

2014-2020年中国洗发护发 行业前景研究与行业运营态势报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2014-2020年中国洗发护发行业前景研究与行业运营态势报告》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.abaogao.com/b/xitiao/1143821LNM.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

第1章：中国洗发护发行业发展综述

1.1 洗发护发行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.1.3 行业在国民经济中的地位

1.2 洗发护发行业统计标准

1.2.1 行业统计部门和统计口径

1.2.2 行业统计方法

1.2.3 行业数据种类

1.3 洗发护发行业发展总体概况及特点分析

1.3.1 中国洗发护发行业发展总体概况

1.3.2 中国洗发护发行业发展主要特点

1.3.3 洗发护发行业主要经济效益影响因素

第2章：洗发护发行业的上游供应链及行业成本分析

2.1 洗发护发行业的上游供应链分析

2.1.1 表面活性剂产品市场行情分析

2.1.2 硅油产品市场行情分析

2.1.3 香精香料行业分析

(1) 香精香料的供给分析

(2) 香精香料的需求分析

(3) 香精香料产品的市场行情分析

2.1.4 日化包装行业分析

(1) 日化包装行业发展现状分析

(2) 主要包装材料市场行情分析

(3) 日化包装的主要形式分析

(4) 日化包装的发展趋势分析

2.2 洗发护发行业的成本分析

2.2.1 行业的成本结构构成分析

2.2.2 产品原材料及包装材料供应价格分析

2.2.3 行业生产环节的要素价格分析

2.2.4 行业用工成本分析

2.2.5 行业营销成本分析

2.3 成本上涨对洗发护发行业的影响

2.3.1 成本上涨对行业的影响

2.3.2 企业消化成本压力的途径分析

第3章：洗发护发行业运行的主要经济指标分析

3.1 2014年洗发护发行业经营情况分析

3.1.1 2014年洗发护发行业经济指标分析

3.1.2 2014年洗发护发行业盈利能力分析

3.1.3 2014年洗发护发行业运营能力分析

3.1.4 2014年洗发护发行业偿债能力分析

3.1.5 2014年洗发护发行业发展能力分析

3.2 2014年洗发护发行业供需平衡分析

3.2.1 2014年全国洗发护发行业供给情况分析

(1) 2014年全国洗发护发行业总产值分析

(2) 2014年全国洗发护发行业产成品分析

3.2.2 2014年各地区洗发护发行业供给情况分析

(1) 2014年总产值排名前10个地区分析

(2) 2014年产成品排名前10个地区分析

3.2.3 2014年全国洗发护发行业需求情况分析

(1) 2014年全国洗发护发行业销售产值分析

(2) 2014年全国洗发护发行业销售收入分析

3.2.4 2014年各地区洗发护发行业需求情况分析

(1) 2014年销售产值排名前10个地区分析

(2) 2014年销售收入排名前10个地区分析

3.2.5 2014年全国洗发护发行业产销率分析

3.3 2013年洗发护发行业进出口分析

3.3.1 2013年洗发护发行业出口情况

- (1) 2013年洗发护发行业出口总体情况
- (2) 2013年洗发护发行业出口产品结构分析
- (3) 洗发护发行业出口前景分析

3.3.2 2013年洗发护发行业进口情况分析

- (1) 2013年洗发护发行业进口总体情况
- (2) 2013年洗发护发行业进口产品结构分析
- (3) 洗发护发行业进口前景分析

第4章：洗发护发行业的市场竞争格局与行业整合趋势分析

4.1 洗发护发行业的市场格局概述

4.2 洗发护发行业的竞争状况分析

4.2.1 行业的渠道竞争分析

- (1) 品牌间的“渠道渗透”分析
- (2) 外资品牌争夺乡镇市场

4.2.2 行业的广告竞争分析

- (1) 行业的广告投放情况分析
- (2) 行业的代言人争夺状况分析
- (3) 行业的广告形式创新分析

4.2.3 行业竞争格局动态分析

- (1) 高端品牌进军大众产品市场
- (2) 大众品牌进军高端产品市场
- (3) 日化线品牌进军专业线产品市场

4.2.4 案例分析：海飞丝和清扬的攻防战

4.2.5 2014年行业竞争进一步加剧

4.3 跨国公司的中国战略分析

