

2020-2026年中国洗发护发 市场发展态势与市场需求预测报告

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

《2020-2026年中国洗发护发市场发展态势与市场需求预测报告》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/S577502VJI.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

洗发产品是除去头皮、头发上的污垢，抑制头屑生成和头皮瘙痒，保持头皮和头发清洁与健康。护发产品是在洗发水洗发之后使用，具有增加头发润滑程度、调整头发表面状态以及修护头发损伤的护发产品。该类产品一般跟随洗发水进行配套销售，属于洗发水的辅助产品。智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国洗发护发市场发展态势与市场需求预测报告》分析了洗发护发行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国洗发护发行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 洗发护发行业相关概述

1.1 洗发护发产品相关介绍

1.1.1 洗发水定义及分类

1.1.2 护发品定义及分类

1.1.3 洗护发产品的主要成份

1.2 洗发护发细分产品介绍

1.2.1 护发素

1.2.2 定型剂

1.2.3 染发剂

第二章 2016-2019年洗发护发市场分析

2.1 2016-2019年全球洗发护发市场综述

2.1.1 世界洗发护发市场发展状况

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 2016-2019年中国洗发护发市场综述

2.2.1 中国洗发护发市场总体状况

2.2.2 中国洗发护发市场发展态势

2.2.3 中国洗护发市场竞争不断升级

2.2.4 中国洗护发市场面临的挑战

2.3 2016-2019年中国洗发护发产品市场消费分析

2.3.1 洗护发产品消费者使用及购买习惯

2.3.2 洗发护发产品品牌表现及分析

2.3.3 洗发护发产品品牌营销及广告表现

2.4 中国洗护发行业的主导因素

2.4.1 洗护发行业发展的主导驱动因素

2.4.2 中国洗护发行业成功关键因素

第三章 2016-2019年中国洗发水市场分析

3.1 2016-2019年中国洗发水市场发展概况

3.1.1 中国洗发水市场的发展阶段

3.1.2 中国洗发水市场发展格局及特点

3.1.3 中国洗发水市场的主要驱动因素

3.1.4 中国洗发水销售市场细分概述

3.2 2016-2019年洗发水行业进出口数据分析

3.2.1 2016-2019年洗发水主要进口来源国家分析

3.2.2 2016-2019年洗发水主要出口目的国家分析

3.2.3 2016-2019年主要省份洗发水进口市场分析

3.2.4 2016-2019年主要省份洗发水出口市场分析

3.3 2016-2019年中小洗发水企业分析

3.3.1 中小洗发水企业的困惑

3.3.2 中小洗发水企业卖场终端之苦

3.3.3 中小洗发水企业品牌之痒

3.3.4 突围是中小洗发水企业成长的希望

3.3.5 中小企业洗发水突围建议

3.4 2016-2019年洗发水市场营销分析

3.4.1 洗发水市场销售渠道及手段

3.4.2 中国洗发水市场渠道状况

3.4.3 中国高端洗发水渠道策略分析

3.4.4 中国国产洗发水营销策略分析

3.4.5 中国洗发水市场需要创新营销方式

3.5 2016-2019年洗发水市场竞争分析

3.5.1 中国洗发水市场竞

