2017-2023年中国一次性卫生用品行业分析及投资 前景分析报告

报告大纲

智研咨询 www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国一次性卫生用品行业分析及投资前景分析报告》涵盖行业最新数据,市场热点,政策规划,竞争情报,市场前景预测,投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据,以及我中心对本行业的实地调研,结合了行业所处的环境,从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址: https://www.chyxx.com/research/201709/563065.html

报告价格: 电子版: 9800元 纸介版: 9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

我国一次性卫生用品行业的发展始于上世纪 80 年代,以卫生巾先行,行业发展初期国内市场较为封闭,厂商生产技术落后,产品种类单一,且消费者对产品尚缺乏了解,普及程度较低。进入上世纪 90 年代,外资厂商进入国内市场,同时婴儿纸尿裤市场开始起步,引入了先进的卫生巾及婴儿纸尿裤生产设备和产品,且消费者已形成一定的产品认知和使用习惯,行业开始加速发展。2000 年之后,一次性卫生用品因其方便、卫生、健康等优点,消费者普及程度进一步提升,成人失禁用品也开始出现,行业整体继续稳步发展,并且国内本土企业开始壮大。2010 年以来,消费者对产品的品牌、质量、功能的要求进一步提高,具有良好品牌、先进技术的企业占据了发展优势。经过 30 多年的发展,我国一次性卫生用品行业产品种类不断丰富、功能不断完善、普及程度不断提升,已成为与人民生活密切相关的重要行业。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会统计,2016

年我国一次性卫生用品市场规模达到 829.4 亿元,比 2015 年增长 3.6%。在 2016 年一次性卫生用品市场总销售额中,卫生巾(含护垫)占47.6%,婴儿纸尿裤(含尿片)占 45.1%,成人失禁用品占 7.3%。卫生巾的市场销售额在行业中占比最大,具体情况如下: 2016 年中国一次性卫生用品市场构成(亿元)

智研咨询发布的《2017-2023年中国一次性卫生用品行业分析及投资前景分析报告》共十三章。首先介绍了一次性卫生用品相关概念及发展环境,接着分析了中国一次性卫生用品规模及消费需求,然后对中国一次性卫生用品市场运行态势进行了重点分析,最后分析了中国一次性卫生用品面临的机遇及发展前景。您若想对中国一次性卫生用品有个系统的了解或者想投资该行业,本报告将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:

第一章 2017年世界一次性卫生用品行业整体运营状况分析 20

- 1、1 2017年世界一次性卫生用品行业运行环境分析 20
- 1、2 2017年世界一次性卫生用品行业市场运行格局 22
- 1、2、1 世界一次性卫生用品市场特征分析 22
- 1、2、2 世界一次性卫生用品品牌综述 23
- 1、2、3世界一次性卫生用品市场动态分析 25
- 1、2、4 世界成人失禁用品销售情况分析 26
- 1、2、5世界婴儿纸尿裤/成长裤市场发展分析 27
- 1、3 2017年世界主要国家和地区一次性卫生用品运行分析 28

- 1、3、1 欧洲 28
- 1、3、2日本29
- 1、3、3美国31
- 1、3、4 德国 32
- 1、4 2017-2023年世界一次性卫生用品行业发展趋势分析 34
- 第二章 2017年世界品牌一次性卫生用品企业营运状况浅析 36
- 2、1 宝洁 36
- 2、1、1 企业简介 36
- 2、1、2 2014-2017年企业经营状况 37
- 2、1、3 2017年在华投资运行情况 38
- 2、1、4 品牌竞争力分析 38
- 2、1、5国际化发展战略分析39
- 2、2 金佰利 40
- 2、2、1 企业概况 40
- 2、2、2 2014-2017年企业经营状况 41
- 2、2、3 2017年在华投资运行情况 42
- 2、2、4 品牌竞争力分析 43
- 2、2、5国际化发展战略分析44
- 2、3强生45
- 2、3、1 企业概况 45
- 2、3、2 2014-2017年企业经营状况 46
- 2、3、3 2017年在华投资运行情况 47
- 2、3、4 品牌竞争力分析 47
- 2、3、5国际化发展战略分析48
- 2、4 花王 48
- 2、4、1 企业概况 48
- 2、4、2 2014-2017年企业经营状况 49
- 2、4、3 2017年在华投资运行情况 50
- 2、4、4品牌竞争力分析50
- 2、4、5国际化发展战略分析51
- 2、5 尤妮佳 52
- 2、5、1 企业概况 52
- 2、5、2 2017年企业经营状况分析 52
- 2、5、3 2017年在华投资运行情况 54
- 2、5、4品牌竞争力分析54

