



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国洗发护发品市场深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国洗发护发品市场深度分析与投资前景预测报告》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/235573.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

洗发水又称洗发液、洗发露或洗发精、洗发香波，是应用最为广泛的头发和头皮基础护理化妆用品。我国洗发水行业起始于70年代，80年代末期，联合利华和宝洁顺应了市场经济的发展进入中国市场，两家迅速做大并逐步培育出我国现代化的洗发水产业，宝洁公司凭借其持续的产品创新和品牌打造，以多品牌和本土化战略形成海飞丝——去屑、飘柔——柔顺、潘婷——营养、沙宣——保湿、伊卡璐——天然五大品类，稳居行业第一，联合利华以旗下的力士、夏士莲、清扬等品牌紧随其后，两者形成我国洗发水行业第一集团，占据了逾70%的市场份额；欧莱雅、丝宝的舒蕾、霸王、拉芳以及拥有蒂花之秀、美王、依采、高新康效的广东名臣等公司形成第二集团，其余国产品牌为第三集团。

据统计：2006年我国洗发护发产品市场销售额220亿元，人均年消费额不足2.6美元，约为发达国家水平的1/10。艾凯咨询集团认为，这一差距的原因主要由两方面因素造成，一方面，我国人均每周洗发次数频率约为2.5次，远低于发达国家和地区的平均水平。另一方面，国人对于洗护发产品的主要需求停留在洗发水阶段，收入水平和保养意识的制约使得护发产品消费能力仍未有效发掘；

随着收入水平提高带动卫生习惯的改善以及保养意识的普及，我国洗护发产品的市场空间依然有着客观的成长空间。采用"市场空间=对应人群*人均使用频率"的模型对远期洗发水市场空间进行估算，假定13亿人口远期人均每周洗发次数达到3.5次、每次使用3ml、每毫升0.07元，那么对应的洗发水市场空间约为480亿元。

报告目录：

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 2013年洗发护发市场分析

第一节 2013年全球洗发护发市场概况

- 一、全球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 2013年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 2013年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 2013年中国洗发水市场分析

第一节 2013年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 2013年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 2013年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 2013年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的问题及对策

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 2013年洗发水细分市场的发展

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 2013年洗发水品牌分析

第一节 2013年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 2013年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 2013年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 2013年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 2013年主要地区品牌分析

- 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 2013年国外重点洗发护发品企业经营状况

第一节 美国宝洁公司（PROCTER&GAMBLE）

一、集团简介

二、2011-2013年公司经营状况

第二节 联合利华

一、集团简介

二、2011-2013年公司经营状况

第三节 欧莱雅集团

一、集团简介

二、2011-2013年公司经营状况

第四节 日本花王

一、集团简介

二、2011-2013年公司经营状况

第七章 2013年国内重点公司经营分析

第一节 索芙特股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第二节 霸王国际集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第三节 丝宝集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第四节 拉芳集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第五节 广州市好迪集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第六节 广东名臣化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第七节 北京章光101科技股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第八节 上海华银日用品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况分析

四、2013-2018年公司发展战略分析

第八章 2013-2018年洗发护发品市场指标预测及行业项目投资建议

第一节 2013-2018年中国洗发护发品行业市场发展趋势预测

第二节 2013-2018年中国洗发护发品投资机会

第三节 2013-2018年中国洗发护发品投资趋势分析

第四节 2013-2018年中国洗发护发品项目投资建议

一、行业投资环境考察

二、投资风险及控制策略

三、产品投资方向建议

四、项目投资建议

1、技术应用注意事项

2、项目投资注意事项

3、生产开发注意事项

4、销售注意事项

图表目录：（部分）

图表：人均每周洗发次数

图表：人均洗发品消费额（美金）

图表：洗发水行业竞争格局演变

图表：2006-2013年我国洗护发用品市场规模统计：亿元

图表：2013-2018年我国洗护发用品市场规模测算：亿元

图表：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表：2012-2013年6月固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2012-2013年6月固定资产投资到位资金同比增速

图表：2013年1-6月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2012年6月-2013年6月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2012年6月-2013年6月鲜菜与鲜果价格变动情况

图表：2013年6月份居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2013年6月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表：2013年6月居民消费价格主要数据

图表：2012年6月-2013年6月规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2013年6月份规模以上工业生产主要数据

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/235573.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。