自我”1.3.3 中国消费者消费渠道变化1.3.4 中国消费者消费心理研究（1）消费者价值心理（2）消费者规范心理（3）消费者习惯心理（4）消费者身份心理（5）消费者情感心理1.3.5 中国消费者消费行为研究（1）不同性别消费者行为研究1）男性消费者行为研究（2）不同年龄消费者行为研究（3）不同收入消费者行为研究1.3.6 社会环境对行业的影响分析1.4 日化行业技术环境分析（T）1.4.1 日化行业技术发展现状1.4.2 日化行业专利变化情况1.4.3 日化行业技术发展趋势1.4.4 技术环境对行业的影响分析第2章：全球日化行业发展现状分析2.1 全球日化行业发展规模分析2.1.1 全球日化行业市场规模分析2.1.2 全球日化行业产品结构分析2.1.3 全球日化行业区域分布格局（1）区域分布情况（2）国别分布情况2.1.4 全球日化行业销售渠道分析2.2

全球日化行业竞争格局分析2.2.1 全球日化企业竞争层次分析2.2.2 全球主要日化企业竞争领域(1) 主要企业在日化细分领域的布局(2) 主要企业在日化细分领域的竞争力2.2.3 全球主要日化企业市场份额(1) 日化行业主要企业市场份额(2) 细分领域——化妆品主要企业市场份额(3) 细分领域——洗涤用品主要企业市场份额(4) 细分领域——口腔用品主要企业市场份额2.3 国外重点日化企业发展分析2.3.1 宝洁集团(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业主营业务分析(4) 品牌经营状况分析(5) 企业销售区域分布(6) 企业在华投资布局(7) 企业在华业绩表现2.3.2 联合利华集团(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业主营业务分析(4) 品牌经营状况分析(5) 企业销售区域分布(6) 企业在华投资布局(7) 企业在华业绩表现2.3.3 欧莱雅集团(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业主营业务分析(4) 品牌经营状况分析(5) 企业销售区域分布(6) 企业在华投资布局(7) 企业在华业绩表现2.3.4 高露洁集团(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业主营业务分析(4) 品牌经营状况分析(5) 企业销售区域分布(6) 企业在华投资布局(7) 企业在华业绩表现2.3.5 强生集团(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业主营业务分析(4) 品牌经营状况分析(5) 企业销售区域分布(6) 企业在华投资布局(7) 企业在华业绩表现2.3.6 雅诗兰黛集团(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业主营业务分析(4) 品牌经营状况分析(5) 企业销售区域分布(6) 企业在华投资布局(7) 企业在华业绩表现2.3.7 花王集团(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业主营业务分析(4) 品牌经营状况分析(5) 企业销售区域分布(6) 企业在华投资布局(7) 企业在华业绩表现2.4 全球日化行业投资兼并现状2.4.1 全球日化行业研发现状分析2.4.2 全球日化行业投资现状分析2.4.3 全球日化行业兼并现状分析(1) 回顾过去：收购是扩张的重要里程碑(2) 放眼未来：收购兼并热潮再度袭来2.5 全球日化行业发展趋势分析2.5.1 全球日化行业发展趋势分析2.5.2 全球日化行业发展前景预测第3章：中国日化行业发展现状分析3.1 中国日化行业发展概况分析3.1.1 中国日化行业发展概况3.1.2 中国日化行业发展历程3.1.3 中国日化行业生命周期3.1.4 中国日化产业链全景图谱3.2 中国日化行业发展规模分析3.2.1 中国日化行业市场规模3.2.2 中国日化行业产品结构3.2.3 中国日化行业区域分析3.2.4 中国日化行业销售渠道3.3 中国日化行业整体经营状况3.3.1 日化行业整体经济状况3.3.2 日化行业盈利能力分析3.3.3 日化行业运营能力分析3.3.4 日化行业偿债能力分析3.3.5 日化行业发展能力分析3.4 中国日化行业进出口分析3.4.1 中国日化行业进出口总体态势3.4.2 中国日化行业出口分析(1) 