



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国洗发水市场发展现状及战略咨询报告

# 一、调研说明

《2017-2022年中国洗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/282496.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](mailto: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

2015年中国已经跻身全国最大的洗发水需求市场，目前市面上已有2000家企业和3000多个品牌云集斗艳。2015年我国洗发水行业产能约69万吨。 2010-2015年我国洗发水行业生产能力

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：

### 第一章 洗发水的相关概述 12

#### 1.1 洗发水的概述 12

##### 1.1.1 洗发水的概述 12

##### 1.1.2 洗发水产品的细分 12

##### 1.1.3 护发品定义及分类 13

#### 1.2 护发细分产品 13

##### 1.2.1 护发素 13

##### 1.2.2 啫喱水 15

##### 1.2.3 发泥发蜡 16

##### 1.2.4 染发剂 16

### 第二章 2016年中国洗涤用品行业发展环境分析 18

#### 2.1 宏观经济环境 18

##### 2.1.1 2014-2016年中国GDP增长分析 18

##### 2.1.2 2016年中国工业经济运行情况分析 18

##### 2.1.3 2014-2016年中国商品进出口贸易 19

##### 2.1.4 2016年中国人口结构 21

##### 2.1.5 2016年中国居民收入与消费状况 21

#### 2.2 政策环境分析 23

##### 2.2.1 中国日化行业环境监管政策分析 23

2.2.2 《消费品使用说明通用标签》	24
2.2.3 《标签标识管理规范》	24
2.2.4 包装标准开始实施	25
2.3 产业发展环境	25
2.3.1 2016年中国日化市场销售规模	25
2.3.2 2016年洗涤用品行业发展概况	26
2.3.3 2016年洗涤用品市场运行情况	29
2.3.4 2016年中国洗涤市场销售特点	30

### 第三章 2016年中国洗发水市场调研 33

#### 3.1 中国洗发水市场概况 33

##### 3.1.1 中国洗发水行业发展的历程 33

##### 3.1.2 中国洗发水市场发展的现状 34

2015年我国洗发水行业产量约65万吨，同比2014年的60.5万吨增长了7.44%。2010-2015年我国洗发水行业产量情况

##### 3.1.3 中国洗发水的市场细分状况 36

##### 3.1.4 洗发水总体市场竞争格局 36

##### 3.1.5 本土洗发水企业发展现状 37

#### 3.2 洗发水市场营销分析 38

##### 3.2.1 洗发水产品销售模式分析 38

##### 3.2.2 中国洗发水销售渠道分析 38

##### 3.2.3 洗护发产品的销售手段分析 39

##### 3.2.4 洗发水市场需要创新营销方式 43

#### 3.3 2016年洗护发市场规模分析 44

##### 3.3.1 2016年中国洗发护发市场规模分析 44

##### 3.3.2 2016年中国二合一洗发水市场规模 45

##### 3.3.3 2016年中国护发造型产品市场规模 46

##### 3.3.4 2016年中国护发素市场规模分析 47

##### 3.3.5 2016年中国染发剂市场规模分析 47

#### 3.4 2016年洗发水市场调研 48

##### 3.4.1 2016年中国洗发水市场规模分析 48

- 3.4.2 2016年中国洗发水市场竞争状况 49
- 3.4.3 2016年中国洗发水传播风强势不减 50
- 3.4.4 2016年洗发水高端市场的竞争力分析 51
- 3.5 洗发水行业典型商业模式分析 53
  - 3.5.1 宝洁模式 53
  - 3.5.2 丝宝模式 55
  - 3.5.3 拉芳模式 56
  - 3.5.4 三种模式的启示 57

#### 第四章 2016年中国洗发水细分市场调研 59

- 4.1 去屑洗发水 59
  - 4.1.1 中国去屑洗发水市场发展现状 59
  - 4.1.2 中国去屑洗发水市场竞争现状 59
  - 4.1.3 2016年去屑洗发水市场竞争升级 60
  - 4.1.4 2016年清扬男性洗发水市场调研 61
  - 4.1.5 追风中药去屑洗发水市场调研 62
- 4.2 防脱洗发水 63
  - 4.2.1 中国防脱洗发水发展历程与现状 63
  - 4.2.2 日用洗发水功能延伸至防脱市场 64
  - 4.2.3 中物防脱发洗发水市场调研 64
  - 4.2.4 防脱洗发水主要品牌发展分析 65
  - 4.2.5 中国防脱发市场良性发展对策 67
- 4.3 中草药洗发水 67
  - 4.3.1 中草药洗发香波的发展现状 67
  - 4.3.2 中国茶籽洗发水生产企业及产品 70
  - 4.3.3 2016年中国中草药洗发水竞争状况 71
  - 4.3.4 2016年中国中草药洗发水市场规模 72
  - 4.3.5 2016年中国中草药洗发水市场兴起 73

