

2016-2022年中国洗发护发产业发展监测及投资定位分析报告

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《2016-2022年中国洗发护发产业发展监测及投资定位分析报告》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/235491235491.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

一项调查数据显示，20%左右的中国人有每天洗发的习惯，75%以上的中国人每1到3天洗发一次，这其中蕴含了300亿元的洗发水市场和200亿元的护发美发市场。从长远看，洗发护发市场发展前景依然可观。预计今后5年中，洗发护发行业年平均增长率将保持在1.8%的水平。

目前洗发护发产品生产厂家有2000多家，近4000个品牌在市场上激烈竞争。目前按市场份额占有率大致可划分为三大阵容：

第一阵容：宝洁凭借多品牌战略和本土化战略的成功实施，以及强大的资源和能力，持续的产品创新和品牌塑造，使得旗下海飞丝-去屑;飘柔-柔顺;潘婷-营养;沙宣-保湿;伊卡璐-天然;市场占有率达到60%左右，再加上联合利华携力士、夏士莲、清扬等品牌，两者的市场占有率达到75%左右。第二阵容：丝宝集团的舒蕾、霸王、广东名臣（蒂花之秀、美王、依采、高新康效）、拉芳等品牌洗发水品牌市场占有率共计达15%左右。第三阵容：大部分国产品牌如采乐、好迪、奥妮、拉芳等，市场份额占10%左右。

中国大中城市洗发护发产品市场几乎被宝洁和联合利华垄断，而中国的本土洗发护发品牌退守广大乡镇市场，倒也相得益彰。但是近年来，随着宝洁、资生堂等品牌渠道下沉策略的演进，原本相对安全的乡镇市场也被大品牌逐渐蚕食，本土洗发护发产品企业的生产日益艰难。大中城市的洗发水市场已接近饱和，继续深耕的价值越来越小，各品牌进军乡镇已是大势所趋，本土洗发护发产品企业必须破除惰性，锐意转型，才可获得长远的发展。

在产品功能上，洗发护发产品的功能不断延伸并逐渐细化，从最初的清洁头发功能，逐步延伸为护理、营养、滋润、去屑等功能，更进一步延伸到乌发、防脱、生发等概念。2007年，作为联合利华近十年来最重要的新品牌，清扬首次提出了“男女区分”的去屑概念，推出男士专用去屑产品，从而打开了男性专用洗发水市场的大门。时至今日，国产品牌霸王、花王旗下品牌碧柔、宝洁旗下的海飞丝均已推出男士洗发水产品，这一市场逐步升温，预计未来将成为洗发护发行业新的利润增长点。

从渠道来看：作为快速流通消费品，洗发水几乎可以在所有的渠道都可以进行销售，如商场、超市、日杂店、浴池、发廊、宾馆等，在洗发水购买的渠道中，依次为：超市、便利店所占比重近40%，特大仓储型超市所占比重超过20%，公费发送、赠送、派送产品占将近20%。对于厂商来说，通常采用的是经销模式，利用传统的商业流通渠道，通过一级批发、二级批发等层层渗透到各级零售终端，再达到消费者的手中。近两年，出现了一些化妆品专营店、电子商务、组织购买等新的渠道形式，并且销量占比在迅速提升。

洗发护发产品生产所需的主要原料均来自石油、油脂，近年来，这些初级化工原料价格的持续上扬，已经给企业带来了巨大压力;加之水、电、燃料、运输、包装材料等涉及企业生产经营环节的要素价格同时上涨，使企业的生产成本大幅提高;另外，劳动力市场紧缺、工人工资上涨也大幅推高了企业的用工成本。在如此严峻的运营环境下，行业内的中小企业

将在新一轮的竞争中或遭到淘汰，洗发护发行业面临重新洗牌。

中国报告网发布的《2016-2022年中国洗发护发产业发展监测及投资定位分析报告》首先介绍了洗发护发行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一章 中国洗发护发行业发展综述

