



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国洗发护发市场 监测及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国洗发护发市场监测及投资前景分析报告》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/256129.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1章 中国洗发护发行业发展综述 17

1.1 洗发护发行业定义及分类 17

1.1.1 行业概念及定义 17

1.1.2 行业主要产品大类 17

1.1.3 行业在国民经济中的地位 17

1.2 洗发护发行业统计标准 18

1.2.1 洗发护发行业统计部门和统计口径 18

1.2.2 洗发护发行业统计方法 18

1.2.3 洗发护发行业数据种类 18

1.3 洗发护发行业供应链分析 20

1.3.1 洗发护发行业上下游产业供应链简介 20

1.3.2 洗发护发行业主要下游产业链分析 20

1.3.3 洗发护发行业上游产业供应链分析 21

(1) 表面活性剂市场发展分析 21

1) 表面活性剂市场发展现状 21

2) 表面活性剂市场发展前景 22

(2) 硅油市场发展分析 23

1) 硅油的分类和应用 23

2) 硅油市场竞争状况 23

3) 技术实力和产品结构是未来发展关键 24

(3) 香精香料行业发展分析 24

1) 香精香料发展总体概况 24

2) 香精香料行业市场供给分析 25

3) 香精香料行业市场需求分析 25

4) 日化香精是未来一大看点 26

(4) 塑料包装行业发展分析 26

1) 塑料包装行业发展总体概况 26

2) 塑料包装行业市场供给分析 27

3) 塑料包装行业市场需求分析 27

4) 日化塑料包装轻量化是发展趋势 28

第2章 洗发护发行业发展状况分析 29

2.1 中国洗发护发行业发展状况分析 29

2.1.1 中国洗发护发行业发展总体概况 29

2.1.2 中国洗发护发行业发展主要特点 29

2.1.3 年洗发护发行业经营情况分析 30

(1) 洗发护发行业经营效益分析 30

(2) 洗发护发行业盈利能力分析 31

(3) 洗发护发行业运营能力分析 32

(4) 洗发护发行业偿债能力分析 32

(5) 洗发护发行业发展能力分析 32

2.2 洗发护发行业经济指标分析 33

2.2.1 洗发护发行业主要经济效益影响因素 33

(1) 企业品牌意识 33

(2) 资本运作 33

(3) 资金充足程度 34

2.2.2 洗发护发行业经济指标分析 34

2.3 洗发护发行业供需平衡分析 35

2.3.1 全国洗发护发行业供给情况分析 35

2.3.2 全国洗发护发行业需求情况分析 35

第3章 洗发护发行业市场环境分析 37

3.1 行业政策环境分析 37

3.1.1 行业相关政策动向 37

(1) 行业相关政策 37

(2) 行业相关标准 38

3.1.2 洗发护发行业发展规划 39

(1) 轻工业调整和振兴规划 39

(2) 《化妆品行业"十三五"发展规划》 42

(3) 美容美发业纳入"十三五"服务业总体规划 43

3.2 行业经济环境分析 44

3.2.1 国际宏观经济环境分析 44

(1) 国际宏观经济现状 44

(2) 国际宏观经济预测 47

3.2.2 国内宏观经济环境分析 47

(1) 中国GDP增长情况 48

(2) 居民收入增长情况 48

(3) 全社会固定资产投资情况 50

(4) 居民消费价格 50

(5) 宏观经济走势预测 51

3.2.3 行业宏观经济环境分析 52

3.3 行业消费环境分析 53

3.3.1 行业消费现状分析 53

3.3.2 行业消费特征分析 53

3.3.3 行业消费趋势分析 57

第4章 洗发护发行业市场竞争状况分析 59

4.1 行业总体市场竞争状况分析 59

4.2 行业国际市场竞争状况分析 59

4.2.1 国际洗发护发市场发展状况 59

4.2.2 国际洗发护发市场竞争状况分析 60

4.2.3 国际洗发护发市场发展趋势分析 61

4.2.4 跨国公司在华市场的投资布局 64

