

2016-2022年中国洗发水市 场前景研究与产业竞争格局报告

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

《2016-2022年中国洗发水市场前景研究与产业竞争格局报告》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/B88477ZGVD.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

中国是目前世界上洗发水生产量和销售量最高的国家。目前，中国有超过2000个洗发水生产商，国内市场上的洗发水品牌超过3000个，这么多的企业，正以各种方式拼抢总量大约200多亿人民币的消费市场。洗发水品牌已经形成以宝洁、联合利华、丝宝集团旗下系列品牌飘柔、潘婷、沙宣、润妍、海飞丝、力士、夏士莲、舒蕾等品牌为代表的第一集团，花王公司的诗芬、德国汉高的Fa、高露洁的棕榄美之选和部分的国产品牌，如百年润发为代表的第二集团和其它好迪、名人、伊然美、拉芳、柏丽丝、亮庄等众多新兴品牌构成的第三集团三大类品牌集团。不论哪层团队其产品的功能诉求不外是以下几点：洗发护发2加1，一次完成，在使用上有简便快捷的共性；柔顺、畅滑，理顺、防止开叉、清爽、清洁、补充水分、保湿防止干枯、负离子直发、乌黑亮泽、浓密，在外观上有健康、清洁、时尚的要求，同时焗油、修复损伤头发、止痒、防脱、去头皮屑、漂染复原等功能性洗发水日益在市场上风行。

回顾中国洗发水市场的发展历程，在60~70年代，人们仍然较常使用香皂、洗衣粉和洗发膏等原始产品清洁头发，70年代末，中国诞生了第一瓶洗发露——蜂花。30岁以上的人们想必还依稀记得梦思、蜂花、美加净这些国产洗发品牌，作为中国洗发水市场的开创者，是它们把国人带出了用肥皂、洗头膏洗发的悠久历史。然而在相当长的一段时间，却总也走不出低价位、低档次竞争的怪圈。到80年代末，中国的洗发水中高档市场仍是一张白纸。

1988年8月，宝洁公司投资1000万美元成立广州宝洁有限公司，年底推出“能够去头皮屑”的海飞丝洗发水，以其高品质的形象、新颖的包装与国内前所未有的铺天盖地式的广告攻势，迅速抓住了消费者的心，中国洗发水大战从此拉开序幕。以后的很长一段时间里，但凡在电视里出现的洗发水广告，都会很快拥有一群时髦的追风族。那阵子，潘婷、力士、夏士莲、飘柔等品牌成了年轻人嘴里最能展现时髦的话题。当前，洗发水市场上各种品牌的竞争，几乎在每一个角落激烈地进行着。

2014年中国已经跻身全国最大的洗发水需求市场，目前市面上已有2000家企业和3000多个品牌云集斗艳。2014年我国洗发水行业产能约65万吨。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国洗发水市场前景研究与产业竞争格局报告》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 2015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 2014-2015年中国GDP增长分析 18

2.1.2 2015年中国工业经济运行情况分析 18

2.1.3 2014-2015年中国商品进出口贸易 19

2.1.4 2015年中国人口结构 21

2.1.5 2015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 2015年《标签标识管理规范》 24

2.2.4 2015年包装标准开始实施 25

2.3 产业发展环境 25

2.3.1 2015年中国日化市场销售规模 25

3.3.2 2015年洗涤用品行业发展概况 26

2.3.3 2015年洗涤用品市场运行情况 29

2.3.4 2015年中国洗涤市场销售特点 30

第三章 2015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 2015年洗护发市场规模分析 44

3.3.1 2015年中国洗发护发市场规模分析 44

3.3.2 2015年中国二合一洗发水市场规模 45

3.3.3 2015年中国护发造型产品市场规模 46

3.3.4 2015年中国护发素市场规模分析 47

3.3.5 2015年中国染发剂市场规模分析 47

3.4 2015年洗发水市场分析 48

3.4.1 2015年中国洗发水市场规模分析 48

3.4.2 2015年中国洗发水市场竞争状况 49

3.4.3 2015年中国洗发水传播风强势不减 50

3.4.4 2015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 2015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 2015年去屑洗发水市场竞争升级 60

