

中国洗发护发剂市场盈利现状深度调研与企业发 展规划分析报告

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《中国洗发护发剂市场盈利现状深度调研与企业发展规划分析报告》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/230986230986.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《中国洗发护发剂市场盈利现状深度调研与企业发展规划分析报告》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、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研究分析。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。

【报告目录】

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行业统计部门和统计口径

1.2.2行业统计方法

1.2.3行业数据种类

1.3洗发护发行业发展总体概况及特点分析

1.3.1中国洗发护发行业发展总体概况

1.3.2中国洗发护发行业发展主要特点

1.3.3洗发护发行业主要经济效益影响因素

第二章：洗发护发行业的上游供应链及行业成本分析

2.1洗发护发行业的上游供应链分析

2.1.1表面活性剂产品市场行情分析

2.1.2硅油产品市场行情分析

2.1.3香精香料行业分析

（1）香精香料的供给分析

（2）香精香料的需求分析

（3）香精香料产品的市场行情分析

2.1.4日化包装行业分析

（1）日化包装行业发展现状分析

（2）主要包装材料市场行情分析

（3）日化包装的主要形式分析

- (4) 日化包装的发展趋势分析
- 2.2 洗发护发行业的成本分析
 - 2.2.1 行业的成本结构构成分析
 - 2.2.2 产品原材料及包装材料供应价格分析
 - 2.2.3 行业生产环节的要素价格分析
 - 2.2.4 行业用工成本分析
 - 2.2.5 行业营销成本分析
- 2.3 成本上涨对洗发护发行业的影响
 - 2.3.1 成本上涨对行业的影响
 - 2.3.2 企业消化成本压力的途径分析
- 第三章：洗发护发行业运行的主要经济指标分析
 - 3.1 洗发护发行业经营情况分析
 - 3.1.1 洗发护发行业经济指标分析
 - 3.1.2 洗发护发行业盈利能力分析
 - 3.1.3 洗发护发行业运营能力分析
 - 3.1.4 洗发护发行业偿债能力分析
 - 3.1.5 洗发护发行业发展能力分析
 - 3.2 洗发护发行业供需平衡分析
 - 3.2.1 全国洗发护发行业供给情况分析
 - (1) 全国洗发护发行业总产值分析
 - (2) 全国洗发护发行业产成品分析
 - 3.2.2 各地区洗发护发行业供给情况分析
 - (1) 总产值排名前10个地区分析
 - (2) 产成品排名前10个地区分析
 - 3.2.3 全国洗发护发行业需求情况分析
 - (1) 全国洗发护发行业销售产值分析
 - (2) 全国洗发护发行业销售收入分析
 - 3.2.4 各地区洗发护发行业需求情况分析
 - (1) 销售产值排名前10个地区分析
 - (2) 销售收入排名前10个地区分析
 - 3.2.5 全国洗发护发行业产销率分析
 - 3.3 洗发护发行业进出口分析
 - 3.3.1 洗发护发行业出口情况
 - (1) 洗发护发行业出口总体情况
 - (2) 洗发护发行业出口产品结构分析

