

2026-2031年中国日化用品行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

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。

我国化妆品消费以低档产品为主，人均消费水平与发达国家差距很大，但是最近增加很快，消费水平的提高将增加对高档品牌的需求;消费人群的扩大主要体现在农村市场的增加和男妆的发展上，尤其是农村化妆品消费人口的增加将极大的带动中低档产品的需求。从现在的人均消费水平和消费人口比例来看，我国化妆品市场发展动力充足，高低档产品都有各自的增长空间。

目前护肤品是日化行业中最大的品类，占比均在50%左右，2018年同比增长9.3%;随着千禧一代对彩妆产品的需求增加，2018年同比增长19.3%，成为日化行业中增速最快、最具活力的品类。随着国内消费者生活卫生习惯养成，护发品、沐浴用品和口腔护理等基础日用产品普及率提升;男士护理和婴童专用护理产品尚处于起步阶段，高速发展。

本报告主要对当下日化用品的业务模式，服务类型等作出总结。结合近几年日化用品行业的情况，对其政策环境、行业壁垒、投融资情况、竞争格局、市场规模、供需关系、战略规划等进行研究。同时通过分析国外领先地区的业务模式，给予本国日化用品行业一些数据上的支持，并给出相应的建议。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国日化用品市场进行了分析研究。报告在总结中国日化用品行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素

，对中国日化用品行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为日化用品企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 日化用品行业发展综述 1

第一节 日化用品行业定义及分类 1

一、行业定义 1

二、行业主要产品分类 1

三、行业特性及在国民经济中的地位 3

第二节 日化用品行业统计标准 4

一、统计部门和统计口径 4

二、行业主要统计方法介绍 4

三、行业涵盖数据种类介绍 5

第三节 日化用品行业特性分析 5

一、行业周期性 5

二、行业季节性 5

三、行业区域性 6

第四节 最近3-5年中国日化用品行业经济指标分析 6

一、赢利性 6

二、成长速度 6

三、附加值的提升空间 7

四、进入壁垒/退出机制 7

五、风险性 9

六、行业周期 9

六、竞争激烈程度指标 10

七、行业及其主要子行业成熟度分析 10

第二章 日化用品行业市场环境及影响分析（pest） 12

第一节 日化用品行业政治法律环境(p) 12

一、行业管理体制分析 12

二、行业主要法律法规 13

三、日化用品行业标准 40

四、行业相关发展规划 44

五、行业相关政策分析 77

六、政策环境对行业的影响 81

第二节 行业经济环境分析(e) 82

一、宏观经济形势分析 82

二、宏观经济环境对行业的影响分析 87

第三节 行业社会环境分析(s) 88

一、日化用品产业社会环境 88

二、社会环境对行业的影响 96

三、日化用品产业发展对社会发展的影响 96

第四节 行业技术环境分析(t) 97

一、行业技术发展水平分析 97

二、日化用品技术专利数量分析 97

三、日化用品技术发展趋势分析 97

四、行业主要技术人才现状分析 98

五、技术环境对行业的影响 99

第三章 全球日化用品行业发展分析及经验借鉴 100

第一节 全球日化用品市场总体情况分析 100

一、全球日化用品行业的发展特点 100

二、全球日化用品市场结构 101

三、全球日化用品市场规模分析 102

四、全球日化用品行业市场竞争格局 102

五、全球日化用品市场区域分布 103

六、全球日化用品品牌格局分析 103

第二节 全球主要国家(地区)市场分析 107

一、欧洲 107

二、美国 109

三、日本 110

四、韩国 113

第三节 国外经验借鉴 115

一、国外经验模式借鉴 115

二、国外渠道模式借鉴 115

三、国外营销模式借鉴 115

四、国外品牌经营管理借鉴 115

第二部分 行业深度分析

第四章 我国日化用品行业运行现状分析 116

第一节 我国日化用品行业发展状况分析 116

- 一、我国日化用品行业发展阶段 116
- 二、我国日化用品行业发展特点 118
- 三、我国日化用品行业发展存在的问题及对策 119
- 四、我国日化用品行业商业模式分析 123