1.1 洗发护发行业定义及分类

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

1.1.3 行业在国民经济中的地位

1.2 洗发护发行业统计标准

1.2.1 洗发护发行业统计部门和统计口径

1.2.2 洗发护发行业统计方法

1.2.3 洗发护发行业数据种类

1.3 洗发护发行业供应链分析

1.3.1 洗发护发行业供应链简介

1.3.2 洗发护发行业下游分析

1.3.3 洗发护发行业上游分析

（1）表面活性剂市场发展分析

1) 表面活性剂市场发展现状

2) 表面活性剂市场发展前景

（2）硅油市场发展分析

1) 硅油的分类和应用

2) 硅油市场竞争状况

3) 技术实力和产品结构是未来发展关键

（3）香精香料行业发展分析

1) 香精香料发展总体概况

2) 香精香料行业市场供给分析

3) 香精香料行业市场需求分析

4) 日化香精是未来一大看点

（4）塑料包装行业发展分析

1) 塑料包装行业发展总体概况

2) 塑料包装行业市场供给分析

3) 塑料包装行业市场需求分析

4) 日化塑料包装轻量化是发展趋势

第二章 洗发护发行业发展状况分析

2.1 中国洗发护发行业发展状况分析

2.1.1 中国洗发护发行业发展总体概况

2.1.2 中国洗发护发行业发展主要特点

2.1.3 洗发护发行业经营情况分析

(1) 洗发护发行业经营效益分析

(2) 洗发护发行业盈利能力分析

(3) 洗发护发行业运营能力分析

(4) 洗发护发行业偿债能力分析

(5) 洗发护发行业发展能力分析

2.2 洗发护发行业经济指标分析

2.2.1 洗发护发行业主要经济效益影响因素

(1) 企业品牌意识

(2) 资本运作

(3) 资金充足程度

2.2.2 洗发护发行业经济指标分析

2.3 洗发护发行业供需平衡分析

2.3.1 全国洗发护发行业供给情况分析

2.3.2 全国洗发护发行业需求情况分析

第三章 洗发护发行业市场环境分析

3.1 行业政策环境分析

3.1.1 行业相关政策动向

(1) 行业相关政策

(2) 行业相关标准

3.1.2 洗发护发行业发展规划

(1) 轻工业调整和振兴规划

(2) 《化妆品行业“十二五”发展规划》

(3) 美容美发业纳入“十二五”服务业总体规划

3.2 行业经济环境分析

3.2.1 国际宏观经济环境分析

(1) 国际宏观经济现状

(2) 国际宏观经济预测

3.2.2 国内宏观经济环境分析

(1) 中国GDP增长情况

(2) 居民收入增长情况

(3) 全社会固定资产投资情况

(4) 居民消费价格

(5) 宏观经济走势预测

3.2.3 行业宏观经济环境分析

3.3 行业消费环境分析

3.3.1 行业消费现状分析

3.3.2 行业消费特征分析

3.3.3 行业消费趋势分析

第四章 洗发护发行业市场竞争状况分析

4.1 行业总体市场竞争状况分析

4.2 行业国际市场竞争状况分析

4.2.1 国际洗发护发市场发展状况

4.2.2 国际洗发护发市场竞争状况分析

4.2.3 国际洗发护发市场发展趋势分析

4.2.4 跨国公司在华市场竞争分析

(1) 美国宝洁集团

(2) 联合利华

(3) 高露洁

(4) 资生堂

(5) 欧莱雅

(6) 花王

4.2.5 跨国公司在华的竞争策略分析

4.3 行业国内市场竞争状况分析

4.3.1 国内洗发护发行业竞争格局分析

4.3.2 国内洗发护发行业集中度分析

(1) 行业销售集中度分析

(2) 行业资产集中度分析

(3) 行业利润集中度分析

4.3.3 国内洗发护发行业市场规模分析

4.3.4 洗发护发行业议价能力分析

4.3.5 国内潜在威胁分析

4.4 行业投资兼并与重组整合分析

4.4.1 洗发护发行业投资兼并与重组整合概况

- 4.4.2 国际洗发护发企业投资兼并与重组整合
- 4.4.3 国内洗发护发企业投资兼并与重组整合
- 4.4.4 洗发护发行业投资兼并与重组整合特征判断

第五章 洗发护发行业主要产品市场分析

5.1 行业主要产品结构特征

- 5.1.1 行业产品结构特征分析
- 5.1.2 行业产品市场发展概况

5.2 行业主要产品市场分析

- 5.2.1 洗发产品市场分析
- 5.2.2 护发产品市场分析
- 5.2.3 美发产品市场分析
- 5.2.4 染发产品市场分析
- 5.2.5 生发产品市场分析

