

2017-2022年中国洗发水市 场深度研究与投资前景评估报告

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

《2017-2022年中国洗发水市场深度研究与投资前景评估报告》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/riyongpin/5591657TEW.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

洗发水是指一种具有去头屑功能、焗油功能和染发等功能的护发产品。洗发水中含有多种成分，这些成份的综合作用能起到清洁头皮和头发的功能。通常洗发露中最能起作用的成份是表面活性剂，表面活性剂起着清洁头发和头皮的作用，当洗发液与水混在一起时能产生泡沫，不过泡沫的多少并不能反映出清洁能力的强弱。

2014年国内洗发水市场销售额市占率

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国洗发水市场深度研究与投资前景评估报告》共九章。首先介绍了洗发水行业市场发展环境、洗发水整体运行态势等，接着分析了洗发水行业市场运行的现状，然后介绍了洗发水市场竞争格局。随后，报告对洗发水做了重点企业经营状况分析，最后分析了洗发水行业发展趋势与投资预测。您若想对洗发水产业有个系统的了解或者想投资洗发水行业，本报告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 洗发水的相关概述 12

1.1 洗发水的概述 12

1.1.1 洗发水的概述 12

1.1.2 洗发水产品的细分 12

1.1.3 护发品定义及分类 13

1.2 护发细分产品 13

1.2.1 护发素 13

1.2.2 啫喱水 15

1.2.3 发泥发蜡 16

1.2.4 染发剂 16

第二章 2016年中国洗涤用品行业发展环境分析 18

2.1 宏观经济环境 18

2.1.1	2014-2016年中国GDP增长分析	18
2.1.2	2016年中国工业经济运行情况分析	18
2.1.3	2014-2016年中国商品进出口贸易	19
2.1.4	2016年中国人口结构	21
2.1.5	2016年中国居民收入与消费状况	21
2.2	政策环境分析	23
2.2.1	中国日化行业环境监管政策分析	23
2.2.2	《消费品使用说明通用标签》	24
2.2.3	《标签标识管理规范》	24
2.2.4	包装标准开始实施	25
2.3	产业发展环境	25
2.3.1	2016年中国日化市场销售规模	25
2.3.2	2016年洗涤用品行业发展概况	26
2.3.3	2016年洗涤用品市场运行情况	29
2.3.4	2016年中国洗涤市场销售特点	30
第三章 2016年中国洗发水市场分析 33		
3.1	中国洗发水市场概况	33
3.1.1	中国洗发水行业发展的历程	33
3.1.2	中国洗发水市场发展的现状	34
3.1.3	中国洗发水的市场细分状况	36
3.1.4	洗发水总体市场竞争格局	36
3.1.5	本土洗发水企业发展现状	37
3.2	洗发水市场营销分析	38
3.2.1	洗发水产品销售模式分析	38
3.2.2	中国洗发水销售渠道分析	38
3.2.3	洗护发产品的销售手段分析	39
3.2.4	洗发水市场需要创新营销方式	43
3.3	2016年洗护发市场规模分析	44
3.3.1	2016年中国洗发护发市场规模分析	44
3.3.2	2016年中国二合一洗发水市场规模	45
3.3.3	2016年中国护发造型产品市场规模	46

- 3.3.4 2016年中国护发素市场规模分析 47
- 3.3.5 2016年中国染发剂市场规模分析 47
- 3.4 2016年洗发水市场分析 48
 - 3.4.1 2016年中国洗发水市场规模分析 48
 - 3.4.2 2016年中国洗发水市场竞争状况 49
 - 3.4.3 2016年中国洗发水传播风强势不减 50
 - 3.4.4 2016年洗发水高端市场的竞争态势 51
- 3.5 洗发水行业典型商业模式分析 53
 - 3.5.1 宝洁模式 53
 - 3.5.2 丝宝模式 55
 - 3.5.3 拉芳模式 56
 - 3.5.4 三种模式的启示 57

第四章 2016年中国洗发水细分市场分析 59

- 4.1 去屑洗发水 59
 - 4.1.1 中国去屑洗发水市场发展现状 59
 - 4.1.2 中国去屑洗发水市场竞争现状 59
 - 4.1.3 2016年去屑洗发水市场竞争升级 60
 - 4.1.4 2016年清扬男性洗发水市场分析 61
 - 4.1.5 追风中药去屑洗发水市场分析 62
- 4.2 防脱洗发水 63
 - 4.2.1 中国防脱洗发水发展历程与现状 63
 - 4.2.2 日用洗发水功能延伸至防脱市场 64
 - 4.2.3 中物防脱发洗发水市场分析 64
 - 4.2.4 防脱洗发水主要品牌发展分析 65
 - 4.2.5 中国防脱发市场良性发展对策 67
- 4.3 中草药洗发水 67
 - 4.3.1 中草药洗发香波的发展现状 67
 - 4.3.2 中国茶籽洗发水生产企业及产品 70
 - 4.3.3 2016年中国中草药洗发水竞争状况 71
 - 4.3.4 2016年中国中草药洗发水市场规模 72
 - 4.3.5 2016年中国中草药洗发水市场兴起 73

