

中国洗发护发产品监测与投资盈利分析报告（2011-2015年）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国洗发护发产品监测与投资盈利分析报告（2011-2015年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/112168112168.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

随着头皮护理的概念愈来愈受到人们青睐，不少护发品牌亦不失时机地推出了针对头皮的居家洗护品。这类产品有的是头发和头皮兼顾，有的则是专为头皮设计。使用一些专为头皮设计的调理液或精油产品时，通常都需要搭配按摩手法以加强血液循环令营养成分更加深入。未来几年洗发护发产品企业要想在市场竞争中立足，必须加大产品的核心竞争力。

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。

第一章 洗发护发行业相关概述

第一节 洗发护发产品相关介绍

- 一、产品定义及类别
- 二、洗护发产品的主要成份
- 三、市场发展历程及产品生命周期

第二节 洗发护发细分产品介绍

- 一、护发素
- 二、定型剂
- 三、染发剂

第二章 2010-2011年中国洗发护发市场运行情况分析

第一节 2010-2011年全球洗发护发市场概况

- 一、世界洗发护发品市场
- 二、日本洗护发品市场特点
- 三、美国洗护发市场
- 四、德国洗护发市场
- 五、亚太地区洗护发产品广告费一路攀升

第二节 2010-2011年中国洗发护发市场总体概况

- 一、中国洗发护发宏观市场分析
- 二、洗发护发市场格局
- 三、高校学生洗发护发产品品牌调查
- 四、农村洗发护发市场

第三节 2010-2011年中国洗发护发市场存在的问题分析

- 一、中国洗发护发市场面临的挑战
- 二、洗发水市场有待规范
- 三、国内洗发水品牌亟待整合与突破

四、染发剂市场问题较多

第四节 2010-2011年中国洗护发行业的主导因素及发展方向

一、洗护发行业发展变化的主导驱动因素分析

二、中国洗护发市场发展方向

第三章 2010-2011年中国洗发水行业发展形势分析

第一节 2010-2011年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 2010-2011年中国洗发水消费分析

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 2010-2011年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

第四节 2010-2011年中国中小洗发水企业运营分析

一、中小洗发水企业的困惑

二、中小洗发水企业卖场终端之苦

三、中小洗发水企业品牌之痒

四、突围是中小洗发水企业成长的希望

五、中小企业洗发水突围建议

第五节 2010-2011年中国洗发水市场竞争格局分析

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风骚

第四章 2010-2011年中国洗发水细分市场发展情况分析

第一节 药物洗发水

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 防脱洗发水

- 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 去屑洗发水

- 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

第五章 2010-2011年中国洗发水品牌分析

第一节 2010-2011年中国洗发水品牌总体概述

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

第二节 2010-2011年中国洗发水品牌格局分析

- 一、中国洗发水品牌格局现状
- 二、国内洗发水品牌竞争特征
- 三、洗发水品牌营销分析
- 四、小品牌洗发水挑战宝洁

第三节 2010-2011年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

第四节 2010-2011年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

第五节 2010-2011年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

第六章 2006-2009年中国护发品进出口数据监测分析（3305）

第一节 2006-2009年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 2006-2009年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 2006-2009年中国护发品进出口平均单价分析

第四节 2006-2009年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

第七章 2006-2010年中国洗发护发产品相关行业主要数据监测分析

第一节 2006-2010年11月份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 2010年11月份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 2006-2010年11月份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、出口交货值分析

第四节 2006-2010年11月份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 2006-2010年11月份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

第八章 2010-2011年国外重点企业发展动态分析

第一节 美国宝洁公司 (Procter&Gamble)

- 一、公司简介
- 二、宝洁洗护发产品的战略规划
- 三、飘柔演进后的宝洁新策略
- 四、宝洁洗发水市场细分策略

第二节 联合利华

- 一、公司简介
- 三、联合利华的品牌战略
- 四、清扬洗发水的八大营销失误

第三节 法国欧莱雅 (L'Oréal)

