



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国发用化妆品市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国发用化妆品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/282970.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

报告目录：

第一章 2014-2016年3月国际发用化妆品市场发展动态分析

第一节 2014-2016年3月国际洗发护发市场发展环境分析

第二节 2014-2016年3月国际发用化妆品市场运行状况分析

一、世界著名的洗发护发产品的品牌

二、世界洗发护发品市场特点

三、世界发用化妆品广告投放情况分析

第三节 2014-2016年3月主要国家发用化妆品市场发展动态分析

一、美国

二、日本

三、韩国

四、法国

第四节 2017-2022年世界发用化妆品市场走势预测分析

第二章 2014-2016年3月国际著名发用化妆品品牌在华销售市场状况分析

第一节 美国宝洁公司

一、公司基本概况

二、2014-2016年3月公司产品在华销售情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司国际化战略发展分析

第二节 英国联合利华公司

一、公司基本概况

二、2014-2016年3月公司产品在华销售情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司国际化战略发展分析

第三节 日本资生堂公司

一、公司基本概况

二、2014-2016年3月公司产品在华销售情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司国际化战略发展分析

第四节 美国安利公司

一、公司基本概况

二、2014-2016年3月公司产品在华销售情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司国际化战略发展分析

第五节 略……

第三章 2014-2016年3月中国发用化妆品市场运行环境分析

第一节 2014-2016年3月中国发用化妆品市场运行经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2014-2016年3月中国发用化妆品市场运行政策环境分析

一、中国出台美容美发行业新卫生规范

二、美容美发业管理暂行办法

三、化妆品卫生标准

四、染发剂标准

第三节 中国发用化妆品市场运行社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第四章 2014-2016年3月中国发用化妆品市场发展动态分析

第一节 2014-2016年3月中国发用化妆品市场总体概况

一、国内洗发护发市场

二、中国发用化妆品行业的主导因素分析

三、中国洗护发宏观市场发展概述

第二节 2014-2016年3月中国发用化妆品区域市场分析

一、农村洗发护发市场

二、高校学生洗发护发产品品牌调查

三、护发品集体发力高端市场

第三节 2014-2016年3月中国发用化妆品市场面临的挑战分析

一、洗发水市场有待规范

二、国内洗发水品牌亟待整合与突破

三、染发剂市场问题较多

第五章 2014-2016年3月中国洗发水市场发展形势分析

第一节 2014-2016年3月中国洗发水市场发展概况

一、中国洗发水市场发展历程

二、中国洗发市场新时代

三、洗发水市场结构分析

第二节 2014-2016年3月中国洗发水市场消费分析

一、二线洗发水消费者调查分析

二、年轻女性支撑中国洗发水市场

三、北京地区消费者分析

四、江苏中小城镇洗发水消费分析

第三节 2014-2016年3月中国洗发水市场营销分析

一、洗发水市场细分及定位策略

二、洗发水产品销售特征分析

三、洗发水市场渠道状况

四、国产洗发水营销策略

第六章 2014-2016年3月中国洗发水细分市场发展情况分析

第一节 2014-2016年3月中国药物洗发水市场运行情况分析

一、采乐挖掘药物洗发水首桶金

二、谁将挖掘药物洗发水的下一桶金

三、提神醒脑药物洗发水潜力大

第二节 2014-2016年3月中国防脱洗发水产业发展分析

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"市场竞争激烈

四、忠诚度是防脱洗发水竞争的关键

五、"防脱"产品发展新动向

第三节 2014-2016年3月中国去屑洗发水行业营运态势分析

- 一、去屑洗发水推出新产品
- 二、真正的去屑洗发水在中国还未成熟
- 三、洗发水去屑战争升级
- 四、清扬去屑洗发水全面出击

第七章 2014-2016年3月中国洗发水品牌分析

第一节 2014-2016年3月中国洗发水品牌总体概述

- 一、洗发水品牌发展回顾
- 二、国内洗发水主要品牌阐述
- 三、主要品牌成功关键因素分析

第二节 2014-2016年3月中国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

第三节 2014-2016年3月中国洗发水主要地区品牌分析

- 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

第四节 2014-2016年3月中国洗发水品牌案例解析

- 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

第八章 2014-2016年3月中国染发剂行业市场运行态势剖析

第一节 2014-2016年3月中国染发剂行业发展现状分析

- 一、中国染发剂行业运行特点分析
- 二、中国染发剂品牌综述
- 三、中国的传统染发群与时髦染发群大有并驾齐驱之势
- 四、染发剂已逐渐赶上发达国家的水平

第二节 2014-2016年3月中国染发剂市场运营剖析

- 一、市场供需情况分析

二、市场价格走势分析

三、市场染发产品进出口情况分析

第三节 2014-2016年3月中国染发剂市场存在的问题

第九章 2014-2016年3月中国染发剂生产工艺及ji/shu进展研究

第一节 染发剂生产方法

一、有机合成染料 包括氧化染料、还原染料和仿天然黑素染料

二、金属染料

三、天然染料

第二节 不同染发剂工业生产方法对比

第三节 中国染发剂生产ji/shu特点

第四节 染发剂质量指标

第十章 2014-2016年3月中国化妆品制造行业主要数据监测分析

第一节 2014-2016年3月中国化妆品制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2014-2016年3月中国化妆品制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节 2014-2016年3月中国化妆品制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口值分析