中国日化行业出口整体情况(2) 中国日化行业出口产品结构(3) 中国日化行业出口前景及建议3.4.3 中国日化行业进口分析(1) 中国日化行业进口整体情况(2) 中国日化行业进口产品结构(3) 中国日化行业进口前景及建议第4章：中国日化行业竞争格局分析4.1 中国日化行业企业竞争格局分析4.1.1 中国日化行业品牌竞争层次4.1.2 中国主要日化企业竞争领域(1) 主要企业在日化细分领域的布局(2) 主要企业在日化细分领域的竞争力4.1.3 中国主要日化企业市场份额4.2 中国日化市场分档次竞争分析4.2.1 高端日化产品市场竞争分析(1) 高端日化市场竞争现状分析(2) 高端日化市场品牌竞争格局(3) 高端日化市场营销竞争分析4.2.2 大众日化产品市场竞争分析(1) 大众日化市场竞争现状分析(2) 大众日化市场品牌竞争格局(3) 大众日化市场营销竞争分析4.3 中国日化行业五力竞争模型分析4.3.1 日化行业上游议价能力分析4.3.2 日化行业下游议价能力分析4.3.3 日化行业新进入者威胁分析4.3.4 日化行业替代产品威胁分析4.3.5 日化行业行业内部竞争分析4.4 外资日化企业在华竞争策略分析4.4.1 外资日化企业重点竞争领域4.4.2 外资日化企业主要竞争策略4.5 中国本土日化企业竞争策略分析4.5.1 本土日化企业重点竞争领域4.5.2 本土日化企业存在问题分析4.5.3 本土日化企业竞争优势分析4.5.4 本土日化企业主要竞争策略第5章：中国日化行业细分市场的需求分析5.1 化妆品市场分析5.1.1 化妆品行业发展规模(1) 化妆品行业市场规模5.1.2 化妆品行业区域分布5.1.3 化妆品行业产品结构5.1.4 化妆品行业竞争格局(1) 化妆品行业竞争层次(2) 化妆品品牌竞争格局(3) 化妆品企业市场份额5.1.5 化妆品需求前景预测5.1.6 化妆品zui新投资动向5.2 洗涤用品市场分析5.2.1 洗涤用品行业发展规模(1) 洗涤用品行业市场规模5.2.2 洗涤用品行业区域分布5.2.3 洗涤用品行业产品结构5.2.4 洗涤用品行业竞争格局(1) 洗涤用品行业竞争层次(2) 洗涤用品品牌竞争格局(3) 洗涤用品企业市场份额5.2.5 洗涤用品需求前景预测5.2.6 洗涤用品zui新投资动向5.3 口腔用品市场分析5.3.1 口腔用品行业发展规模(1) 口腔用品行业市场规模5.3.2 口腔用品行业区域分布5.3.3 口腔用品行业产品结构5.3.4 口腔用品行业竞争格局(1) 口腔用品行业竞争层次(2) 口腔用品品牌竞争格局(3) 口腔用品企业市场份额5.3.5 口腔用品需求前景预测5.3.6 口腔用品zui新投资动向第6章：中国日化行业渠道策略分析6.1 日化行业新兴电子商务渠道分析6.1.1 日化行业电商渠道发展现状(1) 日化行业电子商务渠道应用现状(2) 日化行业电子商务渠道销售规模6.1.2

电子商务渠道成本构成 (1) 平台固定成本 (Rentalcost) (2) 运营成本 (Operatingcost) (3) 货品成本 (Goodscost) (4) 人员成本 (Personnelcost) 6.1.3 电子商务渠道收益分析6.1.4

电子商务渠道建设与运营模式 (1) 借助第三方平台建设与运营 (2) 自有平台建设与运营6.1.5 电子商务渠道应用模式分析 (1) 日化企业进行网上推广 (2) 日化企业网上市场调研 (3) 日化企业网络分销联系 (4) 日化产品网上直接销售 (5) 日化企业网上营销集成6.1.6 电商渠道与传统渠道结合经验 (1) 利好结合及相关案例分析 (2) 不利结合及相关案例分析 (3) 电商渠道与传统渠道结合经验6.1.7

电子商务渠道建设优劣势 (1) 电子商务渠道优势分析 (2) 电子商务渠道劣势分析6.1.8

电子商务渠道发展前景预测6.2 日化行业商场专柜渠道分析6.2.1 商场专柜渠道发展概况6.2.2 商场专柜渠道进入壁垒6.2.3 商场专柜渠道成本构成6.2.4 商场专柜渠道收益分析6.2.5 商场专柜渠道品牌现状6.2.6 商场专柜渠道趋势预测6.3 日化行业超市卖场渠道分析6.3.1 超市卖场渠道发展概况6.3.2 超市卖场渠道进入壁垒6.3.3 超市卖场渠道成本构成6.3.4 超市卖场渠道收益分析6.3.5 超市卖场渠道品牌现状6.3.6 超市卖场渠道前景预测 (1) 品牌集中于中低端的现状短期内不会改变 (2) 大型连锁超市受青睐 (3) 国货品牌受追捧 (4) 开放式货架向专柜发展6.4 