(1) 美国宝洁集团在华市场投资布局分析 64

(2) 联合利华在华市场投资布局分析 65

(3) 高露洁在华市场投资布局分析 66

(4) 资生堂在华市场投资布局分析 67

(5) 欧莱雅在华市场投资布局分析 68

(6) 花王公司在华市场投资布局分析 70

4.2.5 跨国公司在华的竞争策略分析 70

4.3 行业国内市场竞争状况分析 75

4.3.1 国内洗发护发行业竞争格局分析 75

4.3.2 国内洗发护发行业集中度分析 76

(1) 行业销售集中度分析 76

(2) 行业资产集中度分析 77

(3) 行业利润集中度分析 79

4.3.3 国内洗发护发行业市场规模分析 80

4.3.4 洗发护发行业议价能力分析	81
4.3.5 国内潜在威胁分析	82
4.4 行业投资兼并与重组整合分析	83
4.4.1 洗发护发行业投资兼并与重组整合概况	83
4.4.2 国际洗发护发企业投资兼并与重组整合	83
4.4.3 国内洗发护发企业投资兼并与重组整合	84
4.4.4 洗发护发行业投资兼并与重组整合特征判断	85
第5章 洗发护发行业主要产品市场分析	87
5.1 行业主要产品结构特征	87
5.1.1 行业产品结构特征分析	87
5.1.2 行业产品市场发展概况	87
5.2 行业主要产品市场分析	89
5.2.1 洗发产品市场分析	89
5.2.2 护发产品市场分析	90
5.2.3 美发产品市场分析	91
5.2.4 染发产品市场分析	92
5.2.5 生发产品市场分析	94
5.3 头发护理类关注度分析	95
5.3.1 头发护理类关注指数	95
5.3.2 头发护理类关注内容	95
5.3.3 头发护理类品牌关注度	96
5.3.4 头发护理类单品关注度	97
5.3.5 头发护理类产品用途关注度	99
5.4 行业产品营销模式分析	100
5.4.1 行业产品营销模式发展现状	100
5.4.2 行业产品营销模式存在的问题	103
5.4.3 国内企业营销模式与外资品牌差距	103
5.4.4 行业产品营销模式发展趋势	104
5.5 行业主要产品销售渠道与策略	105
5.5.1 行业产品销售渠道现状分析	105
5.5.2 行业产品销售渠道存在的问题	105
5.5.3 行业产品主要销售手段分析	106

5.5.4 行业产品销售渠道的创新趋势 107

5.6 行业主要产品销售渠道与通路分析 108

5.6.1 超市/卖场渠道分析 108

(1) 渠道概况 108

(2) 进入壁垒 109

(3) 成本构成 109

(4) 收益分析 109

5.6.2 货商场渠道分析 109

(1) 渠道概况 109

(2) 进入壁垒 110

(3) 成本构成 110

(4) 收益分析 111

5.6.3 专营店渠道分析 111

(1) 渠道概况 112

(2) 进入壁垒 113

(3) 成本构成 113

(4) 收益分析 113

5.6.4 美容美发机构渠道分析 115

(1) 渠道概况 115

(2) 进入壁垒 116

(3) 成本构成 116

(4) 收益分析 116

5.6.5 电子商务渠道分析 117

(1) 渠道特性分析 117

(2) 渠道优劣势分析 118

(3) 与传统渠道关联 119

(4) 渠道经营策略 121

5.6.6 专卖店渠道分析 122

第6章 洗发护发行业重点区域市场分析 123

6.1 行业总体区域结构特征分析 123

6.1.1 行业区域结构总体特征 123

6.1.2 行业区域集中度分析 126

6.2 行业重点区域产销情况分析 128

6.2.1 华北地区洗发护发行业产销情况分析 128

- (1) 2008-2014年北京市洗发护发行业产销情况分析 128
- (2) 2008-2014年天津市洗发护发行业产销情况分析 129
- (3) 2008-2014年河北省洗发护发行业产销情况分析 131
- (4) 2008-2014年山西省洗发护发行业产销情况分析 132
- (5) 2008-2014年内蒙古洗发护发行业产销情况分析 133

6.2.2 华南地区洗发护发行业产销情况分析 134

- (1) 2008-2014年广西省洗发护发行业产销情况分析 135
- (2) 2008-2014年广东省洗发护发行业产销情况分析 136
- (3) 2008-2014年海南省洗发护发行业产销情况分析 137

