

2016-2022年中国洗发护发 市场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

《2016-2022年中国洗发护发市场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/B88477ZGXD.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

一项调查数据显示，20%左右的中国人有每天洗发的习惯，75%以上的中国人每1到3天洗发一次，这其中蕴含了300亿元的洗发水市场和200亿元的护发美发市场。从长远看，洗发护发市场发展前景依然可观。预计今后5年中，洗发护发行业年平均增长率将保持在1.8%的水平。

目前洗发护发产品生产厂家有2000多家，近4000个品牌在市场上激烈竞争。目前按市场份额占有率大致可划分为三大阵容：

第一阵容：宝洁凭借多品牌战略和本土化战略的成功实施，以及强大的资源和能力，持续的产品创新和品牌塑造，使得旗下海飞丝-去屑；飘柔-柔顺；潘婷-营养；沙宣-保湿；伊卡璐-天然；市场占有率达到60%左右，再加上联合利华携力士、夏士莲、清扬等品牌，两者的市场占有率达到75%左右。第二阵容：丝宝集团的舒蕾、霸王、广东名臣（蒂花之秀、美王、依采、高新康效）、拉芳等品牌洗发水品牌市场占有率共计达15%左右。第三阵容：大部分国产品牌如采乐、好迪、奥妮、拉芳等，市场份额占10%左右。

中国大中城市洗发护发产品市场几乎被宝洁和联合利华垄断，而中国的本土洗发护发品牌退守广大乡镇市场，倒也相得益彰。但是近年来，随着宝洁、资生堂等品牌渠道下沉策略的演进，原本相对安全的乡镇市场也被大品牌逐渐蚕食，本土洗发护发产品企业的生产日益艰难。大中城市的洗发水市场已接近饱和，继续深耕的价值越来越小，各品牌进军乡镇已是大势所趋，本土洗发护发产品企业必须破除惰性，锐意转型，才可获得长远的发展。

在产品功能上，洗发护发产品的功能不断延伸并逐渐细化，从最初的清洁头发功能，逐步延伸为护理、营养、滋润、去屑等功能，更进一步延伸到乌发、防脱、生发等概念。2007年，作为联合利华近十年来最重要的新品牌，清扬首次提出了“男女区分”的去屑概念，推出男士专用去屑产品，从而打开了男性专用洗发水市场的大门。时至今日，国产品牌霸王、花王旗下品牌碧柔、宝洁旗下的海飞丝均已推出男士洗发水产品，这一市场逐步升温，预计未来将成为洗发护发行业新的利润增长点。

从渠道来看：作为快速流通消费品，洗发水几乎可以在所有的渠道都可以进行销售，如商场、超市、日杂店、浴池、发廊、宾馆等，在洗发水购买的渠道中，依次为：超市、便利店所占比重近40%，特大仓储型超市所占比重超过20%，公费发送、赠送、派送产品占将近20%。对于厂商来说，通常采用的是经销模式，利用传统的商业流通渠道，通过一级批发、二级批发等层层渗透到各级零售终端，再达到消费者的手中。近两年，出现了一些化妆品专营店、电子商务、组织购买等新的渠道形式，并且销量占比在迅速提升。

洗发护发产品生产所需的主要原料均来自石油、油脂，近年来，这些初级化工原料价格的持续上扬，已经给企业带来了巨大压力；加之水、电、燃料、运输、包装材料等涉及企业生产经营环节的要素价格同时上涨，使企业的生产成本大幅提高；另外，劳动力市场紧缺、工人工资上涨也大幅推高了企业的用工成本。在如此严峻的运营环境下，行业内的中小企业将在新一轮的竞争中或遭到淘汰，洗发护发行业面临重新洗牌。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国洗发护发市场研究与投资前景评估报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章：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

第二章：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

第三章：洗发护发行业运行的主要经济指标分析

3.1 洗发护发行业经营情况分析

3.1.1 洗发护发行业经济指标分析

3.1.2 洗发护发行业盈利能力分析

3.1.3 洗发护发行业运营能力分析

3.1.4 洗发护发行业偿债能力分析

3.1.5 洗发护发行业发展能力分析

3.2 洗发护发行业供需平衡分析

3.2.1 全国洗发护发行业供给情况分析

(1) 全国洗发护发行业总产值分析

(2) 全国洗发护发行业产成品分析

3.2.2 各地区洗发护发行业供给情况分析

- (1) 总产值排名前10个地区分析
- (2) 产成品排名前10个地区分析
- 3.2.3 全国洗发护发行业需求情况分析
 - (1) 全国洗发护发行业销售产值分析
 - (2) 全国洗发护发行业销售收入分析
- 3.2.4 各地区洗发护发行业需求情况分析
 - (1) 销售产值排名前10个地区分析
 - (2) 销售收入排名前10个地区分析
- 3.2.5 全国洗发护发行业产销率分析
- 3.3 洗发护发行业进出口分析
 - 3.3.1 洗发护发行业出口情况
 - (1) 洗发护发行业出口总体情况
 - (2) 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 洗发护发行业进口情况分析
 - (1) 洗发护发行业进口总体情况
 - (2) 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