(3) 洗发护发行业出口前景分析

3.3.2 洗发护发行业进口情况分析

(1) 洗发护发行业进口总体情况

(2) 洗发护发行业进口产品结构分析

(3) 洗发护发行业进口前景分析

第四章：洗发护发行业的市场竞争格局与行业整合趋势分析

4.1 洗发护发行业的市场格局概述

4.2 洗发护发行业的竞争状况分析

4.2.1 行业的渠道竞争分析

(1) 品牌间的“渠道渗透”分析

(2) 外资品牌争夺乡镇市场

4.2.2 行业的广告竞争分析

(1) 行业的广告投放情况分析

(2) 行业的代言人争夺状况分析

(3) 行业的广告形式创新分析

4.2.3 行业竞争格局动态分析

(1) 高端品牌进军大众产品市场

(2) 大众品牌进军高端产品市场

(3) 日化线品牌进军专业线产品市场

4.2.4 案例分析：海飞丝和清扬的攻防战

4.2.5 2015年行业竞争进一步加剧

4.3 跨国公司的中国战略分析

4.3.1 宝洁公司在中国市场的投.资布局

4.3.2 联合利华集团在中国市场的投.资布局

4.3.3 资生堂株式会社在中国市场的投.资布局

4.3.4 巴黎欧莱雅集团在中国市场的投.资布局

4.3.5 花王株式会社在中国市场的投.资布局

4.3.6 德国拜尔斯道夫公司在中国市场的投.资布局

4.4 洗发护发行业投.资兼并与重组整合分析

4.4.1 国际的投.资兼并与重组整合分析

4.4.2 国内的投.资兼并与重组整合分析

4.4.3 行业投.资兼并与重组整合特征判断

第五章：洗发护发行业的细分市场现状及发展趋势分析

5.1 洗发护发行业主要细分市场概述

5.2 按功能划分的细分市场分析

5.2.1去屑类产品市场分析

- (1) 中国国民的头皮屑困扰指数分析
- (2) 去屑类产品市场的主要品牌及其营销诉求点分析
- (3) 去屑类产品市场的竞争格局分析

5.2.2滋养类产品市场分析

- (1) 滋养类产品市场的主要品牌及其营销诉求点分析
- (2) 滋养类产品市场的竞争格局分析

5.2.3防脱发产品市场分析

- (1) 防脱发产品市场的主要品牌及其营销诉求点分析
- (2) 防脱发产品市场的竞争格局分析

5.2.4修复受损发质类产品市场分析

5.2.5亮彩/润泽型产品市场分析

5.2.6针对特殊人群的产品市场分析

5.3热点洗发护发产品市场分析

5.3.1男士洗发护发产品市场分析

- (1) 男士洗发护发产品的市场需求分析
- (2) 男士洗发护发产品市场的主要品牌及其营销诉求点分析
- (3) 男士洗发护发产品市场的发展趋势分析

5.3.2草本概念洗发护发产品市场分析

- (1) 草本概念洗发护发产品的主要品牌及其营销诉求点分析
- (2) 草本概念洗发护发产品的发展趋势分析

5.3.3药物洗发产品市场分析

- (1) 药物洗发产品的主要品牌及市场表现分析
- (2) 药物洗发产品市场的发展前景分析

第六章：洗发护发行业的分销渠道及消费者分析

6.1洗发护发行业的主要分销模式分析

6.2日化线产品的分销渠道分析

6.2.1日化线产品分销渠道发展现状分析

- (1) 百货商场的发展现状分析
- (2) 连锁商超卖场的发展现状分析
- (3) 化妆品专营店的发展现状分析
- (4) 电子商务的发展现状分析

6.2.2日化线产品渠道的演变趋势及其对行业的影响分析

6.2.3日化线产品的渠道操作模式对比分析

- (1) 化妆品专营店主流营销模式分析

- (2) 商超卖场的主流营销模式分析
- (3) 批发流通模式的运营操作分析
- (4) 行业在电子商务上的应用现状分析
- (5) 组织营销的运营操作分析
- 1) 组织团购
- 2) 客房日用品采购
- 6.3专业线产品的分销渠道分析
- 6.3.1专业线产品的需求行业发展现状分析
 - (1) 美发行业发展现状分析
 - (2) 美容行业发展现状分析
 - (3) 养生保健行业的发展现状分析
- 6.3.2美容美发行业发展趋势分析
- 6.3.3美容美发行业的消费情况分析
- 6.3.4专业线产品的主要品牌分析
- 6.3.5专业线产品的主要分销模式分析
- 6.4洗发护发行业的消费者分析
- 6.4.1行业消费群体宏观指标分析
 - (1) 居民人均收入增长情况分析
 - (2) 居民消费支出情况分析
- 6.4.2行业消费群体消费结构分析
 - (1) 居民消费结构现状分析
 - (2) 居民消费结构升级趋势
- 6.4.3行业消费者特征分析
- 6.4.4消费者使用及购买习惯调研分析
 - (1) 购买普及率分析
 - (2) 购买考虑因素分析
 - (3) 消费者的使用偏好分析
 - (4) 消费者的购买场所分析
 - (5) 消费者倾向的购买价格分析
- 第七章：洗发护发行业的营销战略/策略及营销表现分析
- 7.1洗发护发行业的营销战略/策略概述
- 7.2典型营销案例分析
- 7.2.1宝洁的多品牌战略分析
 - (1) 宝洁旗下不同品牌的目标市场分析
 - (2) 宝洁旗下不同品牌的营销策略分析