6.2.3 华东地区洗发护发行业产销情况分析 139

- (1) 2008-2014年江苏省洗发护发行业产销情况分析 139
- (2) 2008-2014年浙江省洗发护发行业产销情况分析 140
- (3) 2008-2014年山东省洗发护发行业产销情况分析 142
- (4) 2008-2014年福建省洗发护发行业产销情况分析 143
- (5) 2008-2014年江西省洗发护发行业产销情况分析 144
- (6) 2008-2014年安徽省洗发护发行业产销情况分析 146
- (7) 2008-2014年上海市洗发护发行业产销情况分析 147

6.2.4 华中地区洗发护发行业产销情况分析 149

- (1) 2008-2014年湖南省洗发护发行业产销情况分析 149
- (2) 2008-2014年湖北省洗发护发行业产销情况分析 150
- (3) 2008-2014年河南省洗发护发行业产销情况分析 152

6.2.5 西南地区洗发护发行业产销情况分析 153

- (1) 2008-2014年重庆市洗发护发行业产销情况分析 153
- (2) 2008-2014年四川省洗发护发行业产销情况分析 154
- (3) 2008-2014年云南省洗发护发行业产销情况分析 156
- (4) 2008-2014年贵州省洗发护发行业产销情况分析 157

6.2.6 东北地区洗发护发行业产销情况分析 158

- (1) 2008-2014年辽宁省洗发护发行业产销情况分析 158
- (2) 2008-2014年吉林省洗发护发行业产销情况分析 160

6.2.7 西北地区洗发护发行业产销情况分析 161

- (1) 2008-2014年陕西省洗发护发行业产销情况分析 161
- (2) 2008-2014年甘肃省洗发护发行业产销情况分析 162
- (3) 2008-2014年新疆洗发护发行业产销情况分析 164

第7章 洗发护发行业进出口市场分析 166

- 7.1 洗发护发行业进出口状况综述 166
- 7.2 洗发护发行业出口市场分析 166
 - 7.2.1 行业出口市场总体状况 166
 - 7.2.2 行业出口产品结构特征 167
- 7.3 洗发护发行业进口市场分析 168
 - 7.3.1 行业进口市场总体状况 168
 - 7.3.2 行业进口产品结构特征 168
- 7.4 洗发护发行业进出口前景及建议 170
 - 7.4.1 洗发护发行业出口前景及建议 170
 - 7.4.2 洗发护发行业进口前景及建议 170

第8章 洗发护发行业主要企业生产经营分析 171

- 8.1 洗发护发企业发展总体状况分析 171
 - 8.1.1 洗发护发行业企业规模 171
 - 8.1.2 洗发护发行业销售收入和利润 171
- 8.2 洗发护发行业领先企业个案分析 172
 - 8.2.1 广州宝洁有限公司经营情况分析 172
 - (1) 企业发展简况分析 172
 - (2) 技术研发 173
 - (3) 主营业务与产品结构 174
 - (4) 销售渠道与网络 174
 - (5) 企业经营情况 174
 - (6) 企业优劣势分析 175
 - (7) 企业最新发展动向 175
 - 8.2.2 联合利华(中国)有限公司经营情况分析 175
 - (1) 企业发展简况分析 176
 - (2) 技术研发 176
 - (3) 主营业务与产品结构 177
 - (4) 销售渠道与网络 177

(5) 企业经营情况	177
(6) 企业优劣势分析	177
(7) 企业最新发展动向	178
8.2.3 高露洁棕榄(中国)有限公司经营情况分析	178
(1) 企业发展简况分析	178
(2) 技术研发	179
(3) 主营业务与产品结构	180
(4) 销售渠道与网络	180
(5) 企业经营情况	180
(6) 企业优劣势分析	180
8.2.4 湖北丝宝股份有限公司经营情况分析	181
(1) 企业发展简况分析	181
(2) 主营业务与产品结构	181
(3) 销售渠道与网络	181
(4) 企业经营情况	182
(5) 企业优劣势分析	182
8.2.5 上海花王有限公司经营情况分析	182
(1) 企业发展简况分析	182
(2) 技术研发	183
(3) 主营业务与产品结构	183
(4) 销售渠道与网络	184
(5) 企业经营情况	184
(6) 企业优劣势分析	184
(7) 企业最新发展动向	184
8.2.6 上海家化联合股份有限公司经营情况分析	185
(1) 企业发展简况分析	185
(2) 技术研发	186
(3) 主营业务与产品结构	187
(4) 销售渠道与网络	187
(5) 企业经营情况	188
(6) 企业优劣势分析	188
(7) 企业最新发展动向	189