2、5、5 国际化发展战略分析 55

第三章 2017年中国一次性卫生用品行业市场发展环境解析 57

- 3、12017年中国宏观经济环境分析57
- 3、1、1 2017年中国GDP增长分析 57
- 3、1、2 2017年中国消费价格指数 57
- 3、1、3 2017年城乡居民收入分析 58
- 3、1、42017年中国社会消费品零售总额60
- 3、1、5 2017年全社会固定资产投资分析 60
- 3、2 2017年中国一次性卫生用品市场政策环境分析 61
- 3、2、1 一次性卫生用品行业相关政策及标准 61
- 3、2、2 《一次性使用卫生用品卫生标准》GB15979-2002 62
- 3、2、3 《卫生巾(含卫生护垫)》国家新标准63
- 3、2、4 "废纸再利用技术要求"国家标准 63
- 3、3 2017年中国一次性卫生用品市场社会环境分析 65
- 3、3、1人口环境分析 65
- 3、3、2 教育环境分析 68
- 3、3、3 消费环境分析 68
- 3、3、4 生态环境分析 69

第四章 2017年中国一次性卫生用品行业市场运行态势剖析 70

- 4、12017年中国一次性卫生用品行业发展分析70
- 4、1、1 2017年一次性卫生用品零售规模分析 70
- 4、1、2 2017年一次性卫生用品市场结构分析 71
- 4、2 2017年中国一次性卫生用品产业现状综述 72
- 4、2、1 一次性卫生用品行业洗牌分析 72
- 4、2、2 一次性卫生用品市场继续稳步增长 73
- 4、2、3 国产设备水平迅速提高走向国际市场 73
- 4、2、4 一次性卫生用品消费区域化差异大 73
- 4、3 2017年中国一次性卫生用品产业存在的问题 75
- 4、3、1 安全性是一次性卫生用品市场敏感区 75
- 4、3、2 一次性卫生用品造成的环境污染严重 76

第五章 2014-2017年中国一次性卫生用品业内热点产品运营态势分析 77

- 5、1 妇女卫生巾 77
- 5、1、1 2017年中国妇女卫生巾产销分析 77
- 5、1、2 2017年中国妇女卫生巾零售规模 79

近年来,随着生活水平不断提升、健康生活意识不断加强,女性消费者对卫生巾在功能、

舒适、安全、健康等方面的需求不断提高;另一方面,卫生巾生产设备、技术水平的进步也推动了产品的设计、功能持续细分和演化。在上述两方面因素作用下,消费升级推动卫生巾市场规模稳步增长。根据中国造纸协会生活用纸专业委员会的数据,2012 年至 2016年,卫生巾(含护垫)消费量从 916.0 亿片增加到 1,186.1 亿片,年复合增长率达到6.67%,市场规模从 287.1 亿元扩大至 394.9 亿元,年复合增长率达到8.30%,具体情况如下:

2012年-2016年中国卫生巾(含护垫)市场规模

- 5、1、3 2017年跨国公司的品牌地位分析 80
- 5、1、4 2017年妇女卫生巾产品创新分析 80
- 5、1、5 2017年妇女卫生巾国产设备水平 81
- 5、1、6 2017年妇女卫生巾产品质量抽查 81
- 5、2 婴儿纸尿布 81
- 5、2、12017年中国婴儿纸尿布产销分析81
- 5、2、2 2017年婴儿纸尿布零售规模分析 83

