



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年洗发护发品行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年洗发护发品行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/126068.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

我国洗发水行业经过二十几年的发展，目前有洗发水生产厂家2000多家，近4000个品牌在市场上激烈竞争。曾经目前国内洗发水行业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。2006年中国洗护发产品市场销售额达220亿元左右；2007年中国洗护发产品市场销售额达260亿元左右。市场规模呈结构性增长，一是三、四级市场增长；二是消费者范围上下延伸——儿童、中老年；三是细分市场不断被挖掘。市场品牌集中度将进一步扩大，消费者品牌意识逐步增强，对品牌的认可度和依赖度逐步提高，多数的市场份额将集中到少数几个品牌手里，新品牌如果没有过硬的品质及宣传力度，将很难在格局中站稳脚跟，中低档市场竞争激烈。随着消费水平的提高和消费者品牌意识的逐步增强，以前充斥市场的杂牌洗发水将逐步淡出，洗发水行业将进入整合阶段。

国际品牌从一级市场向二三级市场渗透；国内品牌坚守中低端市场，跨行业品牌借机介入，如哇哈哈、五粮液、同仁堂等企业已经或准备进入洗发水行业分一杯羹。消费购买量稳步提高，产品在城市的基本需求趋于饱和，个性化需求和农村潜在基本需求较大，将逐步追求产品的品质和档次，新的功能和概念不断涌现，如二合一、三合一、植物精华、中草药概念等。洗发水功能延伸并细分，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。就消费者对功能的需求来看，“去屑”功能成为主要消费诉求点，有头屑困扰的人群能占到60%以上，目前，去屑类洗发水占了半壁江山，在市场中约有100多亿的空间，主要的品牌是海飞丝、采乐、康王、清扬等。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，出现了一些精品日化店、网络、团购等新的渠道形式，并且销量占比在迅速提升。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国务院发展研究中心、中华全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国

轻工业协会、中国香料香精化妆品工业协会、中国洗涤用品工业协会、《化妆品报》、《化妆品行业信息》、《美容时尚报》、国内外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对我国洗发护发行业的市场规模与前景、从业企业以及国家相关产业政策进行了全面分析。报告以国内外洗化业界的大量数据和资料为基础，详尽分析了洗发护发行业及诸子产业的市场发展规模和行业现状、以及细分市场的情况、存在问题和生存环境，国际及国内行业发展趋势、洗发护发品行业的进出口态势；论述了消费者分析、洗发护发企业经营发展策略等；并重点分析了我国洗发护发行业的发展现状与竞争格局，以及我国洗发护发行业的发展策略和趋势。报告还对洗发护发行业投资前景作了分析研判，是洗发护发生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前行业发展动态，把握市场机遇、企业定位和发展方向等不可多得的决策参考。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 洗发护发品行业发展概述