4.1.4 2015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 2014年中国中草药洗发水竞争状况 71

4.3.4 2015年中国中草药洗发水市场规模 72

4.3.5 2015年中国中草药洗发水市场兴起 73

第五章 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2015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 2014财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 2015年公司经营情况分析 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 2015年公司经营情况 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 2015年公司经营情况 177
 - 7.7.4 2015年好迪新品上市 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 2015年公司经营情况 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 企业经营情况 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 企业经营情况 188

7.10.4 企业经营策略 189

第八章 2016-2022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 2016-2022年洗发水市场预测 195

8.2.1 2016-2022年洗涤用品市场规模预测 195

8.2.2 2016-2022年洗护发产品市场规模预测 196

8.2.3 2016-2022年中国洗发水市场规模预测 196

第九章 2016-2022年中国洗发水行业投资机会与风险 198 (ZY GXH)

9.1 2016-2022年中国洗发水行业投资环境 198

9.2 2016-2022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 2016-2022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 2016-2022年中国洗发水行业投资策略分析 201 (ZY GXH)

图表目录：

图表 1 2005-2015年中国国内生产总值及增长速度 18

图表 2 2015年中国货物进出口总额及其增长速度 20

图表 3 2009-2015年中国商品进出口贸易总额增长趋势图 20

图表 4 2015年中国人口数及其构成情况 21

图表 5 2009-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 21

图表 6 2009-2015年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 22

图表 7 2009-2015年中国城镇居民家庭恩格尔系数 22

- 图表 8 2009-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数 22
- 图表 9 2009-2015年中国日化市场规模统计 26
- 图表 10 2009-2015年中国日化市场规模增长趋势图 26
- 图表 11 2015年中国洗涤用品行业经济指标统计 27
- 图表 12 2015年中国洗涤用品行业前5省区企业数量排名 28
- 图表 13 2015年中国洗涤用品行业前5省区总资产排名 28
- 图表 14 2015年中国洗涤用品行业前5省区销售规模排名 28
- 图表 15 2015年中国洗涤用品行业前5省区利润排名 29
- 图表 16 2009-2015年中国洗护发产品市场规模统计 44
- 图表 17 2009-2015年中国洗护发产品零售销售额趋势图 45
- 图表 18 2015年中国洗护发产品市场结构比例 45
- 图表 19 2009-2015年中国2合1洗发水市场规模统计 45
- 图表 20 2009-2015年中国2合1洗发水零售销售额趋势图 46
- 图表 21 2009-2015年中国护发造型产品市场规模统计 46
- 图表 22 2009-2015年中国护发造型产品零售销售额趋势图 46
- 图表 23 2009-2015年中国护发素产品市场规模统计 47
- 图表 24 2009-2015年中国护发素产品零售销售额趋势图 47
- 图表 25 2009-2015年中国染发剂产品市场规模统计 48
- 图表 26 2009-2015年中国染发剂产品零售销售额趋势图 48
- 图表 27 2009-2015年中国洗发水市场规模统计 48
- 图表 28 2009-2015年中国洗发水零售销售额趋势图 49
- 图表 29 2005-2014年中国洗发水零售市场份额统计（TOP10） 49
- 图表 30 2009-2015年洗发护发品市场连续进入榜单前十品牌 50
- 图表 31 中国茶籽洗发水生产企业及产品 70
- 图表 32 2005-2014年中草药洗发水零售市场份额统计（TOP10） 71
- 图表 33 2009-2015年中国中草药洗发液市场规模统计 72
- 图表 34 2009-2015年中国中草药洗发液零售销售额趋势图 72
- 图表 35 2009-2015年中草药洗发水占洗发水市场份额趋势图 72
- 图表 36 北京市洗发水品牌渗透率总体情况 74
- 图表 37 北京市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 75
- 图表 38 天津市洗发水品牌渗透率总体情况 76
- 图表 39 天津市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 76