4.3.1 宝洁公司在中国市场的投资布局

4.3.2 联合利华集团在中国市场的投资布局

4.3.3 资生堂株式会社在中国市场的投资布局

4.3.4 巴黎欧莱雅集团在中国市场的投资布局

4.3.5 花王株式会社在中国市场的投资布局

4.3.6 德国拜尔斯道夫公司在中国市场的投资布局

4.4 洗发护发行业投资兼并与重组整合分析

4.4.1 国际的投资兼并与重组整合分析

4.4.2 国内的投资兼并与重组整合分析

4.4.3 行业投资兼并与重组整合特征判断

第5章：洗发护发行业的细分市场现状及发展趋势分析

5.1 洗发护发行业主要细分市场概述

5.2 按功能划分的细分市场分析

5.2.1 去屑类产品市场分析

(1) 中国国民的头皮屑困扰指数分析

(2) 去屑类产品市场的主要品牌及其营销诉求点分析

(3) 去屑类产品市场的竞争格局分析

5.2.2 滋养类产品市场分析

(1) 滋养类产品市场的主要品牌及其营销诉求点分析

(2) 滋养类产品市场的竞争格局分析

5.2.3 防脱发产品市场分析

(1) 防脱发产品市场的主要品牌及其营销诉求点分析

(2) 防脱发产品市场的竞争格局分析

5.2.4 修复受损发质类产品市场分析

5.2.5 亮彩/润泽型产品市场分析

5.2.6 针对特殊人群的产品市场分析

5.3 热点洗发护发产品市场分析

5.3.1 男士洗发护发产品市场分析

(1) 男士洗发护发产品的市场需求分析

(2) 男士洗发护发产品市场的主要品牌及其营销诉求点分析

(3) 男士洗发护发产品市场的发展趋势分析

5.3.2 草本概念洗发护发产品市场分析

(1) 草本概念洗发护发产品的主要品牌及其营销诉求点分析

(2) 草本概念洗发护发产品的发展趋势分析

5.3.3 药物洗发产品市场分析

(1) 药物洗发产品的主要品牌及市场表现分析

(2) 药物洗发产品市场的发展前景分析

第6章：洗发护发行业的分销渠道及消费者分析

6.1 洗发护发行业的主要分销模式分析

6.2 日化线产品的分销渠道分析

6.2.1 日化线产品分销渠道发展现状分析

(1) 百货商场的发展现状分析

(2) 连锁商超卖场的发展现状分析

(3) 化妆品专营店的发展现状分析

(4)) 电子商务的发展现状分析

6.2.2 日化线产品渠道的演变趋势及其对行业的影响分析

6.2.3 日化线产品的渠道操作模式对比分析

(1) 化妆品专营店主流营销模式分析

(2) 商超卖场的主流营销模式分析

(3) 批发流通模式的运营操作分析

(4) 行业在电子商务上的应用现状分析

(5) 组织营销的运营操作分析

1) 组织团购

2) 客房日用品采购

6.3 专业线产品的分销渠道分析

6.3.1 专业线产品的需求行业发展现状分析

(1) 美发行业发展现状分析

(2) 美容行业发展现状分析

(3) 养生保健行业的发展现状分析

6.3.2 美容美发行业发展趋势分析

6.3.3 美容美发行业的消费情况分析

6.3.4 专业线产品的主要品牌分析

6.3.5 专业线产品的主要分销模式分析

6.4 洗发护发行业的消费者分析

6.4.1 行业消费群体宏观指标分析

(1) 居民人均收入增长情况分析

- (2) 居民消费支出情况分析
- 6.4.2 行业消费群体消费结构分析
 - (1) 居民消费结构现状分析
 - (2) 居民消费结构升级趋势
- 6.4.3 行业消费者特征分析
- 6.4.4 消费者使用及购买习惯调研分析
 - (1) 购买普及率分析
 - (2) 购买考虑因素分析
 - (3) 消费者的使用偏好分析
 - (4) 消费者的购买场所分析
 - (5) 消费者倾向的购买价格分析

第7章：洗发护发行业的营销战略/策略及营销表现分析

- 7.1 洗发护发行业的营销战略/策略概述
- 7.2 典型营销案例分析
 - 7.2.1 宝洁的多品牌战略分析
 - (1) 宝洁旗下不同品牌的目标市场分析
 - (2) 宝洁旗下不同品牌的营销策略分析
 - (3) 多品牌战略的实施要点分析
 - 7.2.2 联合利华的品牌战略分析
 - (1) 联合利华的品牌管理分析
 - (2) 联合利华的价格策略分析
 - 7.2.3 资生堂的渠道策略分析
 - 7.2.4 上海家化的营销策略分析
 - (1) 上海家化的品牌组合分析
 - (2) 上海家化的产品价格策略
 - (3) 上海家化的广告投放策略
 - (4) 上海家化的品牌形象建设
 - (5) 从上海家化看中国民族品牌振兴值路
- 7.3 洗发护发产品的品牌及广告表现调研分析
 - 7.3.1 洗发护发产品的品牌表现分析

