

# 中国洗发水市场发展现状及未来五年投资动向研究报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国洗发水市场发展现状及未来五年投资动向研究报告》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/xiantiyongpin/223186223186.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

### 第一章 洗发水的相关概述

#### 1.1 洗发水的概述

##### 1.1.1 洗发水的概述

##### 1.1.2 洗发水产品的细分

##### 1.1.3 护发品定义及分类

#### 1.2 护发细分产品

##### 1.2.1 护发素

##### 1.2.2 啫喱水

##### 1.2.3 发泥发蜡

##### 1.2.4 染发剂

### 第二章 2014年中国洗涤用品行业发展环境分析

#### 2.1 宏观经济环境

##### 2.1.1 2013-2014年中国GDP增长分析

##### 2.1.2 2014年中国工业经济运行情况分析

##### 2.1.3 2013-2014年中国商品进出口贸易

##### 2.1.4 2014年中国居民收入与消费状况

#### 2.2 政策环境分析

##### 2.2.1 中国日化行业环境监管政策分析

##### 2.2.2 《消费品使用说明化妆品通用标签》

##### 2.2.3 2014年《化妆品标签标识管理规范》

##### 2.2.4 2010年化妆品包装标准开始实施

#### 2.3 产业发展环境

##### 2.3.1 2014年中国日化市场销售规模

##### 2.3.2 2014年洗涤用品行业发展概况

##### 2.3.3 2014年洗涤用品市场运行情况

##### 2.3.4 2014年中国洗涤市场销售特点

### 第三章 2014年中国洗发水市场分析

#### 3.1 中国洗发水市场概况

##### 3.1.1 中国洗发水行业发展的历程

##### 3.1.2 中国洗发水市场发展的现状

##### 3.1.3 中国洗发水的市场细分状况

##### 3.1.4 洗发水总体市场竞争格局

##### 3.1.5 本土洗发水企业发展现状

## 3.2 洗发水市场营销分析

### 3.2.1 洗发水产品销售模式分析

### 3.2.2 中国洗发水销售渠道分析

### 3.2.3 洗护发产品的销售手段分析

### 3.2.4 洗发水市场需要创新营销方式

## 3.3 2014年洗护发市场分析

### 3.3.1 2014年中国洗发护发市场规模分析

### 3.3.2 2014年中国二合一洗发水市场规模

### 3.3.3 2014年中国护发造型产品市场规模

### 3.3.4 2014年中国护发素市场规模分析

### 3.3.5 2014年中国染发剂市场规模分析

## 3.4 2014年洗发水市场分析

### 3.4.1 2014年中国洗发水市场规模分析

### 3.4.2 2014年中国洗发水市场竞争状况

### 3.4.3 2014年中国洗发水传播风强势不减

### 3.4.4 2014年洗发水高端市场的竞争态势

## 3.5 洗发水行业典型商业模式分析

### 3.5.1 宝洁模式

### 3.5.2 丝宝模式

### 3.5.3 拉芳模式

### 3.5.4 三种模式的启示

## 第四章 2014年中国洗发水细分市场分析

### 4.1 去屑洗发水

#### 4.1.1 中国去屑洗发水市场发展现状

#### 4.1.2 中国去屑洗发水市场竞争现状

#### 4.1.3 2014年去屑洗发水市场竞争升级

#### 4.1.4 2014年清扬激战男性洗发水市场

#### 4.1.5 追风中药去屑洗发水市场拓展浅析

### 4.2 防脱洗发水

#### 4.2.1 中国防脱洗发水发展历程与现状

#### 4.2.2 日用洗发水功能延伸至防脱市场

#### 4.2.3 中国药物防脱发洗发水市场分析

#### 4.2.4 防脱洗发水主要品牌发展解析

#### 4.2.5 