第一节 洗发护发品定义

一、洗发品的定义

二、护发品的定义

第二节 洗发护发品分类

一、洗发品的种类

二、护发品的种类

第三节 洗发护发品产业链分析

一、行业经济特性

二、产业链结构分析

第四节 洗发护发品行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 全球洗发护发品市场发展分析

第一节 2008年全球洗发护发品市场分析

一、2008年全球洗发护发品市场回顾

二、2008年全球洗发护发品市场环境

三、2008年全球洗发护发品产销分析

四、2008年全球洗发护发品技术分析

第二节 2009年全球洗发护发品市场分析

一、2009年全球洗发护发品需求分析

二、2009年欧美洗发护发品需求分析

三、2009年全球洗发护发品产销分析

四、2009年中外洗发护发品市场对比

第三节 主要国家地区洗发护发品市场分析

一、2008-2009年美国洗发护发品市场分析

二、2008-2009年欧洲洗发护发品市场分析

三、2008-2009年日本洗发护发品市场分析

四、2008-2009年韩国洗发护发品市场分析

五、2008-2009年其他国家洗发护发品市场

第三章 我国洗发护发品行业发展现状

第一节 我国洗发护发品行业发展现状

一、洗发护发品行业品牌发展现状

二、洗发护发品行业消费市场现状

三、洗发护发品市场消费层次分析

四、我国洗发护发品市场走向分析

第二节 2007-2009年洗发护发品业发展情况分析

一、2007年洗发护发品行业发展情况分析

二、2008年洗发护发品行业发展情况分析

三、2009年洗发护发品行业发展特点分析

四、2009年1-5月洗发护发品行业发展情况

第三节 2008-2009年洗发护发品行业运行分析

一、2008-2009年洗发护发品业产销存运行分析

二、2008-2009年洗发护发品行业利润情况分析

三、2008-2009年洗发护发品行业发展周期分析

四、2009-2012年洗发护发品行业发展机遇分析

五、2009-2012年洗发护发品行业利润增速预测

第四节 对中国洗发护发品市场的分析及思考

一、洗发护发品市场特点

二、洗发护发品市场分析

三、洗发护发品市场变化的方向

四、中国洗发护发品产业发展的新思路

五、对中国洗发护发品产业发展的思考

第四章 我国洗发护发品市场发展研究

第一节 2008年我国洗发护发品市场发展研究

一、2008年1季度我国洗发护发品市场研究

二、2008年2季度我国洗发护发品市场研究

三、2008年3季度我国洗发护发品市场研究

四、2008年4季度我国洗发护发品市场研究

第二节 2009年我国洗发护发品市场情况

一、2009年1-5月我国洗发护发品产销情况

二、2009年1-5月我国洗发护发品市场价格情况

三、2009年1-5月重点城市洗发护发品市场发展情况

四、2009年1-5月我国洗发护发品市场发展情况

第三节 2009年我国洗发护发品市场结构和价格走势分析

一、2009年Q1我国洗发护发品市场结构和价格走势概述

二、2009年Q1我国洗发护发品市场结构分析

三、2009年Q1我国洗发护发品市场价格走势分析

四、2009年1-5月我国洗发护发品市场结构和价格走势概述

五、2009年1-5月我国洗发护发品市场结构分析

六、2009年1-5月我国洗发护发品市场价格走势分析

第四节 2009年我国洗发护发品业市场发展特点分析

一、2009年Q1我国洗发护发品市场格局特点

二、2009年Q1我国洗发护发品产品创新特点

三、2009年Q1我国洗发护发品市场服务特点

四、2009年Q1我国洗发护发品市场品牌特点

第五章 我国洗发护发品市场调查分析

第一节 2008年我国洗发护发品市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、价格走势分析
- 四、厂商分析

第二节 2009年1季度我国洗发护发品市场调查分析

- 一、主要观点
- 二、整体市场调查
- 三、产品关注度调查
- 四、市场价格调查

第三节 2009年4月份中国洗发护发品市场调查分析

- 一、整体市场关注度
- 二、品牌关注度格局
- 三、产品关注度调查
- 四、不同价位关注度

第四节 2009年5月份中国洗发护发品市场调查分析

- 一、整体市场关注度
- 二、品牌关注度格局
- 三、产品关注度调查
- 四、不同价位关注度

第六章 洗发护发品行业经济运行分析

第一节 2008-2009年洗发护发品产量分析

- 一、2008年洗发护发品产量分析
- 二、2009年1-5月洗发护发品产量分析

第二节 2008-2009年洗发护发品行业主要经济指标分析

- 一、销售收入前十家企业分析
- 二、2008年洗发护发品行业主要经济指标分析
- 三、2009年1-5月洗发护发品行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国洗发护发品行业绩效分析

- 一、2008-2009年行业产销情况

- 二、2008-2009年行业规模情况
- 三、2008-2009年行业盈利能力
- 四、2008-2009年行业经营发展能力
- 五、2008-2009年行业偿债能力分析

第七章 我国洗发护发品行业进出口分析

第一节 我国洗发护发品进口分析

- 一、2008年进口总量分析
- 二、2008年进口结构分析
- 三、2008年进口区域分析

第二节 我国洗发护发品出口分析

- 一、2008年出口总量分析
- 二、2008年出口结构分析
- 三、2008年出口区域分析

第三节 我国洗发护发品进出口预测

- 一、2009年1季度进口分析
- 二、2009年1季度出口分析
- 三、2009年洗发护发品进口预测
- 四、2009年洗发护发品出口预测

第八章 洗发护发品区域市场情况分析

第一节 华北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场需求情况分析

三、2008-2009年市场规模情况分析

四、2008-2009年行业竞争格局分析

五、2008-2009年消费者的偏好分析

六、2009-2012年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

- 一、2008-2009年行业发展现状分析
- 二、2008-2009年市场需求情况分析
- 三、2008-2009年市场规模情况分析
- 四、2008-2009年行业竞争格局分析
- 五、2008-2009年消费者的偏好分析
- 六、2009-2012年行业发展趋势分析

