



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国中药洗发护发产品市场前景 预测与营销战略分析报告(20 11-2015年)

一、调研说明

《中国中药洗发护发产品市场前景预测与营销战略分析报告(2011-2015年)》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/179533.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

中药洗发护发产品是一种包含中药成分，集去头屑功能、焗油功能、染发功能、防止脱发、柔顺营养、防止分岔、某种发质专用制品、天然功能、多效合一、洗护分开、洗护、含果酸、去痒、其他的护发品。

中药美容的历史源远流长，是祖国传统医药学中的一颗明珠。历代本草文献中有关美容美发中药的品种很多，其中很多已被现代医学所证实确有很好的功效。无论国际还是国内都对中药美容美发给予极大关注。随着中药日化日益被消费者认可，因为在消费者眼中，中药的特性是健康安全和绿色的。所以从市场趋势来看，其发展占据绝对优势。

《中国中药洗发护发产品市场前景预测与营销战略分析报告(2011-2015年)》系统全面的调研了中药洗发护发产品的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，以产品微观部分作为调研重点，采用纵向分析和横向对比相结合的方法，分别对中药洗发护发产品产品的国内外生产消费情况、原材料市场情况、产品技术情况、产品市场竞争情况、重点企业发展情况、产品品牌价值以及产品营销策略等方面进行深入的调研分析。

第一章 中药洗护发行业概述

第一节 洗发护发产品简述

- 一、洗护发产品的主要成份
- 二、市场发展历程及产品生命周期

第二节 洗发护发细分产品介绍

- 一、护发素
- 二、定型剂
- 三、染发剂

第三节 中药洗护发产品概述

- 一、中药洗护发产品特点
- 二、中药洗护发产品功效
- 三、中药洗护发产品的发展历程

第二章 2010-2011年世界洗发护发产业市场动态分析

第一节 2010-2011年世界洗发护发市场运行综述

- 一、世界洗发护发品市场

二、世界洗护发品市场特点

三、亚太地区洗护发产品广告费一路攀升

第二节 2010-2011年世界主要国家洗发护发产业分析

一、美国洗护发市场

二、韩国洗发护发市场

三、德国洗护发市场

第三节 2011-2015年世界洗发护发产业发展趋势分析

第三章 2010-2011年洗发护发产品国外重点企业运营情况分析

第一节 美国宝洁公司 (Procter&Gamble)

一、公司简介

二、宝洁洗护发产品的战略规划

三、飘柔演进后的宝洁新策略

四、宝洁洗发水市场细分策略

第二节 联合利华

一、公司简介

二、联合利华在中国的发展

三、联合利华的品牌战略

四、联合利华洗发水换装直指高端市场

五、清扬洗发水的八大营销失误

第三节 法国欧莱雅 (Loreal)

一、集团简介

二、欧莱雅集团在中国的发展史

三、企业现状及市场竞争状况

四、欧莱雅集团的竞争策略

第四节 日本花王

一、公司简介

二、花王发展历程

三、日本花王陨落中国

第四章 2010-2011年中国中药洗护发行业运行环境解析

第一节 2010-2011年中国中药洗发护发用品相关政策

- 一、洗发护发产品出台新标准
- 二、洗发水评测标准
- 三、洗发护发用品安全规定严格
- 四、进出口政策影响分析

第二节 2010-2011年中国宏观经济发展分析

- 一、中国GDP分析
- 二、中国工业发展形势
- 三、消费价格指数分析
- 四、城乡居民收入分析
- 五、社会消费品零售总额
- 六、全社会固定资产投资分析
- 七、进出口总额及增长率分析
- 八、存贷款利率变化
- 九、财政收支状况

