



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提供专业投资咨询报告、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。