- (1) 洗发护发产品的品牌知名度分析
- (2) 洗发护发产品的品牌忠诚度分析
- (3) 洗发护发产品的品牌形象分析
- (4) 洗发护发产品的品牌综合分析
- (5) 洗发护发产品的品牌价值指数分析

7.3.2 洗发护发产品的广告表现分析

- (1) 洗发护发产品的广告到达率分析
- (2) 洗发护发产品的广告到达途径分析
- (3) 洗发护发产品的广告有效性分析
- (4) 洗发护发产品的广告效果综合分析
- (5) 洗发护发产品的广告评价指数分析

第8章：重点区域市场发展现状与行业经济指标分析

8.1 行业总体区域结构特征分析

8.1.1 行业区域结构总体特征

8.1.2 行业区域集中度分析

8.1.3 行业区域分布特点分析

8.1.4 行业规模指标区域分布分析

8.1.5 行业效益指标区域分布分析

8.1.6 行业企业数的区域分布分析

8.2 广东省洗发护发行业发展现状及经济指标分析

8.2.1 广东省化妆品行业发展规划及配套措施

8.2.2 广东省化妆品行业在行业中的地位变化

8.2.3 广东省化妆品行业经济指标分析

8.2.4 广东省化妆品行业的运营现状分析

8.3 江苏省洗发护发行业发展现状及经济指标分析

8.3.1 江苏省洗发护发行业发展规划及配套措施

8.3.2 江苏省洗发护发行业在行业中的地位变化

8.3.3 江苏省洗发护发行业经济指标分析

8.3.4 江苏省洗发护发行业的运营现状分析

8.4 上海市洗发护发行业发展现状及经济指标分析

- 8.4.1 上海市洗发护发行业发展规划及配套措施
- 8.4.2 上海市洗发护发行业在行业中的地位变化
- 8.4.3 上海市洗发护发行业经济指标分析
- 8.4.4 上海市洗发护发行业的运营现状分析
- 8.5 安徽省洗发护发行业发展现状及经济指标分析
 - 8.5.1 安徽省洗发护发行业发展规划及配套措施
 - 8.5.2 安徽省洗发护发行业在行业中的地位变化
 - 8.5.3 安徽省洗发护发行业经济指标分析
 - 8.5.4 安徽省洗发护发行业的运营现状分析
- 8.6 浙江省洗发护发行业发展现状及经济指标分析
 - 8.6.1 浙江省洗发护发行业发展规划及配套措施
 - 8.6.2 浙江省洗发护发行业在行业中的地位变化
 - 8.6.3 浙江省洗发护发行业经济指标分析
 - 8.6.4 浙江省洗发护发行业的运营现状分析
- 8.7 山东省洗发护发行业发展现状及经济指标分析
 - 8.7.1 山东省洗发护发行业发展规划及配套措施
 - 8.7.2 山东省洗发护发行业在行业中的地位变化
 - 8.7.3 山东省洗发护发行业经济指标分析
 - 8.7.4 山东省洗发护发行业的运营现状分析
- 8.8 湖北省洗发护发行业发展现状及经济指标分析
 - 8.8.1 湖北省洗发护发行业发展规划及配套措施
 - 8.8.2 湖北省洗发护发行业在行业中的地位变化
 - 8.8.3 湖北省洗发护发行业经济指标分析
 - 8.8.4 湖北省洗发护发行业运营现状分析
- 8.9 北京市洗发护发行业发展现状及经济指标分析
 - 8.9.1 北京市洗发护发行业发展规划及配套措施
 - 8.9.2 北京市洗发护发行业在行业中的地位变化
 - 8.9.3 北京市洗发护发行业经济指标分析
 - 8.9.4 北京市洗发护发行业的运营现状分析
- 8.10 辽宁省洗发护发行业发展现状及经济指标分析
 - 8.10.1 辽宁省洗发护发行业发展规划及配套措施
 - 8.10.2 辽宁省洗发护发行业在行业中的地位变化

