

2016-2022年中国洗发水行业深度研究与市场年度调研报告

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年中国洗发水行业深度研究与市场年度调研报告》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/xitiao/Y16189OE9E.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

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。

2014年我国洗发水行业产量约60.5万吨，同比2013年的56.5万吨增长了7.08%。

2014年我国洗发水行业消费量约54.95万吨，销售市场规模约477亿元，同比2013年的448亿元增长了6.47%。

近年来，消费者愈发关注个人护理产品的综合性功能，希望产品除满足基本功能需求外，能够具有更多的复合功效。对于洗发水产品，除了基本的清洁功能外，美发和护发效果需要速效、持久并能满足各种发质的需求；消费者对产品的功能需求，促使洗发水企业在各个细分领域，以市场需求为出发点并行开展多项针对性的技术研究。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国洗发水行业深度研究与市场年度调研报告》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国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：全球洗发水行业市场运行形势综述

1.1 2015年全球洗发水产品市场动态研究

1.1.1 全球洗发水产品市场特征分析

1.1.2 全球洗发水产品市场供需监测研究

1.1.3 全球洗发水产品价格走势分析

1.2 2015年全球主要国家洗发水市场深度局势分析

1.2.1 美国

1.2.2 日本

1.2.3 韩国

1.2.4 其他国家

1.3 2016-2022年全球洗发水产品市场发展趋势预测解析

第2章：中国洗发水行业市场发展环境分析（PEST分析法）

2.1 2015年中国经济环境分析

2.1.1 国民经济运行情况GDP

2.1.2 消费价格指数CPI、PPI

2.1.3 全国居民收入情况

2.1.4 恩格尔系数

2.1.5 工业发展形势

2.1.6 固定资产投资情况

2.2 2015年中国洗发水行业政策环境分析

2.2.1 近年来国家以及政府颁布的相关政策法规

2.2.2 相关政策法规对市场的影响程度

2.2.3 洗发水市场国家宏观发展规划调控方向

2.3 2015年中国洗发水行业社会环境分析

2.3.1 人口环境分析

2.3.2 教育环境分析

2.3.3 文化环境分析

2.3.4 生态环境分析

2.3.5 中国城镇化率

2.3.6 居民的各种消费观念和习惯

2.4 2015年中国洗发水行业技术环境分析

第3章：中国洗发水市场发展形势分析

3.1 2015年中国洗发水市场发展概况

3.1.1 中国洗发水市场发展历程

3.1.2 中国洗发市场新时代

3.1.3 洗发水市场结构分析

3.2 2015年中国洗发水市场消费态势分析

3.2.1 二线洗发水消费者调查分析

3.2.2 年轻女性支撑中国洗发水市场

3.2.3 北京地区消费者分析

3.2.4 中小城镇洗发水消费分析

3.3 2015年中国洗发水细分产品市场运行情况分析

3.3.1 中国药物洗发水市场发展分析

3.3.2 中国防脱洗发水产业发展格局分析

3.3.3 中国去屑洗发水行业营运态势分析

第4章：中国洗发水行业竞争格局分析

4.1 2015年中国洗发水品牌格局分析

4.1.1 中国洗发水品牌格局现状

4.1.2 国内洗发水品牌竞争特征

4.1.3 洗发水品牌营销分析

4.1.4 小品牌洗发水挑战宝洁

4.2 2015年中国中小洗发水企业运营分析

4.2.1 中小洗发水企业的困惑

4.2.2 中小洗发水企业卖场终端之苦

4.2.3 中小洗发水企业品牌之痒

4.2.4 突围是中小洗发水企业成长的希望

4.2.5 中小企业洗发水突围建议

4.3 2015年中国洗发水市场竞争格局分析

4.3.1 中国洗发水市场竞争激烈

4.3.2 国产洗发水将反战进行到底

4.3.3 国产洗发水与宝洁的对峙

4.3.4 中药汉方日化市场各领风骚

第5章：2011年以来中国化妆品制造行业数据监测分析

5.1 2011年以来中国化妆品制造行业规模分析

5.1.1 企业数量增长分析

5.1.2 从业人数增长分析

5.1.3 资产规模增长分析

5.2 2015年中国化妆品制造行业结构分析

5.2.1 企业数量结构分析

(1) 不同类型分析

(2) 不同所有制分析

5.2.2 销售收入结构分析

(1) 不同类型分析

(2) 不同所有制分析

5.3 2007年以来中国化妆品制造行业产值分析

5.3.1 产成品增长分析

5.3.2 工业销售产值分析

5.3.3 出口交货值分析

5.4 2011年以来中国化妆品制造行业成本费用分析

5.4.1 销售成本统计

5.4.2 费用统计

5.5 2011年以来中国化妆品制造行业盈利能力分析

5.5.1 主要盈利指标分析

5.5.2 主要盈利能力指标分析

第6章：2010年以来中国洗发剂进出口数据监测分析

6.1 2010年以来中国洗发剂进口数据分析

6.1.1 进口数量分析

6.1.2 进口金额分析

6.2 2010年以来中国洗发剂出口数据分析

6.2.1 出口数量分析

6.2.2 出口金额分析

6.3 2010年以来中国洗发剂进出口平均单价分析

6.4 2010年以来中国洗发剂进出口国家及地区分析

6.4.1 进口国家及地区分析

6.4.2 出口国家及地区分析

第7章：中国洗发水企业竞争策略分析

7.1 2015年中国洗发水行业竞争策略分析

7.1.1 洗发水中小企业竞争形势

7.1.2 洗发水中国企业竞争策略

7.1.3 上下游产业链合作共赢策略

7.2 2015年中国洗发水市场竞争策略分析

- 7.2.1 洗发水主要潜力品种分析
- 7.2.2 现有洗发水产品竞争策略分析
- 7.2.3 潜力洗发水品种竞争策略选择
- 7.2.4 典型企业产品竞争策略分析
- 7.3 洗发水企业竞争策略分析
 - 7.3.1 金融危机对洗发水行业竞争格局的影响
 - 7.3.2 2016-2022年我国洗发水市场竞争趋势
 - 7.3.3 2016-2022年洗发水企业竞争策略分析