8.2.7 拉芳家化股份有限公司经营情况分析 190

- (1) 企业发展简况分析 190
- (2) 主营业务与产品结构 190
- (3) 销售渠道与网络 191
- (4) 企业经营情况 191
- (5) 企业优劣势分析 191
- (6) 企业最新发展动向 191

8.2.8 霸王国际(集团)控股有限公司经营情况分析 192

- (1) 企业发展简况分析 192
- (2) 技术研发 193
- (3) 主营业务与产品结构 193
- (4) 销售渠道与网络 194
- (5) 企业经营情况 194
- (6) 企业优劣势分析 194
- (7) 企业最新发展动向 195

8.2.9 江苏隆力奇生物科技股份有限公司经营情况分析 195

- (1) 企业发展简况分析 195
- (2) 技术研发 196
- (3) 主营业务与产品结构 196
- (4) 销售渠道与网络 197
- (5) 企业经营情况 197
- (6) 企业优劣势分析 197
- (7) 企业最新发展动向 197

8.2.10 索芙特股份有限公司经营情况分析 198

- (1) 企业发展简况分析 198
- (2) 技术研发 199
- (3) 主营业务与产品结构 200
- (4) 销售渠道与网络 200
- (5) 企业经营情况 200
- (6) 企业优劣势分析 201
- (7) 企业最新发展动向 201

8.2.11 苏州尚美国际化妆品有限公司经营情况分析 201

(1) 企业发展简况分析	201
(2) 主营业务与产品结构	202
(3) 销售渠道与网络	202
(4) 企业经营情况	202
(5) 企业优劣势分析	202
8.2.12 澳宝化妆品(惠州)有限公司经营情况分析	203
(1) 企业发展简况分析	203
(2) 技术研发	204
(3) 主营业务与产品结构	204
(4) 销售渠道与网络	204
(5) 企业经营情况	204
(6) 企业优劣势分析	204
8.2.13 中山市嘉丹婷日用品有限公司经营情况分析	205
(1) 企业发展简况分析	205
(2) 技术研发	206
(3) 主营业务与产品结构	206
(4) 销售渠道与网络	206
(5) 企业经营情况	206
(6) 企业优劣势分析	206
8.2.14 上海华银日用品有限公司经营情况分析	207
(1) 企业发展简况分析	207
(2) 主营业务与产品结构	207
(3) 销售渠道与网络	207
(4) 企业经营情况	208
(5) 企业优劣势分析	208
8.2.15 广东飘影实业有限公司经营情况分析	208
(1) 企业发展简况分析	208
(2) 主营业务与产品结构	209
(3) 销售渠道与网络	209
(4) 企业经营情况	209
(5) 企业优劣势分析	209
8.2.16 广州迪彩实业(集团)有限公司经营情况分析	209

- (1) 企业发展简况分析 209
- (2) 技术研发 210
- (3) 企业产品结构及新产品动向 210
- (4) 企业销售渠道与网络 210
- (5) 企业优劣势分析 210
- 8.2.17 资生堂丽源化妆品有限公司经营情况分析 211
 - (1) 企业发展简况分析 211
 - (2) 主营业务与产品结构 212
 - (3) 销售渠道与网络 212
 - (4) 企业经营情况 212
 - (5) 企业优劣势分析 212
- 8.2.18 无锡标榜化妆品有限公司经营情况分析 213
 - (1) 企业发展简况分析 213
 - (2) 技术研发 213
 - (3) 主营业务与产品结构 214
 - (4) 销售渠道与网络 214
 - (5) 企业经营情况 214
 - (6) 企业优劣势分析 214
- 8.2.19 中山市美日洁宝有限公司经营情况分析 214
 - (1) 企业发展简况分析 214
 - (2) 技术研发 215
 - (3) 主营业务与产品结构 215
 - (4) 销售渠道与网络 215
 - (5) 企业经营情况 215
 - (6) 企业优劣势分析 216
- 8.2.20 北京大宝化妆品有限公司经营情况分析 216
 - (1) 企业发展简况分析 216
 - (2) 主营业务与产品结构 217
 - (3) 销售渠道与网络 217
 - (4) 企业经营情况 217
 - (5) 企业优劣势分析 217
- 8.2.21 广州市好迪集团有限公司经营情况分析 218