5.3 头发护理类关注度分析

- 5.3.1 头发护理类关注指数
- 5.3.2 头发护理类关注内容
- 5.3.3 头发护理类品牌关注度
- 5.3.4 头发护理类品牌关注人群分布情况
- 5.3.5 头发护理类产品用途关注度

5.4 行业产品营销模式分析

- 5.4.1 行业产品营销模式发展现状
- 5.4.2 行业产品营销模式存在的问题
- 5.4.3 国内企业营销模式与外资品牌差距
- 5.4.4 行业产品营销模式发展趋势

5.5 行业主要产品销售渠道与策略

- 5.5.1 行业产品销售渠道现状分析
- 5.5.2 行业产品销售渠道存在的问题
- 5.5.3 行业产品主要销售手段分析
- 5.5.4 行业产品销售渠道的创新趋势

5.6 行业主要产品销售渠道与通路分析

5.6.1 超市/卖场渠道分析

- (1) 渠道概况
- (2) 进入壁垒
- (3) 成本构成
- (4) 收益分析

5.6.2 百货商场渠道分析

- (1) 渠道概况
- (2) 进入壁垒
- (3) 成本构成
- (4) 收益分析

5.6.3 专营店渠道分析

- (1) 渠道概况
- (2) 进入壁垒
- (3) 成本构成
- (4) 收益分析

5.6.4 美容美发机构渠道分析

- (1) 渠道概况
- (2) 进入壁垒
- (3) 成本构成
- (4) 收益分析

5.6.5 电子商务渠道分析

- (1) 渠道特性分析
- (2) 渠道优劣势分析
- (3) 与传统渠道关联
- (4) 渠道经营策略

5.6.6 专卖店渠道分析

第六章 洗发护发行业重点区域市场分析

6.1 行业总体区域结构特征分析

6.1.1 行业区域结构总体特征

6.1.2 行业区域集中度分析

6.2 行业重点区域产销情况分析

6.2.1 华北地区洗发护发行业产销情况分析

- (1) 2010-2014年北京市洗发护发行业产销情况分析
- (2) 2010-2014年天津市洗发护发行业产销情况分析
- (3) 2010-2014年河北省洗发护发行业产销情况分析
- (4) 2010-2014年山西省洗发护发行业产销情况分析
- (5) 2010-2014年内蒙古洗发护发行业产销情况分析