第九章 中国洗发护发品行业消费市场分析

第一节 中国洗发护发品消费者收入分析

- 一、中国人口、人民生活分析
- 二、2008-2009年消费者收入水平
- 三、2009年消费者信心指数分析

第二节 洗发护发品行业产品目标客户群体调查

- 一、不同收入水平消费者偏好调查
- 二、不同年龄的消费者偏好调查
- 三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 洗发护发品市场消费需求分析

- 一、洗发护发品市场的消费需求变化
- 二、洗发护发品行业的需求情况分析
- 三、2009年洗发护发品品牌市场消费需求分析

第四节 洗发护发品消费市场状况分析

- 一、洗发护发品行业消费特点
- 二、洗发护发品消费者分析
- 三、洗发护发品消费结构分析
- 四、洗发护发品消费的市场变化
- 五、洗发护发品市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第六节 洗发护发品行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、洗发护发品行业品牌忠诚度调查
- 六、洗发护发品行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

第十章 洗发护发市场营销策略

第一节 洗发水市场销售渠道分析

- 一、零售渠道
- 二、分销渠道
- 三、主要销售手段

第二节 洗发护发市场细分与定位策略分析

- 一、市场细分化
- 二、选择目标市场
- 三、洗发护发市场定位策略

第三节 洗发护发企业发展策略

- 一、中小型洗发护发企业在市场中突围策略
- 二、洗发护发企业开发农村市场分析

第四节 洗发护发企业品牌营销分析

- 一、美露华洗发水的差异化营销
- 二、飘柔的成功营销策略
- 三、采乐洗发水的市场营销策略

第二部分 行业竞争格局

第十一章 洗发护发品行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 中国洗发护发品行业竞争格局综述

一、2008年洗发护发品行业集中度

二、2008年洗发护发品行业竞争程度

三、2008年洗发护发品企业与品牌数量

四、2008年洗发护发品行业竞争格局分析

第四节 2008-2009年洗发护发品行业竞争格局分析

一、2008-2009年国内外洗发护发品竞争分析

二、2008-2009年我国洗发护发品市场竞争分析

三、2008-2009年我国洗发护发品市场集中度分析

四、2009-2012年国内主要洗发护发品企业动向

五、2009年国内洗发护发品拟在建项目分析

第十二章 洗发护发品企业竞争策略分析

第一节 洗发护发品市场竞争策略分析

一、2009年洗发护发品市场增长潜力分析

二、2009年洗发护发品主要潜力品种分析

三、现有洗发护发品产品竞争策略分析

四、潜力洗发护发品品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 洗发护发品企业竞争策略分析

一、金融危机对洗发护发品行业竞争格局的影响

二、金融危机后洗发护发品行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国洗发护发品市场竞争趋势

四、2009-2012年洗发护发品行业竞争格局展望

五、2009-2012年洗发护发品行业竞争策略分析

六、2009-2012年洗发护发品企业竞争策略分析

第十三章 国外洗发护发企业竞争分析

第一节 美国宝洁公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 英国联合利华公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 日本资生堂公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 美国安利公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十四章 国内洗发护发企业竞争分析

第一节 湖北丝宝集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 广东雅倩化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 上海华银日用品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 广州好迪公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 温雅化妆品国际集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 霸王国际集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十五章 洗发护发品行业发展趋势分析

第一节 我国洗发护发品行业前景与机遇分析

一、我国洗发护发品行业发展前景

二、我国洗发护发品发展机遇分析

三、2009年洗发护发品的发展机遇分析

四、金融危机对洗发护发品行业的影响分析

第二节 2009-2012年中国洗发护发品市场趋势分析

一、2008-2009年洗发护发品市场趋势总结

二、2009-2012年洗发护发品发展趋势分析

- 三、2009-2012年洗发护发品市场发展空间
- 四、2009-2012年洗发护发品产业政策趋向
- 五、2009-2012年洗发护发品技术革新趋势
- 六、2009-2012年洗发护发品价格走势分析
- 七、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十六章 未来洗发护发品行业发展预测

第一节 未来洗发护发品需求与消费预测

- 一、2009-2012年洗发护发品产品消费预测
- 二、2009-2012年洗发护发品市场规模预测
- 三、2009-2012年洗发护发品行业总产值预测
- 四、2009-2012年洗发护发品行业销售收入预测
- 五、2009-2012年洗发护发品行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国洗发护发品行业供需预测