日化行业专营店渠道分析6.4.1 专营店渠道发展概况6.4.2 专营店渠道进入壁垒6.4.3 专营店渠道成本构成6.4.4 专营店渠道收益分析 (1) 专营店利润下降因素分析 (2) 专营店现有盈利分析 (3) 专营店的核心盈利点6.4.5 专营店渠道品牌现状6.4.6 专营店渠道趋势预测 (1) 专营店进入行业洗牌阶段 (2) 商超下沉形成挤出效应 (3) 专营店战略性“圈地”加速 (4) 全国性专营店是市场发展方向6.5 日化行业加盟专卖渠道分析6.5.1 加盟专卖渠道发展概况6.5.2 加盟专卖渠道进入壁垒6.5.3 加盟专卖渠道成本构成6.5.4 加盟专卖渠道收益分析 (1) 利润空间下降促使企业转向专卖店 (2) 加盟店成本低、利润高6.5.5 加盟专卖渠道品牌现状6.5.6 加盟专卖渠道前景预测 (1) 专卖渠道日趋强势 (2) 专卖渠道竞争加剧 (3) 专卖的连锁突围 (4) 专卖店进入转折点6.6 日化行业药店零售渠道分析6.6.1 药店零售渠道发展概况6.6.2 药店零售渠道进入壁垒6.6.3 药店零售渠道成本构成6.6.4 药店零售渠道收益分析6.6.5 药店零售渠道品牌现状6.6.6 药店零售渠道前景预测6.7 日化行业美容院渠道分析6.7.1 美容院渠道发展概况6.7.2 美容院渠道进入壁垒6.7.3 美容院渠道成本构成6.7.4 美容院渠道收益分析6.7.5 美容院渠道品牌现状6.7.6 美容院渠道前景预测 (1) 美体市场容量扩张速度放缓 (2) 品牌生活美容机构脱颖而出 (3) 细分美容美体市场创新项目 (4) 连锁经营提升美容美体品牌6.8 日化行业电视购物渠道分析6.8.1 电视购物渠道发展概况6.8.2 电视购物渠道进入壁垒6.8.3 电视购物渠道成本构成6.8.4 电视购物渠道收益分析6.8.5 电视购物渠道品牌现状6.8.6 电视购物渠道前景预测

第7章：中国日化行业重点区域市场分析7.1 华北地区日化行业市场竞争分析7.1.1 北京市日化行业市场竞争分析7.1.2 天津市日化行业市场竞争分析7.1.3 河北省日化行业市场竞争分析7.1.4 山西省日化行业市场竞争分析7.1.5 内蒙古日化行业市场竞争分析7.2 东北地区日化行业市场竞争分析7.2.1 辽宁省日化行业市场竞争分析7.2.2 吉林省日化行业市场竞争分析7.2.3 黑龙江省日化行业市场竞争分析7.3 华东地区日化行业市场竞争分析7.3.1 上海市日化行业市场竞争分析7.3.2 江苏省日化行业市场竞争分析7.3.3 浙江省日化行业市场竞争分析7.4 华中地区日化行业市场竞争分析7.4.1 河南省日化行业市场竞争分析7.4.2 湖北省日化行业市场竞争分析7.4.3 湖南省日化行业市场竞争分析7.5 华南地区日化行业市场竞争分析7.5.1 广东省日化行业市场竞争分析7.5.2 广西省日化行业市场竞争分析7.5.3 海南省日化行业市场竞争分析7.6 西南地区日化行业市场竞争分析7.6.1 重庆市日化行业市场竞争分析7.6.2 四川省日化行业市场竞争分析7.6.3 云南省日化行业市场竞争分析

第8章：中国日化行业重点企业经营分析8.1 中国日化企业经营情况排名8.2 综合性日化企业经营情况分析8.2.1 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) 企业产品结构分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析 (6) 企业zui新发展动向8.2.2 广州宝洁有限公司 (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zui新发展动向分析8.2.3 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 (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zui新发展动向分析8.2.4 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8.3 化妆品行业重点企业经营情况分析8.3.1 珀莱雅化妆品股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (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zui新发展动向8.3.2 