第二节 日化用品行业发展现状分析 125

- 一、我国日化用品行业投资规模 125
- 二、我国日化用品行业市场规模分析 126
- 三、中国日化用品行业市场结构分析 126
- 四、我国日化用品行业利润总额分析 127

第三节 中国日化用品行业企业发展分析 127

- 一、企业数量及增长分析 127
- 二、不同规模企业结构分析 128
- 三、不同所有制企业结构分析 128
- 四、行业从业人员数量分析 129

第四节 中国日化用品行业财务指标分析 129

- 一、行业盈利能力分析 129
- 二、行业偿债能力分析 129
- 三、行业营运能力分析 130
- 四、行业发展能力分析 130

第五节 我国日化用品市场价格走势分析 130

- 一、日化用品市场定价机制组成 130
- 二、日化用品市场价格影响因素 131
- 三、2021-2026年日化用品产品价格走势分析 132
- 四、日化用品产品价格走势预测 132

第五章 中国日化用品市场供需形势分析 134

第一节 日化用品行业生产分析 134

- 一、产品及原材料进口、自有比例 134
- 二、国内产品及原材料生产基地分布 135
- 三、产品及原材料产业集群发展分析 135
- 四、原材料产能情况分析 135

第二节 中国日化用品市场供需分析 137

- 一、中国日化用品行业供给情况 137
- 二、中国日化用品行业需求情况 139
- 三、中国日化用品行业供需平衡分析 141

第三节 日化用品市场需求预测 141

- 一、日化用品市场需求结构预测 141
- 二、日化用品需求功能预测 142
- 三、2026-2031年日化用品行业需求总规模预测 142
- 四、影响市场需求变动的因素分析 142

