

# 2021-2027年中国洗发护发 行业前景展望与投资分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国洗发护发行业前景展望与投资分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202108/232646.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

高端洗护市场成为当前竞争新趋势，外资巨头宝洁、联合利华纷纷推出“无硅油”中高端洗护套装，国内一些高端洗护品牌也陆续面世，加上早已经在高端洗护领域深耕多年的品牌资生堂、汉高，和阿道夫等，一时间高端洗护市场品牌扎堆，争相分食高端洗护的红利。2012-2017年中国洗护发高端产品的市场占比呈递增趋势。2017年中国洗护发产品高端市场占比为9.2%，大众市场占比为90.8%。2019年，高端市场的份额进一步提高，达到10.7%左右。2012-2018年中国洗护发行业产品市场结构特征

中企顾问网发布的《2021-2027年中国洗发护发行业前景展望与投资分析报告》共七章。首先介绍了洗发护发相关概念及发展环境，接着分析了中国洗发护发规模及消费需求，然后对中国洗发护发市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国洗发护发面临的机遇及发展前景。您若想对中国洗发护发有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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 洗发护发行业相关概述

#### 1.1 洗发护发产品相关介绍

##### 1.1.1 洗发水定义及分类

##### 1.1.2 护发品定义及分类

##### 1.1.3 洗护发产品的主要成份

#### 1.2 洗发护发细分产品介绍

##### 1.2.1 护发素

##### 1.2.2 定型剂

##### 1.2.3 染发剂

### 第二章 2015-2019年洗发护发市场分析

#### 2.1 2015-2019年全球洗发护发市场综述

##### 2.1.1 世界洗发护发市场发展状况

### 2.1.2 全球新兴洗护发品市场前景分析

### 2.1.3 美国洗护发市场

### 2.1.4 德国洗护发市场

### 2.1.5 日本洗护发市场品牌格局分析

## 2.2 2015-2019年中国洗发护发市场综述

### 2.2.1 中国洗发护发市场总体状况

### 2.2.2 中国洗发护发市场发展态势

2003-2017年，我国洗护发市场规模呈递增趋势。2003年洗护发市场规模为185亿元，2017年增长到511亿元。2003-2017年，我国洗护发行业市场规模的年复合增长率为7.5%左右，2019年我国洗护发行业的市场规模在550亿元左右。2003-2018年中国洗护发行业市场规模

### 2.2.3 中国洗护发市场竞争不断升级

### 2.2.4 中国洗护发市场面临的挑战

## 2.3 2015-2019年中国洗发护发产品市场消费分析

### 2.3.1 洗护发产品消费者使用及购买习惯

### 2.3.2 洗发护发产品品牌表现及分析

### 2.3.3 洗发护发产品品牌营销及广告表现

## 2.4 中国洗护发行业的主导因素

### 2.4.1 洗护发行业发展的主导驱动因素

### 2.4.2 中国洗护发行业成功关键因素

## 第三章 2015-2019年中国洗发水市场分析

### 3.1 2015-2019年中国洗发水市场发展概况

#### 3.1.1 中国洗发水市场的发展阶段

#### 3.1.2 中国洗发水市场发展格局及特点

#### 3.1.3 中国洗发水市场的主要驱动因素

#### 3.1.4 中国洗发水销售市场细分概述

### 3.2 2015-2019年洗发水行业进出口数据分析

#### 3.2.1 2015-2019年洗发水主要进口来源国家分析

#### 3.2.2 2015-2019年洗发水主要出口目的国家分析

#### 3.2.3 2015-2019年主要省份洗发水进口市场分析

#### 3.2.4 2015-2019年主要省份洗发水出口市场分析

### 3.3 2015-2019年中小洗发水企业分析

- 3.3.1 中小洗发水企业的困惑
- 3.3.2 中小洗发水企业卖场终端之苦
- 3.3.3 中小洗发水企业品牌之痒
- 3.3.4 突围是中小洗发水企业成长的希望
- 3.3.5 中小企业洗发水突围建议
- 3.4 2015-2019年洗发水市场营销分析
  - 3.4.1 洗发水市场销售渠道及手段
  - 3.4.2 中国洗发水市场渠道状况
  - 3.4.3 中国高端洗发水渠道策略分析
  - 3.4.4 中国国产洗发水营销策略分析
  - 3.4.5 中国洗发水市场需要创新营销方式
- 3.5 2015-2019年洗发水市场竞争分析
  - 3.5.1 中国洗发水市场竞争格局分析
  - 3.5.2 中外洗发水品牌市场竞争状况
  - 3.5.3 中药汉方日化市场各领风骚
  - 3.5.4 中国洗发水市场竞争不断升级
- 3.6 中国洗发水行业发展的现状及对策
  - 3.6.1 中国本土洗发水产品的生存困境
  - 3.6.2 中国本土洗发水市场运作存在的问题
  - 3.6.3 中国洗发水行业面临的困境及突围策略
  - 3.6.4 国产洗发水企业发展的现状及对策
  - 3.6.5 内忧外患局势下本土洗发水企业的出路
- 3.7 洗发水市场的发展预测
  - 3.7.1 全球洗发香波市场发展趋势
  - 3.7.2 中国洗发品行业的发展新趋势
  - 3.7.3 中国洗发品市场的发展方向
  - 3.7.4 洗发水市场的长期发展走势

