

2017-2022年中国洗发护发行业市场供需预测及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国洗发护发行业市场供需预测及投资战略咨询报告》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.huaon.com/detail/294350.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

头发是身体上最容易脏的部分。护发、清洁最重要！头发与皮肤一样也有油性、中性和干性的分别，要视乎皮脂膜的分泌量而定。而洗头次数也应视乎个人而定，只要感觉不洁便要清洗。拥有一头闪亮滑润的头发，是每个女人都盼望的事，因为柔亮的头发会给人明朗、健康的感觉。因此人们更注重头发的质量，护发也就随着现行社会所发展的时尚潮流而更受关注。

头发护理不仅同年龄、环境、身体状况、职业有关，而且还应注意季节特点。夏季，人体汗腺、皮脂腺分泌旺盛，大量的汗液和皮脂积聚在头发中，为细菌、真菌生长创造了良好的条件，所以保持头发的清洁十分重要。比增加洗头次数，以1—2天洗一次最宜，洗头后可选用些养发剂，加强对头发的护理。外出时应特别注意头发的防晒，可搽些防晒发乳，避免中午11时至下午3时外出。若要外出可以戴太阳帽或撑太阳伞，以防止紫外线的损害。

秋季，气候逐渐干燥，头发变得蓬松，易于脱落，这时不宜烫发、染发。要经常按摩头皮，使头部肌肉松弛，促进血液循环，加速毛发生长。注意合理的营养摄入，多吃蛋白质，维生素，少吃刺激性食物，保持良好的情绪，不用或少用电热吹风或其它整发剂。

冬季，气候干燥，人体汗腺和皮脂腺分泌较少，头发会变得干枯，无光泽，弹性降低，静电性增加，尘埃易于吸附上去，头发易脏，头皮角质细胞脱落增多，头屑增加。所以冬季应选用营养的香波清洁头发，在每次洗完发后涂用护发素，每天应按摩头皮，按摩结束后再涂上少量滋养发乳，使头发有足够的营养，变得光泽富有弹性。如头屑仍较多，可用抗头屑香波和抗头屑的养发剂，有一定的止痒效果。

春季的气候变化较大，初春可按冬季的护理方法，而暮春可参照夏季的养护手段，每个人应根据气候的具体情况，合理的选用香波、养发剂和防晒品，使头发保持光泽、柔顺、易梳。头发的异常变化主要是因为各种因素使头发油分不足，水分丢失所造成，如能经常使用养发剂，及时补充油分、水分和其他必需的营养物质，可保持头发的健美。

另外，全身健康与头发的生长密切相关，健康的体质是健美头发的前提，积极锻炼身体，改善体质，合理休息才能使秀发常在。同时，平时还要注意补充足够的水分和营养素，有益于头发生长。

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：

第一章 2013-2015年中国洗发护发业运行环境分析

1.1 2013-2015年中国宏观经济环境分析

1.1.1 中国GDP分析

- 1.1.2 消费价格指数分析
- 1.1.3 城乡居民收入分析
- 1.1.4 社会消费品零售总额
- 1.1.5 全社会固定资产投资分析
- 1.1.6 进出口总额及增长率分析
- 1.2 2013-2015年中国洗发护发业政策环境分析
 - 1.2.1 《化妆品生产企业卫生规范》
 - 1.2.2 《化妆品卫生监督条例》
 - 1.2.3 染发剂标准
- 1.3 2013-2015年中国洗发护发业社会环境分析
 - 1.3.1 人口环境分析
 - 1.3.2 教育环境分析
 - 1.3.3 文化环境分析
 - 1.3.4 生态环境分析

第二章2013-2015年中国洗发护发市场运行格局分析

- 2.1 2013-2015年全球洗发护发市场营运概况
 - 2.1.1 世界洗发护发市场发展现状
 - 2.1.2 全球新兴洗护发品市场前景分析
 - 2.1.3 美国洗护发市场
 - 2.1.4 德国洗护发市场
 - 2.1.5 日本洗护发市场品牌格局分析
- 2.2 2013-2015年中国洗发护发市场总体概况
 - 2.2.1 洗发护发产业回顾
 - 2.2.2 国内洗发护发市场格局
 - 2.2.3 韩国洗发护发用品抢滩中国市场
 - 2.2.4 2013-2015年中国洗护发市场发展概述
- 2.3 2013-2015年中国不同洗发护发市场分析
 - 2.3.1 农村洗发护发市场
 - 2.3.2 高校学生洗发护发产品品牌调查
 - 2.3.3 护发品集体发力高端市场