第四章：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 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

第五章：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

第六章：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

第七章：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

第八章：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

第九章：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

9.2.6 上海家化联合股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (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

9.2.7 广东拉芳日化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

9.2.8 霸王国际（集团）控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (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

9.2.9 江苏隆力奇生物科技股份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) 企业组织架构分析
- (8) 企业的品牌定位及推广策略分析
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业优劣势分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

9.2.10 索芙特股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (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) 企业组织架构分析
- (8) 企业的品牌定位及推广策略分析
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业优劣势分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

9.2.11 苏州尚美国际洗发护发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

9.2.12 澳宝化妆品（惠州）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

9.2.13 中山市嘉丹婷日用品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

9.2.14 上海华银日用品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

9.2.15 广东飘影实业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

9.2.16 广州迪彩实业（集团）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业的品牌定位及推广策略分析
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向分析

9.2.17 资生堂丽源化妆品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

9.2.18 无锡标榜化妆品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

9.2.19 中山市美日洁宝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

9.2.20 北京大宝化妆品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

9.2.21 广州市好迪化妆品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

9.2.22 安利(中国)日用品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

9.2.23 广东省雅倩化妆品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

9.2.24 天津郁美净集团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

9.2.25 美国乐力国际（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业的品牌定位及推广策略分析

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

9.2.26 广州市宝丽化妆品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) 企业优劣势分析

9.2.27 广东名臣化妆品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) 企业组织架构分析

(8) 企业的品牌定位及推广策略分析

(9) 企业销售渠道与网络

(10) 企业优劣势分析

(11) 企业最新发展动向分析

9.2.28 东莞安舍日用品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

9.2.29 广东雅嘉实业集团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

9.2.30 广州温雅日用化妆品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

第十章：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

第十一章 电商行业发展分析

11.1 电子商务发展分析

11.1.1 电子商务定义及发展模式分析

11.1.2 中国电子商务行业政策现状

11.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

11.2 “互联网+”的相关概述

11.2.1 “互联网+”的提出

11.2.2 “互联网+”的内涵

11.2.3 “互联网+”的发展

11.2.4 “互联网+”的评价

11.2.5 “互联网+”的趋势

11.3 电商市场现状及建设情况

11.3.1 电商总体开展情况

11.3.2 电商案例分析

11.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

11.4 电商行业未来前景及趋势预测

11.4.1 电商市场规模预测分析

11.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表1：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：表面活性剂产品——DOP报价情况（单位：元/吨）

图表6：表面活性剂产品——MTBE报价情况（单位：元/吨）

图表7：表面活性剂产品——二甲醚报价情况（单位：元/吨）

图表8：表面活性剂产品——乳化剂报价情况（单位：元/吨，元/公斤）

图表9：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：洗发护发行业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表12：中国洗发护发行业盈利能力分析（单位：%）

图表13：中国洗发护发行业运营能力分析（单位：次）

图表14：中国洗发护发行业偿债能力分析（单位：% ，倍）

图表15：中国洗发护发行业发展能力分析（单位：%）

图表16：洗发护发行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表17：洗发护发行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表18：工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表19：工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表20：产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表21：产成品居前的10个地区比重图（单位：%）

图表22：洗发护发行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表23：洗发护发行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表24：销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表25：销售产值居前的10个地区比重图（单位：%）

图表26：销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%）

图表27：销售收入居前的10个地区比重图（单位：%）

图表28：全国洗发护发行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表29：中国洗发护发行业产品出口月度数量走势图（单位：吨）