(1) 企业发展简况分析	218
(2) 技术研发	219
(3) 主营业务与产品结构	219
(4) 销售渠道与网络	219
(5) 企业经营情况	219
(6) 企业优劣势分析	219
8.2.22 安利(中国)日用品有限公司经营情况分析	220
(1) 企业发展简况分析	220
(2) 主营业务与产品结构	221
(3) 销售渠道与网络	221
(4) 企业经营情况	221
(5) 企业优劣势分析	221
(6) 企业最新发展动向	222
8.2.23 广东省雅倩化妆品有限公司经营情况分析	222
(1) 企业发展简况分析	222
(2) 技术研发	223
(3) 主营业务与产品结构	223
(4) 销售渠道与网络	223
(5) 企业经营情况	223
(6) 企业优劣势分析	223
8.2.24 天津郁美净集团有限公司经营情况分析	224
(1) 企业发展简况分析	224
(2) 技术研发	224
(3) 主营业务与产品结构	225
(4) 销售渠道与网络	225
(5) 企业经营情况	225
(6) 企业优劣势分析	225
(7) 企业最新发展动向	225
8.2.25 美国乐力国际(中国)有限公司经营情况分析	226
(1) 企业发展简况分析	226
(2) 企业产品结构及新产品动向	226
(3) 企业销售渠道与网络	226