我国婴儿纸尿裤市场虽起步晚于卫生巾市场,但近年来发展迅速,随着我国家庭对婴儿纸尿裤的接受度不断提高和使用习惯的逐渐养成,婴儿纸尿裤产品的市场渗透率迅速提高。根据数据统计,2000 年我国婴儿纸尿裤(含尿片)的市场渗透率仅有 2.1%,2016年已提升至55.6%,2016 我国0-2岁婴儿人数近4,000万人,全年出生人口达到1,786万人,较2015年增加131万人,消费人群规模增加明显。快速提升的渗透率和庞大的婴幼儿人口数量推动了婴儿纸尿裤市场规模的快速增长。2012 年至 2016年,婴儿纸尿裤(含尿片)消费量从206.2亿片增加到349.1亿片,年复合增长率达到14.07%,市场规模从223.0 亿元扩大至 374.0 亿元,年复合增长率达到13.80%,具体情况如下:

2012年-2016年中国婴儿纸尿裤(含尿片)市场规模

- 5、2、3 2017年中国婴儿纸尿布出口分析 84
- 5、2、4婴儿纸尿布的消费习惯和产品创新86
- 5、3 成人失禁用品 87
- 5、3、12017年中国成人失禁用品产销分析87
- 5、3、2 2017年成人失禁用品零售规模分析 88

成人失禁用品的主要消费群体是老龄人口中的失禁患者。近年来,中国人口老龄化程度不断加剧。2016年中国统计公报数据显示,全国 65 岁及以上人口数量已经从 2005年的 10,055万人增加到 2016年的 15,003万人,占总人口的比例也从 2005年的 7.7%增加到 2016年的 10.8%。其中,65周岁及以上人口老龄人口数居全球之首。数量巨大且快速增长的老龄人口为我国成人失禁用品市场发展提供了庞大的潜在消费群体。成人失禁用品具有穿戴方便、贴身舒适的特点,穿着后行动束缚减少,能为不同失禁程度的成年人提供专业的护

理保护,成人失禁用品的发展和普及减轻了居家养老的护理负担,提高了中老年人的生活质量。与发达国家相比,我国成人失禁用品市场还处在起步阶段,但不断增加的老龄人口和生活观念的不断转变推动了成人纸尿裤市场规模的快速增长,市场渗透率逐年增高。根据数据显示,2016年成人失禁用品的消费量为39.5亿片,比上年增长35.3%,市场规模60.5亿元,比上年增长19.3%,具体情况如下:

2012年-2016年中国成人失禁用品市场规模

- 5、3、3中国成人失禁用品市场发展展望89
- 5、4湿巾89
- 5、4、1 2017年中国湿巾产销分析 89
- 5、4、2 2017年湿巾零售规模分析 90
- 5、4、3 2017年湿巾产品结构分析 91
- 5、4、4 2017年湿巾产品质量抽查 91
- 5、4、5湿巾产品市场发展展望92
- 5、5 其他 93
- 5、5、1 宠物卫生用品市场分析 93
- 5、5、2厕所用纸市场分析94

第六章 2017年中国一次性卫生用品市场销售策略分析 95

- 6、1 中国一次性卫生用品市场销售终端的基本类型 95
- 6、1、1 一次性卫生用品市场各终端的基本特点 95
- 6、1、2 一次性卫生用品市场的主要销售模式 96
- 6、1、3下游零售行业为卫生用品提供渠道支撑97
- 6、2 中国一次性卫生用品行业市场销售渠道分析 97
- 6、3 中国一次性卫生用品行业销售渠道的瓶颈 98
- 6、4 一次性卫生用品市场营销案例分析 98
- 6、4、1 ABC卫生巾无广告营销 98
- 6、4、2 安乃诗卫生巾市场推广策略 101
- 6、4、3 金佰利在中国的复活 103
- 6、5 2017年一次性卫生用品市场营销策略分析 105
- 6、5、1 锁定目标人群 105
- 6、5、2 突出产品功能 106
- 6、5、3 主要营销策略 106
- 6、5、4 市场传播方式 108