拉芳家化股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (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8.3.3 广东丸美生物技术股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营优劣势分析8.3.4 伽蓝 (集团) 股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产品结构及新产品动向 (3) 企业销售渠道与网络 (4) 企业经营状况优劣势分析8.4 洗涤用品行业重点企业经营情况分析8.4.1 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zui新发展动向分析8.4.2 广州立白 (番禺) 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8.4.3 南风化工集团股份有限公司 (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zui新发展动向分析8.4.4 广州市浪奇实业股份有限公司 (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8.5 口腔用品行业重点企业经营情况分析8.5.1 柳州两面针股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业主营业务与产品 (4) 企业销售渠道与网络8.5.2 重庆登康口腔护理用品股份有限公司 (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8.5.3 美晨集团股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业主营业务与产品 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业优势与劣势分析8.5.4 好来化工 (中山) 有限公司 (1) 企业发展简况 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业主营业务与产品 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业优势与劣势分析第9章：中国日化行业发展前景预测与建议9.1 日化行业发展趋势与前景预测9.1.1 日化行业发展趋势分析9.1.2 日化行业发展前景预测 (1) 市场规模前景预测9.2 日化行业产品策略建议9.2.1 日化行业领先产品策略 (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9.2.2 日化行业典型产品案例9.2.3 日化行业定价策略建议 (1) 日化行业领先定价策略 (2) 日化行业典型定价案例9.3 日化行业促销策略建议9.3.1 日化行业促销策略概述9.3.2 日化行业领先促销策略 (1) 广告促销策略 (2) 活动促销策略9.3.3 日化行业促销策略建议 (1) 促销为器，服务为势；巧妙传播，突显品牌 (2) 区域割据，精耕细作；滚动复制，扩张发展 (3) 封闭渠道，专业路线9.4 日化行业投资策略建议9.4.1 日化行业进入壁垒分析 (1) 技术壁垒 (2) 渠道壁垒 (3) 品牌壁垒9.4.2 日化行业盈利模式分析 (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9.4.3 日化行业盈利因素分析 (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9.4.4 日化行业投资机会分析 (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9.4.5 日化行业投资风险预警 (1) 政策风险 (2) 供求风险 (3) 宏观经济波动风险 (4) 产品结构风险 (5) 其他风险9.4.6 日化行业投资策略建议 (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：国家统计局对于日化行业的分类图表2：日化用品分类图表3：日化行业相关产品分类图表4：我国日化行业标准制机构、业务领域及对应的监管部门图表5：截至2020年国家层面关于日化行业的主要政策汇总图表6：截至2020年地方层面关于日化行业的主要政策汇总图表7：截至2020年日化行业相关规划汇总图表8：日化行业规划目标汇总图表9：日化行业规划重点方向汇总图表10：截至2020年日化行业主要标准汇总图表11：2010-2020年中国国内生产总值及增长速度 (单位：亿元，%) 图表12：2010-2020年中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均纯收入变动图 (单位：元，%) 图表13：2015-2020年中国居民人均消费支出情况 (单位：元，%) 图表14：2018-2020年中国居民消费价格指数变化 (单位：%) 图表15：2009-2020年中国消费者信心指数变化趋势图 图表16：中国消费者的主要分类 (单位：%) 图表17：中国消费者消费渠道变化 图表18：不同心理的女性消费者行为研究 图表19：男性消费者的购买动机形成分析 图表20：儿童每周经济收入、支出和存款情况 (单位：元，%) 图表21：中国儿童对父母购物的影响 图表22：中低收入消费者消费行为研究 图表23：日化行业技术发展现状 图表24：1999-2020年我国日化行业相关专利申请数按申请日统计量变化图 (单位：件) 图表25：1999-2020年我国日化行业相关专利申请数按公开日统计量变化图 (单位：件) 图表26：2010-2020年全球日化行业市场规模及增长 (单位：亿美元，%) 图表27：2020年全球日化行业产品结构 (单位：%) 图表28：2020年全球日化区域分布 (单位：%) 图表29：2020年全球日化消费国市场份额 (单位：%) 图表30：全球日化企业竞争层次分析 图表31：全球TOP10日化企业在日化细分领域的布局 图表32：2020年全球日化企业销售额TOP10及市场份额 (单位：亿美元，%) 图表33：2020年全球化妆品TOP5企业及市场份额 (单位：亿美元，%) 图表34：2020年全球洗涤用品TOP5企业及市场份额 (单位：亿美元，%)

%) 图表35: 2020年全球口腔用品TOP5企业及市场份额(单位: 亿美元, %) 图表36: 宝洁集团发展历程
图表37: 2010-2020年宝洁集团营业收入及利润变动情况(单位: 亿美元, %) 图表38: 2020年宝洁集团
营业收入业务版块构成(单位: 亿美元, %) 图表39: 宝洁集团日化版块主要品牌布局图 图表40: 2020年宝
洁集团营业收入区域构成(单位: 亿美元, %) 图表41: 截至2020年宝洁集团在华投资情况汇总表 图表42:
2016-2020年宝洁集团在华业绩表现(单位: 亿美元, %) 图表43: 2016-2020年宝洁集团在华业绩占全球
比重变化(单位: %) 图表44: 联合利华集团发展历程图 图表45: 2010-2020年联合利华集团营业收入及利
润变动情况(单位: 亿美元, %) 图表46: 2020年联合利华集团营业收入业务版块构成(单位: 亿美元,
) 图表47: 联合利华集团日化版块主要品牌布局图 图表48: 2020年联合利华集团营业收入区域构成(单位
: 亿美元, %) 图表49: 截至2020年联合利华集团在华投资情况汇总表 图表50: 2016-2020年联合利华集团在
华业绩表现(单位: 亿美元, %) 图表51: 2016-2020年联合利华集团在华业绩占全球比重变化(单位: %
) 图表52: 欧莱雅集团发展历程图 图表53: 2010-2020年欧莱雅集团营业收入及利润变动情况(单位: 亿欧
元, %) 图表54: 2020年欧莱雅集团营业收入业务版块构成(单位: 亿欧元, %) 图表55: 欧莱雅集团日
化版块主要品牌布局图 图表56: 2020年欧莱雅集团营业收入区域构成(单位: 亿欧元, %) 图表57: 截至20
20年欧莱雅集团在华投资情况汇总表 图表58: 2016-2020年欧莱雅集团在华业绩表现(单位: 亿欧元, %)
图表59: 2016-2020年欧莱雅集团在华业绩占全球比重变化(单位: %) 图表60: 高露洁集团发展历程图
图表61: 2010-2020年高露洁集团营业收入及利润变动情况(单位: 亿美元, %) 图表62: 2020年高露洁集团
营业收入业务版块构成(单位: 亿美元, %) 图表63: 高露洁集团日化版块主要品牌布局图 图表64: 2020年