第六章 日化用品行业进出口及面临的机遇与挑战 146

第一节 日化用品行业进出口市场分析 146

一、日化用品行业进出口综述 146

二、日化用品行业出口市场分析 151

三、日化用品行业进口市场分析 152

第二节 中国日化用品出口面临的挑战及对策 153

一、中国日化用品出口面临的挑战 153

二、中国日化用品行业未来出口展望 153

三、中国日化用品产品出口对策 153

四、日化用品行业进出口前景及建议 154

第三部分 市场全景调研

第七章 中国日化用品细分市场分析及预测 155

第一节 中国日化用品行业细分市场结构分析 155

一、日化用品行业市场结构现状分析 155

二、日化用品行业细分结构特征分析 156

三、日化用品行业细分市场发展概况 157

四、日化用品行业市场结构变化趋势 158

第二节 洗涤用品市场分析 161

一、洗涤用品市场发展概况 161

二、洗涤用品行业企业数量分析 162

三、洗涤用品行业产能/产量分析 162

四、洗涤用品市场规模分析 163

五、洗涤用品市场结构分析 163

六、洗涤用品市场竞争格局 164

七、洗涤用品市场趋势预测 165

第三节 个人洗护用品市场分析 166

一、个人洗护用品市场发展概况 166

二、个人洗护用品行业企业数量分析 166

三、个人洗护用品行业产能/产量分析 167

四、个人洗护用品市场规模分析 167

五、个人洗护用品市场结构分析 168

六、个人洗护用品市场竞争格局 168

七、个人洗护用品市场趋势预测 168

第四节 口腔清洁护理用品市场分析 169

一、口腔清洁护理用品市场发展概况 169

二、口腔清洁护理用品市场规模分析 169

三、口腔清洁护理用品行业企业数量分析 170

四、口腔清洁护理用品行业产能/产量分析 170

五、口腔清洁护理用品市场结构分析 170

六、口腔清洁护理用品市场竞争格局 172

七、口腔清洁护理用品市场趋势预测 172

第五节 化妆品市场分析预测 174

一、化妆品市场发展概况 174

二、化妆品行业企业数量分析 174

三、化妆品行业产能/产量分析 174

四、化妆品市场规模分析 175

五、化妆品市场结构分析 175

六、化妆品市场竞争格局 175

七、化妆品市场趋势预测 175

第六节 其他日化用品市场分析 177

一、其他日化用品介绍 177

二、其他日化用品所占市场份额 180

三、其他日化用品市场发展趋势 180

第八章 中国日化用品行业营销趋势及策略分析 183

第一节 日化用品行业营销形式分析 183

一、传统营销形式分析 183

二、药店营销 185

三、直复营销 185

四、网络营销 188

第二节 日化用品行业主要销售渠道分析 189

一、主要销售渠道介绍 189

二、主要渠道市场占比结构分析 195

三、销售渠道存在的主要问题 195

四、营销渠道发展趋势与策略 196

第三节 日化用品行业营销策略分析 199

一、中国日化用品营销影响因素浅析 199

二、日化用品营销策略分析 201

三、日化用品营销策略发展趋势 211

第四节 日化用品行业营销发展策略 212

一、产品策略 212

二、定价策略 214

三、促销策略 215

四、渠道策略 216

第五节 日化用品行业主要市场策略分析 217

一、功效优先策略 217

二、价格适众策略 217

三、品牌提升策略 217

四、单一诉求策略 218

第六节 日化用品行业营销案例分析 218

一、日化用品行业营销成功案例分析 218

二、日化用品行业营销失败案例分析 222

三、经验借鉴 224

第九章 日化用品消费者行为特征分析 226

第一节 日化用品消费者分析 226

一、主要购买者结构分析 226

二、日化用品购买频率分析 226

三、城乡日化用品消费结构 227

四、城乡日化用品消费者品牌偏好 227

五、线上线下销售额结构分析 228

第二节 消费者主要购买品牌分析 228

一、洗涤用品主要购买品牌分析 228

二、个人洗护用品主要购买品牌分析 229

三、口腔清洁护理用品主要购买品牌分析 229

四、化妆品主要购买品牌分析 230

第三节 不同促销方式对消费者的影响分析 230

一、折扣 230

二、赠送礼品 230

三、积分兑换 231

四、有奖销售 231

五、免费派送/试用 231

六、返券销售 232

第四节 消费者购买渠道分析 233

一、商超 233

二、专卖店 233

三、药店 233

四、网购 233

第五节 消费者购买影响因素分析 234

一、品牌 234

二、价格 235

三、功能 235

四、包装 236

五、服务 236

第四部分 竞争格局分析

第十章 日化用品行业区域市场分析 237

第一节 中国日化用品重点区域市场分析 237

一、行业区域结构总体特征 237

