

2021年中国洗发水行业分析报告- 行业深度研究与前景评估预测

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《2021年中国洗发水行业分析报告-行业深度研究与前景评估预测》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/545085545085.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

洗发水又名香波、洗发露，是应用最为广泛的洗发用品，也是最常用的发用化妆品之一。用于洗净附着在头皮和头发上的人体分泌的油脂，污垢，头皮上脱落的细胞以及外来的灰尘、微生物、定型产品的残留物和不良气味等，保持头皮和头发清洁及头发美观。

洗发水产品分类 资料来源：观研天下整理

洗发水的上游行业主要指制作洗发水的原材料和包装材料，包括水、表面活性剂、乳化剂、香精等。目前市面上的生产的洗发水类型主要有去屑止痒型、深层清洁型、清爽控油型、修复滋养型等。洗发水是快速消费品，产业链的下游主要是指经销商等通过线上、线下渠道将生产成品输送到消费者手中。

洗发水行业产业链 资料来源：观研天下整理

随着人们更注重头发的质量，护发也就随着现行社会所发展的时尚潮流而更受关注。根据数据显示，2016年至2018年期间，我国洗护发的市场规模逐年上涨，2019年市场规模已经达到546.5亿元，2020年市场规模将会上涨到563.5亿元，同比增长%。

2016-2020年我国洗护发行业市场规模及增速 数据来源：观研天下整理

一、供应商的议价能力

供应商议价能力，指的是现有企业向供应商购买原料时，供应商争取获得较好价格的能力。我国日化产业的供应商主要是原料生产及包装材料供应商。而洗发水行业的供应商是根据其采购量占总销售量的比例决定采购价格的，所以对于中小企业来说，供应商的议价能力是比较高。同时，近年来随着原油价格上涨，导致原材料成本价格也是水涨船高，在一定程度上增加了洗发水产业供应商的议价能力。

二、购买者的议价能力

洗发水行业的客户主要为消费者，从我国个人护理方面来说，洗发水是生活必需品，需求量还是较大的。我国的洗发品牌众多选择性还是较大的，但由于行业集中度较高，整体呈现“一超多强”局势，因此导致购买者议价能力相对较低。

从2019年我国美妆个护的市场占比看，护肤类占比最高，达到了51%的比重，占据了市场一半的份额。其次就是头发护理类和彩妆类，从数据上看，头发护理类和彩妆类都分别占据了市场12%的市场份额。

2019年我国个人护理细分类别市场份额占比情况 数据来源：观研天下整理

三、新进入者的威胁

作为改革开放后发展最迅速、最早对外开放的行业之一的日化行业与国民生活息息相关，在如今新零售的市场环境下，日化产品市场需求不断增加，相关企业竞争日益激烈。根据资料显示，疫情期间消费者在日化品类的消费中卫生防疫用品、家庭清洁用品、个人洗护产品等方面的消费意愿明显增强。

随着人们消费支出的不断增加以及消费观念的不断转变，出于爱美、保养、健康以及卫生的

需求，2010年至2019年我国日化企业注册量呈逐年上升趋势，2019年我国日化企业注册量高达30.86万家，是2018年注册量的3.5倍。

2015-2019年我国日化企业注册量 数据来源：观研天下整理

四、替代品的威胁

两个处于同行业或不同行业中的企业，可能会由于所生产的产品是互为替代品，从而在它们之间产生相互竞争行为，这种源自于替代品的竞争会以各种形式影响行业中现有企业的竞争战略。洗发水作为日常生活的清洁用品，是我们生活的必需品，有相对稳定的需求量，不存在明显的替代品

五、同行业竞争者的竞争程度

日化用品是指日用化学品，人们平日常用的科技化学制品有洗发水、沐浴露、化妆品、洗衣粉等。从我国的日化市场占有率来看，我国的日化市场国际品牌的市场占有率高，宝洁公司和联合利华集团这两个公司就占据了我国47%的市场，国内品牌拉芳和广州环亚占比分别只有2%和3%的市场份额。