#### 第五章 2016年中国主要区域洗发水消费调研分析 74

- 5.1 华北地区 74
  - 5.1.1 北京市洗发水消费市场评估分析 74

5.1.2	天津市洗发水消费市场评估分析	76
5.1.3	太原市洗发水消费市场评估分析	77
5.1.4	哈尔滨洗发水消费市场评估分析	78
5.2	东北地区	80
5.2.1	长春市洗发水消费市场评估分析	80
5.2.2	沈阳市洗发水消费市场评估分析	81
5.2.3	大连市洗发水消费市场评估分析	83
5.3	华东地区	84
5.3.1	济南市洗发水消费市场评估分析	84
5.3.2	青岛市洗发水消费市场评估分析	85
5.3.3	南京市洗发水消费市场评估分析	87
5.3.4	苏州市洗发水消费市场评估分析	88
5.3.5	上海市洗发水消费市场评估分析	90
5.3.6	杭州市洗发水消费市场评估分析	91
5.3.7	宁波市洗发水消费市场评估分析	92
5.3.8	福州市洗发水消费市场评估分析	94
5.3.9	厦门市洗发水消费市场评估分析	95
5.4	华中地区	97
5.4.1	合肥市洗发水消费市场评估分析	97
5.4.2	南昌市洗发水消费市场评估分析	98
5.4.3	郑州市洗发水消费市场评估分析	99
5.4.4	长沙市洗发水消费市场评估分析	101
5.4.5	武汉市洗发水消费市场评估分析	102
5.5	华南地区	104
5.5.1	广州市洗发水消费市场评估分析	104
5.5.2	深圳市洗发水消费市场评估分析	105
5.5.3	佛山市洗发水消费市场评估分析	107
5.5.4	南宁市洗发水消费市场评估分析	108
5.5.5	海口市洗发水消费市场评估分析	109
5.6	西部地区	111
5.6.1	成都市洗发水消费市场评估分析	111
5.6.2	重庆市洗发水消费市场评估分析	112

5.6.3 昆明市洗发水消费市场评估分析 114

5.6.4 西安市洗发水消费市场评估分析 115

## 第六章 2016年中国洗发水品牌发展分析 117

6.1 洗发水品牌概述 117

6.1.1 中国洗发水品牌发展历程 117

6.1.2 中国洗发水品牌现状与格局 118

6.1.3 中国洗发水主要品牌的概述 118

6.1.4 洗发水品牌内涵的四个层面 124

6.2 洗发水品牌格局分析 125

6.2.1 2016年中外洗发水品牌市场调研 125

6.2.2 中国洗发水品牌渗透率总体情况 126

6.2.3 中国消费者洗发水品牌使用解析 127

6.2.4 中国洗发水品牌市场竞争特征 128

6.3 国产洗发水品牌策略 129

6.3.1 国产洗发水品牌存在的问题 129

6.3.2 国内成功洗发水品牌的启示 131

6.3.3 创造色彩缤纷品牌核心价值 132

6.3.4 主动切入深度挖掘品牌手段 133

6.3.5 提升洗发水品牌的创意能力 134

## 第七章 2016年国内外洗发水重点企业分析 137

7.1 宝洁公司 137

7.1.1 企业基本情况 137

7.1.2 2016年公司经营状况 137

7.1.3 广州宝洁公司经营状况 138

7.1.4 飘柔品牌发展另类策略 139

7.1.5 宝洁洗发水的品牌策略 144

7.2 联合利华 147

7.2.1 企业基本情况 147

7.2.2 2016年公司经营状况 148

7.2.3 联合利华在中国的发展情况 149

7.2.4 联合利华品牌战略提升竞争力	150
7.2.5 联合利华圈地加大产品投入	153
7.3 欧莱雅集团	155
7.3.1 企业基本情况	155
7.3.2 2016年公司经营状况	156
7.3.3 欧莱雅集团在中国的发展	158
7.3.4 欧莱雅集团竞争策略分析	158
7.3.5 欧莱雅进军大众洗发水市场	162
7.4 花王株式会社	163
7.4.1 企业基本情况	163
7.4.2 2016年公司经营情况分析	164
7.4.3 上海花王洗发水产品情况	165
7.4.4 上海花王有限公司经营情况	166
7.5 霸王国际集团	168
7.5.1 企业基本情况	168
7.5.2 霸王洗发水主要产品	168
7.5.3 2016年公司经营状况分析	169
7.5.4 霸王领跑中草药洗发水市场	170
7.6 索芙特股份有限公司	171
7.6.1 企业基本情况	171
7.6.2 公司主要产品	172
7.6.3 2016年公司经营状况	172
7.6.4 索芙特竞争策略分析	173
7.7 广州市好迪有限公司	176
7.7.1 企业基本情况	176
7.7.2 公司主要产品	177
7.7.3 2016年公司经营状况	177
7.7.4 好迪新品上市	179
7.8 广东省熊猫日化用品有限公司	180
7.8.1 企业基本情况	180
7.8.2 公司主要产品	180
7.8.3 2016年公司经营状况	181