二、行业区域分布特点分析 237

三、行业企业数量的区域分布 238

第二节 东北地区日化用品市场分析 238

一、行业市场发展概况 238

二、行业市场规模分析 239

三、行业产销量分析 240

四、行业产品市场结构 240

五、行业市场发展趋势及前景 240

第三节 华北地区日化用品市场分析 241

一、行业市场发展概况 241

二、行业市场规模分析 241

三、行业产销量分析 242

四、行业产品市场结构 242

五、行业市场发展趋势及前景 242

第四节 华东地区日化用品市场分析 243

一、行业市场发展概况 243

二、行业市场规模分析 243

三、行业产销量分析 244

四、行业产品市场结构 244

五、行业市场发展趋势及前景 244

第五节 华中地区日化用品市场分析 245

一、行业市场发展概况 245

二、行业市场规模分析 246

三、行业产销量分析 247

四、行业产品市场结构 247

五、行业市场发展趋势及前景 247

第六节 华南地区日化用品市场分析 248

一、行业市场发展概况 248

二、行业市场规模分析 248

三、行业产销量分析 249

四、行业产品市场结构 249

五、行业市场发展趋势及前景 249

第七节 西南地区日化用品市场分析 250

一、行业市场发展概况 250

二、行业市场规模分析 250

三、行业产销量分析 251

四、行业产品市场结构 251

五、行业市场发展趋势及前景 251

第八节 西北地区日化用品市场分析 252

一、行业市场发展概况 252

二、行业市场规模分析 252

三、行业产销量分析 253

四、行业产品市场结构 253

五、行业市场发展趋势及前景 253

第十一章 2026-2031年日化用品行业竞争形势分析 254

第一节 行业总体市场竞争状况分析 254

一、日化用品行业竞争结构分析 254

二、日化用品行业swot分析 256

第二节 日化用品行业竞争格局分析 257

一、产品竞争格局 257

二、企业竞争格局 257

三、品牌竞争格局 259

第三节 日化用品行业集中度分析 260

一、市场集中度分析 260

二、企业集中度分析 261

三、区域集中度分析 261

第四节 中国日化用品行业竞争力分析 261

一、中国日化用品行业竞争力剖析 261

二、中国日化用品企业市场竞争的优势 262

三、国内日化用品企业竞争能力提升途径 262

四、中国日化用品产品竞争力优势分析 263

第五节 日化用品行业并购重组分析 264

- 一、行业并购重组现状及其重要影响 264
- 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析 265
- 三、本土企业投资兼并与重组分析 266
- 四、企业升级途径及并购重组风险分析 267
- 五、行业投资兼并与重组趋势分析 268

第十二章 日化用品行业领先企业经营形势分析 270

第一节 中国日化用品企业发展状况分析 270

- 一、2021-2026年日化用品行业营收排名分析 270
- 二、2021-2026年化妆品企业排名分析 270
- 三、2021-2026年口腔清洁护理用品企业排名分析 271
- 四、2021-2026年洗涤用品企业排名分析 272

第二节 中国领先日化用品企业经营形势分析 272

- 一、宝洁(中国)有限公司 272
- 二、联合利华(中国)有限公司 284
- 三、欧莱雅(中国)有限公司 289
- 四、强生(中国)有限公司 294
- 五、广州立白企业集团有限公司 298
- 六、上海家化联合股份有限公司 303
- 七、玫琳凯(中国)化妆品有限公司 309
- 八、资生堂(中国)投资有限公司 311
- 九、雅诗兰黛(中国)商贸有限公司 314
- 十、妮维雅(上海)有限公司 320

- 十一、曼秀雷敦(中国)药业有限公司 323
- 十二、上海百雀羚化妆品有限公司 325
- 十三、上海相宜本草化妆品股份有限公司 327
- 十四、安利(中国)日用品有限公司 329
- 十五、狮王日用化工(青岛)有限公司 337
- 十六、利洁时家化(中国)有限公司 338
- 十七、汉高(中国)投资有限公司 340
- 十八、天津郁美净集团有限公司 345
- 十九、青蛙王子(中国)日化有限公司 347
- 二十、蓝月亮(中国)有限公司 349
- 二十一、名臣健康用品股份有限公司 353
- 二十二、纳爱斯集团有限公司 358
- 二十三、南风化工集团股份有限公司 360
- 二十四、上海和黄白猫有限公司 363
- 二十五、花王(中国)投资有限公司 364
- 二十六、广州市浪奇实业股份有限公司 367
- 二十七、威莱(广州)日用品有限公司 374
- 二十八、好来化工(中山)有限公司 376
- 二十九、高露洁棕榄(中国)有限公司 378
- 三十、江苏隆力奇生物科技股份有限公司 380

