



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005年中国洗发护肤品市场研究年度报告

一、调研说明

《2004-2005年中国洗发护肤品市场研究年度报告》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/45307.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

【 目录 】 主要结论

一、2004年全球洗发护发品市场概述

3 (一) 发展现状

3 1、市场总量

3 2、市场结构

4 3、市场竞争

5 (二) 主要特点

5 1、洗发护发品市场稳定快速增长

5 2、全球竞争市场结构处于寡头垄断

6 3、原有的主要市场美国市场趋于饱和，中国市场快速增长

6 (三) 主要国家和地区发展概要

6 1、美国

6 2、欧洲

8 3、日本 二、2004年中国洗发护发品市场规模与结构 9 (一) 市场规模

9 1、规模与增长

12 2、各季度市场情况

13 (二) 细分产品结构

13 1、洗发产品

14 2、护发素

15 3、美发产品

18 (三) 市场结构

18 1、市场集中度

20 2、品牌市场结构

23 3、销售渠道结构

三、2004年中国洗发护发品市场供需分析 26 (一) 市场供需结构

26 (二) 需求分析

26 1、中国消费者对洗发护发品的消费特点

27 2、消费者差异分析

28 (三) 供给分析 四、2004年中国洗发护发品竞争格局与主力厂商市场竞争力评价 29 (一)

竞争格局分析

29 1、市场竞争格局

30 2、竞争手段

35 3、集中度

36 (二) 主力厂商市场竞争力评价

36 1、主力厂商市场分布

36 2、主力厂商市场竞争力评价

38 (三) 成长性厂商竞争力分析

38 1、成长性厂商市场分布

39 2、成长性厂商市场竞争力评价 五、影响2005 - 2009年中国洗发护发品市场发展因素 41

(一) 市场需求

41 (二) 政策变化

42 (三) 产品技术

42 (四) 产业成熟度

43 (五) 消费水平

43 (六) 新兴市场

44 (七) 其他

六、2005 - 2009年中国洗发护发品市场发展趋势分析 45 (一) 未来产品发展趋势

46 (二) 未来价格走势

46 (三) 未来销售渠道变化趋势

46 (四) 未来服务模式的转变趋势

47 (五) 未来用户需求的变化趋势

47 1、消费者对产品的需求变化

48 2、消费者对品牌的态度变化 七、2005 - 2009年中国洗发护发品市场发展预测

50 (一) 市场规模预测

51 (二) 市场结构预测 八、建议 55 (一) 对主导厂商的建议

55 (二) 对成长性厂商的建议

56 (三) 对市场进入者的建议 报告说明 表目录 4 表1 2001年和2004年全球各类洗发护发品
销售额

4 表2 2001年和2004年洗发护发品主要市场销售额

7 表3 2001年和2004年西欧6国洗护发品销售额对比

10 表4 2004年中国化妆品出口情况统计

- 10 表5 2004年中国化妆品进口情况统计
- 12 表6 中国洗发护发品在各地区销售特点
- 13 表7 2004年中国洗发产品细分产品结构
- 14 表8 2004年中国市场的护发产品类型
- 15 表9 美发产品细分产品结构
- 16 表10 2004年中国市场美发产品品牌市场排名
- 17 表11 染发产品主要品牌竞争分析
- 19 表12 洗发护发市场中主流品牌的市场占有率统计
- 21 表13 2004年中国洗发水产品市场各大阵营综合分析
- 27 表14 外界因素对消费者选择洗发水的影响力
- 28 表15 1995 - 2004年中国洗发水/护发素生产增长情况
- 29 表16 2004年中国市场上高中低端洗发品牌构成
- 31 表17 2004年各品牌形象代言人
- 33 表18 2004年中国洗发护发品市场上本土与外资品牌广告投放力度比较 36 表19 厂商的区域分布
- 37 表20 主力厂商指标得分
- 37 表21 主力厂商差异分析
- 39 表22 地域特点分析
- 40 表23 成长性厂商指标得分
- 50 表24 2002 - 2004年中国7城市洗发护发品历年消费额
- 51 表25 2004年中国发用化妆品各类产品销售增长幅度
- 53 表26 未来三年各产品销售区域市场需求及价格预测
- 54 表27 各厂商发展策略

图目录

- 3 图1 1997 - 2004年全球洗发护发品市场销售额变化趋势图
- 5 图2 2004年全球洗发护发品市场比例
- 21 图3 2004年中国洗发护发品市场占有率排名
- 22 图4 2004年中国市场洗发水品牌渗透率
- 23 图5 洗发水品牌忠诚度
- 47 图6 购买洗发水主要考虑因素
- 48 图7 消费者对产品功能的要求

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/45307.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。