



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国护发水市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国育发水市场发展现状及战略咨询报告》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/270839.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

近年来，中国日化行业竞争相当激烈，外资品牌与本土品牌展开了全力较量。曾经，外资品牌在中国市场上占了大半边天，占据日化行业约80%的份额。全球零售的护发产品的销售增长了5%，总体而言，在美国，日本和大多数西欧国家的增长缓慢抵消了更热烈的支出在新兴市场特别是中国，印度，巴西，俄罗斯和墨西哥。近几年，美国护发品市场是新产品投放较多，制造商正在一个越来越成熟的市场中寻找成长的机会。亚太地区巨额广告花费被投放在洗发、护发用品领域。中国占了这一数字的2/3。2014年全球护发水产量达到了97.02万吨。中国产量为7.33万吨，仅占世界的8%左右。

过去五年，新兴市场的影响，推动了全球护发行业的发展。北美，日本和西欧（不包括土耳其），在2007年至2014年期间，平均增长率为-0.1%，与2013年同比增长仅为0.3%。著名洗护发品牌如宝洁，欧莱雅，联合利华，比以往任何时候都更依赖于新兴市场的消费者，以巩固自己在洗护发市场的地位。

目前护发水行业的企业竞争较为激烈，行业内中竞争力较强的企业有章光101、Rogaine落健、敬修堂、蔓迪、丝域等，2010到2014年国内洗发水行业供给与需求弹性较小，2013到2014年国内中低端洗发水需求量较为稳定，中高端需求有所上升。

作为快速流通消费品，护发水几乎可以在所有的渠道都可以进行销售，如商场、超市、日杂店、浴池、发廊、宾馆等，在护发水购买的渠道中，依次为：超市、便利店所占比重近50%，特大仓储型超市所占比重超过30%，公费发送、赠送、派送产品占将近10%。其中，特大型仓储型超市所占比重逐步增长，百货店所占比重逐渐下跌。

全球护发水市场在2019年将达到257.3亿美元。该市场发展的主要推动力主要包括全球消费者人均收入的增加，产品创新不断增多，男士护理产品不断发展以及消费者对天然有机洗发产品的需求量增多。其中，草本类护发水的增长速度最快，中国、印度和中东地区市场对草本类护发水的需求量还将继续推动该市场的发展。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 护发水产业环境透视

第一章 研究概述

第一节 研究背景

第二节 研究内容

- 一、统计部门和统计口径
- 二、行业主要统计方法介绍
- 三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 研究方法