第三节 2010-2011年中国中药洗发护发品行业社会环境分析

- 一、“原生植物”洗发产品走红
- 二、天然健康产品市场成熟
- 三、健康、保健意识提高
- 四、人们生活、工作压力加大脱发、白发人群庞大

第五章 2010-2011年中国洗发护发产业运行形势分析

第一节 2010-2011年中国洗发护发市场总体概况

- 一、洗发护发市场现状
- 二、国内洗发护发市场格局
- 三、农村洗发护发市场
- 四、高校学生洗发护发产品品牌调查
- 五、护发品进出口数据分析

第二节 2010-2011年中国洗发护发市场存在的问题

- 一、中国洗发护发市场面临的挑战
- 二、洗发水市场有待规范
- 三、国内洗发水品牌亟待整合与突破
- 四、染发剂市场问题较多

第三节 2010-2011年中国洗护发行业的主导因素及发展方向

一、洗护发行业发展变化的主导驱动因素分析

二、中国洗护发市场发展方向

第六章 2010-2011年中国中药洗护发行业运行形势分析

第一节 2010-2011年中国中药洗护发产品动态分析

一、飘影以"原生植物"洗护系列持续走红

二、追风洗发水成中药去屑领导品牌

三、霸王洗发水诠释日化中国功夫

第二节 2010-2011年中国中药洗护发行业市场规模分析

一、2010-2011年中国中药洗护发产品增长速度

二、2010-2011年中国中药洗护发产品品牌分析

三、2010-2011年中国中药洗护发产品消费量

四、2010-2011年中国中药洗护发行业市场销售额分析

五、2010-2011年中国中药洗护发主要品牌的市场份额分析

第三节 2010-2011年中国中药洗护发产品存在问题探讨

一、品牌核心价值严重缺失

二、品牌塑造手段高度雷同

三、品牌创意方法的极度贫乏

第七章 2006-2010年中国洗发、护发产品制造行业主要数据监测分析 (2672)

第一节 2006-2010年11月份中国洗发、护发产品制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2010年11月份中国洗发、护发产品制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2006-2010年11月份中国洗发、护发产品制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2006-2010年11月份中国洗发、护发产品制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2006-2010年11月份中国洗发、护发产品制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第八章 2006-2009年中国洗发护发品市场进出口数据监测

第一节 2006-2009年中国含濒危植物成分的洗发剂进出口总体数据（33051000）

一、2006-2009年中国含濒危植物成分的洗发剂进口数据分析

二、2006-2009年中国含濒危植物成分的洗发剂出口数据分析

三、2006-2009年中国含濒危植物成分的洗发剂进出口平均单价分析

四、2006-2009年中国含濒危植物成分的洗发剂进出口国家及地区分析

第二节 2006-2009年中国其他护发品进出口总体数据（33059000）

一、2006-2009年中国其他护发品进口数据分析

二、2006-2009年中国其他护发品出口数据分析

三、2006-2009年中国其他护发品进出口平均单价分析

四、2006-2009年中国其他护发品进出口国家及地区分析

第九章 2010-2011年中国中药洗护发行业细分市场运行动态分析

第一节 防脱洗护系列产品市场分析

一、使用人群分析

二、市场份额分析

三、“防脱”市场竞争激烈

四、防脱洗发水品牌简析

五、忠诚度是防脱洗发水竞争的关键

六、“防脱”产品发展新动向

第二节 去屑洗护系列产品市场分析

- 一、使用人群分析
- 二、市场份额分析
- 三、主要品牌及竞争情况分析
- 四、去屑洗发水推出新产品
- 五、真正的去屑洗发水在中国还未成熟
- 六、洗发水去屑战争升级
- 七、清扬去屑洗发水全面出击

第三节 中草药洗护系列产品市场分析

- 一、使用人群分析
- 二、市场份额分析
- 三、主要品牌及竞争情况分析
- 四、采乐挖掘药物洗发水首桶金
- 五、谁将挖掘药物洗发水的下一桶金
- 六、提神醒脑药物洗发水潜力大

