

2018-2024年中国洗发护发 市场运行动态分析及投资战略研究报告

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

《2018-2024年中国洗发护发市场运行动态分析及投资战略研究报告》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/B88477S78D.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

中国日化洗发护发市场正由成长期日益走向成熟期，品牌集中度已经比较高。全国有20多个主导品牌，合资企业市场份额达到80%左右。同时消费者的忠诚度也在不断提高，65%的消费者已经形成指名购买，定牌使用的习惯，并且有规律在4-5种品牌中调换使用。

国内洗发护发行业大致可划分为三大阵容：宝洁公司占据着中国洗护发市场的霸主地位，麾下的四大品牌飘柔、潘婷、沙宣、海飞丝与联合利华旗下的力士、夏士莲构成国内洗护市场的第一军团；花王公司的诗芬、丝宝集团的舒蕾等占据第二军团；大部分国产品牌如好迪、拉芳、蒂花之秀、柏丽丝等则处在第三军团。

在中国的洗发护发市场上，可以说是国外的一些强势品牌占据着绝对的优势，而国内品牌则处于劣势地位，其生存空间受到了一定的挤压；但与此同时国内品牌仍有一定的发展市场，如洗发水的中低档市场、一些二三级的区域市场以及某些洗发市场等等，国内企业应当加以利用。

中国洗发护发市场的竞争已经从产品层面上升为品牌、渠道等各个层面，但是中国洗发护发企业在市场、品牌及管理上存在一定的问题和不足，如品牌核心价值严重缺失、品牌塑造手段高度雷同、品牌创意方法的极度贫乏等问题，这些问题和缺陷值得引起洗护企业的重视、改善和解决。

报告目录

第一章 2015-2017年中国洗发护发业运行环境分析

1.1 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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2015-2017年中国洗发护发市场运行格局分析

- 2.1 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017年中国洗护发市场发展概述
- 2.3 2015-2017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2015-2017年中国洗发水市场营运局势分析

- 3.1 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017年中国洗发水市场竞争格局
 - 3.4.4 2015-2017年中国洗发水市场竞争再度升级
 - 3.4.5 2015-2017年夏季国内洗发水市场开打价格战
- 3.5 2015-2017年中国洗发水行业发展的现状及对策
 - 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现状及对策
 - 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2015-2017年中国洗发水细分市场现状分析

- 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2015-2017年中国洗发水品牌格局分析

5.1 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2018-2024年化妆品制造盈利能力预测

6.3 2015-2017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 2018-2024年化妆品制造产品产销衔接预测

6.4 2015-2017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2015-2017年中国护发品进出口数据监测分析

7.1 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017年中国护发品进出口平均单价分析

7.4 2015-2017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2015-2017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2015-2017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 2018-2024年中国洗发护发行业前景预测与投资潜力分析

10.1 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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：2015-2017年十大专业美发品牌

图表：2015-2017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：2015-2017年中国化妆品制造行业企业数量增长趋势图

图表：2015-2017年中国化妆品制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表：2015-2017年中国化妆品制造行业总体销售额增长趋势图

图表：2015-2017年中国化妆品制造行业总体利润总额增长

图表：2015-2017年中国化妆品制造行业总体从业人数分析

图表：2015-2017年中国化妆品制造行业投资资产增长性分析

图表：2017年中国各省市化妆品制造行业企业数量统计表
图表：2017年中国各省市化妆品制造行业企业数量分布图
图表：2017年中国各省市化妆品制造行业销售收入统计表
图表：2017年中国各省市化妆品制造行业销售收入分布图
图表：2017年中国各省市化妆品制造行业利润总额统计表
图表：2017年中国各省市化妆品制造行业利润总额分布图
图表：2017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：2017年底中国各省市化妆品制造行业资产统计表
图表：2017年底中国各省市化妆品制造行业资产分布图
图表：2017年中国各省市化妆品制造行业资产增长速度对比图
图表：2017年中国各省市化妆品制造行业工业总产值
图表：2017年中国各省市化妆品制造行业工业销售产值

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/B88477S78D.html>