图表 40 太原市洗发水品牌渗透率总体情况 77

图表 41 太原市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 78

图表 42 哈尔滨洗发水品牌渗透率总体情况 78

图表 43 哈尔滨消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 79

图表 44 长春市洗发水品牌渗透率总体情况 80

图表 45 长春市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 81

图表 46 沈阳市洗发水品牌渗透率总体情况 81

图表 47 沈阳市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 82

图表 48 大连市洗发水品牌渗透率总体情况 83

图表 49 大连市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 83

图表 50 济南市洗发水品牌渗透率总体情况 84

图表 51 济南市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 85

图表 52 青岛市洗发水品牌渗透率总体情况 86

图表 53 青岛市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 86

图表 54 南京市洗发水品牌渗透率总体情况 87

图表 55 南京市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 88

图表 56 苏州市洗发水品牌渗透率总体情况 88

图表 57 苏州市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 89

图表 58 上海市洗发水品牌渗透率总体情况 90

图表 59 上海市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 90

图表 60 杭州市洗发水品牌渗透率总体情况 91

图表 61 杭州市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 92

图表 62 宁波市洗发水品牌渗透率总体情况 92

图表 63 宁波市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 93

图表 64 福州市洗发水品牌渗透率总体情况 94

图表 65 福州市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 95

图表 66 厦门市洗发水品牌渗透率总体情况 95

图表 67 厦门市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 96

图表 68 合肥市洗发水品牌渗透率总体情况 97

图表 69 合肥市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 97

图表 70 南昌市洗发水品牌渗透率总体情况 98

图表 71 南昌市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 99

图表 72 郑州市洗发水品牌渗透率总体情况 100

图表 73 郑州市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 100

图表 74 长沙市洗发水品牌渗透率总体情况 101

图表 75 长沙市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 102

图表 76 武汉市洗发水品牌渗透率总体情况 102

图表 77 武汉市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 103

图表 78 广州市洗发水品牌渗透率总体情况 104

图表 79 广州市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 104

图表 80 深圳市洗发水品牌渗透率总体情况 105

图表 81 深圳市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 106

图表 82 佛山市洗发水品牌渗透率总体情况 107

图表 83 佛山市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 107

图表 84 南宁市洗发水品牌渗透率总体情况 108

图表 85 南宁市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 109

图表 86 海口市洗发水品牌渗透率总体情况 109

图表 87 海口市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 110

图表 88 成都市洗发水品牌渗透率总体情况 111

图表 89 成都市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 112

图表 90 重庆市洗发水品牌渗透率总体情况 112

图表 91 重庆市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 113

图表 92 昆明市洗发水品牌渗透率总体情况 114

图表 93 昆明市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 114

图表 94 西安市洗发水品牌渗透率总体情况 115

图表 95 西安市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 116