- 一、2008-2012年中国洗发护发品供给预测
- 二、2009-2012年中国洗发护发品产量预测
- 三、2009-2012年中国洗发护发品需求预测
- 四、2009-2012年中国洗发护发品供需平衡预测
- 五、2009-2012年中国洗发护发品产品价格预测
- 六、2009-2012年主要洗发护发品产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十七章 洗发护发品行业投资现状分析

第一节 2008年洗发护发品行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1-5月洗发护发品行业投资情况分析

- 一、2009年1-5月总体投资及结构

- 二、2009年1-5月投资规模情况
- 三、2009年1-5月投资增速情况
- 四、2009年1-5月分行业投资分析
- 五、2009年1-5月分地区投资分析
- 六、2009年1-5月外商投资情况

第十八章 洗发护发品行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年洗发护发品行业政策环境分析
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 技术发展环境分析

- 一、国内洗发护发品技术现状
- 二、2009年洗发护发品技术发展分析
- 三、2009-2012年洗发护发品技术发展趋势分析

第四节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第五节 化工行业振兴规划

- 一、化工行业振兴规划概述
- 二、化工行业振兴规划细则
- 三、化工行业振兴规划主要任务
- 四、化工行业振兴规划主要工程
- 五、化工行业振兴规划主要措施
- 六、化工行业振兴规划的意义与作用
- 七、化工行业振兴规划对洗发护发品行业的影响

第十九章 洗发护发品行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2009年相关产业投资收益率比较

二、2007-2008行业投资收益率分析

第三节 洗发护发品行业投资效益分析

一、2008-2009年洗发护发品行业投资状况分析

二、2009-2012年洗发护发品行业投资效益分析

三、2009-2012年洗发护发品行业投资趋势预测

四、2009-2012年洗发护发品行业的投资方向

五、2009-2012年洗发护发品行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响洗发护发品行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响洗发护发品行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响洗发护发品行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响洗发护发品行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国洗发护发品行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国洗发护发品行业发展面临的机遇分析

第五节 洗发护发品行业投资风险及控制策略分析

一、2009-2012年洗发护发品行业市场风险及控制策略

二、2009-2012年洗发护发品行业政策风险及控制策略

三、2009-2012年洗发护发品行业经营风险及控制策略

四、2009-2012年洗发护发品行业技术风险及控制策略

五、2009-2012年洗发护发品行业同业竞争风险及控制策略

六、2009-2012年洗发护发品行业其他风险及控制策略

第二十章 洗发护发品行业投资战略研究

第一节 洗发护发品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国洗发护发品品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
 - 二、洗发护发品实施品牌战略的意义
 - 三、洗发护发品企业品牌的现状分析
 - 四、我国洗发护发品企业的品牌战略
 - 五、洗发护发品品牌战略管理的策略
- ## 第三节 洗发护发品企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、人力资源
- 七、财务管理
- 八、国际化策略

第四节 洗发护发品行业投资战略研究

- 一、2009年美容美发行业投资战略
- 二、2009年洗发护发品行业投资战略
- 三、2009-2012年洗发护发品行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：洗发护发品产业链分析

图表：国际洗发护发品市场规模

图表：国际洗发护发品生命周期

图表：2003-2008年中国洗发护发品行业市场规模

图表：2002-2008年全球洗发护发品产业市场规模

图表：2006-2008年洗发护发品重要数据指标比较

图表：2003-2008年中国洗发护发品行业销售情况分析

图表：2003-2008年中国洗发护发品行业利润情况分析

图表：2003-2008年中国洗发护发品行业资产情况分析

图表：2007-2008年洗发护发品产品进口数量比较

图表：2007-2008年洗发护发品进口金额趋势比较

图表：2007-2008年洗发护发品进口数量趋势比较

图表：2007-2008年洗发护发品出口金额趋势比较

图表：2007-2008年洗发护发品出口数量趋势比较

图表：2008年我国前十位出口洗发护发品数量省市地区

图表：2008年我国前十位出口洗发护发品金额省市地区

图表：2007-2008年中国洗发护发品发展能力分析

图表：2007-2008年中国洗发护发品竞争力分析

图表：2009-2012年中国洗发护发品产能预测

图表：2009-2012年中国洗发护发品消费量预测

图表：2009-2012年中国洗发护发品市场前景预测

图表：2009-2012年中国洗发护发品市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国洗发护发品发展前景预测

图表：2008年1-12月洗发护发品产量全国合计

图表：2008年1-12月洗发护发品产量北京市合计

图表：2008年1-12月洗发护发品产量天津市合计

图表：2008年1-12月洗发护发品产量河北省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品产量山西省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品产量吉林省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月洗发护发品产量上海市合计

