



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国洗发护发市场 供需预测及投资方向研究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国洗发护发市场供需预测及投资方向研究报告》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/212126.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

第一章、洗发护发行业相关概述

第一节、洗发护发产品相关介绍

- 一、洗发水定义及分类
- 二、护发品定义及分类
- 三、洗护发产品的主要成份

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

第二章、洗发护发市场分析

第一节、全球洗发护发市场概况

- 一、世界洗发护发市场发展现状
- 二、全球新兴洗护发品市场前景分析
- 三、美国洗护发市场
- 四、德国洗护发市场
- 五、日本洗护发市场品牌格局分析

第二节、中国洗发护发市场概况

- 一、我国洗发护发市场总体概况
- 二、中国洗发护发市场发展态势
- 三、我国洗护发市场竞争不断升级

第三节、我国洗发护发产品市场消费分析

- 一、洗护发产品消费者使用及购买习惯
- 二、洗发护发产品品牌表现及分析
- 三、洗发护发产品品牌营销及广告表现

第四节、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

第三章、中国洗发水市场分析

第一节、我国洗发水市场发展概况

- 一、我国洗发水市场的发展阶段
- 二、我国洗发水市场发展格局及特点
- 三、我国洗发水市场的主要驱动因素
- 四、我国洗发水销售市场细分概述

第二节、中小洗发水企业分析

- 一、中小洗发水企业的困惑
- 二、中小洗发水企业卖场终端之苦
- 三、中小洗发水企业品牌之痒
- 四、突围是中小洗发水企业成长的希望
- 五、中小企业洗发水突围建议

第三节、洗发水市场营销分析

- 一、洗发水市场销售渠道及手段
- 二、洗发水市场渠道状况
- 三、我国洗发水企业渠道策略的选择
- 四、国产洗发水营销策略
- 五、中国洗发水市场需要创新营销方式

第四节、洗发水市场竞争分析

- 一、我国洗发水市场竞争格局分析
- 二、中药汉方日化市场各领风骚
- 三、中国洗发水市场竞争市不断升级

第五节、中国洗发水行业发展的问题及对策

- 一、我国本土洗发水市场运作存在的问题
- 二、中国洗发水行业面临的困境及突围策略
- 三、国产洗发水企业发展的問題及对策
- 四、内忧外患局势下本土洗发水企业的出路

第六节、洗发水市场的发展预测

- 一、全球洗发香波市场发展趋势
- 二、中国洗发品行业的发展新趋势
- 三、洗发水市场的长期发展走势

第四章、洗发水细分市场

第一节、中草药洗发水

- 一、中草药洗发水市场整体情况分析
- 二、我国中药洗发水市场发展前景显现

第二节、防脱洗发水

- 一、中国防脱洗发水现状分析
- 二、防脱洗发水品牌简析
- 三、"防脱"类产品发展动态
- 四、提升防脱洗发水忠诚度的建议

第三节、去屑洗发水

- 一、中国去屑洗发水市场发展现状
- 二、我国去屑洗发水市场竞争升级
- 三、清扬去屑洗发水全面出击
- 四、追风中药去屑概念洗发水市场拓展浅析

第五章、洗发水品牌分析

第一节、中国洗发水品牌总体概述

- 一、洗发水品牌发展回顾
- 二、国内洗发水品牌介绍
- 三、主要品牌成功关键因素分析

第二节、中国洗发水品牌格局

- 一、我国洗发水高端市场品牌格局概述
- 二、中国洗发水品牌使用解析
- 三、国内洗发水品牌竞争特征
- 四、洗发水品牌营销分析

第三节、国产洗发水品牌分析

- 一、国产洗发水品牌存在的问题
- 二、国内成功品牌的有益启示
- 三、创造品牌核心价值
- 四、品牌规划与品牌资产层面的思考
- 五、国产洗发水品牌的未来局面

第四节、高端洗发水品牌定位综述

- 一、高端洗发水市场品牌营销现状

二、高端洗发水市场品牌特征

三、高端洗发水市场品牌案例概述

四、高端洗发水市场成功品牌的经验

第五节、主要地区品牌分析

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

第六节、洗发水品牌案例

一、飘柔品牌管理分析

二、舒蕾品牌战略分析

三、风影洗发水品牌发展战略

四、拉芳品牌变革的得失

五、霸王追风洗发水品牌传播策略

第六章、国外重点企业

第一节、美国宝洁公司（PROCTER&GAMBLE）

一、公司简介

二、2010财年宝洁经营状况

三、2011财年宝洁经营状况

四、2012财年上半年宝洁经营状况

五、宝洁洗发水市场细分策略

第二节、联合利华

一、公司简介

二、2009年联合利华公司经营状况分析

三、2010年联合利华公司经营状况分析

四、2011年联合利华公司经营状况分析

五、联合利华通过品牌战略提升竞争力

六、联合利华洗发水换装直指高端市场

第三节、欧莱雅集团

一、集团简介

二、2009年欧莱雅经营状况

三、2010年欧莱雅经营状况

- 四、2011年欧莱雅经营状况
- 五、欧莱雅集团在中国的发展史
- 六、欧莱雅正式进军中国大众洗发水市场
- 七、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、日本花王集团注重对市场进行调查分析

第七章、国内重点公司

第一节、索芙特股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年1-12月索芙特经营状况分析
- 三、2011年1-12月索芙特经营状况分析
- 四、2012年1-3月索芙特经营状况分析

第二节、霸王国际集团

- 一、集团简介
- 二、2010年1-12月霸王集团经营状况分析
- 三、2011年1-12月霸王集团经营状况分析
- 四、2012年1-3月霸王集团经营状况分析
- 五、霸王对中草药快消品产业链进行整合
- 六、霸王洗发水市场营销的成功经验