(4) 企业优劣势分析 226

8.2.26 广州市宝丽化妆品有限公司经营情况分析 227

(1) 企业发展简况分析 227

(2) 主营业务与产品结构 227

(3) 企业经营情况 227

(4) 企业优劣势分析 228

8.2.27 广东名臣化妆品有限公司经营情况分析 228

(1) 企业发展简况分析 228

(2) 技术研发 229

(3) 主营业务与产品结构 229

(4) 销售渠道与网络 229

(5) 企业经营情况 229

(6) 企业优劣势分析 229

(7) 企业最新发展动向 230

8.2.28 维布络安舍(广东)日用品有限公司经营情况分析 230

(1) 企业发展简况分析 230

(2) 主营业务与产品结构 231

(3) 销售渠道与网络 231

(4) 企业经营情况 232

(5) 企业优劣势分析 232

8.2.29 广东雅嘉实业集团有限公司经营情况分析 232

(1) 企业发展简况分析 232

(2) 技术研发 233

(3) 主营业务与产品结构 233

(4) 销售渠道与网络 233

(5) 企业经营情况 233

(6) 企业优劣势分析 233

8.2.30 广州温雅日用化妆品有限公司经营情况分析 234

(1) 企业发展简况分析 234

(2) 主营业务与产品结构 234

(3) 销售渠道与网络 234

(4) 企业经营情况 235

(5) 企业优劣势分析 235

第9章 洗发护发行业发展趋势分析与预测 236

9.1 中国洗发护发市场发展趋势 236

9.1.1 中国洗发护发市场发展趋势分析 236

9.1.2 中国洗发护发市场发展前景预测 236

9.2 洗发护发行业投资特性分析 237

9.2.1 洗发护发行业进入壁垒分析 237

9.2.2 洗发护发行业盈利模式分析 238

9.2.3 洗发护发行业盈利因素分析 238

9.3 中国洗发护发行业投资风险 239

9.3.1 洗发护发行业政策风险 239

9.3.2 洗发护发行业技术风险 239

9.3.3 洗发护发行业供求风险 240

9.3.4 洗发护发行业宏观经济波动风险 240

9.3.5 洗发护发行业关联产业风险 240

9.3.6 洗发护发行业产品结构风险 241

9.3.7 企业生产规模及所有制风险 241

9.3.8 洗发护发行业其他风险 241

9.4 中国洗发护发行业投资建议 242

9.4.1 洗发护发行业投资现状分析 242

9.4.2 洗发护发行业主要投资建议 242

图表目录：

图表1：2009-2014年洗发护发行业工业总产值占GDP比重统计表（单位：亿元，%） 17

图表2：硅油的应用领域 23

图表3：2009-2014年香精香料行业工业总产值及增长率情况（单位：万元，%） 25

图表4：2009-2014年香精香料行业销售收入及增长率情况（单位：万元，%） 25

图表5：2009-2014年塑料包装行业工业总产值及增长率情况（单位：万元，%） 27

图表6：2009-2014年塑料包装行业销售收入及增长率情况（单位：万元，%） 27

图表7：2012-2014年洗发护发行业经营效益分析（单位：家，万元，%） 31

图表8：2012-2014年中国洗发护发行业盈利能力分析（单位：%） 31

图表9：2012-2014年中国洗发护发行业运营能力分析（单位：次） 32

图表10：2012-2014年中国洗发护发行业偿债能力分析（单位：%、倍） 32

图表11：2012-2014年中国洗发护发行业发展能力分析（单位：%）	33
图表12：2012-2014年洗发护发行业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）	34
图表13：2009-2014年洗发护发行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）	35
图表14：2009-2014年洗发护发行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）	36
图表15：国内近年来洗发护发行业相关政策列表	37
图表16：洗发护发行业相关标准	38
图表17：《轻工业调整和振兴规划》目标	39
图表18：相应政策措施	40
图表19：《化妆品行业"十三五"发展规划》提出存在的问题	42
图表20：2008-2014年4季度美国实际GDP环比折年率（单位：%）	45
图表21：2001-2014年4季度欧元区17国GDP季调折年率（单位：%）	45
图表22：2007-2014年4季度日本GDP环比变化情况（单位：%）	46
图表23：2012-2014年全球主要国家宏观经济增长率指标及预测（单位：%）	47
图表24：2006-2014年全国GDP总量及同比增长（单位：亿元，%）	48
图表25：2009-2014年中国农村居民人均纯收入及实际增长率（单位：元，%）	49
图表26：2009-2014年中国城镇居民人均纯收入及实际增长率（单位：元，%）	49
图表27：2008-2014年全社会固定资产投资同比增速（单位：亿元，%）	50
图表28：2012-2014年全国居民消费价格涨跌情况（单位：亿元，%）	51
图表29：消费群体（单位：%）	53
图表30：品牌选择（单位：%）	54
图表31：购买原因（单位：%）	55
图表32：购买场所（单位：%）	56
图表33：消费者的媒体接触情况（单位：%）	56
图表34：世界洗发护发分布图（按销售收入）（单位：%）	60
图表35：2014年世界洗发护发产品在华前十排行榜（按销售收入）（单位：%）	61
图表36：联合利华在中国投资生产活动	65
图表37：高露洁在中国投资生产活动	66
图表38：资生堂在中国投资生产活动	67
图表39：2009-2014年法国欧莱雅集团在华销售收入增长情况（单位：亿元，%）	68
图表40：花王在中国投资生产活动	70
图表41：2012-2014年洗发护发行业竞争格局（单位：%）	76
图表42：2014年中国洗发护发行业前10名厂商销售额及销售份额（单位：万元，%）	76