图表：2008年1-12月洗发护发品产量江苏省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品产量浙江省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品产量安徽省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品产量福建省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品产量江西省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品产量山东省合计
图表：2008年1-12月洗发护发品产量河南省合计
图表：2008年1-12月洗发护发品产量湖北省合计
图表：2008年1-12月洗发护发品产量湖南省合计
图表：2008年1-12月洗发护发品产量广东省合计
图表：2008年1-12月洗发护发品产量广西区合计
图表：2008年1-12月洗发护发品产量海南省合计
图表：2008年1-12月洗发护发品产量重庆市合计
图表：2008年1-12月洗发护发品产量四川省合计
图表：2008年1-12月洗发护发品产量贵州省合计
图表：2008年1-12月洗发护发品产量云南省合计
图表：2008年1-12月洗发护发品产量陕西省合计
图表：2008年1-12月洗发护发品产量甘肃省合计
图表：2008年1-12月洗发护发品产量新疆区合计
图表：2008年1-12月洗发护发品产量内蒙古合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量全国合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量北京市合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量天津市合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量河北省合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量山西省合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量辽宁省合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量吉林省合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量黑龙江合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量上海市合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量江苏省合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量浙江省合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量安徽省合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量福建省合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量江西省合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量山东省合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量河南省合计
图表：2009年1-5月洗发护发品产量湖北省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品产量湖南省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品产量广东省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品产量广西区合计

图表：2009年1-5月洗发护发品产量海南省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品产量重庆市合计

图表：2009年1-5月洗发护发品产量四川省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品产量贵州省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品产量云南省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品产量陕西省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品产量甘肃省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品产量新疆区合计

图表：2009年1-5月洗发护发品产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月洗发护发品行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月洗发护发品行业收入前十家企业

图表：2008年5月洗发护发品行业收入前十家企业

图表：2008年8月洗发护发品行业收入前十家企业

图表：2008年11月洗发护发品行业收入前十家企业

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标全国合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-5月洗发护发品行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月洗发护发品进口数据

图表：2008年1季度洗发护发品进口数据

图表：2008年1月洗发护发品进口数据

图表：2008年2月洗发护发品进口数据

图表：2008年3月洗发护发品进口数据

图表：2008年2季度洗发护发品进口数据

图表：2008年4月洗发护发品进口数据

图表：2008年5月洗发护发品进口数据

图表：2008年6月洗发护发品进口数据

图表：2008年3季度洗发护发品进口数据

图表：2008年7月洗发护发品进口数据

图表：2008年8月洗发护发品进口数据

图表：2008年9月洗发护发品进口数据

图表：2008年4季度洗发护发品进口数据

图表：2008年10月洗发护发品进口数据

图表：2008年11月洗发护发品进口数据

图表：2008年12月洗发护发品进口数据

图表：2008年1-12月洗发护发品出口数据

图表：2008年1季度洗发护发品出口数据
图表：2008年1月洗发护发品出口数据
图表：2008年2月洗发护发品出口数据
图表：2008年3月洗发护发品出口数据
图表：2008年2季度洗发护发品出口数据
图表：2008年4月洗发护发品出口数据
图表：2008年5月洗发护发品出口数据
图表：2008年6月洗发护发品出口数据
图表：2008年3季度洗发护发品出口数据
图表：2008年7月洗发护发品出口数据
图表：2008年8月洗发护发品出口数据
图表：2008年9月洗发护发品出口数据
图表：2008年4季度洗发护发品出口数据
图表：2008年10月洗发护发品出口数据
图表：2008年11月洗发护发品出口数据
图表：2008年12月洗发护发品出口数据
图表：2009年1-5月洗发护发品进口数据
图表：2009年1季度洗发护发品进口数据
图表：2009年1月洗发护发品进口数据
图表：2009年2月洗发护发品进口数据
图表：2009年3月洗发护发品进口数据
图表：2009年2季度洗发护发品进口数据
图表：2009年4月洗发护发品进口数据
图表：2009年1-5月洗发护发品出口数据
图表：2009年1季度洗发护发品出口数据
图表：2009年1月洗发护发品出口数据
图表：2009年2月洗发护发品出口数据
图表：2009年3月洗发护发品出口数据
图表：2009年2季度洗发护发品出口数据
图表：2009年4月洗发护发品出口数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/126068.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。