- 7.8.4 拉芳竞争策略分析 183
- 7.9 上海华银日用品有限公司 184
  - 7.9.1 企业基本情况 184
  - 7.9.2 公司主要产品 185
  - 7.9.3 企业经营状况 185
- 7.10 湖北丝宝股份有限公司 187
  - 7.10.1 企业基本情况 187
  - 7.10.2 公司主要产品 187
  - 7.10.3 企业经营状况 188
  - 7.10.4 企业经营策略 189

## 第八章 2017-2022年中国洗发水市场前景分析 192

- 8.1 洗发水市场前景 192
  - 8.1.1 洗发水产品投资预测分析 192
  - 8.1.2 中国高端洗发水市场前景广阔 192
  - 8.1.3 中草药洗发香波趋势预测分析 193
  - 8.1.4 茶籽洗发水市场趋势分析分析 193
- 8.2 2017-2022年洗发水市场预测 195
  - 8.2.1 2017-2022年洗涤用品市场规模预测 195
  - 8.2.2 2017-2022年洗护发产品市场规模预测 196
  - 8.2.3 2017-2022年中国洗发水市场规模预测 196

## 第九章 2017-2022年中国洗发水行业投资机会与风险 198(AK WZY)

- 9.1 2017-2022年中国洗发水行业投资环境 198
- 9.2 2017-2022年洗发水行业投资机会分析 198
  - 9.2.1 洗发水行业投资吸引力分析 198
  - 9.2.2 洗发水行业区域投资潜力 199
- 9.3 2017-2022年洗发水行业投资前景分析 200
  - 9.3.1 市场竞争风险 200
  - 9.3.2 品牌经营风险 200
  - 9.3.3 新品开发风险 201
- 9.4 2017-2022年中国洗发水行业投资前景研究分析 201

部分图表目录：

- 图表 1 2014-2016年中国国内生产总值及增长速度 18
- 图表 2 2016年中国货物进出口总额及其增长速度 20
- 图表 3 2014-2016年中国商品进出口贸易总额增长趋势图 20
- 图表 4 2016年中国人口数及其构成情况 21
- 图表 5 2014-2016年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 21
- 图表 6 2014-2016年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 22
- 图表 7 2014-2016年中国城镇居民家庭恩格尔系数 22
- 图表 8 2014-2016年中国农村居民家庭恩格尔系数 22
- 图表 9 2014-2016年中国日化市场规模统计 26
- 图表 10 2014-2016年中国日化市场规模增长趋势图 26
- 图表 11 2016年中国洗涤用品行业经济指标统计 27
- 图表 12 2016年中国洗涤用品行业前5省区企业数量排名 28
- 图表 13 2016年中国洗涤用品行业前5省区总资产排名 28
- 图表 14 2016年中国洗涤用品行业前5省区销售规模排名 28
- 图表 15 2016年中国洗涤用品行业前5省区利润排名 29
- 图表 16 2014-2016年中国洗护发产品市场规模统计 44
- 图表 17 2014-2016年中国洗护发产品零售销售额趋势图 45
- 图表 18 2016年中国洗护发产品市场结构比例 45
- 图表 19 2014-2016年中国2合1洗发水市场规模统计 45
- 图表 20 2014-2016年中国2合1洗发水零售销售额趋势图 46
- 图表 21 2014-2016年中国护发造型产品市场规模统计 46
- 图表 22 2014-2016年中国护发造型产品零售销售额趋势图 46
- 图表 23 2014-2016年中国护发素产品市场规模统计 47
- 图表 24 2014-2016年中国护发素产品零售销售额趋势图 47
- 图表 25 2014-2016年中国染发剂产品市场规模统计 48
- 图表 26 2014-2016年中国染发剂产品零售销售额趋势图 48
- 图表 27 2014-2016年中国洗发水市场规模统计 48
- 图表 28 2014-2016年中国洗发水零售销售额趋势图 49
- 图表 29 2014-2016年中国洗发水零售市场份额统计 49
- 图表 30 2014-2016年洗发护发品市场连续进入榜单前十品牌 50

图表 31 中国茶籽洗发水生产企业及产品 70

图表 32 2014-2016年中草药洗发水零售市场份额统计71

图表 33 2014-2016年中国中草药洗发液市场规模统计 72

图表 34 2014-2016年中国中草药洗发液零售销售额趋势图 72

图表 35 2014-2016年中草药洗发水占洗发水市场份额趋势图 72

图表 36 北京市洗发水品牌渗透率总体情况 74

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282496.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](http://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。