高露洁集团营业收入区域构成(单位: 亿美元, %) 图表65: 截至2020年高露洁集团在华投资情况汇总表
图表66: 2016-2020年高露洁集团在华业绩表现(单位: 亿美元, %) 图表67: 2016-2020年高露洁集团在
华业绩占全球比重变化(单位: %) 图表68: 强生集团发展历程图 图表69: 2010-2020年强生集团营业收入及
利润变动情况(单位: 亿美元, %) 图表70: 2020年强生集团营业收入业务版块构成(单位: 亿美元, %
) 图表71: 强生集团日化版块主要品牌布局图 图表72: 2020年强生集团营业收入区域构成(单位: 亿美元
, %) 图表73: 截至2020年强生集团在华投资情况汇总表 图表74: 2016-2020年强生集团在华业绩表现(单位
: 亿美元, %) 图表75: 2016-2020年强生集团在华业绩占全球比重变化(单位: %) 图表76: 雅诗兰黛集
团发展历程图 图表77: 2010-2020年雅诗兰黛集团营业收入及利润变动情况(单位: 亿美元, %) 图表78: 2
020年雅诗兰黛集团营业收入业务版块构成(单位: 亿美元, %) 图表79: 雅诗兰黛集团日化版块主要品
牌布局图 图表80: 2020年雅诗兰黛集团营业收入区域构成(单位: 亿美元, %) 图表81: 截至2020年雅诗兰
黛集团在华投资情况汇总表 图表82: 2016-2020年雅诗兰黛集团在华业绩表现(单位: 亿美元, %) 图表83
: 2016-2020年雅诗兰黛集团在华业绩占全球比重变化(单位: %) 图表84: 花王集团发展历程图 图表85: 2
010-2020年花王集团营业收入及利润变动情况(单位: 亿日元, %) 图表86: 2020年花王集团营业收入业
务版块构成(单位: 亿日元, %) 图表87: 花王集团日化版块主要品牌布局图 图表88: 2020年花王集团营
业收入区域构成(单位: 亿日元, %) 图表89: 截至2020年花王集团在华投资情况汇总表 图表90: 2016-2020年
花王集团在华业绩表现(单位: 亿日元, %) 图表91: 2016-2020年花王集团在华业绩占全球比重变化(
单位: %) 图表92: 2018-2020年全球日化巨头研发投入变化情况(单位: 亿美元, %) 图表93: 截至2020
年全球日化行业主要投资事件汇总表 图表94: 截至2020年全球日化行业主要兼并重组事件汇总表 图表95: 中
国日化行业发展概述图 图表96: 中国日化行业发展历程图 图表97: 中国日化行业所处生命周期图 图表98: 中
国日化产业链全景图谱图 图表99: 2010-2020年中国日化行业市场规模增长情况(单位: 亿元, %) 图表100:
2020年中国日化行业产品结构(单位: %) 图表101: 2020年中国日化行业TOP10区域比重图(单位: %) 图
表102: 2014-2020年中国日化行业主要经济指标统计表(单位: 亿元, 家, %) 图表103: 2016-2020年
中国日化行业盈利能力分析(单位: %) 图表104: 2016-2020年中国日化行业运营能力分析(单位: 次)
图表105: 2016-2020年中国日化行业偿债能力分析(单位: %, 倍) 图表106: 2016-2020年中国日化行业
发展能力分析(单位: %) 图表107: 2015-2020年中国日化行业进出口状况表(单位: 万美元) 图表108: 20
15-2020年中国日化行业进出口总额和贸易逆差走势图(单位: 万美元) 图表109: 2015-2020年中国日化行
业出口走势图(单位: 万美元, %) 图表110: 2020年中国日化行业出口产品结构(单位: %) 图表111:
2015-2020年中国日化行业进口走势图(单位: 万美元, %) 图表112: 2020年中国日化行业进口产品结构
(单位: %) 图表113: 中国本土知名日化品牌一览表图 图表114: 中国日化行业对上游行业的议价能力分
析列表图 图表115: 中国日化行业对上游行业的议价能力分析列表图 图表116: 中国日化行业潜在进入者威胁
分析列表图 图表117: 中国日化行业替代业务威胁分析列表图 图表118: 2010-2020年中国日化行业利润率走
势图(单位: %) 图表119: 2010-2020年中国化妆品行业市场规模及增长情况(单位: 亿元, %) 图表120:
2020年中国化妆品行业区域分布情况(单位: %)