第四节 黑发洗护系列产品市场分析

- 一、使用人群分析
- 二、市场份额分析
- 三、主要品牌及竞争情况分析

第五节 护发系列产品市场分析

- 一、使用人群分析
- 二、市场份额分析
- 三、主要品牌及竞争情况分析

第十章 2010-2011年中国中药洗护发行业的市场调查情况分析

第一节 2010-2011年中国消费者对中药洗护发产品认知调查分析

- 一、中国消费者对中药洗护发产品品牌的首要认知渠道调查
- 二、中国消费者对中药洗护发产品品牌偏好调查
- 三、中国消费者对中药洗护发产品品牌忠诚度调查

第二节 2010-2011年中国中药洗护发行业重点营销战略调查分析

- 一、开发新产品
- 二、强化产品定位
- 三、培育核心竞争力

四、注重市场跟进

五、实施深度分销

第三节2010-2011年中国中药洗护发市场销售渠道调查分析

一、KA卖场

二、B、C类卖场

三、药店

第十一章 2010-2011年中国中药洗护发行业的市场竞争格局分析

第一节 2010-2011年中国洗发水品牌竞争格局分析

一、中国洗发水市场竞争激烈

二、中国洗发水品牌格局现状

三、国产洗发水将反战进行到底

四、国产洗发水与宝洁的对峙

五、中药汉方日化市场各领风骚

五、小品牌洗发水挑战宝洁

第二节2010-2011年中国中药洗护发行业核心竞争力分析

一、有中国特色的产品定位

二、迎合消费者天然健康消费新理念

第三节 2010-2011年中国洗发水主要地区格局分析

一、珠三角市场洗发水品牌状况

二、广东洗发水品牌困境透析

三、江西洗发水品牌消费及广告投放分析

第四节 2011-2015年中国中药洗护发产品竞争趋势探析

第十二章 2010-2011年中国中药洗护发产品生点厂商运行关键性财务数据分析

第一节 一致药业(000028)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 上海家化(600315)

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 索芙特(000662)

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 汕头市飘影洗涤用品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 北京章光101科技发展有限公司（章光101）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第六节 霸王(广州)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 汉方

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十三章 2011-2015年中国中药洗护发行业发展前景分析

第一节 2011-2015年中国中药洗发护发行业发展趋势分析

一、洗发产品市场前景展望

二、洗发水市场种类细分化趋势

三、中药洗发护发品技术发展趋势分析

四、中药文化发展追求健康天然是大势所趋

第二节 2011-2015年中国中药洗发护发行业发展前景分析

一、洗发护发产品供给预测分析

二、洗发护发产品需求预测

三、进出口预测分析

第三节 2011-2015年中国洗发护发市场盈利预测分析

第十四章 2011-2015年中国中药洗护发行业投资机会与风险分析

第一节 2011-2015年中国中药洗发护发产品投资概况

一、中药洗发护发产品投资特性

二、中药洗发护发产品投资环境分析

第二节 2011-2015年中国中药洗发护发产品投资机会分析

一、中药洗发护发产品投资潜力分析

二、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2011-2015年中国中药洗发护发品行业投资风险分析

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第四节 专家投资建议

图表目录：

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年前三季度中国三产业增加值结构图

图表：2009-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2009-2010年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2010年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2010年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年7月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年10月人民币汇率中间价对照表

图表：2009-2010年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009-2010年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2010年10月20日中国人民银行利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：2005-2009年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2009年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2006-2010年11月份中国洗发、护发产品制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份中国洗发、护发产品制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份中国洗发、护发产品制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份中国洗发、护发产品制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2010年中国洗发、护发产品制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2010年中国洗发、护发产品制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2010年中国洗发、护发产品制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2010年中国洗发、护发产品制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2006-2010年11月份中国洗发、护发产品制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国洗发、护发产品制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国洗发、护发产品制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国洗发、护发产品制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国洗发、护发产品制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国洗发、护发产品制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国洗发、护发产品制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2006-2009年中国含濒危植物成分的洗发剂进口数量分析