2019年我国日化市场市占率情况 数据来源：观研天下整理

洗发水是个人护理用品中最大的一类产品，中国是目前世界上洗发水生产量和销售量最高的国家。中国的洗护发品市场是一个趋于成熟的市场。为了满足消费者的不同需要，产品更趋于多样化、细分化、系列化，将更加接近于美容护肤化妆品的发展方向。（TJL）

我国洗发水行业部分生产企业概况

品牌名称

所属公司

概述

海飞丝

宝洁(中国)有限公司

始于1961年北美，专注于头皮养护与头皮健康领域，1991年进入中国大陆，定位中档洗发品牌，以“去头皮屑”功能为主要特色，其丝质柔滑型洗发水较为有名

沙宣

科蒂(中国)投资有限公司

1954年建于英国，国际美发先锋，优质美发护发产品和专业美发教育象征，全系列头发护理产品和造型产品供应商，2015年由宝洁出售给科蒂公司

清扬

联合利华(中国)投资有限公司

始于1973年，定位中高端去屑及头皮护理品牌，全国较早的“男女区分”去屑洗发水品牌，产品的“无懈可击”去屑风潮闻名业内

潘婷

宝洁(中国)有限公司

诞生于1947年瑞士，全球修护损伤洗发水知名品牌，宝洁公司旗下秀发护理品牌，1992年进入中国市场

巴黎欧莱雅

欧莱雅(中国)有限公司

始于1907年法国，专注护肤品、染发用具、皮肤病、制药等领域的研究，风靡全球的美容品牌

施华蔻

汉高(中国)投资有限公司

始于1898年德国，以黑人头为品牌标志，专业为染发/护发/造型/烫发领域提供沙龙级专用产品

飘柔

宝洁(中国)有限公司

1989年进入国内洗发水市场，柔顺秀发行业知名品牌，推动秀发洗护二合一潮流，其推出5毫升轻便小包装深受经常短期旅行/出差人士的喜爱

丝蕴

汉高(中国)投资有限公司

源自日本，专业沙龙级美发品牌，卓效配方专为亚洲人发质设计，其无硅系列产品口碑良好

联合利华(中国)投资有限公司

创始于1889年美国，1924年推出美容香皂，享誉全球的洗护品牌，以卓越品质深入人心，其产品包括洗发乳/润发素/沐浴露和香皂等

多芬

联合利华(中国)投资有限公司

1957年创立于美国，享誉全球的清洁品牌，秀发、肌肤护理专家，集秀发损伤护理系列、沐浴乳、香块与洁面产品于一体综合型企业资料来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国洗发水行业分析报告-行业深度研究与前景评估预测》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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息

咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国洗发水行业发展概述

第一节 洗发水行业发展情况概述

- 一、洗发水行业相关定义
- 二、洗发水行业基本情况介绍
- 三、洗发水行业发展特点分析
- 四、洗发水行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、洗发水行业需求主体分析

第二节 中国洗发水行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、洗发水行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国洗发水行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国洗发水行业生命周期分析

- 一、洗发水行业生命周期理论概述
- 二、洗发水行业所属的生命周期分析
- 第四节 洗发水行业经济指标分析
 - 一、洗发水行业的赢利性分析
 - 二、洗发水行业的经济周期分析
 - 三、洗发水行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国洗发水行业进入壁垒分析
 - 一、洗发水行业资金壁垒分析
 - 二、洗发水行业技术壁垒分析
 - 三、洗发水行业人才壁垒分析
 - 四、洗发水行业品牌壁垒分析
 - 五、洗发水行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球洗发水行业市场发展现状分析