- 8.10.3 辽宁省洗发护发行业经济指标分析
- 8.10.4 辽宁省洗发护发行业的运营现状分析
- 8.11 四川省洗发护发行业发展现状及经济指标分析
 - 8.11.1 四川省洗发护发行业发展规划及配套措施
 - 8.11.2 四川省洗发护发行业在行业中的地位变化
 - 8.11.3 四川省洗发护发行业经济指标分析
 - 8.11.4 四川省洗发护发行业的运营现状分析

第9章：洗发护发行业主要企业生产经营分析

- 9.1 洗发护发企业发展总体状况分析
 - 9.1.1 洗发护发行业企业规模
 - 9.1.2 洗发护发行业工业产值状况
 - 9.1.3 洗发护发行业销售收入和利润
 - 9.1.4 主要洗发护发企业创新能力分析
- 9.2 洗发护发行业领先企业个案分析
 - 9.2.1 宝洁（中国）有限公司经营情况分析
 - （1）企业发展简况分析
 - （2）企业产销能力分析
 - （3）企业盈利能力分析
 - （4）企业运营能力分析
 - （5）企业偿债能力分析
 - （6）企业发展能力分析
 - （7）企业的品牌定位及推广策略分析
 - （8）企业销售渠道与网络
 - （9）企业优劣势分析
 - （10）企业最新发展动向分析
 - 9.2.2 联合利华（中国）有限公司经营情况分析
 - （1）企业发展简况分析
 - （2）企业产销能力分析
 - （3）企业盈利能力分析
 - （4）企业运营能力分析

- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业的品牌定位及推广策略分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

9.2.3 高露洁棕榄（中国）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业的品牌定位及推广策略分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析

9.2.4 丝宝集团公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业的品牌定位及推广策略分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

9.2.5 上海花王有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业产销能力分析
 - (3) 企业盈利能力分析
 - (4) 企业运营能力分析
 - (5) 企业偿债能力分析
 - (6) 企业发展能力分析
 - (7) 企业的品牌定位及推广策略分析
 - (8) 企业销售渠道与网络
 - (9) 企业优劣势分析
 - (10) 企业投资兼并与重组分析
- ……另有25家企业分析。

第10章：洗发护发行业发展趋势分析与预测

- 10.1 中国洗发护发市场发展趋势
 - 10.1.1 洗发护发产品的发展趋势分析
 - 10.1.2 中国洗发护发市场发展趋势分析
- 10.2 中国洗发护发行业投资风险
 - 10.2.1 洗发护发行业政策风险
 - 10.2.2 洗发护发行业技术风险
 - 10.2.3 洗发护发行业供求风险
 - 10.2.4 洗发护发行业宏观经济波动风险
 - 10.2.5 洗发护发行业关联产业风险
 - 10.2.6 洗发护发行业产品结构风险
 - 10.2.7 企业生产规模及所有制风险
 - 10.2.8 洗发护发行业安全风险
- 10.3 中国洗发护发行业投资建议
 - 10.3.1 洗发护发行业投资现状分析
 - 10.3.2 洗发护发行业主要投资建议

图表目录

图表1：2006-2014年洗发护发行业工业总产值占GDP比重统计表（单位：亿元，%）

图表2：购买原因（单位：%）

图表3：购买场所（单位：%）

图表4：消费者的媒体接触情况（单位：%）

图表5：2014年表面活性剂产品——DOP报价情况（单位：元/吨）

图表6：2014年表面活性剂产品——MTBE报价情况（单位：元/吨）

图表7：2014年表面活性剂产品——二甲醚报价情况（单位：元/吨）

图表8：2014年表面活性剂产品——乳化剂报价情况（单位：元/吨，元/公斤）

图表9：2014年表面活性剂产品——洗涤剂报价情况（单位：元/吨，元/公斤）

图表10：中国的主要天然香料商品名录（单位：吨）

图表11：2014年洗发护发行业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表12：2014年中国洗发护发行业盈利能力分析（单位：%）

图表13：2014年中国洗发护发行业运营能力分析（单位：次）

图表14：2014年中国洗发护发行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表15：2014年中国洗发护发行业发展能力分析（单位：%）

图表16：2006-2014年洗发护发行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表17：2006-2014年洗发护发行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表18：2014年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表19：2014年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表20：2014年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表21：2014年产成品居前的10个地区比重图（单位：%）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xitiao/1143821LNM.html>