图表：2006-2009年中国含濒危植物成分的洗发剂进口金额分析

图表：2006-2009年中国含濒危植物成分的洗发剂出口数量分析

图表：2006-2009年中国含濒危植物成分的洗发剂出口金额分析

图表：2006-2009年中国含濒危植物成分的洗发剂进出口平均单价分析

图表：2006-2009年中国含濒危植物成分的洗发剂进口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国含濒危植物成分的洗发剂出口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国其他护发品进口数量分析

图表：2006-2009年中国其他护发品进口金额分析

图表：2006-2009年中国其他护发品出口数量分析

图表：2006-2009年中国其他护发品出口金额分析

图表：2006-2009年中国其他护发品进出口平均单价分析

图表：2006-2009年中国其他护发品进口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国其他护发品出口国家及地区分析

图表：2010年中国中药洗护发行业防脱产品的市场占有率

图表：2010年中国中药洗护发行业去屑产品的市场占有率

图表：2010年中国中药洗护发行业中草药产品的市场占有率

图表：2010年中国中药洗护发行业黑发产品的市场占有率

图表：2010年中国中药洗护发行业护发产品的市场占有率

图表：2010年中国中药洗护发KA卖场销售量

图表：2010年中国中药洗护发药店销售量

图表：2010年中国中药洗护发B、C类卖场销售量

图表：2010年中国消费者对中药洗护发产品品牌的首要认知渠道调查

图表：2010年中国消费者对中药洗护发产品品牌偏好调查

图表：2010年中国消费者对中药洗护发产品品牌忠诚度调查

图表：一致药业主要经济指标走势图

图表：一致药业经营收入走势图

图表：一致药业盈利指标走势图

图表：一致药业负债情况图

图表：一致药业负债指标走势图

图表：一致药业运营能力指标走势图

图表：一致药业成长能力指标走势图

图表：上海家化主要经济指标走势图

图表：上海家化经营收入走势图

图表：上海家化盈利指标走势图

图表：上海家化负债情况图

图表：上海家化负债指标走势图

图表：上海家化运营能力指标走势图

图表：上海家化成长能力指标走势图

图表：索芙特主要经济指标走势图

图表：索芙特经营收入走势图

图表：索芙特盈利指标走势图

图表：索芙特负债情况图

图表：索芙特负债指标走势图

图表：索芙特运营能力指标走势图

图表：索芙特成长能力指标走势图

图表：汕头市飘影洗涤用品有限公司主要经济指标走势图

图表：汕头市飘影洗涤用品有限公司经营收入走势图

图表：汕头市飘影洗涤用品有限公司盈利指标走势图

图表：汕头市飘影洗涤用品有限公司负债情况图

图表：汕头市飘影洗涤用品有限公司负债指标走势图

图表：汕头市飘影洗涤用品有限公司运营能力指标走势图

图表：汕头市飘影洗涤用品有限公司成长能力指标走势图

图表：章光101主要经济指标走势图

图表：章光101经营收入走势图

图表：章光101盈利指标走势图

图表：章光101负债情况图

图表：章光101负债指标走势图

图表：章光101运营能力指标走势图

图表：章光101成长能力指标走势图

图表：霸王主要经济指标走势图

图表：霸王经营收入走势图

图表：霸王盈利指标走势图

图表：霸王负债情况图

图表：霸王负债指标走势图

图表：霸王运营能力指标走势图

图表：霸王成长能力指标走势图

图表：汉方主要经济指标走势图

图表：汉方经营收入走势图

图表：汉方盈利指标走势图

图表：汉方负债情况图

图表：汉方负债指标走势图

图表：汉方运营能力指标走势图

图表：汉方成长能力指标走势图

通过《中国中药洗发护发产品市场前景预测与营销战略分析报告(2011-2015年)》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/179533.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。