#### 第四章 2015-2019年洗发水细分市场

- 4.1 中草药洗发水
  - 4.1.1 中草药洗发水市场整体情况分析
  - 4.1.2 中国中药洗发水市场发展前景显现

- 4.1.3 中药草本洗发水市场竞争状况
- 4.1.4 本草洗发水品牌推广的问题分析
- 4.1.5 中草药洗发水市场发展预测
- 4.2 防脱洗发水
  - 4.2.1 中国防脱洗发水现状分析
  - 4.2.2 防脱洗发水品牌简析
  - 4.2.3 “防脱”类产品发展动态
  - 4.2.4 提升防脱洗发水忠诚度的建议
- 4.3 去屑洗发水
  - 4.3.1 中国去屑洗发水市场发展现状
  - 4.3.2 中国去屑洗发水市场竞争状况
  - 4.3.3 药物去屑洗发水消费者行为调查
  - 4.3.4 清扬去屑洗发水全面出击
  - 4.3.5 追风中药去屑概念洗发水市场拓展浅析

## 第五章 2015-2019年洗发水品牌分析

- 5.1 2015-2019年中国洗发水品牌总体概述
  - 5.1.1 洗发水品牌发展回顾
  - 5.1.2 国内洗发水品牌介绍
  - 5.1.3 主要品牌成功关键因素分析
- 5.2 2015-2019年中国洗发水品牌格局
  - 5.2.1 中国洗发水市场品牌格局
  - 5.2.2 中国洗发水品牌使用解析
  - 5.2.3 国内洗发水品牌竞争特征
  - 5.2.4 洗发水品牌营销分析
- 5.3 2015-2019年国产洗发水品牌分析
  - 5.3.1 国产洗发水品牌存在的问题
  - 5.3.2 国内成功品牌的有益启示
  - 5.3.3 创造品牌核心价值
  - 5.3.4 品牌规划与品牌资产层面的思考
  - 5.3.5 国产洗发水品牌的未来局面
- 5.4 2015-2019年高端洗发水品牌定位综述

- 5.4.1 高端洗发水市场品牌营销现状
- 5.4.2 高端洗发水市场品牌特征
- 5.4.3 高端洗发水市场品牌案例概述
- 5.4.4 高端洗发水市场成功品牌的经验
- 5.5 2015-2019年主要地区品牌分析
  - 5.5.1 珠三角市场洗发水品牌状况
  - 5.5.2 广东洗发水品牌困境透析
  - 5.5.3 江西洗发水品牌消费及广告投放分析
- 5.6 洗发水品牌案例
  - 5.6.1 飘柔品牌管理分析
  - 5.6.2 舒蕾品牌战略分析
  - 5.6.3 风影洗发水品牌发展战略
  - 5.6.4 拉芳品牌变革的得失
  - 5.6.5 霸王追风洗发水品牌传播策略

## 第六章 国外重点企业经营状况

- 6.1 美国宝洁公司 ( PROCTER & GAMBLE )
  - 6.1.1 公司简介
  - 6.1.2 宝洁经营状况
  - 6.1.3 宝洁洗发水市场细分策略
- 6.2 联合利华
  - 6.2.1 公司简介
  - 6.2.2 联合利华公司经营状况分析
  - 6.2.6 联合利华的品牌提升战略
- 6.3 欧莱雅集团
  - 6.3.1 集团简介
  - 6.3.2 欧莱雅经营状况
  - 6.3.3 欧莱雅集团的竞争策略
- 6.4 日本花王
  - 6.4.1 公司简介
  - 6.4.2 日本花王经营状况分析
  - 6.4.3 日本花王集团的消费者研究策略

## 第七章 国内重点公司经营分析

### 7.1 索芙特股份有限公司

#### 7.1.1 企业发展概况

#### 7.1.2 经营效益分析

#### 7.1.3 业务经营分析

#### 7.1.4 财务状况分析

#### 7.1.5 未来前景展望

### 7.2 霸王国际集团

#### 7.2.1 企业发展概况

#### 7.2.2 经营效益分析

#### 7.2.3 业务经营分析

#### 7.2.4 财务状况分析

#### 7.2.5 未来前景展望

### 7.3 丝宝集团

#### 7.3.1 集团简介

#### 7.3.2 丝宝洗发水品牌结构分析

#### 7.3.3 丝宝集团的终端营销策略

#### 7.3.4 丝宝品牌的发展变革分析

### 7.4 拉芳家化股份有限公司

#### 7.4.1 公司简介

#### 7.4.2 拉芳品牌的发展历程

#### 7.4.3 拉芳洗发水“低开高走”战略

#### 7.4.4 拉芳与巴斯夫的合作动态

### 7.5 广州市好迪集团有限公司

#### 7.5.1 公司简介

#### 7.5.2 好迪感性策略解析

#### 7.5.3 好迪精华素升级产品全新上市

### 7.6 广东名臣化妆品有限公司

#### 7.6.1 公司简介

#### 7.6.2 蒂花之秀发展之路

#### 7.6.3 蒂花之秀突破销量困境的对策

## 7.7 北京章光101科技股份有限公司

### 7.7.1 集团简介

### 7.7.2 章光101的发展历程

### 7.7.3 章光101品牌升级途径分析

### 7.7.4 章光101整合营销策略解析

## 7.8 上海华银日用品有限公司

### 7.8.1 公司简介

### 7.8.2 蜂花护发素的低价策略分析

### 7.8.3 “蜂花”护发创新扩展市场

### 7.8.4 蜂花产品的转型脱困策略分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/232646.html>