- 第一节 全球洗发水行业发展历程回顾
- 第二节 全球洗发水行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲洗发水行业地区市场分析
 - 一、亚洲洗发水行业市场现状分析
 - 二、亚洲洗发水行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲洗发水行业市场前景分析
- 第四节 北美洗发水行业地区市场分析
 - 一、北美洗发水行业市场现状分析
 - 二、北美洗发水行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美洗发水行业市场前景分析
- 第五节 欧洲洗发水行业地区市场分析
 - 一、欧洲洗发水行业市场现状分析
 - 二、欧洲洗发水行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲洗发水行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界洗发水行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球洗发水行业市场规模预测

第三章 中国洗发水产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品洗发水总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国洗发水行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国洗发水产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国洗发水行业运行情况

第一节 中国洗发水行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国洗发水行业市场规模分析

第三节 中国洗发水行业供应情况分析

第四节 中国洗发水行业需求情况分析

第五节 我国洗发水行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国洗发水行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国洗发水行业供需平衡分析

第八节 中国洗发水行业发展趋势分析

第五章 中国洗发水所属行业运行数据监测

第一节 中国洗发水所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国洗发水所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国洗发水所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国洗发水市场格局分析

第一节 中国洗发水行业竞争现状分析

一、中国洗发水行业竞争情况分析

二、中国洗发水行业主要品牌分析

第二节 中国洗发水行业集中度分析

一、中国洗发水行业市场集中度影响因素分析

二、中国洗发水行业市场集中度分析

第三节 中国洗发水行业存在的问题

第四节 中国洗发水行业解决问题的策略分析

第五节 中国洗发水行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国洗发水行业需求特点与动态分析

第一节 中国洗发水行业消费市场动态情况

第二节 中国洗发水行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 洗发水行业成本结构分析

第四节 洗发水行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国洗发水行业价格现状分析

第六节 中国洗发水行业平均价格走势预测

一、中国洗发水行业价格影响因素

二、中国洗发水行业平均价格走势预测

三、中国洗发水行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国洗发水行业区域市场现状分析

第一节 中国洗发水行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区洗发水市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区洗发水市场规模分析

四、华东地区洗发水市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区洗发水市场规模分析

四、华中地区洗发水市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区洗发水市场规模分析

四、华南地区洗发水市场规模预测

第九章 2017-2021年中国洗发水行业竞争情况

第一节 中国洗发水行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国洗发水行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国洗发水行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 洗发水行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 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 企业

- 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 企业

- 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 企业

- 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 2021-2026年中国洗发水行业发展前景分析与预测

第一节 中国洗发水行业未来发展前景分析

- 一、洗发水行业国内投资环境分析
- 二、中国洗发水行业市场机会分析
- 三、中国洗发水行业投资增速预测

第二节 中国洗发水行业未来发展趋势预测

第三节 中国洗发水行业市场发展预测

- 一、中国洗发水行业市场规模预测
- 二、中国洗发水行业市场规模增速预测
- 三、中国洗发水行业产值规模预测
- 四、中国洗发水行业产值增速预测
- 五、中国洗发水行业供需情况预测

第四节 中国洗发水行业盈利走势预测

- 一、中国洗发水行业毛利润同比增速预测
- 二、中国洗发水行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国洗发水行业投资风险与营销分析

第一节 洗发水行业投资风险分析

- 一、洗发水行业政策风险分析
- 二、洗发水行业技术风险分析

三、洗发水行业竞争风险分析

四、洗发水行业其他风险分析

第二节 洗发水行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国洗发水行业发展战略及规划建议

第一节 中国洗发水行业品牌战略分析

一、洗发水企业品牌的重要性

二、洗发水企业实施品牌战略的意义

三、洗发水企业品牌的现状分析

四、洗发水企业的品牌战略

五、洗发水品牌战略管理的策略

第二节 中国洗发水行业市场的关键客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国洗发水行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国洗发水行业发展策略及投资建议

第一节 中国洗发水行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国洗发水行业营销渠道策略

一、洗发水行业渠道选择策略

二、洗发水行业营销策略

第三节 中国洗发水行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国洗发水行业重点投资区域分析

二、中国洗发水行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/545085545085.html>