图表43：2007-2014年洗发护发行业销售集中度变化图（单位：%） 77

图表44：2014年中国洗发护发行业前10名厂商资产规模（单位：万元，%） 78

图表45：2007-2014年洗发护发行业资产集中度变化图（单位：%） 78

图表46：2014年中国洗发护发行业前10名厂商利润情况（单位：万元，%） 79

图表47：2007-2014年洗发护发行业利润集中度变化图（单位：%） 80

图表48：2008-2014年中国洗发护发行业生产及销售规模分析（单位：万，%） 81

图表49：中国洗发护发行业对上下游行业的议价能力分析列表 81

图表50：中国洗护发行业潜在威胁分析列表 82

图表51：十大染发产品品牌 92

图表52：2012-2014年头发护理类搜索指数（单位：百万次/天） 95

图表53：2012-2014年头发护理类相关搜索内容（单位：%） 95

图表54：2012-2014年头发护理类品牌关注度（单位：%） 96

图表55：巴黎欧莱雅单品口碑关注度TOP10 97

图表56：霸王单品口碑关注度TOP10 98

图表57：2012-2014年头发护理类产品用途关注度（单位：%） 99

图表58：2012-2014年彩妆类化妆品产品用途关注度（分品牌）（单位：%） 100

图表59：超市卖场渠道情况 108

图表60：百货商场渠道概况 109

图表61：洗发护发产品商场专柜进入壁垒 110

图表62：洗发护发产品商场专柜发展优劣势分析 111

图表63：专营店渠道概况 112

图表64：专营店经营特点列表 112

图表65：专营店利润下降因素分析 113

图表66：专营店收益分析（单位：%） 114

图表67：美容美发机构渠道概况 115

图表68：洗发护发产品美容美发机构渠道成本构成 116

图表69：洗发护发产品电子商务渠道——第三方平台优劣势分析 118

图表70：专卖店渠道优势 122

图表71：2012-2014年中国洗发护发企业区域市场情况（单位：亿元） 123

图表72：2012-2014年洗发护发行业各区域全部销售收入情况（单位：%） 124

图表73：2012-2014年洗发护发行业各区域资产总额情况（单位：%） 125

图表74：2014年中国洗发护发行业前二十地区销售收入排名情况（单位：亿元） 126

图表75：2014年中国洗发护发行业销售收入按地区累计百分比（单位：%）	126
图表76：2009-2014年中国洗发护发行业销售收入前五和前十的省份占比情况（单位：%）	127
图表77：2009-2014年中国洗发护发行业前五个省市销售收入占比及标准差情况（单位：%）	128
图表78：2008-2014年北京市洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%）	129
图表79：2008-2014年北京市洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%）	129
图表80：2008-2014年天津市洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%）	130
图表81：2008-2014年天津市洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%）	130
图表82：2008-2014年河北省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%）	131
图表83：2008-2014年河北省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%）	131
图表84：2008-2014年山西省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%）	132
图表85：2008-2014年山西省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%）	133
图表86：2008-2014年内蒙古洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%）	134
图表87：2008-2014年内蒙古洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%）	134
图表88：2008-2014年广西省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%）	135
图表89：2008-2014年广西省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%）	135
图表90：2008-2014年广东省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%）	136
图表91：2008-2014年广东省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%）	137
图表92：2008-2014年海南省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%）	138
图表93：2008-2014年海南省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%）	138
图表94：2008-2014年海南省洗发护发行业亏损企业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%）	139
图表95：2008-2014年江苏省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%）	139
图表96：2008-2014年江苏省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%）	140
图表97：2008-2014年浙江省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%）	141
图表98：2008-2014年浙江省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%）	141
图表99：2008-2014年山东省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%）	142
图表100：2008-2014年山东省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%）	142
图表101：2008-2014年福建省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%）	143
图表102：2008-2014年福建省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%）	144
图表103：2008-2014年江西省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%）	145
图表104：2008-2014年江西省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%）	145

图表105：2008-2014年安徽省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%） 146

图表106：2006年以来安徽省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 146

图表107：2008-2014年上海市洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%） 147

图表108：2008-2014年上海市洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 148

图表109：2008-2014年上海市洗发护发行业亏损企业亏损情况变化趋势图（单位：万元，%） 148

图表110：2008-2014年湖南省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%） 149

图表111：2008-2014年湖南省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 150

图表112：2008-2014年湖北省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%） 151

图表113：2008-2014年湖北省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 151

图表114：2008-2014年河南省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%） 152

图表115：2008-2014年河南省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 152

图表116：2008-2014年重庆市洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%） 153

图表117：2008-2014年重庆市洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 154

图表118：2008-2014年四川省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%） 155

图表119：2008-2014年四川省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：万元，%） 155

图表120：2008-2014年云南省洗发护发行业产销情况统计表（单位：万元，%） 156

……略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/256129.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。