图表 96 2009-2015年霸王洗发护发产品市场占有率及排名情况 126

图表 97 中国主要城市洗发水市场需求总体状况 126

图表 98 中国主要城市洗发水品牌渗透率总体情况 126

图表 99 中国30大城市消费者最经常使用的洗发水品牌总体情况 127

图表 100 2005-2015年中国洗发护发市场集中度分析 128

图表 101 2005-2015年宝洁公司营利情况统计 138

图表 102 2005-2015年宝洁公司净收入增长趋势图 138

图表 103 2009-2015年广州宝洁公司销售收入统计 138

图表 104 2009-2015年广州宝洁公司销售收入增长趋势图 139

图表 105 2014-2015年联合利华公司经营指标统计 148

图表 106 2009-2015年联合利华公司营业额趋势图 148

图表 107 2009-2015年联合利华公司营业利润趋势图 149

图表 108 2015年联合利华公司分地区经营情况情况 149

图表 109 2015年联合利华公司分产品经营情况情况 149

图表 110 2015年欧莱雅集团主要经营指标统计 156

图表 111 2015年欧莱雅集团分产品营业收入情况 157

图表 112 2009-2015年欧莱雅集团营业额增长趋势图 157

图表 113 2009-2015年欧莱雅集团营业利润趋势图 157

图表 114 2015年欧莱雅集团分地区营业收入情况 157

图表 115 花王集团主要产品及业务概况 163

图表 116 2015财年花王集团主要经营指标统计 164

图表 117 2009-2015年花王集团销售额增长趋势图 164

图表 118 2009-2015年花王集团营业利润趋势图 165

图表 119 花王集团在中国投资企业概况 165

图表 120 上海花王有限公司洗发水主要产品情况 166

图表 121 上海花王有限公司资产负债指标分析 167

图表 122 上海花王有限公司销售及利润指标分析 167

图表 123 上海花王有限公司偿债能力分析 167

图表 124 上海花王有限公司盈利能力分析 167

图表 125 上海花王有限公司成本费用情况分析 167

图表 126 霸王产品线情况 168

图表 127 霸王追风洗发水主要产品系列 169

图表 128 2009-2015年霸王国际集团主要产品营业收入统计 170

图表 129 2015年霸王国际集团各品牌销售额比例 170

图表 130 索芙特股份有限公司主要产品 172

图表 131 2015年索芙特股份有限公司经营状况 173

图表 132 2015年索芙特股份有限公司营业收入分地区情况 173

图表 133 2009-2015年索芙特股份有限公司营业收入趋势图 173

图表 134 广州市好迪有限公司主要产品 177

图表 135 2009-2015年广州市好迪有限公司销售收入统计 178

图表 136 2009-2015年广州市好迪公司销售收入趋势图 178

图表 137 广州市好迪有限公司盈利指标情况 178

图表 138 广州市好迪有限公司盈利能力情况 178

图表 139 广州市好迪有限公司资产运行指标状况 179

图表 140 广州市好迪有限公司负债能力指标分析 179

图表 141 广州市好迪有限公司营运能力指标分析 179

图表 142 广州市好迪有限公司成本费用构成情况 179

图表 143 2009-2015年广东省熊猫日化用品有限公司销售收入统计 181

图表 144 2009-2015年广东熊猫日化用品公司销售收入趋势图 182

图表 145 广东省熊猫日化用品有限公司盈利指标情况 182

图表 146 广东省熊猫日化用品有限公司盈利能力情况 182

图表 147 广东省熊猫日化用品有限公司资产运行指标状况 182

图表 148 广东省熊猫日化用品有限公司负债能力指标分析 183

图表 149 广东省熊猫日化用品有限公司营运能力指标分析 183

图表 150 广东省熊猫日化用品有限公司成本费用构成情况 183

图表 151 上海华银日用品有限公司主要产品 185

图表 152 2009-2015年上海华银日用品公司销售收入统计 185

图表 153 2009-2015年上海华银日用品公司销售收入趋势图 186

图表 154 上海华银日用品有限公司盈利指标情况 186

图表 155 上海华银日用品有限公司盈利能力情况 186

图表 156 上海华银日用品有限公司资产运行指标状况 186

图表 157 上海华银日用品有限公司负债能力指标分析 187

图表 158 上海华银日用品有限公司营运能力指标分析 187

图表 159 上海华银日用品有限公司成本费用构成情况 187

图表 160 丝宝日化主要洗发水品牌与产品情况 188

图表 161 湖北丝宝股份有限公司资产负债指标分析 188

图表 162 湖北丝宝股份有限公司销售及利润指标分析 189

图表 163 湖北丝宝股份有限公司偿债能力分析 189

图表 164 湖北丝宝股份有限公司盈利能力分析 189

图表 165 湖北丝宝股份有限公司成本费用情况分析 189

图表 166 茶籽洗发水SWOT分析 194

图表 167 2016-2022年中国洗涤用品市场规模预测 195

图表 168 2009-2015年中国洗涤用品市场规模增长趋势预测图 195

图表 169 2016-2022年中国洗护发产品市场规模预测 196

图表 170 2016-2022年中国洗护发产品市场规模增长趋势预测图 196

图表 171 2016-2022年中国洗发水市场规模预测 196

图表 172 2016-2022年中国洗发水市场规模增长趋势预测图 197

图表 173 中国洗发水企业地区分布 199

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/B88477ZGVD.html>