

2017-2022年中国洗发水产业发展态势及投资规划 研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国洗发水产业发展态势及投资规划研究报告》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/huazhuang/284260284260.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

洗发水一般采用硫酸脂肪醇的三乙醇胺与氢氧化胺的混合盐、十二酸异丙醇酰胺、甲醛、聚氧乙烯、羊毛脂、香料、色料和水作为原料。这些成份的综合作用能起到清洁头皮和头发的功能。近年来，消费者愈发关注个人护理产品的综合性功能，希望产品除满足基本功能需求外，能够具有更多的复合功效。对于洗发水产品，除了基本的清洁功能外，美发和护发效果需要速效、持久并能满足各种发质的需求；消费者对产品的功能需求，促使洗发水企业在各个细分领域，以市场需求为出发点并行开展多项针对性的技术研究。

中国已经跻身全国最大的洗发水需求市场，目前洗发水行业已有2000余家企业。2016年我国洗发水行业产量约69.8万吨，同比增长7.44%。

2012-2016年我国洗发水产量情况

来源：公开资料整理

2016年我国洗发水市场规模约为296亿元，从增长幅度来看，2016年规模增幅放缓至1.7%。增速放缓的主要原因在于一至三线城市市场已趋于饱和。此外，市场竞争激烈，品牌竞相推出促销打折活动，也造成市场增速放缓。

2012-2016年我国洗发水市场规模情况

来源：公开资料整理

中国报告网发布的《2017-2022年中国洗发水产业发展态势及投资规划研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一章2017-2022年洗发水行业概述

第一节2017-2022年洗发水行业简介

一、产品分类

二、组成成份

三、主要功能

第二节2017-2022年洗发水行业国内外发展概述

一、全球洗发水产品行业发展概述

1、行业发展现状

2、区域发展特点

3、市场规模分析

二、中国洗发水产品行业发展概述

1、行业发展现状和特点

2、区域发展特点

3、市场规模分析

第二章2017-2022年洗发水行业发展环境分析

第一节2017-2022年宏观环境分析

一、经济环境

二、政治环境

三、科学技术环境

第二节2017-2022年微观环境分析

1、国外企业分析

2、国内企业分析

3、区域市场发展

第三节2017-2022年洗发水行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第三章2017-2022年洗发水行业市场分析

第一节2017-2022年行业特征分析

一、成长性

二、盈利性

三、生命周期

第二节2017-2022年行业竞争强度分析

一、供求强度

二、消费结构

三、品牌竞争

第三节2017-2022年市场规模分析

- 一、洗发水行业市场规模及增速
- 二、洗发水行业市场饱和度
- 三、影响洗发水行业市场规模的因素

第四章2017-2022年我国洗发水区域市场分析

第一节2017-2022年区域市场发展状况

- 一、华南市场
- 二、华北市场
- 三、华东市场
- 四、华中市场
- 五、西北市场
- 六、西南市场

第二节2017-2022年重点区域市场需求分析

- 一、发展现状
- 二、发展潜力

第三节2017-2022年区域市场需求变化趋势

- 一、需求现状
- 二、需求潜力
- 三、变化趋势

第五章2017-2022年我国洗发水进出口分析

第一节、进口规模分析

- 一、过去三年洗发水产品进口量/值及增长情况
- 二、影响洗发水产品进口的因素
- 三、未来五年洗发水产品行业进口形势预测

第二节、出口规模分析

- 一、过去三年洗发水产品出口量/值及增长情况
- 二、影响洗发水产品出口的因素
- 三、未来五年洗发水产品行业出口形势预测

第六章2017-2022年洗发水细分行业分析

第一节2017-2022年男性洗发水市场分析

- 一、产品分类
- 二、市场规模分析
- 三、产品结构分析
- 四、销售模式分析
- 五、用户结构及需求特征

第二节2017-2022年女性洗发水市场分析

- 一、产品分类
- 二、市场规模分析
- 三、产品结构分析
- 四、销售模式分析
- 五、用户结构及需求特征

第七章2017-2022年洗发水行业竞争分析

第一节2017-2022年行业竞争格局

- 一、重点洗发水企业市场份额
- 二、洗发水行业市场集中度
- 三、行业竞争群组

第二节2017-2022年潜在进入者

- 一、进入壁垒
- 二、退出机制

第三节2017-2022年行业产品价格竞争

- 一、洗发水产品价格特征
- 二、洗发水产品当前市场价格现状
- 三、影响市场洗发水产品价格的因素
- 四、主流厂商洗发水产品价位及价格策略
- 五、洗发水产品未来价格变化趋势

第八章2017-2022年洗发水行业渠道分析

第一节2017-2022年传统渠道分析

- 一、渠道形势
- 二、发展阶段
- 三、市场规模
- 四、变化趋势

第二节2017-2022年新兴渠道分析

- 一、渠道形势
- 二、发展阶段
- 三、市场规模
- 四、变化趋势

第三节2017-2022年渠道优劣势对比

第四节2017-2022年行业渠道发展趋势

第九章2017-2022年2014-2016年中国洗发水市场总体概况

第一节2017-2022年2014-2016年中国洗发水市场形势分析

一、发展综述

二、消费结构

三、需求分布

第二节2017-2022年2014-2016年中国洗发水市场发展分析

一、产品结构

二、市场规模

三、发展状况

第十章2017-2022年中国洗发水领先企业竞争力分析

第一节2017-2022年宝洁集团

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节2017-2022年联合利华集团

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节2017-2022年巴黎欧莱雅有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节2017-2022年德国汉高集团

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节2017-2022年资生堂集团

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节2017-2022年索芙特股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节2017-2022年拉芳国际集团

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节2017-2022年广州好迪化妆品有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节2017-2022年广州名臣有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节2017-2022年广州市宝丽化妆品有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章2017-2022年中国洗发水行业发展前景预测

第一节2017-2022年行业五年规划发展现状

一、“十二五”发展运行情况

二、行业发展成果

第二节2017-2022年“十三五”发展前景预测

一、行业发展潜力

二、行业发展趋势

二、行业市场规模

第三节2017-2022年未来五年行业供需趋势预测

一、供给预测

二、需求预测

三、供需平衡预测

第四节2017-2022年未来行业渠道运行预测

- 一、传统市场发展趋势
- 二、传统渠道市场规模预测
- 三、新兴渠道发展趋势
- 四、新兴渠道市场规模预测

第十二章2017-2022年未来洗发水行业经营战略

第一节2017-2022年品牌战略

- 一、什么是品牌
- 二、品牌重要性
- 三、实施品牌战略的意义
- 四、品牌战略管理的策略

第二节2017-2022年营销战略

- 一、市场细分
- 二、市场定位
- 三、宣传策略
- 四、渠道策略

第三节2017-2022年行业发展战略

- 一、战略综合规则
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规化
- 五、产业战略规化
- 六、竞争战略规化

图表目录

图表：2014-2016年我国洗发水销售数量分析

图表：2014-2016年家用洗发水销售金额分析

图表：2014-2016年洗发水区域市场分析

图表：2014-2016年洗发水子分业分类

图表：2014-2016年洗发水行业市场规模

图表：2014-2016年洗发水产品市场潜力

图表：2014-2016年洗发水细分市场分类

图表：2017-2022年我国洗发水行业供给预测

图表：2017-2022年我国洗发水行业需求预测

图表：2017-2022年我国洗发水行业供需平衡预测

图表详见报告正文（XZJ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/284260284260.html>