第三章2013-2015年中国洗发水市场营运局势分析

- 3.1 2013-2015年中国洗发水市场发展概况
 - 3.1.1 中国洗发水行业发展的四个阶段

- 3.1.2 我国洗发水行业发展的格局及特点
- 3.1.3 中国本土洗发水企业生存现状
- 3.1.4 年轻女性支撑中国洗发水市场
- 3.1.5 广东洗发水军团处境尴尬
- 3.2 2013-2015年中国中小洗发水企业分析
 - 3.2.1 中小洗发水企业的困惑
 - 3.2.2 中小洗发水企业卖场终端之苦
 - 3.2.3 中小洗发水企业品牌之痒
 - 3.2.4 突围是中小洗发水企业成长的希望
 - 3.2.5 中小企业洗发水突围建议
- 3.3 2013-2015年中国洗发水市场营销分析
 - 3.3.1 洗发水市场细分及定位策略
 - 3.3.2 洗发水产品销售特征分析
 - 3.3.3 洗发水市场渠道状况
 - 3.3.4 国产洗发水营销策略
 - 3.3.5 中国洗发水市场需要创新营销方式
- 3.4 2013-2015年中国洗发水市场竞争分析
 - 3.4.1 中国洗发水市场竞争激烈
 - 3.4.2 中药汉方日化市场各领风骚
 - 3.4.3 2013-2015年中国洗发水市场竞争格局
 - 3.4.4 2013-2015年中国洗发水市场竞争再度升级
 - 3.4.5 2013-2015年夏季国内洗发水市场开打价格战
- 3.5 2013-2015年中国洗发水行业发展的的问题及对策
 - 3.5.1 洗发水市场有待规范
 - 3.5.2 中国洗发水行业面临的困境及突围策略
 - 3.5.3 国产洗发水企业发展的的问题及对策
 - 3.5.4 三大洗发水企业商业模式的启示
 - 3.5.5 内忧外患局势下本土洗发水企业的出路

第四章2013-2015年中国洗发水细分市场现况分析

- 4.1 药物洗发水
 - 4.1.1 采乐挖掘药物洗发水首桶金
 - 4.1.2 谁将挖掘药物洗发水的下一桶金
 - 4.1.3 提神醒脑药物洗发水潜力大
- 4.2 防脱洗发水

- 4.2.1 中国防脱洗发水现状分析
- 4.2.2 防脱洗发水品牌简析
- 4.2.3 “防脱”类产品发展动态
- 4.2.4 提升防脱洗发水忠诚度的建议
- 4.2.5 防脱发市场良性发展取向
- 4.3 去屑洗发水
 - 4.3.1 中国去屑洗发水市场发展现状
 - 4.3.2 我国去屑洗发水市场竞争升级
 - 4.3.3 清扬去屑洗发水全面出击
 - 4.3.4 追风中药去屑概念洗发水市场拓展浅析

第五章2013-2015年中国洗发水品牌格局分析

- 5.1 2013-2015年中国洗发水品牌总体概述
 - 5.1.1 洗发水品牌发展回顾
 - 5.1.2 国内洗发水品牌介绍
 - 5.1.3 主要品牌成功关键因素分析
- 5.2 2013-2015年中国洗发水品牌格局
 - 5.2.1 我国洗发水高端市场品牌格局概述
 - 5.2.2 中国洗发水品牌使用解析
 - 5.2.3 国内洗发水品牌竞争特征
 - 5.2.4 洗发水品牌营销分析
- 5.3 2013-2015年中国国产洗发水品牌分析
 - 5.3.1 国产洗发水品牌存在的问题
 - 5.3.2 国内成功品牌的有益启示
 - 5.3.3 创造品牌核心价值
 - 5.3.4 品牌规划与品牌资产层面的思考
 - 5.3.5 国产洗发水品牌的未来局面
- 5.4 2013-2015年中国主要地区品牌分析
 - 5.4.1 珠三角市场洗发水品牌状况
 - 5.4.2 广东洗发水品牌困境透析
 - 5.4.3 江西洗发水品牌消费及广告投放分析
- 5.5 中国洗发水品牌案例
 - 5.5.1 飘柔品牌管理分析
 - 5.5.2 舒蕾品牌战略分析
 - 5.5.3 风影洗发水品牌发展战略