6.2.2 华南地区洗发护发行业产销情况分析

- (1) 2010-2014年广东省洗发护发行业产销情况分析
- (2) 2010-2014年广东省洗发护发行业产销情况分析

(3) 2010-2014年海南省洗发护发行业产销情况分析

6.2.3 华东地区洗发护发行业产销情况分析

(1) 2010-2014年江苏省洗发护发行业产销情况分析

(2) 2010-2014年浙江省洗发护发行业产销情况分析

(3) 2010-2014年山东省洗发护发行业产销情况分析

(4) 2010-2014年福建省洗发护发行业产销情况分析

(5) 2010-2014年江西省洗发护发行业产销情况分析

(6) 2010-2014年安徽省洗发护发行业产销情况分析

(7) 2010-2014年上海市洗发护发行业产销情况分析

6.2.4 华中地区洗发护发行业产销情况分析

(1) 2010-2014年湖南省洗发护发行业产销情况分析

(2) 2010-2014年湖北省洗发护发行业产销情况分析

(3) 2010-2014年河南省洗发护发行业产销情况分析

6.2.5 西南地区洗发护发行业产销情况分析

(1) 2010-2014年重庆市洗发护发行业产销情况分析

(2) 2010-2014年四川省洗发护发行业产销情况分析

(3) 2010-2014年云南省洗发护发行业产销情况分析

(4) 2010-2014年贵州省洗发护发行业产销情况分析

6.2.6 东北地区洗发护发行业产销情况分析

(1) 2010-2014年辽宁省洗发护发行业产销情况分析

(2) 2010-2014年吉林省洗发护发行业产销情况分析

6.2.7 西北地区洗发护发行业产销情况分析

(1) 2010-2014年陕西省洗发护发行业产销情况分析

(2) 2010-2014年甘肃省洗发护发行业产销情况分析

(3) 2010-2014年新疆洗发护发行业产销情况分析

第七章 洗发护发行业进出口市场分析

7.1 洗发护发行业进出口状况综述

7.2 洗发护发行业出口市场分析

7.2.1 行业出口市场总体状况

7.2.2 行业出口产品结构特征

7.3 洗发护发行业进口市场分析

7.3.1 行业进口市场总体状况

7.3.2 行业进口产品结构特征

7.4 洗发护发行业进出口前景及建议

7.4.1 洗发护发行业出口前景及建议

7.4.2 洗发护发行业进口前景及建议

第八章 洗发护发行业主要企业生产经营分析

8.1 洗发护发企业发展总体状况分析

8.1.1 洗发护发行业企业规模

8.1.2 洗发护发行业销售收入和利润

8.2 洗发护发行业领先企业个案分析

8.2.1 广州宝洁有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 技术研发

(3) 主营业务与产品结构

(4) 销售渠道与网络

(5) 企业经营情况

(6) 企业优劣势分析

(7) 企业最新发展动向

8.2.2 联合利华（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 技术研发

(3) 主营业务与产品结构

(4) 销售渠道与网络

(5) 企业经营情况

(6) 企业优劣势分析

(7) 企业最新发展动向

8.2.3 高露洁棕榄（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主营业务与产品结构

(3) 销售渠道与网络

(4) 企业经营情况

(5) 企业优劣势分析

8.2.4 湖北丝宝股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主营业务与产品结构

(3) 销售渠道与网络

(4) 企业经营情况

(5) 企业优劣势分析

(6) 企业最新动向分析

8.2.5 上海花王有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 技术研发
- (3) 主营业务与产品结构
- (4) 销售渠道与网络
- (5) 企业经营情况
- (6) 企业优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向

8.2.6 上海家化联合股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 技术研发
- (3) 主营业务与产品结构
- (4) 销售渠道与网络
- (5) 企业经营情况
- 1) 主要经济指标分析
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (6) 企业优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向

8.2.7 拉芳家化股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主营业务与产品结构
- (3) 销售渠道与网络
- (4) 企业经营情况
- (5) 企业优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

8.2.8 霸王国际(集团)控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 技术研发
- (3) 主营业务与产品结构
- (4) 销售渠道与网络
- (5) 企业经营情况
- 1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(6) 企业优劣势分析