中国防脱发市场良性发展对策

### 4.3 中草药洗发水

#### 4.3.1 中草药洗发香波的发展现状

#### 4.3.2 中国茶籽洗发水生产企业及产品

#### 4.3.3 2013年中国中草药洗发水竞争状况

#### 4.3.4 2014年中国中草药洗发水市场规模

#### 4.3.5 2014年中国中草药洗发水市场兴起

### 第五章 中国主要区域洗发水消费调研分析

#### 5.1 华北地区

#### 5.2 东北地区

#### 5.3 华东地区

#### 5.4 华中地区

#### 5.5 华南地区

#### 5.6 西部地区

### 第六章 2014年中国洗发水品牌发展分析

#### 6.1 洗发水品牌概述

##### 6.1.1 中国洗发水品牌发展历程

##### 6.1.2 中国洗发水品牌现状与格局

##### 6.1.3 中国洗发水主要品牌的概述

##### 6.1.4 洗发水品牌内涵的四个层面

#### 6.2 洗发水品牌格局分析

##### 6.2.1 2014年中外洗发水品牌市场分析

##### 6.2.2 中国洗发水品牌渗透率总体情况

##### 6.2.3 中国消费者洗发水品牌使用解析

##### 6.2.4 中国洗发水品牌市场竞争特征

#### 6.3 国产洗发水品牌策略

##### 6.3.1 国产洗发水品牌存在的问题

##### 6.3.2 国内成功洗发水品牌的启示

##### 6.3.3 创造色彩缤纷品牌核心价值

##### 6.3.4 主动切入深度挖掘品牌手段

##### 6.3.5 提升洗发水品牌的创意能力

### 第七章 国内外洗发水重点企业分析

#### 7.1 宝洁公司

##### 7.1.1 企业基本情况

##### 7.1.2 2014年公司经营状况

##### 7.1.3 广州宝洁公司经营状况

##### 7.1.4 飘柔品牌发展另类策略

#### 7.1.5 宝洁洗发水的品牌策略

### 7.2 联合利华

#### 7.2.1 企业基本情况

#### 7.2.2 2014年公司经营状况

#### 7.2.3 联合利华在中国的发展情况

#### 7.2.4 联合利华品牌战略提升竞争力

#### 7.2.5 联合利华圈地加大产品投入

### 7.3 欧莱雅集团

#### 7.3.1 企业基本情况

#### 7.3.2 2014年公司经营状况

#### 7.3.3 欧莱雅集团在中国的发展

#### 7.3.4 欧莱雅集团竞争策略分析

#### 7.3.5 欧莱雅进军大众洗发水市场

### 7.4 花王株式会社

#### 7.4.1 企业基本情况

#### 7.4.2 2013财年公司经营情况分析

#### 7.4.3 上海花王洗发水产品情况

#### 7.4.4 上海花王有限公司经营情况

## 第八章 2015-2020年中国洗发水市场前景分析

### 8.1 洗发水市场前景

#### 8.1.1 洗发水产品未来发展趋势分析

#### 8.1.2 中国高端洗发水市场前景广阔

#### 8.1.3 中草药洗发香波发展前景分析

#### 8.1.4 茶籽洗发水市场前景预测分析

### 8.2 2015-2020年洗发水市场预测

#### 8.2.1 2015-2020年洗涤用品市场规模预测

#### 8.2.2 2015-2020年洗护发产品市场规模预测

#### 8.2.3 2015-2020年中国洗发水市场规模预测

## 第九章 :2015-2020年中国洗发水行业投资机会与风险

### 9.1 2015-2020年中国洗发水行业投资环境

### 9.2 2015-2020年洗发水行业投资机会分析

#### 9.2.1 洗发水行业吸引力分析

#### 9.2.2 洗发水行业区域投资潜力

### 9.3 2015-2020年洗发水行业投资风险分析

#### 9.3.1 市场竞争风险

9.3.2 品牌经营风险

9.3.3 新品开发风险

9.4 2015-2020年中国洗发水行业投资策略分析

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/223186223186.html>