第五部分 发展前景展望

第十三章 2026-2031年日化用品行业前景及趋势 383

第一节 日化用品行业五年规划现状及未来预测 383

一、日化用品行业运行情况 383

二、日化用品行业“十四五”发展重点 384

三、日化用品行业“十四五”发展机遇 384

四、日化用品行业“十四五”发展方向 385

第二节 2026-2031年日化用品市场发展前景 386

一、2026-2031年日化用品市场发展潜力 386

二、2026-2031年日化用品市场发展前景展望 387

三、2026-2031年日化用品细分行业发展前景分析 388

第三节 2026-2031年日化用品市场发展趋势预测 392

一、2026-2031年日化用品行业发展趋势 392

二、2026-2031年日化用品市场规模预测 394

三、2026-2031年日化用品行业应用趋势预测 394

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测 396

第四节 2026-2031年中国日化用品行业供需预测 397

一、2026-2031年中国日化用品行业供给预测 397

二、2026-2031年中国日化用品行业产量预测 398

三、2026-2031年中国日化用品市场销量预测 398

四、2026-2031年中国日化用品行业需求结构预测 399

五、2026-2031年中国日化用品行业供需平衡预测 399

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势 399

一、市场整合成长趋势 399

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测 404

三、企业区域市场拓展的趋势 404

四、科研开发趋势及替代技术进展 405

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势 405

第十四章 2026-2031年日化用品行业投资价值与风险防范分析 408

第一节 日化用品行业投资特性分析 408

一、日化用品行业进入壁垒分析 408

二、日化用品行业盈利因素分析 409

三、日化用品行业盈利模式分析 409

第二节 日化用品行业投融资情况 410

一、行业资金渠道分析 410

二、固定资产投资分析 410

三、兼并重组情况分析 410

第三节 2026-2031年日化用品行业投资机会 410

一、产业链投资机会 410

二、细分市场投资机会 411

三、重点区域投资机会 412

四、日化用品行业投资机遇 412

第四节 2026-2031年日化用品行业投资风险及防范 413

一、政策风险及防范 413

二、技术风险及防范 413

三、竞争风险 413

四、宏观经济波动风险及防范 417

五、关联产业风险及防范 417

六、管理风险及规避方法 417

七、其他风险及防范 418

第五节 中国日化用品行业投资建议 419

一、日化用品行业未来发展方向 419

二、日化用品行业主要投资建议 420

三、中国日化用品企业融资分析 421

第六部分 发展战略研究

第十五章 日化用品行业发展战略研究 422

第一节 日化用品行业发展战略研究 422

一、战略综合规划 422

二、技术开发战略 423

三、业务组合战略 427

四、区域战略规划 430

五、产业战略规划 439

六、营销品牌战略 440

七、竞争战略规划 442

第二节 对中国日化用品品牌的战略思考 444

一、日化用品品牌的重要性 444

二、日化用品实施品牌战略的意义 445

三、日化用品企业品牌的现状分析 446

四、我国日化用品企业的品牌战略	447
五、日化用品品牌战略管理的策略	447
六、日化用品行业品牌管理案例分析	449
第三节 日化用品经营策略分析	451
一、日化用品市场细分策略	451
二、日化用品市场创新策略	452
三、品牌定位与品类规划	454
四、日化用品新产品差异化战略	455
第四节 日化用品行业重点客户战略实施	459
一、实施重点客户战略的必要性	459
二、合理确立重点客户	460
三、重点客户战略管理	461
四、重点客户管理功能	461
第五节 日化用品行业投资战略研究	463
一、2021-2026年日化用品企业投资战略	463
二、2026-2031年日化用品行业投资战略	464
三、2026-2031年细分行业投资战略	465
第十六章 研究结论及发展建议	466
第一节 日化用品行业研究结论及建议	466
第二节 日化用品子行业研究结论及建议	466
第三节 中道泰和日化用品行业发展建议	467
一、行业发展策略建议	467