(7) 企业最新发展动向

8.2.9 江苏隆力奇生物科技股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 技术研发

(3) 主营业务与产品结构

(4) 销售渠道与网络

(5) 企业经营情况

(6) 企业优劣势分析

(7) 企业最新发展动向

8.2.10 索芙特股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 技术研发

(3) 主营业务与产品结构

(4) 销售渠道与网络

(5) 企业经营情况

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(6) 企业优劣势分析

(7) 企业最新发展动向

第九章 洗发护发行业发展趋势分析与预测

9.1 中国洗发护发市场发展趋势

9.1.1 中国洗发护发市场发展趋势分析

9.1.2 中国洗发护发市场发展前景预测

9.2 洗发护发行业投资特性分析

9.2.1 洗发护发行业进入壁垒分析

9.2.2 洗发护发行业盈利模式分析

9.2.3 洗发护发行业盈利因素分析

9.3 中国洗发护发行业投资风险

9.3.1 洗发护发行业政策风险

9.3.2 洗发护发行业技术风险

9.3.3 洗发护发行业供求风险

9.3.4 洗发护发行业宏观经济波动风险

9.3.5 洗发护发行业关联产业风险

9.3.6 洗发护发行业产品结构风险

9.3.7 企业生产规模及所有制风险

9.3.8 洗发护发行业其他风险

9.4 中国洗发护发行业投资建议

9.4.1 洗发护发行业投资现状分析

9.4.2 洗发护发行业主要投资建议

图表目录

图表 1：2010-2014年洗发护发行业工业总产值占GDP比重统计表（单位：亿元，%）

图表 2：2010-2014年我国表面活性剂生产消费统计（单位：万吨）

图表 3：中国与发达地区表面活性剂消费领域对比（单位：%）

图表 4：硅油的应用领域

图表 5：2010-2014年香精香料行业工业总产值及增长率情况（单位：亿元，%）

图表 6：2010-2014年香精香料行业销售收入及增长率情况（单位：亿元，%）

图表 7：2010-2014年塑料包装行业工业总产值及增长率情况（单位：亿元，%）

图表 8：2010-2014年塑料包装行业销售收入及增长率情况（单位：亿元，%）

图表 9：中国洗发护发行业发展总体概况

图表 10：中国洗发护发行业状态描述总结表

图表 11：2010-2014年洗发护发行业经营效益分析（单位：家，亿元，%）

图表 12：2010-2014年中国洗发护发行业盈利能力分析（单位：%）

图表 13：2010-2014年中国洗发护发行业运营能力分析（单位：次）

图表 14：2010-2014年中国洗发护发行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表 15：2010-2014年中国洗发护发行业发展能力分析（单位：%）

图表 16：2010-2014年洗发护发行业主要经济指标统计表（单位：亿元，个，%）

图表 17：2010-2014年洗发护发行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表 18：2010-2014年洗发护发行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表 19：国内近年来洗发护发行业相关政策列表

图表 20：洗发护发行业相关标准

图表 21：《轻工业调整和振兴规划》目标

图表 22：相应政策措施

- 图表 23：《化妆品行业“十二五”发展规划》提出存在的问题
- 图表 24：2010-2014年美国GDP增长率走势（单位：%）
- 图表 25：2010-2014年欧元区GDP季调折年率（单位：%）
- 图表 26：2010-2014年日本GDP增长情况（单位：%）
- 图表 27：2015-2020年全球宏观经济指标预测（单位：%）
- 图表 28：2010-2014年中国国内生产总值（单位：万亿元，%）
- 图表 29：2010-2014年中国农村居民人均纯收入及实际增长率（单位：元，%）
- 图表 30：2010-2014年中国城镇居民人均可支配收入及实际增长率（单位：元，%）
- 图表 31：2010-2014年全社会固定资产投资（单位：亿元）
- 图表 32：2014年全国居民消费价格月度涨跌情况（单位：%）
- 图表 33：2015年我国主要宏观经济指标增长率预测（单位：%）
- 图表 34：消费群体（单位：%）
- 图表 35：品牌选择（单位：%）
- 图表 36：购买原因（单位：%）
- 图表 37：购买场所（单位：%）
- 图表 38：消费者的媒体接触情况（单位：%）
- 图表 39：洗护发产品发展的趋势
- 图表 40：国内洗发护发品品牌竞争格局
- 图表 41：世界洗发护发分布图（按销售收入）（单位：%）
- 图表 42：2014年洗发护发产品十大品牌影响力排行榜
- 图表 43：美国宝洁集团简况
- 图表 44：2010-2014财年美国宝洁公司主要经济指标（单位：百万美元）
- 图表 45：2010-2014财年美国宝洁公司销售收入增长情况（单位：百万美元，%）
- 图表 46：2014财年宝洁公司营业收入分业务（单位：%）
- 图表 47：宝洁公司旗下品牌
- 图表 48：2014年宝洁公司营业收入分区域（单位：%）
- 图表 49：2010-2014年联合利华营情况（单位：亿欧元）
- 图表 50：2010-2014年联合利华销售收入增长情况（单位：亿欧元，%）
- 图表 51：2014年联合利华营业收入分业务（单位：%）
- 图表 52：联合利华旗下品牌
- 图表 53：联合利华在中国投资生产活动
- 图表 54：2010-2014年高露洁主要经济指标（单位：百万美元）
- 图表 55：2010-2014年高露洁销售收入增长情况（单位：百万美元，%）
- 图表 56：2014年高露洁营业收入分区域（单位：%）
- 图表 57：高露洁在中国投资生产活动