第四节 2014-2016年3月中国化妆品制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2014-2016年3月中国化妆品制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第十一章 2014-2016年3月中国护发品（3305）进出口数据监测分析

第一节 2014-2016年3月中国护发品进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2014-2016年3月中国护发品出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2014-2016年3月中国护发品进出口平均单价分析

第四节 2014-2016年3月中国护发品进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第十二章 2014-2016年3月中国发用化妆品发展销售预测分析

第一节 2014-2016年3月中国发用化妆品品牌分析

一、中国发用化妆品品牌现状

二、国内发用化妆品品牌竞争特征

三、小品牌洗发水挑战宝洁

第二节 2014-2016年3月中国洗发水发展销售预测分析

一、中国洗发水市场竞争激烈

二、国产洗发水将反战进行到底

三、国产洗发水与宝洁的对峙

四、中药汉方日化市场各领

第三节 2014-2016年3月中国发用化妆品企业竞争分析

第十三章 2014-2016年3月中国发用化妆品行业市场营销策略分析

第一节 2014-2016年3月中国发用化妆品市场构建定位分析

一、一级市场

二、二、三级市场

第二节 2014-2016年3月中国发用化妆品市场营销策略分析

一、专柜陈列策略

二、媒体策略

三、促销活动策略

四、终端物料策略

第三节 2014-2016年3月中国发用化妆品市场竞争策略分析

一、发展触手可及的销售渠道

二、明星 品牌形象助推器

三、整体提升品牌价值

第十四章 2014-2016年3月中国发用化妆品行业优势企业关键性数据分析

第一节 索芙特股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第二节 上海家化联合股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第三节 丝宝精细化工(武汉)有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第四节 脱普日用化学品(中国)有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第五节 广州市好迪化妆品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第六节 中山市嘉丹婷日用品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第七节 澳宝化妆品(惠州)有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第八节 天津宝洁工业有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第九节 沈阳东联日用品有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第十节 上海华银日用品有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第十一节 略…………

第十五章 2017-2022年中国发用化妆品市场发展趋势预测分析

第一节 2017-2022年中国发用化妆品销售市场趋势预测分析

一、产品发展趋势分析

二、价格变化趋势分析

三、渠道发展趋势分析

四、用户需求趋势分析

第二节 2017-2022年中国发用化妆品市场运行势态预测分析

一、市场规模预测分析

二、市场结构预测分析

第三节 2017-2022年中国发用化妆品市场盈利预测分析

第十六章 2017-2022年中国发用化妆品市场投资前景及发展策略分析

第一节 2017-2022年中国发用化妆品市场投资机会分析

一、我国美发产业机遇与挑战共存

二、养发馆是正在兴起的新商机

第二节 2017-2022年中国发用化妆品市场投资风险分析

一、市场风险分析

二、竞争风险分析

三、原材料风险分析

四、其他风险分析

第三节 2017-2022年中国发用化妆品行业发展策略分析

第四节 专家建议(AK HT)

部分图表目录：

图表 2014-2016年3月中国GDP总量及增长趋势

图表 2014-2016年3月前度中国三产业增加值结构图

图表 2014-2016年3月中国CPI、PPI月度走势

图表 2014-2016年3月我国城镇居民可支配收入增长趋势

图表 2014-2016年3月我国农村居民人均纯收入增长趋势

图表 2014-2016年3月中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 2014-2016年3月中国城乡居民恩格尔系数走势

图表 2014-2016年3月中国工业增加值增长趋势

图表 2014-2016年3月我国工业增加值分季度增速

图表 2014-2016年3月我国全社会固定资产投资额走势

图表 2014-2016年3月我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2014-2016年3月我国财政收入支出走势

图表 2014-2016年3月人民币兑美元汇率中间价

图表 2016年人民币汇率中间价对照表

图表 2014-2016年3月中国货币供应量统计表单位 亿元

图表 2014-2016年3月中国货币供应量月度增速走势

图表 2014-2016年3月中国外汇储备走势

图表 2014-2016年3月中国外汇储备及增速变化图

图表 2016年20日中国人民币利率调整表

图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表 2014-2016年3月中国社会消费品零售总额增长趋势

图表 2014-2016年3月我国货物进出口总额走势

图表 2014-2016年3月中国货物进口总额和出口总额走势

图表 2014-2016年3月中国就业人数走势

图表 2014-2016年3月中国城镇就业人数走势

图表 2014-2016年3月我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势

图表 2014-2016年3月我国总人口数量增长趋势

图表 2016年人口数量及其构成

图表 2014-2016年3月我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势

图表 2014-2016年3月我国广播和综合人口覆盖率走势

图表 2014-2016年3月中国城镇化率走势

图表 2014-2016年3月我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势

图表 2014-2016年3月中国化妆品制造行业企业数量及增长率分析 单位 个

图表 2014-2016年3月中国化妆品制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位 个

图表 2014-2016年3月中国化妆品制造行业从业人数及同比增长分析 单位 个

图表 2014-2016年3月中国化妆品制造企业总资产分析 单位 亿元

图表 2016年中国化妆品制造行业不同类型企业数量 单位 个

图表 2016年中国化妆品制造行业不同所有制企业数量 单位 个

图表 2016年中国化妆品制造行业不同类型销售收入 单位 千元

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282970.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。