第五章 2016年中国主要区域洗发水消费调研分析 74

5.1 华北地区 74

5.1.1 北京市洗发水消费市场调研分析 74

5.1.2 天津市洗发水消费市场调研分析 76

5.1.3 太原市洗发水消费市场调研分析 77

5.1.4 哈尔滨洗发水消费市场调研分析 78

5.2 东北地区 80

5.2.1 长春市洗发水消费市场调研分析 80

5.2.2 沈阳市洗发水消费市场调研分析 81

5.2.3 大连市洗发水消费市场调研分析 83

5.3 华东地区 84

5.3.1 济南市洗发水消费市场调研分析 84

5.3.2 青岛市洗发水消费市场调研分析 85

5.3.3 南京市洗发水消费市场调研分析 87

5.3.4 苏州市洗发水消费市场调研分析 88

5.3.5 上海市洗发水消费市场调研分析 90

5.3.6 杭州市洗发水消费市场调研分析 91

5.3.7 宁波市洗发水消费市场调研分析 92

5.3.8 福州市洗发水消费市场调研分析 94

5.3.9 厦门市洗发水消费市场调研分析 95

5.4 华中地区 97

5.4.1 合肥市洗发水消费市场调研分析 97

5.4.2 南昌市洗发水消费市场调研分析 98

5.4.3 郑州市洗发水消费市场调研分析 99

5.4.4 长沙市洗发水消费市场调研分析 101

5.4.5 武汉市洗发水消费市场调研分析 102

5.5 华南地区 104

5.5.1 广州市洗发水消费市场调研分析 104

5.5.2 深圳市洗发水消费市场调研分析 105

5.5.3 佛山市洗发水消费市场调研分析 107

5.5.4 南宁市洗发水消费市场调研分析 108

- 5.5.5 海口市洗发水消费市场调研分析 109
- 5.6 西部地区 111
 - 5.6.1 成都市洗发水消费市场调研分析 111
 - 5.6.2 重庆市洗发水消费市场调研分析 112
 - 5.6.3 昆明市洗发水消费市场调研分析 114
 - 5.6.4 西安市洗发水消费市场调研分析 115

第六章 2016年中国洗发水品牌发展分析 117

- 6.1 洗发水品牌概述 117
 - 6.1.1 中国洗发水品牌发展历程 117
 - 6.1.2 中国洗发水品牌现状与格局 118
 - 6.1.3 中国洗发水主要品牌的概述 118
 - 6.1.4 洗发水品牌内涵的四个层面 124
- 6.2 洗发水品牌格局分析 125
 - 6.2.1 2016年中外洗发水品牌市场分析 125
 - 6.2.2 中国洗发水品牌渗透率总体情况 126
 - 6.2.3 中国消费者洗发水品牌使用解析 127
 - 6.2.4 中国洗发水品牌市场竞争特征 128
- 6.3 国产洗发水品牌策略 129
 - 6.3.1 国产洗发水品牌存在的问题 129
 - 6.3.2 国内成功洗发水品牌的启示 131
 - 6.3.3 创造色彩缤纷品牌核心价值 132
 - 6.3.4 主动切入深度挖掘品牌手段 133
 - 6.3.5 提升洗发水品牌的创意能力 134

第七章 2016年国内外洗发水重点企业分析 137

- 7.1 宝洁公司 137
 - 7.1.1 企业基本情况 137
 - 7.1.2 2016年公司经营状况 137
 - 7.1.3 广州宝洁公司经营状况 138
 - 7.1.4 飘柔品牌发展另类策略 139
 - 7.1.5 宝洁洗发水的品牌策略 144

7.2 联合利华	147
7.2.1 企业基本情况	147
7.2.2 2016年公司经营状况	148
7.2.3 联合利华在中国的发展情况	149
7.2.4 联合利华品牌战略提升竞争力	150
7.2.5 联合利华圈地加大产品投入	153
7.3 欧莱雅集团	155
7.3.1 企业基本情况	155
7.3.2 2016年公司经营状况	156
7.3.3 欧莱雅集团在中国的发展	158
7.3.4 欧莱雅集团竞争策略分析	158
7.3.5 欧莱雅进军大众洗发水市场	162
7.4 花王株式会社	163
7.4.1 企业基本情况	163
7.4.2 2016年公司经营情况分析	164
7.4.3 上海花王洗发水产品情况	165
7.4.4 上海花王有限公司经营情况	166
7.5 霸王国际集团	168
7.5.1 企业基本情况	168
7.5.2 霸王洗发水主要产品	168
7.5.3 2016年公司经营状况分析	169
7.5.4 霸王领跑中草药洗发水市场	170
7.6 索芙特股份有限公司	171
7.6.1 企业基本情况	171
7.6.2 公司主要产品	172
7.6.3 2016年公司经营状况	172
7.6.4 索芙特竞争策略分析	173
7.7 广州市好迪有限公司	176
7.7.1 企业基本情况	176
7.7.2 公司主要产品	177
7.7.3 2016年公司经营状况	177
7.7.4 好迪新品上市	179