- 图表 58：2010-2014财年资生堂主要经济指标（单位：亿日元）
- 图表 59：2010-2014财年资生堂销售收入增长情况（单位：亿日元，%）
- 图表 60：资生堂在中国投资经营活动
- 图表 61：2010-2014年法国欧莱雅集团主要经济指标（单位：亿欧元，%）
- 图表 62：2010-2014年法国欧莱雅集团在华销售收入增长情况（单位：亿元，%）
- 图表 63：欧莱雅旗下品牌
- 图表 64：2010-2014年花王主要经济指标（单位：亿日元，%）
- 图表 65：2010-2014年花王销售收入和净利润情况（单位：亿日元，%）
- 图表 66：花王在中国投资生产活动
- 图表 67：2010-2014年洗发护发行业竞争格局（单位：%）
- 图表 68：2014年中国洗发护发行业前10名厂商销售额及销售份额（单位：万元，%）
- 图表 69：2010-2014年洗发护发行业销售集中度变化图（单位：%）
- 图表 70：2014年中国洗发护发行业前10名厂商资产规模（单位：万元，%）
- 图表 71：2010-2014年洗发护发行业资产集中度变化图（单位：%）
- 图表 72：2014年中国洗发护发行业前10名厂商利润情况（单位：万元，%）
- 图表 73：2010-2014年洗发护发行业利润集中度变化图（单位：%）
- 图表 74：2010-2014年中国洗发护发行业生产及销售规模分析（单位：万，%）
- 图表 75：中国洗发护发行业对上下游行业的议价能力分析列表
- 图表 76：中国洗护发行业潜在威胁分析列表
- 图表 77：中国洗发护发行业产品结构特征
- 图表 78：2014年中国洗发水市场十大品牌
- 图表 79：洗发露/护发素购买普及率（单位：%）
- 图表 80：洗发露/护发素购买考虑因素（单位：%）
- 图表 81：洗发露/护发素使用偏好（单位：%）
- 图表 82：洗发露/护发素购买场所（单位：%）
- 图表 83：2014年中国护发素市场十大品牌
- 图表 84：2014年美发产品市场十大品牌
- 图表 85：2014年染发产品市场十大品牌
- 图表 86：2014年生发剂产品市场十大品牌
- 图表 87：2010-2014年头发护理类搜索指数
- 图表 88：2014-2015年头发护理类相关搜索内容
- 图表 89：2010-2014年头发护理类品牌搜索指数排行榜
- 图表 90：2010-2014年巴黎欧莱雅关注人群地域分布情况
- 图表 91：2010-2014年巴黎欧莱雅关注人群性别分布情况
- 图表 92：2010-2014年霸王关注人群地域分布情况

图表 93：2010-2014年霸王关注人群性别分布情况

图表 94：2014年头发护理类产品用途搜索指数

图表 95：超市卖场渠道情况

图表 96：百货商场渠道概况

图表 97：洗发护发产品商场专柜进入壁垒

图表 98：洗发护发产品商场专柜发展优劣势分析

图表 99：专营店渠道概况

图表 100：专营店经营特点列表

图表 101：专营店利润下降因素分析

图表 102：专营店收益分析（单位：%）

图表 103：美容美发机构渠道概况

图表 104：洗发护发产品美容美发机构渠道成本构成

图表 105：洗发护发产品电子商务渠道——第三方平台优劣势分析

图表 106：专卖店渠道优劣势分析

图表 107：2010-2014年中国洗发护发企业区域市场情况（单位：亿元）

图表 108：2010-2014年洗发护发行业各区域全部销售收入情况（单位：%）

图表 109：2010-2014年洗发护发行业各区域资产总额情况（单位：%）

图表 110：2014年中国洗发护发行业前二十地区销售收入排名情况（单位：亿元）

图表 111：2014年中国洗发护发行业销售收入按地区累计百分比（单位：%）

图表

112：2010-2014年中国洗发护发行业销售收入前五和前十的省份占比情况（单位：%）

图表

113：2010-2014年中国洗发护发行业前五个省市销售收入占比及标准差情况（单位：%）

图表 114：2010-2014年北京市洗发护发行业产销情况统计表（单位：亿元，%）

图表 115：2010-2014年北京市洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：亿元，%）

图表 116：2010-2014年天津市洗发护发行业产销情况统计表（单位：亿元，%）

图表 117：2010-2014年天津市洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：亿元，%）

图表 118：2010-2014年河北省洗发护发行业产销情况统计表（单位：亿元，%）

图表 119：2010-2014年河北省洗发护发行业产销情况变化趋势图（单位：亿元，%）

图表 120：2010-2014年山西省洗发护发行业产销情况统计表（单位：亿元，%）

特别说明：观研天下所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/235491235491.html>