第三节、丝宝集团

- 一、集团简介
- 二、丝宝集团的终端营销策略
- 三、拜尔斯道夫大力扶持丝宝日化发展
- 四、丝宝日化以创新产品在护发领域发展良好

第四节、拉芳集团

- 一、公司简介
- 二、拉芳品牌的发展历程
- 三、拉芳营销策略
- 四、拉芳洗发水"低开高走"战略

第五节、广州市好迪集团有限公司

一、公司简介

二、好迪感性策略解析

第六节、广东名臣化妆品有限公司

一、公司简介

二、蒂花之秀发展之路

三、蒂花之秀突破销量困境的对策

第七节、北京章光101科技股份有限公司

一、集团简介

二、章光101的发展历程

三、章光101创新整合引领世界防脱生发行业

四、整合营销创建章光101的品牌标杆

第八节、上海华银日用品有限公司

一、公司简介

二、蜂花护发素的市场份额回顾

三、“蜂花”护发创新扩展市场

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

图表目录：

图表 液体状润发剂配方

图表 润发香脂配方

图表 半透明头发定型剂配方

图表 凝胶状头发定型剂配方

图表 无油头发定型剂配方

图表 定型水配方

图表 日本洗发精护发素市场主要制造商的占有率

图表 日本主要制造商的洗发精护发素品牌

图表 我国消费者对洗发护发产品购买普及率

图表 我国消费者购买洗发护发产品的考虑因素

图表 我国消费者对洗发护发产品的使用偏好

图表 我国消费者购买洗发护发产品的场所

图表 我国消费者购买洗发护发产品的价格区间比例

图表 洗发护发产品品牌知晓度

图表 消费者对品牌洗发护发产品使用频率

图表 消费者对品牌洗发护发产品购买频率

图表 消费者对品牌洗发护发产品的议价空间

图表 消费者对品牌洗发护发产品的推荐度

图表 各洗发护发产品的品牌形象

图表 洗发护发产品品牌价值综合分析

图表 洗发护发产品的品牌价值指数

图表 品牌洗发护发产品广告达到率

图表 品牌洗发护发产品广告达到途径

图表 消费者对洗发护发产品的广告喜爱度

图表 洗发护发产品广告购买说服力

图表 洗发护发产品品牌广告效果综合分析

图表 洗发护发产品品牌广告评价指数

图表 洗护发产品品牌使用情况

图表 洗护发产品品牌忠诚度

图表 洗发水市场集中度

图表 消费者购买洗发水主要考虑的因素

图表 洗发水品牌各层面定位

图表 珠三角市场洗发水品牌消费者评价排序

图表 珠三角地区消费者购买洗发水的影响因素

图表 广东其他洗发水品牌进入前20名的情况

图表 好迪洗发水品牌五个城市综合购买指数情况

图表 广东其他洗发水品牌综合购买指数进入前20名的情况

图表 好迪品牌最经常使用比例前20名的情况

图表 其他广东洗发水品牌进入最经常使用比例前20名的情况

图表 好迪在四城市中的品牌忠诚度情况

图表 霸王在四城市中的品牌忠诚度情况

图表 江西市场受访样本分布情况

图表 江西消费者对洗护发产品品牌的使用率

图表 江西市场消费者了解洗护发产品的主要渠道

图表 江西市场消费者了解洗发水信息的主要电视频道

图表 江西市场消费者购买洗护发产品影响因素

图表 2008-2010财年宝洁合并损益表

图表 2008-2010财年宝洁各业务板块经营情况

图表 2009-2011财年宝洁简明合并损益表

图表 2009-2011财年宝洁各业务板块经营情况

图表 2011-2012财年宝洁简明合并损益表

图表 2011-2012财年宝洁各业务板块经营情况

图表 2007-2009年联合利华公司综合损益表

图表 2008-2009年联合利华公司分地区主要财务指标分布情况

图表 2009-2010年联合利华公司联合利华公司综合损益表

图表 2010年联合利华公司不同地区持续经营业务收入及利润情况

图表 2010年联合利华公司不同产品收入分布情况

图表 2010-2011年联合利华公司不同业务销售额及影响因素

图表 2010-2011年联合利华公司不同地区销售额及影响因素

图表 2009年欧莱雅集团简明损益表

图表 2009年欧莱雅不同化妆品业务部门销售情况

图表 2009年欧莱雅集团不同区域销售情况

图表 2009-2010年欧莱雅集团简明损益表

图表 2010年欧莱雅主要产品销售情况

图表 2010年欧莱雅全球市场销售分布情况

图表 2011年欧莱雅三大业务部门销售情况

图表 2011年欧莱雅各类产品销售额及市场分布情况

图表 欧莱雅集团在中国的业务部门及品牌分布

图表 2010年1-12月索芙特主要财务数据

图表 2010年1-12月索芙特非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年索芙特主要会计数据

图表 2008年-2010年索芙特主要财务指标

图表 2010年1-12月索芙特主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月索芙特主营业务分地区情况

图表 2010年1-12月索芙特占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上的产品情况

图表 2011年1-12月索芙特主要财务数据

图表 2011年1-12月索芙特非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年索芙特主要会计数据

图表 2009年-2011年索芙特主要财务指标

图表 2011年1-12月索芙特主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月索芙特主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月索芙特占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上的产品情况

图表 2012年1-3月索芙特主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月索芙特非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月霸王集团主要财务数据

图表 2010年1-12月霸王集团主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月霸王集团主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月霸王集团合并收益表

图表 2011年1-12月霸王集团主营业务分部状况

图表 2011年1-12月霸王集团主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月霸王集团合并收益表

图表 2012年1-3月霸王集团主营业务分部状况

图表 2012年1-3月霸王集团主营业务分地区情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/212126.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。