图表30：中国洗发护发行业产品出口月度金额走势图（单位：万美元）

图表31：中国洗发护发行业出口产品（单位：吨，万美元）

图表32：洗发护发行业出口产品结构（单位：%）

图表33：中国洗发护发行业产品进口月度数量走势图（单位：吨）

图表34：中国洗发护发行业产品进口月度金额走势图（单位：万美元）

图表35：中国洗发护发行业进口产品（单位：吨，万美元）

图表36：洗发护发行业进口产品结构（单位：%）

图表37：洗发护发制造行业盈亏情况（重点地区划分）（单位：亿元，万元，%）

图表38：部分百货开业情况

图表39：部分超市开业情况

图表40：中国网民数及网络普及率（单位：亿人，%）

图表41：淘宝年交易额（单位：亿元，%）

图表42：B2C在网络销售占比（单位：%）

图表43：中国消费渠道的演变

图表44：中国网购交易规模增长（单位：亿元，%）

图表45：网购在社会消费品总额的占比（单位：%）

图表46：中国网购依收入划分的订单分布（单位：%）

图表47：中国网购依年龄划分的订单分布（单位：%）

图表48：中国洗发护发行业区域市场情况（单位：个，亿元）

图表49：中国洗发护发行业各区域企业数量情况（单位：%）

图表50：中国洗发护发行业各区域销售收入情况（单位：%）

图表51：中国洗发护发行业各区域资产总计情况（单位：%）

图表52：中国洗发护发行业前二十地区销售收入排名情况（单位：亿元）

图表53：中国洗发护发行业销售收入按省份累计百分比（单位：%）

图表54：中国洗发护发行业销售收入靠前的五地区占比情况（单位：%）

图表55：中国洗发护发行业前五地区销售收入比例标准差占比情况（单位：%）

图表56：洗发护发行业资产和收入地区分布（单位：万元，%）

图表57：洗发护发行业效益状况地区分布（单位：万元，%）

图表58：洗发护发行业企业数量区域分布（单位：个，%）

图表59：广东省化妆品行业地位变化情况（单位：%）

图表60：广东省化妆品行业经济运行状况（单位：%、倍、次）

图表61：江苏省洗发护发行业地位变化情况（单位：%）

图表62：江苏省洗发护发行业经济运行状况（单位：%、倍、次）

图表63：上海市洗发护发行业地位变化情况（单位：%）

图表64：上海市洗发护发行业经济运行状况（单位：%、倍、次）

图表65：安徽省洗发护发行业地位变化情况（单位：%）

图表66：安徽省洗发护发行业经济运行状况（单位：%、倍、次）

图表67：浙江省洗发护发行业地位变化情况（单位：%）

图表68：浙江省洗发护发行业经济运行状况（单位：%、倍、次）

图表69：北京市洗发护发行业地位变化情况（单位：%）

图表70：山东省洗发护发行业经济运行状况（单位：%、倍、次）

图表71：湖北省洗发护发行业地位变化情况（单位：%）

图表72：湖北省洗发护发行业经济运行状况（单位：%、倍、次）

图表73：北京市洗发护发行业地位变化情况（单位：%）

图表74：北京市洗发护发行业经济运行状况（单位：%、倍、次）

图表75：辽宁省洗发护发行业地位变化情况（单位：%）

图表76：辽宁省洗发护发行业经济运行状况（单位：%、倍、次）

图表77：四川省洗发护发行业地位变化情况（单位：%）

图表78：四川省洗发护发行业经济运行状况（单位：%、倍、次）

图表79：中国洗发护发行业工业总产值、销售收入和利润前十名企业

图表80：洗发护发行业工业总产值（现价）前十位企业（单位：万元）

图表81：中国洗发护发行业企业产品销售收入与利润总额（单位：万元）

图表82：宝洁（中国）有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表83：宝洁（中国）有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表84：宝洁（中国）有限公司运营能力分析（单位：次）

图表85：宝洁（中国）有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表86：宝洁（中国）有限公司发展能力分析（单位：%）

图表87：宝洁（中国）有限公司SWOT分析

图表88：联合利华（中国）有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表89：联合利华（中国）有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表90：联合利华（中国）有限公司运营能力分析（单位：次）

图表91：联合利华（中国）有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表92：联合利华（中国）有限公司发展能力分析（单位：%）

图表93：联合利华（中国）有限公司SWOT分析

图表94：高露洁棕榄（中国）有限公司产销能力分析（单位：万元）

图表95：高露洁棕榄（中国）有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表96：高露洁棕榄（中国）有限公司运营能力分析（单位：次）
图表97：高露洁棕榄（中国）有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）
图表98：高露洁棕榄（中国）有限公司发展能力分析（单位：%）
图表99：高露洁棕榄（中国）有限公司SWOT分析
图表100：丝宝集团公司产销能力分析（单位：万元）
图表101：丝宝集团公司盈利能力分析（单位：%）
图表102：丝宝集团公司运营能力分析（单位：次）
图表103：丝宝集团公司偿债能力分析（单位：% ，倍）
图表104：丝宝集团公司发展能力分析（单位：%）
图表105：丝宝集团公司SWOT分析
图表106：上海花王有限公司产销能力分析（单位：万元）
图表107：上海花王有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表108：上海花王有限公司运营能力分析（单位：次）
图表109：上海花王有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）
图表110：上海花王有限公司发展能力分析（单位：%）
图表111：上海花王有限公司SWOT分析
图表112：上海家化联合股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
图表113：上海家化联合股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表114：上海家化联合股份有限公司主营业务分地区情况表（单位：万元，%）
图表115：上海家化联合股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表116：上海家化联合股份有限公司主营业务分行业情况表（单位：万元，%）
图表117：上海家化联合股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表118：上海家化联合股份有限公司偿债能力分析（单位：% ，倍）
图表119：上海家化联合股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表120：上海家化联合股份有限公司产品销售区域分布（单位：%）
……略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/B88477ZGXD.html>