第四节 研究团队

第五节 研究结论

第二章 育发水行业概述

第一节 育发水行业定义

第二节 育发水产品种类与应用领域

- 一、分类
- 二、应用领域

第三节 育发水行业现状简述

第四节 育发水产业链结构

第五节 育发水市场的政策

- 一、监管主体
- 二、法规规定
- 三、上市许可
- 四、生产和流通管理
- 五、原料的管理
- 六、宣传和标识管理
- 七、上市后监管

第六节 育发水行业在国民经济中的地位

第三章 2014年育发水行业特性分析

第一节 育发水行业市场集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析

第二节 育发水行业波特五力模型分析

- 一、供应商的议价能力
- 二、购买者的议价能力
- 三、新进入者的威胁
- 四、替代品的威胁

五、企业间竞争

第四章 育发水行业全球市场分析

第一节 2014年全球育发水行业市场概况

第二节 2014年全球主要国家育发水行业市场概况

一、欧洲地区

二、北美地区

三、亚洲地区

第三节 未来5年全球育发水行业市场趋势预测

第四节 2015年育发水行业经济环境分析及预测

第五节 全球产量走势分析

一、全球产量统计

二、全球产量发展趋势预测

第六节 重点厂商分析

第二部分 育发水行业发展分析

第五章 中国育发水产业总体发展状况

第一节 中国育发水产业规模情况分析

一、产业单位规模情况分析

二、产业人员规模状况分析

三、产业资产规模状况分析

第二节 市场壁垒

第三节 国际竞争力比较

第六章 中国育发水生产现状分析

第一节 育发水行业总体规模

第二节 育发水产能概况

一、2014-2015年产能分析

二、2015-2020年产能预测

第三节 育发水市场容量概况

一、2014-2015年市场容量分析

二、2015-2020年市场容量预测

第四节 育发水产业的生命周期分析

第五节 育发水产业供需情况

第六节 中国育发水行业进出口分析

一、育发水行业进口分析

二、育发水行业出口分析

第七章 育发水国内外生产工艺及技术进展

第一节 国内外主要生产工艺介绍

第二节 国内外核心生产工艺详述

一、工艺原理

二、环境保护

三、项目可行性分析

第三节 国内外生产技术研究最新进展

一、我国育发水技术发展现状

二、中外育发水技术差距及产生差距的主要原因分析

三、我国育发水发展对策及建议

四、中外主要育发水技术环境对比分析

五、我国育发水产品研发、设计发展趋势分析

第四节 育发水行业技术发展趋势

一、育发水项目概述

二、育发水应用领域

三、生产工艺技术进展及当前发展趋势

四、应用情况及产品技术成熟度分析

第三部分 育发水行业竞争格局分析

第八章 育发水各区域市场分析及营销策略调研

第一节 育发水产品营销分析

一、育发水国内营销模式分析

二、育发水主要销售渠道分析

三、育发水行业广告与促销方式分析

四、育发水行业价格竞争方式分析

五、育发水行业国际化营销模式分析

第二节 销售组织及结构调查分析

一、主要销售组织架构分析

二、主要销售战略规划分析

第三节 中国育发水区域市场分析

一、东北地区市场分析

二、华北地区市场分析

三、华东地区市场分析

四、华中地区市场分析

五、华南地区市场分析

六、西部地区市场分析

第四节 品牌策略分析

第九章 中国育发水行业市场供需分析及预测

第一节 2015年我国育发水行业总产值分析及预测

第二节 2015年我国育发水行业市场需求分析

第三节 2015年我国育发水行业投资规模分析及预测

第十章 中国育发水行业市场价格走势分析

第一节 中国育发水行业市场价格影响因素分析

第二节 2015年育发水市场价格走势及预测

第十一章 原材料供应状况分析

第一节 主要原材料

第二节 主要原材料历史价格及供应情况

一、原料

二、包装

第三节 主要原材料当前价格及供应情况

第四节 主要原材料未来价格及供应情况预测

一、原料

二、包装

第十二章 育发水产业链分析

第一节 育发水产业链分析

一、产业链模型介绍

二、育发水产业链模型分析

第二节 上游产业发展及其影响分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业发展趋势预测

第三节 下游产业发展及其影响分析

一、下游产业发展现状

二、下游产业发展趋势预测

第十三章 中国育发水行业优势生产企业竞争力及关键性数据分析

第一节 珠海市丝域连锁企业管理有限公司

- 一、企业简介
- 二、育发水产品特点及市场表现
- 三、企业生产分析
- 四、营销与渠道分析
- 五、企业财务指标分析

第二节 北京章光101科技股份有限公司

- 一、企业简介
- 二、育发水产品特点及市场表现
- 三、企业生产分析
- 四、营销与渠道分析
- 五、企业财务指标分析

第三节 霸王国际(集团)控股有限公司

- 一、企业简介
- 二、育发水产品特点及市场表现
- 三、企业生产分析
- 四、营销与渠道分析
- 五、企业财务指标分析

第四节 香港德生源国际集团有限公司

- 一、企业简介
- 二、育发水产品特点及市场表现
- 三、企业生产分析
- 四、营销与渠道分析
- 五、企业财务指标分析

第五节 落健

- 一、企业简介
- 二、育发水产品特点及市场表现
- 三、企业生产分析
- 四、营销与渠道分析
- 五、企业财务指标分析

第六节 国颐堂

一、企业简介

二、育发水产品特点及市场表现

三、企业生产分析

四、营销与渠道分析

五、企业财务指标分析

第七节 养元青

一、企业简介

二、育发水产品特点及市场表现

三、企业生产分析

四、营销与渠道分析

五、企业财务指标分析

第八节 索芙特股份有限公司

一、企业简介

二、育发水产品特点及市场表现

三、企业生产分析

四、营销与渠道分析

五、企业财务指标分析

第九节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、企业简介

二、育发水产品特点及市场表现

三、企业生产分析

四、营销与渠道分析

五、企业财务指标分析

第十节 丝康源头皮管理连锁有限公司

一、企业简介

二、育发水产品特点及市场表现

三、企业生产分析

四、营销与渠道分析

五、企业财务指标分析

第四部分 育发水行业发展前景展望

第十四章 中国育发水投资风险及模式分析

第一节 中国育发水投资风险分析

一、原材料依赖风险

二、产品外销风险

三、行业政策风险

四、行业竞争加剧的风险

五、新产品开发风险

第二节 可选择的投资模式及质控体系分析

一、育发水行业的主要经营模式

二、育发水行业的质量控制体系

第十五章 2014-2018年育发水行业发展前景策略分析

第一节 育发水行业发展前景预测

一、用户需求变化预测

二、竞争格局发展预测

三、渠道发展变化预测

四、行业总体发展前景及市场机会分析

第二节 育发水企业营销策略

一、价格策略

二、渠道建设与管理策略

三、促销策略

四、渠道策略

五、品牌策略

第三节 育发水企业投资策略

一、子行业投资策略

二、区域投资策略

三、产业链投资策略

第十六章 2015-2020年中国育发水行业发展趋势与前景展望

第一节 2015-2020年中国育发水行业发展前景分析

第二节 2015-2020年中国育发水行业发展趋势分析

一、育发水产业发展趋势分析

二、育发水市场供需发展趋势分析

三、育发水产品自身发展趋势分析

第三节 2015-2020年中国育发水行业市场预测分析

一、育发水行业市场供给预测分析

二、育发水行业市场销量预测分析

第十七章 2014-2018年中国育发水业投资机会与风险分析

第一节 2014-2018年中国育发水业投资环境分析

第二节 2014-2018年中国育发水业投资机会分析

一、育发水投资潜力分析

二、育发水投资壁垒分析

第三节 2014-2018年中国育发水业消费者需求调研结论分析

一、消费者结构

二、消费理念

第四节 育发水行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录:

图表：2014年社会消费品零售总额分月增长率

图表：2014年12月份社会消费品零售总额主要数据

图表：2010-2014年中国育发水行业CR5与CR10对比分析

图表：育发水行业不同规模企业市场份额分布

图表：2010-2015年全球育发水产量

图表：2015-2020年育发水全球产量预测

图表：2014-2015年宝洁公司资产负债表

图表：2014-2015年宝洁公司利润情况分析

图表：2014-2015年宝洁公司现金流量表

图表：2014-2015年联合利华集团资产负债表

图表：2014-2015年联合利华集团利润表

图表：2014-2015年联合利华集团现金流量表

图表：2012-2014年育发水产业单位规模

图表：2010-2014年育发水行业人员规模

图表：2010-2014年育发水行业资产规模

图表：2010-2014年育发水生产总量

图表：2010-2015年中国育发水产能分析

图表：2015-2020年中国育发水产能预测

图表：2010-2014年育发水市场规模预测

图表：2015-2020年育发水市场规模预测

图表：行业生命周期曲线

图表：2010-2014年育发水行业进口量

图表：2010-2014年育发水行业出口量

图表：中国育发水主要成分及功能分析

图表：日本化妆品和医药部外品标识

图表：育发水基础配方表

图表：育发水基础工艺流程

图表：2010-2015年东北地区育发水行业市场规模

图表：2015-2020年东北地区育发水市场容量预测

图表：2010-2014年华北地区育发水行业市场规模

图表：2015-2020年华北地区育发水市场容量预测

图表：2010-2015年华东地区育发水行业市场规模

图表：2015-2020年华东地区育发水市场容量预测

图表：2010-2015年华中地区育发水行业市场规模

图表：2015-2020年华中地区育发水市场容量预测

图表：2010-2015年华南地区育发水行业市场规模

图表：2015-2020年华南地区育发水市场容量预测

图表：2010-2015年西北地区育发水行业市场规模

图表：2010-2015年西南地区育发水行业市场规模

图表：2015-2020年西北地区育发水市场容量预测

图表：2015-2020年西南地区育发水市场容量预测

图表：2010-2014年育发水行业总产值

图表：2015-2020年育发水总产值预测

图表：2010-2014年育发水行业市场需求

图表：2010-2015年我国育发水行业投资规模分析及预测

图表：2014年珠海市丝域连锁企业管理有限公司财务指标分析

图表：章光101集团营销网络分布

图表：2014年北京章光101科技股份有限公司财务指标分析

图表：2014年霸王国际(集团)控股有限公司财务指标分析

图表：2014年霸王国际(集团)控股有限公司资产负债情况分析

图表：2014年霸王国际(集团)控股有限公司营收情况分析

图表：2014年香港德生源国际集团有限公司财务指标分析

图表：2014年落健集团财务指标分析

图表：2014年香港德生源国际集团有限公司财务指标分析

图表：云南白药养元青市场定位

图表：2014年云南白药现金流量分析

图表：2014年云南白药营收情况分析

图表：2014年云南白药资产负债情况分析

图表：2012-2014年索芙特股份有限公司资产负债情况

图表：2012-2014年索芙特股份有限公司营收情况

图表：2012-2014年索芙特股份有限公司现金流量

图表：2014年隆力奇生物科技股份有限公司财务指标分析

图表：2014年丝康源头皮管理连锁有限公司财务指标分析

图表：近年来育发类产品批准文号

图表：育发水行业用户需求趋势变化

图表：中国育发水行业需求前景

图表：霸王全国促销方案

图表：经销商代理制渠道模式

图表：平台式渠道模式

图表：育发水行业用户需求区域分布

图表：2015-2020年育发水产量预测

图表：2015-2020年育发水行业市场销量预测

图表：不同性别消费者需求比例分析

图表：不同年龄消费者需求比例分析

图表：不同教育程度消费者需求比例分析

图表：不同职业消费者需求比例分析

图表：消费者购买品牌分析

图表：消费者购买新品关注度分析

图表：消费者产品认知途径分析

图表：消费者产品购买途径分析

图表：消费者购买影响因素分析

图表：消费者购买价格接受度（100ml）分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/270839.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。