5.5.4 拉芳品牌变革的得失

5.5.5 霸王追风洗发水品牌传播策略

第六章2013-2015年中国化妆品制造行业规模以上企业经济运行数据监测

6.1 2013-2015年（按季度更新）中国化妆品制造行业数据监测回顾

6.1.1 竞争企业数量

6.1.2 亏损面情况

6.1.3 市场销售额增长

6.1.4 利润总额增长

6.1.5 投资资产增长性

6.1.6 行业从业人数调查分析

6.2 2013-2015年（按季度更新）中国化妆品制造行业投资价值测算

6.2.1 销售利润率

6.2.2 销售毛利率

6.2.3 资产利润率

6.2.4 2017-2022年化妆品制造盈利能力预测

6.3 2013-2015年（按季度更新）中国化妆品制造行业产销率调查

6.3.1 工业总产值

6.3.2 工业销售产值

6.3.3 产销率调查

6.3.4 2017-2022年化妆品制造产品产销衔接预测

6.4 2013-2015年（按季度更新）化妆品制造出口交货值数据

6.4.1 出口交货值增长

6.4.2 出口交货值占工业产值的比重

第七章2013-2015年中国护发品进出口数据监测分析

7.1 2013-2015年中国护发品进口数据分析

7.1.1 进口数量分析

7.1.2 进口金额分析

7.2 2013-2015年中国护发品出口数据分析

7.2.1 出口数量分析

7.2.2 出口金额分析

7.3 2013-2015年中国护发品进出口平均单价分析

7.4 2013-2015年中国护发品进出口国家及地区分析

7.4.1 进口国家及地区分析

7.4.2 出口国家及地区分析

第八章2013-2015年国外洗发护发产业重点企业经营动态分析

8.1 美国宝洁公司

8.1.1 公司简介

8.1.2 宝洁经营状况

8.1.3 飘柔发展的另类策略

8.1.4 宝洁洗发水市场细分策略

8.2 联合利华

8.2.1 公司简介

8.2.2 联合利华公司经营状况

8.2.3 联合利华在中国的发展

8.2.4 联合利华通过品牌战略提升竞争力

8.2.5 联合利华洗发水换装直指高端市场

8.3 欧莱雅集团

8.3.1 集团简介

8.3.2 欧莱雅经营状况

8.3.3 欧莱雅集团的竞争策略

8.3.4 欧莱雅集团在中国的发展史

8.3.5 欧莱雅正式进军中国大众洗发水市场

8.4 日本花王

8.4.1 公司简介

8.4.2 花王发展历程

8.4.3 日本花王集团注重对市场进行调查分析

第九章2013-2015年国内洗发护发产业标杆企业最新资讯分析

9.1 索芙特股份有限公司

9.1.1 公司简介

9.1.2 索芙特发展历程

9.1.3 索芙特经营状况分析

9.1.4 索芙特“现代汉方”营销危机探讨

9.2 丝宝集团

9.2.1 集团简介

9.2.2 丝宝集团的终端营销策略

9.2.3 舒蕾洗发水上市策略

9.2.4 未来拜尔斯道夫将大力资助丝宝日化拓展

9.3 奥妮化妆品有限公司

9.3.1 公司简介

9.3.2 奥妮脱颖而出开创中国植物洗发先例

9.3.3 奥妮皂角的爱国主义营销

9.4 广州市好迪化妆品有限公司

9.4.1 公司简介

9.4.2 好迪感性策略解析

9.5 广东熊猫日化用品有限公司

9.5.1 公司简介

9.5.2 拉芳营销策略

9.5.3 拉芳洗发水“低开高走”战略分析

9.6 广东名臣化妆品有限公司

9.6.1 公司简介

9.6.2 蒂花之秀发展之路

9.6.3 蒂花之秀突破销量困境的对策

9.7 北京章光101集团

9.7.1 集团简介

9.7.2 章光101创新整合引领世界防脱生发行业

9.7.3 整合营销创建章光101的品牌标杆

