

中国洗发护发产品市场营销现状深度分析与未来 发展趋势预测报告

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《中国洗发护发产品市场营销现状深度分析与未来发展趋势预测报告》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/225238225238.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

第一章 洗发护发行业相关概述

第一节 洗发护发产品相关介绍

一、产品定义及类别

二、洗护发产品的主要成份

三、市场发展历程及产品生命周期

第二节 洗发护发细分产品介绍

一、护发素

二、定型剂

三、染发剂

第二章 2012年中国洗发护发市场运行情况分析

第一节 2012年全球洗发护发市场概况

一、世界洗发护发品市场

二、日本洗护发品市场特点

三、美国洗护发市场

四、德国洗护发市场

五、亚太地区洗护发产品广告费一路攀升

第二节 2012年中国洗发护发市场总体概况

一、中国洗发护发宏观市场分析

二、洗发护发市场格局

三、高校学生洗发护发产品品牌调查

四、农村洗发护发市场

第三节 2012年中国洗发护发市场存在的问题分析

一、中国洗发护发市场面临的挑战

二、洗发水市场有待规范

三、国内洗发水品牌亟待整合与突破

四、染发剂市场问题较多

第四节 2012年中国洗护发行业的主导因素及发展方向

一、洗护发行业发展变化的主导驱动因素分析

二、中国洗护发市场发展方向

第三章 2012年中国洗发水行业发展形势分析

第一节 2012年中国洗发水市场发展概况

一、中国洗发水市场发展历程

二、中国洗发市场新时代

三、洗发水市场结构分析

第二节 2012年中国洗发水消费分析

一、二线洗发水消费者调查分析

二、年轻女性支撑中国洗发水市场

三、北京地区消费者分析

四、江苏中小城镇洗发水消费分析

第三节 2012年中国洗发水市场营销分析

一、洗发水市场细分及定位策略

二、洗发水产品销售特征分析

三、洗发水市场渠道状况

四、国产洗发水营销策略

第四章 2012年中国洗发水细分市场发展情况分析

第一节 药物洗发水

一、采乐挖掘药物洗发水首桶金

二、谁将挖掘药物洗发水的下一桶金

三、提神醒脑药物洗发水潜力大

第二节 防脱洗发水

一、中国防脱洗发水现状分析

二、防脱洗发水品牌简析

三、“防脱”市场竞争激烈

四、忠诚度是防脱洗发水竞争的关键

五、“防脱”产品发展新动向

第三节 去屑洗发水

一、去屑洗发水推出新产品

二、真正的去屑洗发水在中国还未成熟

三、洗发水去屑战争升级

四、清扬去屑洗发水全面出击

第五章 2012年中国洗发水品牌分析

第一节 2012年中国洗发水品牌总体概述

一、洗发水品牌发展回顾

二、国内洗发水品牌介绍

三、主要品牌成功关键因素分析

第二节 2012年中国洗发水品牌格局分析

一、中国洗发水品牌格局现状

二、国内洗发水品牌竞争特征

三、洗发水品牌营销分析

四、小品牌洗发水挑战宝洁

第三节 2012年中国国产洗发水品牌分析

一、国产洗发水品牌存在的问题

二、国内成功品牌的有益启示

三、创造品牌核心价值

四、品牌规划与品牌资产层面的思考

五、国产洗发水品牌的未来局面

第六章 2013-2015年中国护发品进出口数据监测分析（3305）

第一节 2013-2015年中国护发品进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2013-2015年中国护发品出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2013-2015年中国护发品进出口平均单价分析

第四节 2013-2015年中国护发品进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第七章 中国洗发护发产品相关制造所属行业数据监测

第一节 中国行业规模分析

一、企业数量分析

二、资产规模分析

三、销售规模分析

四、利润规模分析

第二节 中国行业产值分析

第三节 中国行业成本费用分析

第四节 中国行业运营效益分析

第八章 2012年国外重点企业发展动态分析

第一节 美国宝洁公司（Procter&Gamble）

一、公司简介

二、宝洁洗护发产品的战略规划

三、飘柔演进后的宝洁新策略

四、宝洁洗发水市场细分策略

第二节 联合利华

一、公司简介

三、联合利华的品牌战略

四、清扬洗发水的八大营销失误

第三节 法国欧莱雅 (Loreal)

一、集团简介

二、欧莱雅集团在中国的发展史

三、企业现状及市场竞争状况

四、欧莱雅集团的竞争策略

第四节 日本花王

一、公司简介

二、花王发展历程

三、日本花王陨落中国

第九章 中国洗发护发产品重点公司运营动态分析

第一节 索芙特股份有限公司

一、公司简介

二、索芙特发展历程

三、索芙特经营状况

四、索芙特“现代汉方”营销危机探讨

第二节 湖北丝宝股份有限公司

一、集团简介

二、丝宝集团的终端营销策略

三、舒蕾洗发水上市策略

四、从舒蕾终端运作探究终端“黑洞”

第三节 奥妮化妆品有限公司

一、公司简介

二、奥妮脱颖而出开创中国植物洗发先例

三、奥妮皂角的爱国主义营销

四、奥妮品牌成功发展之路

第四节 广州市好迪化妆品有限公司

一、公司简介

二、好迪感性策略解析

三、广州好迪与用友致远A6共创双赢

第五节 广东熊猫日化用品有限公司

一、公司简介

二、熊猫日化经营状况

三、拉芳营销策略

第十章 2013-2015年中国洗发护发市场发展前景与投资分析

第一节 2013-2015年中国洗发水市场的发展预测

一、全球洗发香波市场发展趋势

二、中国洗发品行业的发展新趋势

第二节 2013-2015年中国洗发护发产品市场走向

一、中国洗发护发产品供需格局预测

二、中国洗发护发产品进出口形势预测

三、中国洗发护发产品市场盈利能力预测分析

第三节 :2013-2015年中国洗发护发市场投资分析

一、中国洗发护发行业投资机会分析

二、中国洗发护发行业投资风险预警

三、中国洗发护发行业投资策略研究

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/225238225238.html>