- 一、集团简介
- 二、欧莱雅集团在中国的发展史
- 三、企业现状及市场竞争状况
- 四、欧莱雅集团的竞争策略

第四节 日本花王

- 一、公司简介
- 二、花王发展历程
- 三、日本花王陨落中国

第九章 2010-2011年中国洗发护发产品重点公司运营动态分析

第一节 索芙特股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、索芙特发展历程
- 三、索芙特经营状况
- 四、索芙特“现代汉方”营销危机探讨

第二节 湖北丝宝股份有限公司

- 一、集团简介
- 二、丝宝集团的终端营销策略
- 三、舒蕾洗发水上市策略
- 四、从舒蕾终端运作探究终端“黑洞”

第三节 奥妮化妆品有限公司

- 一、公司简介
- 二、奥妮脱颖而出开创中国植物洗发先例
- 三、奥妮皂角的爱国主义营销
- 四、奥妮品牌成功发展之路

第四节 广州市好迪化妆品有限公司

一、公司简介

二、好迪感性策略解析

三、广州好迪与用友致远A6共创双赢

第五节 广东熊猫日化用品有限公司

一、公司简介

二、熊猫日化经营状况

三、拉芳营销策略

第六节 广东名臣化妆品有限公司

一、公司简介

二、蒂花之秀发展之路

三、蒂花之秀突破销量困境的对策

第七节 北京章光101科技有限公司

一、集团简介

二、章光101创新整合引领世界防脱生发行业

三、整合营销创建章光101的品牌标杆

第八节 霸王(广州)有限公司

一、集团简介

二、霸王打造中药日化领军品牌

三、霸王中药洗发水引导天然健康消费新理念

四、霸王防脱洗发水的营销缺陷

第九节 上海华银日用品有限公司

一、公司简介

二、多年不变的市场份额

三、“蜂花”护发创新扩展市场

第十章 2011-2015年中国洗发护发市场发展前景与投资分析

第一节 2011-2015年中国洗发水市场的发展预测

一、全球洗发香波市场发展趋势

二、中国洗发品行业的发展新趋势

第二节 2011-2015年中国洗发护发产品市场走向前瞻

一、中国洗发护发产品供需格局预测

二、中国洗发护发产品进出口形势预测

三、中国洗发护发产品市场盈利能力预测分析

第三节 2011-2015年中国洗发护发市场投资分析

一、中国洗发护发行业投资机会分析

二、中国洗发护发行业投资风险预警

三、中国洗发护发行业投资策略研究

图表目录：（部分）

图表：十大专业美发品牌

图表：我国洗发用品企业占有率情况

图表：大学生洗发水用量统计

图表：大学生洗发水单价统计

图表：品牌渗透率及品牌忠诚度分析

图表：影响大学生对洗发护发品牌的选购行为的因素

图表：洗发水品牌营销的四个层面示意图

图表：洗发水不同批那批代言人统计

图表：珠三角市场洗发水品牌消费者评价排序

图表：2006-2009年中国护发品进口数量分析

图表：2006-2009年中国护发品进口金额分析

图表：2006-2009年中国护发品出口数量分析

图表：2006-2009年中国护发品出口金额分析

图表：2006-2009年中国护发品进出口平均单价分析

图表：2006-2009年中国护发品进口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国护发品出口国家及地区分析

图表：2006-2010年11月份中国化妆品制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年11月份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：2006-2010年11月份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：2006-2010年11月份中国化妆品制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2010年中国化妆品制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2010年中国化妆品制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2010年中国化妆品制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2010年中国化妆品制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2006-2010年11月份中国化妆品制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国化妆品制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国化妆品制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国化妆品制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国化妆品制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国化妆品制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2006-2010年11月份中国化妆品制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2011-2015年中国洗发护发产品进口形势预测

图表：2011-2015年中国化妆品行业盈利预测

《中国洗发护发产品监测与投资盈利分析报告（2011-2015年）》系统全面的调研了洗发护发产品的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/112168112168.html>