

2020年中国洗发水市场分析报告- 市场运营现状与发展动向预测

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《2020年中国洗发水市场分析报告-市场运营现状与发展动向预测》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/523397523397.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（洗发露）是指一种清洁头皮和头发，具有去头屑功能、焗油功能和染发等功能的洗护发产品。按照形态来分类，洗发水有液状、膏状和粉状三种状态；按照作用性能可以分为普通洗发水、调理洗发水、儿童洗发水、洗染洗发水、祛屑止痒洗发水等。

洗发水产品分类

数据来源：公开资料整理

在洗发水行业产业链中，上游主要为包括水、香精、表面活性剂和乳化剂等原材料以及包装材料和其他辅料；行业中游为洗发水的生产，产品类型主要有去屑止痒型、深层清洁型、清爽控油型和修复滋养型等；在下游渠道中，产品主要通过淘宝、京东、苏宁易购等线上渠道以及超市、大卖场百货商店、日化及专卖店等线下渠道销售到消费者手中。

洗发水行业产业链

数据来源：公开资料整理

我国的洗发水行业在20世纪60年代初问世，到20世纪80年代前后处于品牌发展初级阶段，产品基本上都是以单一的低价位、低档次为主；到20世纪80年代后期处于品牌迅速成熟阶段，产品以中高档为主，国内品牌开始逐步萎缩；到20世纪90年代后期，洗发水处于品牌繁荣阶段，市场进入百家争鸣时代，此时国内品牌成熟壮大，国际品牌逐渐本土化。

中国洗发水市场发展历程

发展阶段

发展时间

发展历程

品牌发展初级阶段

20世纪80年代前后

梦思、蜂花、美加净为代表的国产洗发品牌开创中国洗发水市场，把国人带出了用肥皂洗头的历史。洗发水品牌非常不成熟，产品基本上都是以单一的低价位、低档次为主。

品牌迅速成熟阶段

20世纪80年代后期

宝洁、联合利华、德国威娜等国际品牌的进入中国，洗发水市场也由此走向了成熟。产品以中高档为主，与此同时，国内品牌开始逐步萎缩，美加净更是被美国庄臣收编雪藏。

品牌繁荣阶段

20世纪90年代后期

丝宝舒蕾、奥妮皂角为代表的国内新力量实现了对国际品牌封锁的突破，随后，以广州好迪、拉芳等为代表的民族品牌一拥而上，展开了新一轮反攻，洗发水市场进入百家争鸣时代，此时以国内品牌成熟壮大，国际品牌本土化为主要特征。数据来源：公开资料整理

从我国整体美妆个护市场上来看，2019年头发护理类仅次于护肤类（占比51%），占

比达到12%，与彩妆类持平，排名第二，超过其他美妆个护类别市场。

2019年美妆个护市场占比

数据来源：公开资料整理

根据数据显示，我国洗护发行业市场规模从2010年稳定增长，到2018年增长至529.6亿元，同比增长3.7%；到2019年中国洗护发市场规模达到546.5亿元，同比增长3.19%；预计2020年中国洗护发市场规模将达到563.5亿元。

2010-2020年中国洗护发市场规模及预测

数据来源：公开资料整理

在进出口方面，中国洗发水出口数量高于进口数量，近年来进出口金额呈贸易逆差状态，自2014年以来，中国洗发水进口数量、进口金额整体呈上升状态，到2019年中国洗发水进口数量为46318吨，同比增长142.97%，进口金额为3.37亿美元，同比增长149.63%；2020年1-10月中国洗发水进口数量为39120吨，进口金额为3.33亿美元。

2014-2020年1-10月中国洗发水进口数量及金额

数据来源：公开资料整理

从2015年到2019年，中国洗发水出口数量与金额呈先下降后上升趋势，到2019年中国洗发水出口数量达到62126吨，同比增长89.51%，出口金额为1.34亿美元，同比增长91.89%；2020年1-10月中国洗发水出口数量为42286吨，出口金额为0.96亿元。

2014-2020年1-10月中国洗发水出口数量及金额

数据来源：公开资料整理（LJ）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国洗发水市场分析报告-市场运营现状与发展动向预测》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。

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。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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020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

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、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 2017-2020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 欧盟洗发水行业地区市场分析

一、欧盟洗发水行业市场现状分析

二、欧盟洗发水行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟洗发水行业市场前景分析

第六节 全球洗发水行业重点企业分析

第七节 2021-2026年世界洗发水行业分布走势预测

第八节 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

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 中国洗发水行业供需平衡分析

第六节 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 2017-2020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分析

二、中国洗发水行业企业集中度分析

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 中国洗发水行业竞争力分析

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 2017-2020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 2017-2020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 2017-2020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SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

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、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、发展现状

四、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 洗发水行业企业经营发展分析及建议

- 一、洗发水行业经营模式
- 二、洗发水行业销售模式
- 三、洗发水行业创新方向

第三节 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重点客户战略实施

- 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 中国洗发水行业定价策略分析

第三节 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

第四节 中国洗发水行业价格策略

第五节 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/523397523397.html>