二、行业投资方向建议 467

三、行业投资方式建议 467

图表目录

图表：行业发展周期 9

图表：行业生命周期图 10

图表：手洗餐具用洗涤剂理化指标 42

图表：2021-2026年国内生产总值及其增长速度 82

图表：2021-2026年三次产业增加值占国内生产总值比重 83

图表：2021-2026年万元国内生产总值能耗降低率(%) 83

图表：2021-2026年全员劳动生产率(元/人) 84

图表：2021-2026年末人口数及其构成 84

图表：2021-2026年城镇新增就业人数 85

图表：2021-2026年居民消费月度涨跌幅度(%) 85

图表：2021-2026年居民消费价格涨跌幅度 86

图表：2021-2026年末国家外汇储备 86

图表：2021-2026年末全国农村贫困人口(万人)和贫困发生率(%) 87

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入及其增长速度 89

图表：2021-2026年全国居民人均消费者支出及其构成 89

图表：2021-2026年研究与发展(r&d)经费支付(亿元)及其增长速度 90

图表：2021-2026年专利申请、授权和有效专利情况 91

图表：2021-2026年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数(万人) 92

图表：2021-2026年国内游客人次(亿人次)及其增长速度(%) 93

图表：2021-2026年末卫生技术人员人数(万人)	93
图表：2021-2026年清洁能源消费量占能源消费总量的比重	95
图表：2021-2026年全球日化用品市场规模分析	102
图表：2021-2026年全球日化用品区域市场占比	103
图表：2021-2026年日化用品行业投资规模	125
图表：2021-2026年日化用品行业市场规模分析	126
图表：2021-2026年日化用品行业利润总额分析	127
图表：2021-2026年中国日化用品行业企业数量	127
图表：不同规模企业结构分析	128
图表：不同所有制企业结构分析	128
图表：2021-2026年中国日化用品行业从业人员	129
图表：2021-2026年日化用品行业盈利能力分析	129
图表：2021-2026年日化用品行业偿债能力分析	129
图表：2021-2026年日化用品行业营运能力分析	130
图表：2021-2026年日化用品行业发展能力分析	130
图表：2021-2026年中国日化行业产值规模	137
图表：2021-2026年国内日化行业产品结构	140
图表：2026-2031年中国日化用品需求规模预测	142
图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入平均数与中位数	143
图表：2021-2026年全国居民人均消费支出及构成	144
图表：2021-2026年中国日化出口产品结构	151
图表：2021-2026年中国日化进口产品结构	152

图表：19982021-2026年国内合成洗涤剂年度产量走势 163

图表：2021-2026年中国个人洗护用品行业产量规模 167

图表：2021-2026年中国洗护用品市场规模 167

图表：2021-2026年中国化妆品市场规模 175

图表：网络营销主要目的 188

图表：电商盈利模式 191

图表：中国日化用品主要渠道市场结构 195

图表：巴黎欧莱雅营销环境分析 220

图表：欧莱雅品牌分布图 221

图表：日化用品主要购买者年龄结构结构 226

图表：日化用品购买频率 227

图表：中国日化用品行业线上线下销售额占比 228

图表：洗涤用品主要购买品牌 228

图表：个人洗护用品主要购买品牌 229

图表：口腔清洁护理用品主要购买品牌 229

图表：化妆品主要购买品牌 230

图表：2021-2026年日化用品市场份额区域分布 237

图表：2021-2026年日化用品企业数量的区域分布 238

图表：2021-2026年东北地区日化用品行业市场规模情况 239

图表：2021-2026年东北地区日化用品行业产值规模情况 240

图表：2021-2026年华北地区日化用品行业市场规模情况 241

图表：2021-2026年华北地区日化用品行业产值规模情况 242

图表：2021-2026年华东地区日化用品行业市场规模情况 243

图表：2021-2026年华东地区日化用品行业产值规模情况 244

图表：2021-2026年华中地区日化用品行业市场规模情况 246

图表：2021-2026年华中地区日化用品行业产值规模情况 247

图表：2021-2026年华南地区日化用品行业市场规模情况 248

图表：2021-2026年华南地区日化用品行业产值规模情况 249

图表：2021-2026年西南地区日化用品行业市场规模情况 250

图表：2021-2026年西南地区日化用品行业产值规模情况 251

图表：2021-2026年西北地区日化用品行业市场规模情况 252

图表：2021-2026年西北地区日化用品行业产值规模情况 253

图表：2021-2026年中国日化产品品牌竞争格局分析情况 260

图表：中国日化用品行业不同规模企业数量占比 261

图表：2021-2026年日化用品行业营收排名 270

图表：2021-2026年化妆品企业排名分析 271

图表：2021-2026年口腔清洁护理用品企业排名分析 271

图表：2021-2026年洗涤用品企业排名分析 272

图表：2021-2026年宝洁公司经营状况 273

图表：2021-2026年联合利华经营状况 285

图表：2021-2026年强生经营状况 296

图表：强生中国公司品牌结构简介 296

图表：立白集团生产基地分布图 301

图表：立白集团销售网络简介 302

图表：立白集团csr战略 303

图表：雅诗兰黛经营状况分析 314

图表：2021-2026年名臣健康经营情况 354

图表：2021-2026年南风化工经营情况 361

图表：2021-2026年花王合并销售情况 365

图表：2021-2026年广州浪奇经营情况 368

图表：2021-2026年高露洁棕榄经营情况 379

图表：2026-2031年日化用品市场规模预测 394

图表：2026-2031年日化用品供给规模预测 397

图表：2026-2031年日化用品产量预测 398

图表：区域发展战略咨询流程图 436

图表：区域swot战略分析图 438

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：125861

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20190628/125861.shtml>

在线订购：[点击这里](#)