第七章 2017年中国一次性卫生用品市场消费调查分析 110

- 7、1 消费者基本情况调查分析 110
- 7、2 一次性卫生用品关注度调查分析 111

- 7、2、1 妇女卫生用品 111
- 7、2、2 婴儿纸尿布/裤 112
- 7、2、3 成人失禁用品 113
- 7、3 一次性卫生用品消费者满意度调查分析 113
- 7、3、1品牌满意度 113
- 7、3、2 价格满意度 113
- 7、3、3 质量满意度 114
- 7、4 一次性卫生用品消费者使用品牌构成 114
- 7、4、1 妇女卫生用品品牌构成 114
- 7、4、2婴儿纸尿布/裤品牌构成 116
- 7、4、3成人失禁用品品牌构成 116
- 7、5 影响消费者购买的因素分析 117
- 7、5、1 质量 117
- 7、5、2品牌117
- 7、5、3 价格 118

第八章 2014-2017年中国卫生材料制造行业经济运行状况 119

- 8、1 2014-2017年中国卫生材料制造行业发展分析 119
- 8、1、1 2017年中国卫生材料制造行业发展概况 119
- 8、1、2 2017年中国卫生材料制造行业发展概况 122
- 8、2 2014-2017年中国卫生材料制造行业总体运行情况 124
- 8、2、1 2014-2017年中国卫生材料制造行业企业数量统计 124
- 8、2、2 2014-2017年中国卫生材料制造行业从业人数统计 128
- 8、2、3 2014-2017年中国卫生材料制造行业销售收入分析 131
- 8、2、4 2014-2017年中国卫生材料制造行业利润总额分析 136
- 8、2、5 2014-2017年中国卫生材料制造行业亏损情况分析 140
- 8、3 2014-2017年中国卫生材料制造行业资产负债状况 141
- 8、3、1 2014-2017年中国卫生材料制造行业资产状况分析 141
- 8、3、2 2014-2017年中国卫生材料制造行业应收账款分析 145
- 8、3、3 2014-2017年中国卫生材料制造行业流动资产状况 145
- 8、3、4 2014-2017年中国卫生材料制造行业负债总额分析 146
- 8、4 2014-2017年中国卫生材料制造行业经营效益分析 146
- 8、4、1 2014-2017年中国卫生材料制造行业盈利能力分析 146
- 8、4、2 2014-2017年中国卫生材料制造行业偿债能力分析 151
- 8、4、3 2014-2017年中国卫生材料制造行业营运能力分析 154
- 8、5 2014-2017年中国卫生材料制造行业成本费用结构分析 158

- 8、5、1 2014-2017年中国卫生材料制造行业销售成本分析 159
- 8、5、2 2014-2017年中国卫生材料制造行业销售费用分析 160
- 8、5、3 2014-2017年中国卫生材料制造行业管理费用统计 160
- 8、5、4 2014-2017年中国卫生材料制造行业财务费用统计 161

第九章 2014-2017年中国一次性卫生用品进出口数据监测分析 163

- 9、1 2014-2017年中国一次性卫生用品进出口分析 163
- 9、1、1 2014-2017年中国一次性卫生用品进口情况 163
- 9、1、2 2014-2017年中国一次性卫生用品出口情况 164
- 9、1、3 2014-2017年中国一次性卫生用品进出口均价分析 166
- 9、2
- 2014-2017年中国纸卫生巾及止血塞、婴儿纸尿布、尿布衬里等(48184000)进出口分析 167
- 9、2、1 2014-2017年中国纸卫生巾及止血塞、婴儿纸尿布、尿布衬里等进出口总体情况 167
- 9、2、2
- 2014-2017年中国主要省市纸卫生巾及止血塞、婴儿纸尿布、尿布衬里等进出口情况 170
- 9、2、3 2014-2017年中国纸卫生巾及止血塞、婴儿纸尿布、尿布衬里等进出口流向情况 172
- 9、2、4 2014-2017年中国纸卫生巾及止血塞、婴儿纸尿布、尿布衬里等进出口均价分析 175
- 9、3
- 2014-2017年中国纸浆、纸、纤维素絮纸等的制衣服及衣着附件(48185000)进出口分析 176
- 9、3、1 2014-2017年中国纸浆、纸、纤维素絮纸等的制衣服及衣着附件进出口总体情况 176
- 9、3、2
- 2014-2017年中国主要省市纸浆、纸、纤维素絮纸等的制衣服及衣着附件进出口情况 179
- 9、3、3 2014-2017年中国纸浆、纸、纤维素絮纸等的制衣服及衣着附件进出口流向情况 181
- 9、3、4 2014-2017年中国纸浆、纸、纤维素絮纸等的制衣服及衣着附件进出口均价分析 184
- 9, 4
- 2014-2017年中国纸浆、纸等制的其他家庭、卫生或医院用品(48189000)进出口分析 185
- 9、4、1 2014-2017年中国纸浆、纸等制的其他家庭、卫生或医院用品进出口总体情况 185