9.8 霸王国际集团

9.8.1 集团简介

9.8.2 霸王的企业文化特点

9.8.3 霸王中药洗发水引导天然健康消费新理念

9.8.4 霸王经营状况

9.9 上海华银日用品有限公司

9.9.1 公司简介

9.9.2 多年不变的市场份额

9.9.3 “蜂花”护发创新扩展市场

第十章 2017-2022年中国洗发护发行业前景预测与投资潜力分析

10.1 2017-2022年中国洗发护发行业的主导因素及发展方向

10.1.1 洗护发行业发展变化的主导驱动因素分析

10.1.2 中国洗发护发市场发展方向

10.2 2017-2022年中国洗发水市场的发展预测

- 10.2.1 全球洗发香波市场发展趋势
- 10.2.2 中国洗发品行业的发展新趋势
- 10.2.3 洗发水市场的长期发展走势
- 10.3 2017-2022年中国洗发护发行业投资潜力分析
- 10.3.1 中国洗发护发行业投资机遇分析
- 10.3.2 中国洗发护发行业投资风险预警
- 10.3.3 中国洗发护发行业投资建议分析

图表目录：

- 图表：2013-2015年十大专业美发品牌
- 图表：2013-2015年我国洗发用品企业占有率情况
- 图表：大学生洗发水用量统计
- 图表：大学生洗发水单价统计
- 图表：品牌渗透率及品牌忠诚度分析
- 图表：影响大学生对洗发护发品牌的选购行为的因素
- 图表：洗发水品牌营销的四个层面示意图
- 图表：洗发水不同批那批代言人统计
- 图表：珠三角市场洗发水品牌消费者评价排序
- 图表：2013-2015年中国化妆品制造行业企业数量增长趋势图
- 图表：2013-2015年中国化妆品制造行业亏损企业数量及亏损面积
- 图表：2013-2015年中国化妆品制造行业总体销售额增长趋势图
- 图表：2013-2015年中国化妆品制造行业总体利润总额增长
- 图表：2013-2015年中国化妆品制造行业总体从业人数分析
- 图表：2013-2015年中国化妆品制造行业投资资产增长性分析
- 图表：2015年中国各省市化妆品制造行业企业数量统计表
- 图表：2015年中国各省市化妆品制造行业企业数量分布图
- 图表：2015年中国各省市化妆品制造行业销售收入统计表
- 图表：2015年中国各省市化妆品制造行业销售收入分布图
- 图表：2015年中国各省市化妆品制造行业利润总额统计表
- 图表：2015年中国各省市化妆品制造行业利润总额分布图
- 图表：2015年中国各省市化妆品制造行业利润总额增长最快的省市对比图
- 图表：2015年底中国各省市化妆品制造行业资产统计表
- 图表：2015年底中国各省市化妆品制造行业资产分布图
- 图表：2015年中国各省市化妆品制造行业资产增长速度对比图
- 图表：2015年中国各省市化妆品制造行业工业总产值

图表：2015年中国各省市化妆品制造行业工业销售产值

图表：2015年化妆品制造行业产销率（数据均可更新至最新月份）

图表：2013-2015年中国护发品进口数量分析

图表：2013-2015年中国护发品进口金额分析

图表：2013-2015年中国护发品出口数量分析

图表：2013-2015年中国护发品出口金额分析

图表：2013-2015年中国护发品进出口平均单价分析

图表：2013-2015年中国护发品进口国家及地区分析

图表：2013-2015年中国护发品出口国家及地区分析

图表：中国洗发护发产品进口形势预测

图表：中国洗发护发产品出口形势预测

图表：2017-2022年中国化妆品行业盈利预测

图表：2017-2022年中国化妆品行业盈利预测趋势图

略.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/294350.html>