(3) 多品牌战略的实施要点分析

7.2.2 联合利华的品牌战略分析

(1) 联合利华的品牌管理分析

(2) 联合利华的价格策略分析

7.2.3 资生堂的渠道策略分析

7.2.4 上海家化的营销策略分析

(1) 上海家化的品牌组合分析

(2) 上海家化的产品价格策略

(3) 上海家化的广告投放策略

(4) 上海家化的品牌形象建设

(5) 从上海家化看中国民族品牌振兴值路

7.3 洗发护发产品的品牌及广告表现调研分析

7.3.1 洗发护发产品的品牌表现分析

(1) 洗发护发产品的品牌知名度分析

(2) 洗发护发产品的品牌忠诚度分析

(3) 洗发护发产品的品牌形象分析

(4) 洗发护发产品的品牌综合分析

(5) 洗发护发产品的品牌价值指数分析

7.3.2 洗发护发产品的广告表现分析

(1) 洗发护发产品的广告到达率分析

(2) 洗发护发产品的广告到达途径分析

(3) 洗发护发产品的广告有效性分析

(4) 洗发护发产品的广告效果综合分析

(5) 洗发护发产品的广告评价指数分析

第八章：重点区域市场发展现状与行业经济指标分析

8.1 行业总体区域结构特征分析

8.1.1 行业区域结构总体特征

8.1.2 行业区域集中度分析

8.1.3 行业区域分布特点分析

8.1.4 行业规模指标区域分布分析

8.1.5 行业效益指标区域分布分析

8.1.6 行业企业数的区域分布分析

8.2 广东省洗发护发行业发展现状及经济指标分析

8.2.1 广东省化妆品行业发展规划及配套措施

8.2.2 广东省化妆品行业在行业中的地位变化

8.2.3广东省化妆品行业经济指标分析

8.2.4广东省化妆品行业的运营现状分析

8.3江苏省洗发护发行业发展现状及经济指标分析

8.3.1江苏省洗发护发行业发展规划及配套措施

8.3.2江苏省洗发护发行业在行业中的地位变化

8.3.3江苏省洗发护发行业经济指标分析

8.3.4江苏省洗发护发行业的运营现状分析

8.4.....

第九章：洗发护发行业主要企业生产经营分析

9.1洗发护发企业发展总体状况分析

9.1.1洗发护发行业企业规模

9.1.2洗发护发行业工业产值状况

9.1.3洗发护发行业销售收入和利润

9.1.4主要洗发护发企业创新能力分析

9.2洗发护发行业领先企业个案分析

9.2.1宝洁（中国）有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）企业产销能力分析

（3）企业盈利能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业偿债能力分析

（6）企业发展能力分析

（7）企业的品牌定位及推广策略分析

（8）企业销售渠道与网络

（9）企业优劣势分析

（10）企业最新发展动向分析

9.2.2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）企业产销能力分析

（3）企业盈利能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业偿债能力分析

（6）企业发展能力分析

（7）企业的品牌定位及推广策略分析

（8）企业销售渠道与网络

- (9) 企业优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

9.2.3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) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业的品牌定位及推广策略分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析

9.2.4丝宝集团公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业的品牌定位及推广策略分析
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

9.2.5上海花王有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业的品牌定位及推广策略分析
- (8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业优劣势分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

9.2.6 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) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业的品牌定位及推广策略分析

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业优劣势分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

(11) 企业最新发展动向分析

9.2.7 广东拉芳日化有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业的品牌定位及推广策略分析

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业优劣势分析

(10) 企业投资兼并与重组分析

(11) 企业最新发展动向分析

9.2.8 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) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业的品牌定位及推广策略分析

(8) 企业销售渠道与网络

- (9) 企业优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

9.2.9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) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业的品牌定位及推广策略分析
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业优劣势分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

9.2.10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) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业的品牌定位及推广策略分析
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业优劣势分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

9.2.11.....

第十章：洗发护发行业发展趋势分析与预测

10.1中国洗发护发市场发展趋势

10.1.1中国洗发护发市场发展趋势分析

10.2中国洗发护发行业投资风险

10.2.1洗发护发行业政策风险

- 10.2.2洗发护发行业技术风险
 - 10.2.3洗发护发行业供求风险
 - 10.2.4洗发护发行业宏观经济波动风险
 - 10.2.5洗发护发行业关联产业风险
 - 10.2.6洗发护发行业产品结构风险
 - 10.2.7企业生产规模及所有制风险
 - 10.2.8洗发护发行业安全风险
 - 10.3中国洗发护发行业投.资建议
 - 10.3.1洗发护发行业投.资现状分析
 - 10.3.2洗发护发行业主要投.资建议
- 图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/230986230986.html>