- 9、4、2 2014-2017年中国主要省市纸浆、纸等制的其他家庭、卫生或医院用品进出口情况 188
- 9、4、3 2014-2017年中国纸浆、纸等制的其他家庭、卫生或医院用品进出口流向情况 190
- 9、4、4 2014-2017年中国纸浆、纸等制的其他家庭、卫生或医院用品进出口均价分析 192 第十章 2014-2017年中国一次性卫生用品市场竞争格局透析 194
- 10、1 2014-2017年中国一次性卫生用品竞争企业格局分析 194
- 10、1、1 中国卫生巾主要生产商及品牌格局 194
- 10、1、2 婴儿纸尿布主要生产商和品牌格局 196
- 10、1、3 成人失禁用品生产商和品牌格局 197
- 10、1、4 中国湿巾主要生产商和品牌格局 198
- 10、2 2014-2017年中国一次性卫生用品品牌份额分析 199
- 10、2、1 2017年中国妇女卫生巾品牌市场份额分析 199
- 10、2、2 2017年中国婴儿纸尿布/裤品牌市场份额分析 200
- 10、2、3 2017年中国成人失禁用品品牌市场份额分析 201
- 10、2、4 2017年中国厕所用纸品牌市场份额分析 202
- 10、3 2017-2023年中国一次性卫生用品行业竞争趋势分析 203
- 第十一章 中国一次性卫生用品品牌企业关键性数据分析 204
- 11、1 ABC(佛山景兴卫生用品有限公司) 204
- 11、1、1 企业发展简况分析
- 11、1、2企业经营情况分析
- 11、1、3企业经营优劣势分析 206
- 11、2 苏菲(上海尤妮佳有限公司) 207
- 11、2、1 企业发展简况分析
- 11、2、2企业经营情况分析
- 11、2、3企业经营优劣势分析 209
- 11、3 护舒宝(宝洁集团旗下品牌) 210
- 11、3、1 企业发展简况分析
- 11、3、2企业经营情况分析
- 11、3、3企业经营优劣势分析 212
- 11、4 娇爽(强生旗下品牌) 212
- 11、4、1 企业发展简况分析
- 11、4、2企业经营情况分析
- 11、4、3企业经营优劣势分析 215
- 11、5 安尔乐-七度空间-安乐(恒安集团) 215
- 11、5、1 企业发展简况分析

- 11、5、2企业经营情况分析
- 11、5、3企业经营优劣势分析 224
- 11、6 好舒爽(福建恒利集团有限公司) 224
- 11、6、1 企业发展简况分析
- 11、6、2企业经营情况分析
- 11、6、3企业经营优劣势分析 227
- 11、7 舒而美-高洁丝-得伴(美国金佰利公司旗下品牌) 228
- 11、7、1 企业发展简况分析
- 11、7、2企业经营情况分析
- 11、7、3企业经营优劣势分析 230
- 11、8 柔柔(脱普日用化学品(中国)有限公司) 231
- 11、8、1 企业发展简况分析
- 11、8、2企业经营情况分析
- 11、8、3企业经营优劣势分析 233
- 11、9 乐而雅(日本花王旗下品牌) 234
- 11、9、1 企业发展简况分析
- 11、9、2企业经营情况分析
- 11、9、3企业经营优劣势分析 236
- 11、10 洁婷(湖北丝宝股份有限公司) 237
- 11、10、1 企业发展简况分析
- 11、10、2企业经营情况分析
- 11、10、3企业经营优劣势分析 239
- 第十二章 2017-2023年中国一次性卫生用品行业发展趋势与前景展望 241
- 12、1 2017-2023年中国一次性卫生用品行业发展前景分析 241
- 12、1、1 中国一次性卫生用品市场潜力巨大 241
- 12、1、2 未来一次性卫生用品市场的展望 242
- 12、2 2017-2023年中国一次性卫生用品行业发展趋势分析 242
- 12、2、1 一次性卫生用品新产品趋势 242
- 12、2、2 卫生用品正朝两个趋势发展 243
- 12、3 2017-2023年中国一次性卫生用品行业市场预测分析 243
- 12、3、1 2017-2023年妇女卫生用品市场预测分析 243
- 12、3、2 2017-2023年中国婴儿纸尿布/裤市场预测 244
- 12、3、3 2017-2023年成人失禁用品市场预测分析 245
- 12、3、4 2017-2023年中国厕所用纸市场预测分析 246
- 12、4 2017-2023年中国一次性卫生用品市场盈利预测分析 246 (ZY LT)