争格局分析3.5.2 中外洗发水品牌市场竞争状况3.5.3 中药汉方日化市场各领风骚3.5.4 中国洗发水市场竞争不断升级3.6 中国洗发水行业发展的的问题及对策3.6.1 中国本土洗发水产品的生存困境3.6.2 中国本土洗发水市场运作存在的问题3.6.3 中国洗发水行业面临的困境及突围策略3.6.4 国产洗发水企业发展的的问题及对策3.6.5 内忧外患局势下本土洗发水企业的出路3.7 洗发水市场的发展预测3.7.1 全球洗发香波市场发展趋势3.7.2 中国洗发品行业的发展新趋势3.7.3 中国洗发品市场的发展方向3.7.4 洗发水市场的长期发展走势 第四章 2016-2019年洗发水细分市场4.1 中草药洗发水4.1.1 中草药洗发水市场整体情况分析4.1.2 中国中药洗发水市场发展前景显现4.1.3 中药草本洗发水市场竞争状况4.1.4 本草洗发水品牌推广的问题分析4.1.5 中草药洗发水市场发展预测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4.3 去屑洗发水4.3.1 中国去屑洗发水市场发展现状4.3.2 中国去屑洗发水市场竞争状况4.3.3 药物去屑洗发水消费者行为调查4.3.4 清扬去屑洗发水全面出击4.3.5 追风中药去屑概念洗发水市场拓展浅析 第五章 2016-2019年洗发水品牌分析5.1 2016-2019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 2016-2019年中国洗发水品牌格局5.2.1 中国洗发水市场品牌格局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 2016-2019年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 2016-2019年高端洗发水品牌定位综述5.4.1 高端洗发水市场品牌营销现状5.4.2 高端洗发水市场品牌特征5.4.3 高端洗发水市场品牌案例概述5.4.4 高端洗发水市场成功品牌的经验5.5 2016-2019年主要地区品牌分析5.5.1 珠三角市场洗发水品牌状况5.5.2 广东洗发水品牌困境透析5.5.3 江西洗发水品牌消费及广告投放分析5.6 洗发水品牌案例5.6.1 飘柔品牌管理分析5.6.2 舒蕾品牌战略分析5.6.3 风影洗发水品牌发展战略5.6.4 拉芳品牌变革的得失5.6.5 霸王追风洗发水品牌传播策略 第六章 2016-2019年国外重点企业经营状况6.1 美国宝洁公司 (PROCTER & GAMBLE) 6.1.1 公司简介6.1.2 2016财年宝洁经营状况6.1.3 2017财年宝洁经营状况6.1.4 2018财年宝洁经营状况6.1.5 宝洁洗发水市场细分策略6.2 联合利华6.2.1 公司简介6.2.2 2016年联合利华公司经营状况分析6.2.3 2017年联合利华公司经营状况分析6.2.4 2019年联合利华公司经营状况分析6.2.5 联合利华的品牌提升战略6.3 欧莱雅集团6.3.1 集团简介6.3.2 2016年欧莱雅经营状况6.3.3 2017年欧莱雅经营状况6.3.4 2019年欧莱雅经营状况6.3.5 欧莱雅集团的竞争策略6.4 日本花王6.4.1 公司简介6.4.2 2016年日本花王经营状况分析6.4.3 2017年日本花王经营状况分析6.4.4 2019年日本花王经营状况分析6.4.5 日本花王集团的消费者研究策略 第七章

2016-2019年国内重点公司经营分析7.1 索芙特股份有限公司7.1.1 企业发展概况7.1.2 经营效益分析7.1.3 业务经营分析7.1.4 财务状况分析7.1.5 未来前景展望7.2 霸王国际集团7.2.1 企业发展概况7.2.2 经营效益分析7.2.3 业务经营分析7.2.4 财务状况分析7.2.5 未来前景展望7.3 丝宝集团7.3.1 集团简介7.3.2 丝宝洗发水品牌结构分析7.3.3 丝宝集团的终端营销策略7.3.4 丝宝品牌的发展变革分析7.4 拉芳家化股份有限公司7.4.1 公司简介7.4.2 拉芳品牌的发展历程7.4.3 拉芳洗发水“低开高走”战略7.4.4 拉芳与巴斯夫的合作动态7.5 广州市好迪集团有限公司7.5.1 公司简介7.5.2 好迪感性策略解析7.5.3 好迪精华素升级产品全新上市7.6 广东名臣化妆品有限公司7.6.1 公司简介7.6.2 蒂花之秀发展之路7.6.3 蒂花之秀突破销量困境的对策7.7 北京章光101科技股份有限公司7.7.1 集团简介7.7.2 章光101的发展历程7.7.3 章光101品牌升级途径分析7.7.4 章光101整合营销策略解析7.8 上海华银日用品有限公司7.8.1 公司简介7.8.2 蜂花护发素的低价策略分析7.8.3 “蜂花”护发创新扩展市场——7.8.4 蜂花产品的转型脱困策略分析

附录附录一：《化妆品生产企业卫生规范》附录二：《化妆品卫生监督条例》附录三：染发剂标准

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/S577502VJI.html>