第8章：中国洗发水市场消费者调查分析

- 8.1 2015年中国洗发水消费者特征分析
 - 8.1.1 消费者分布
 - 8.1.2 年龄分布
 - 8.1.3 学历分布
 - 8.1.4 收入分布
 - 8.1.5 职业分布
 - 8.1.6 性别分布
- 8.2 2015年中国洗发水消费者对品牌的印象分析
 - 8.2.1 消费者对品牌的认知程度
 - 8.2.2 消费者对洗发水广告的认知程度
 - 8.2.3 消费者对不同洗发水品牌的品牌印象分析
 - 8.2.4 消费者对不同品牌的偏好分析
 - 8.2.5 消费者对品牌的忠诚度分析
 - 8.2.6 不同洗发水品牌的发展潜力
- 8.3 2015年中国洗发水消费者购买及使用行为分析
 - 8.3.1 消费者的购买方式分析
 - 8.3.2 消费者购买时关注的因素分析
 - 8.3.3 影响消费者反复购买的因素分析
 - 8.3.4 消费者使用的满意度分析

第9章：国外洗发水行业重点企业调研分析

- 9.1 美国宝洁公司

9.1.1 企业概况

9.1.2 主要品牌分析

9.1.3 经营与财务状况

9.1.4 公司主要产品特点

9.1.5 战略规划情况

9.1.6 公司管理和销售策略

9.1.7 公司发展趋势预测

9.2 联合利华

9.2.1 企业概况

9.2.2 主要品牌分析

9.2.3 经营与财务状况

9.2.4 公司主要产品特点

9.2.5 战略规划情况

9.2.6 公司管理和销售策略

9.2.7 公司发展趋势预测

9.3 法国欧莱雅

9.3.1 企业概况

9.3.2 主要品牌分析

9.3.3 经营与财务状况

9.3.4 公司主要产品特点

9.3.5 战略规划情况

9.3.6 公司管理和销售策略

9.3.7 公司发展趋势预测

9.4 日本花王

9.4.1 企业概况

9.4.2 主要品牌分析

9.4.3 经营与财务状况

9.4.4 公司主要产品特点

9.4.5 战略规划情况

9.4.6 公司管理和销售策略

9.4.7 公司发展趋势预测

第10章：中国洗发水行业顶尖企业竞争力与未来发展策略探讨

10.1 索芙特股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

10.2 上海家化联合股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

10.3 丝宝精细化工(武汉)有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

10.4 脱普日用化学品(中国)有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

10.5 广州市好迪化妆品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

10.6 中山市嘉丹婷日用品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

10.7 澳宝化妆品(惠州)有限公司

10.7.1 企业概况

10.7.2 企业主要经济指标分析

10.7.3 企业盈利能力分析

10.7.4 企业偿债能力分析

10.7.5 企业运营能力分析

10.7.6 企业发展能力分析

10.8 天津宝洁工业有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

10.9 沈阳东联日用品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

10.10 上海华银日用品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第11章：2016-2022年中国洗发水及其主要上下游产品市场预测

11.1 2015年中国洗发水上下游分析

11.1.1 与行业上下游之间的关联性

11.1.2 上游原材料供应形势分析

11.1.3 下游产品解析

11.2 2016-2022年中国洗发水行业产业链研究分析

11.2.1 行业上游影响及风险分析

11.2.2 行业下游风险分析及提示

11.2.3 关联行业风险分析及提示

第12章：2016-2022年中国洗发水行业发展前景展望预测

12.1 2016-2022年中国洗发水行业供求形势展望

12.1.1 上游原料供应预测及市场情况

12.1.2 洗发水下游需求行业发展展望

12.1.3 洗发水行业产能预测分析

12.1.4 进出口形势展望

12.2 2016-2022年中国洗发水行业市场格局与经济效益展望

12.2.1 市场格局展望

12.2.2 经济效益预测

12.3 2016-2022年中国洗发水行业整体发展展望分析

12.3.1 洗发水行业国际展望

12.3.2 国内洗发水行业发展展望

第13章：2016-2022年洗发水行业投资机会与风险规避研究

13.1 2016-2022年中国洗发水投资环境的分析与对策

13.2 2016-2022年中国洗发水投资机遇分析

13.3 2016-2022年中国洗发水投资风险分析

13.3.1 政策风险

13.3.2 经营风险

13.3.3 技术风险

13.3.4 进入退出风险

13.4 2016-2022年中国洗发水投资策略与建议

13.4.1 企业资本结构选择

13.4.2 企业战略选择

13.4.3 投资区域选择

第14章：2016-2022年洗发水行业盈利模式与投资策略探讨

14.1 国外洗发水行业投资现状及经营模式分析

14.1.1 境外洗发水行业成长情况调查

14.1.2 经营模式借鉴

14.1.3 在华投资新趋势动向

14.2 我国洗发水行业商业模式探讨

14.3 我国洗发水行业投资国际化发展战略分析

14.3.1 战略优势分析

14.3.2 战略机遇分析

14.3.3 战略规划目标

14.3.4 战略措施分析

14.4 最优投资路径设计

14.4.1 投资对象

14.4.2 投资模式

14.4.3 预期财务状况分析

14.4.4 风险资本退出方式

……略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xitiao/Y16189OE9E.html>