7.8 广东省熊猫日化用品有限公司 180

7.8.1 企业基本情况 180

7.8.2 公司主要产品 180

7.8.3 2016年公司经营状况 181

7.8.4 拉芳竞争策略分析 183

7.9 上海华银日用品有限公司 184

7.9.1 企业基本情况 184

7.9.2 公司主要产品 185

7.9.3 企业经营状况 185

7.10 湖北丝宝股份有限公司 187

7.10.1 企业基本情况 187

7.10.2 公司主要产品 187

7.10.3 企业经营状况 188

7.10.4 企业经营策略 189

第八章 2017-2022年中国洗发水市场前景分析 192

8.1 洗发水市场前景 192

8.1.1 洗发水产品未来发展趋势分析 192

8.1.2 中国高端洗发水市场前景广阔 192

8.1.3 中草药洗发香波发展前景分析 193

8.1.4 茶籽洗发水市场前景预测分析 193

8.2 2017-2022年洗发水市场预测 195

8.2.1 2017-2022年洗涤用品市场规模预测 195

8.2.2 2017-2022年洗护发产品市场规模预测 196

8.2.3 2017-2022年中国洗发水市场规模预测 196

第九章 2017-2022年中国洗发水行业投资机会与风险 198) (ZYPX)

9.1 2017-2022年中国洗发水行业投资环境 198

9.2 2017-2022年洗发水行业投资机会分析 198

9.2.1 洗发水行业投资吸引力分析 198

9.2.2 洗发水行业区域投资潜力 199

9.3 2017-2022年洗发水行业投资风险分析 200

- 9.3.1 市场竞争风险 200
- 9.3.2 品牌经营风险 200
- 9.3.3 新品开发风险 201
- 9.4 2017-2022年中国洗发水行业投资策略分析 201

图表目录：

- 图表 1 2014-2016年中国国内生产总值及增长速度 18
- 图表 2 2016年中国货物进出口总额及其增长速度 20
- 图表 3 2014-2016年中国商品进出口贸易总额增长趋势图 20
- 图表 4 2016年中国人口数及其构成情况 21
- 图表 5 2014-2016年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 21
- 图表 6 2014-2016年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 22
- 图表 7 2014-2016年中国城镇居民家庭恩格尔系数 22
- 图表 8 2014-2016年中国农村居民家庭恩格尔系数 22
- 图表 9 2014-2016年中国日化市场规模统计 26
- 图表 10 2014-2016年中国日化市场规模增长趋势图 26
- 图表 11 2016年中国洗涤用品行业经济指标统计 27
- 图表 12 2016年中国洗涤用品行业前5省区企业数量排名 28
- 图表 13 2016年中国洗涤用品行业前5省区总资产排名 28
- 图表 14 2016年中国洗涤用品行业前5省区销售规模排名 28
- 图表 15 2016年中国洗涤用品行业前5省区利润排名 29
- 图表 16 2014-2016年中国洗护发产品市场规模统计 44
- 图表 17 2014-2016年中国洗护发产品零售销售额趋势图 45
- 图表 18 2016年中国洗护发产品市场结构比例 45
- 图表 19 2014-2016年中国2合1洗发水市场规模统计 45
- 图表 20 2014-2016年中国2合1洗发水零售销售额趋势图 46
- 图表 21 2014-2016年中国护发造型产品市场规模统计 46
- 图表 22 2014-2016年中国护发造型产品零售销售额趋势图 46
- 图表 23 2014-2016年中国护发素产品市场规模统计 47
- 图表 24 2014-2016年中国护发素产品零售销售额趋势图 47
- 图表 25 2014-2016年中国染发剂产品市场规模统计 48
- 图表 26 2014-2016年中国染发剂产品零售销售额趋势图 48

图表 27 2014-2016年中国洗发水市场规模统计 48

图表 28 2014-2016年中国洗发水零售销售额趋势图 49

图表 29 2014-2016年中国洗发水零售市场份额统计49

图表 30 2014-2016年洗发护发品市场连续进入榜单前十品牌 50

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/5591657TEW.html>