- 第十三章 2017-2023年中国一次性卫生用品行业投资机会与风险 247
- 13、1 2017-2023年中国一次性卫生用品行业投资周期分析 247
- 13、2 2017-2023年中国一次性卫生用品行业投资机会分析 247
- 13、2、1 一次性卫生用品行业投资吸引力 247
- 13、2、2 一次性卫生用品市场增长动力分析 248
- 13、2、3 一次性卫生用品产业链相关投资机会 250
- 13、3 2017-2023年中国一次性卫生用品行业投资风险分析 251
- 13、3、1 经济波动风险 251
- 13、3、2 市场竞争风险 251
- 13、3、3 产品质量风险 251
- 13、3、4 原材料价格风险 252
- 13、3、5 环保及安全风险 253
- 13、4 2017-2023年中国一次性卫生用品行业投资策略分析 254

附:报告说明 256

图表目录:

- 图表 1 2011-2017年世界发达经济体季度GDP增长比较及走势预测 21
- 图表 2 2011-2017年世界新兴经济体经济增长及走势预测 21
- 图表 3 2011年全球婴儿纸尿裤区域结构 27
- 图表 4 2011-2017年欧洲15-49岁段的妇女人口分布及预测 28
- 图表 5 2011-2017年日本卫生用品及卫生纸零售规模(Value)增长趋势 29
- 图表 6 2011-2017年日本卫生用品及卫生纸零售规模(Value)情况 30
- 图表 7 2017年日本卫生用品及卫生纸零售规模市场结构 30
- 图表 8 2017年日本卫生用品及卫生纸零售渠道结构 31
- 图表 9 2011-2017年美国卫生保护用品零售规模(Value)增长趋势 31
- 图表 10 2011-2017年美国卫生保护用品零售规模(Value)情况 32
- 图表 11 2017年美国卫生保护用品零售规模结构 32
- 图表 12 2011-2017年德国一次性卫生用品零售规模情况 33
- 图表 13 2011-2017年德国卫生用品及卫生纸零售规模(Value)增长趋势 33
- 图表 14 2017年德国一次性卫生用品零售规模市场结构 34
- 图表 15 2011-2017财年宝洁公司全球销售收入增长趋势图 37
- 图表 16 2011-2017财年宝洁公司营业利润增长趋势图 38
- 图表 17 金佰利公司发展历程 41
- 图表 18 2011-2017年金佰利公司全球销售收入趋势图 42
- 图表 19 2011-2017年金佰利公司营业利润趋势图 42
- 图表 20 2011-2017年金佰利公司净利润趋势图 42

图表 21 金佰利公司在中国的发展运营情况 43

图表 22 金佰利旗下一次性卫生用品品牌 44

图表 23 2011-2017年强生公司分业务收入统计 46

图表 24 2011-2017年强生公司消费品及个人护理产品分地区收入统计 46

图表 25 2011-2017年强生公司分业务营业利润统计 46

图表 26 强生集团一次性卫生用品品牌及产品 47

图表 27 花王集团主要产品及业务概况 48

图表 28 2011-2017财年日本花王公司收入及利润统计 49

图表 29 2011-2017财年日本花王公司收入增长趋势图 49

图表 30 乐而雅品牌在中国发展历程 50

更多图表见正文......

详细请访问: https://www.chyxx.com/research/201709/563065.html