

2009-2010年中国洗发护发品行业市场调查及投资 预测报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2010年中国洗发护发品行业市场调查及投资预测报告》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/5769157691.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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 2008-2009年全球洗发护发品市场与行业整体运营状况

一、2008-2009年全球洗发护发品行业发展状况

- (一) 洗发护发品行业知名品牌
- (二) 男士洗发护发产品消费市场受到关注
- (三) 洗发护发品市场竞争策略多元化

三、2008-2009年全球洗发护发品行业重点国家市场

- (一) 美国
- (二) 日本
- (三) 德国
- (四) 韩国

四、2009-2012年全球洗发护发品行业发展趋势

- (一) 染、护产品二合一
- (二) 品牌创新推动市场
- (三) 染发剂流行路线走势

第二章 2008-2009中国洗发护发品行业运行环境

一、2008-2009年中国经济发展环境

- (一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008-2009年中国洗发护发品行业相关政策环境

- (一) 洗发护发产品出台新标准
- (二) 洗发护发用品需求结构
- (三) 洗发护发用品安全规定严格

三、2008-2009年中国洗发护发品行业社会环境

- (一) “原生植物”洗发产品走红
- (二) 天然健康产品市场成熟
- (三) 健康、保健意识提高

第三章 2008-2009年中国洗发护发品行业市场运行形势

一、2008-2009年中国洗发护发品行业市场发展现状

- (一) 中国洗发护发品行业市场结构
- (二) 中国农村洗发护发品行业发展现状
- (三) 中国洗发护发品行业消费需求

二、2008-2009年中国洗发护发品行业发展动向

- (一) 洗发护发品“草本”发展新理念
- (二) 洗发护发品市场结构整合
- (三) 品牌激增，竞争加剧

三、2008-2009年中国洗发护发品市场存在的问题

- (一) 中国洗发护发市场面临的挑战
- (二) 中国洗发护发市场有待规范
- (三) 中国洗发护发品牌亟待整合与突破
- (四) 中国染发剂市场问题

第四章 2007-2009年中国洗发护发品相关行业主要指标

一、2007-2009年中国日用化学品行业总体数据

- (一) 2007年中国日用化学品行业全部企业数据
- (二) 2008年中国日用化学品行业全部企业数据
- (三) 2009年中国日用化学品行业全部企业数据

二、2007-2009年中国日用化学品行业不同规模企业数据

- (一) 2007年中国日用化学品行业不同规模企业数据
- (二) 2008年中国日用化学品行业不同规模企业数据
- (三) 2009年中国日用化学品行业不同规模企业数据

三、2007-2009年中国日用化学品行业不同所有制企业数据

- (一) 2007年中国日用化学品行业不同所有制企业数据
- (二) 2008年中国日用化学品行业不同所有制企业数据
- (三) 2009年中国日用化学品行业不同所有制企业数据

第五章 2008-2009年中国洗发护发品行业市场营销策略

一、2008-2009年中国洗发护发品行业消费状况

- (一) 洗发护发用品消费群调研

二、2008-2009年中国洗发护发品行业消费发展策略及趋势

- (一) 洗发护发用品功能多样化

三、2008-2009年中国洗发护发品行业市场产品销售特征

- (一) 零售渠道销售
- (二) 终端营销战略

四、2008-2009年中国洗发护发品行业主要营销手段

- (一) 广告手段
- (二) 整合营销传播手段
- (三) 促销手段
- (四) 服务手段

第六章 2008-2009年中国洗发护发品业明细产品运行状况

一、防脱洗发剂

- (一) 美发类防脱产品出现
- (二) 组合功能产品增加
- (三) 差异化成就“防脱”市场
- (四) 中国“防脱”市场潜力巨大

二、去屑洗发剂

- (一) 洗发护发品市场竞争激烈，产品不断细分
- (二) 去屑市场巨大发展空间
- (三) 洗发去屑全面升级

第七章 2008-2009年中国洗发护发品市场竞争格局

一、2008-2009年中国洗发护发品市场竞争

- (一) 中国洗发护发品市场竞争激烈
- (二) 国际日化及合资企业占主导位置
- (三) 品牌优势的企业获得超额利润
- (四) 全国市场洗护用品需要增长速度减缓

二、2008-2009年中国洗发护发品行业市场竞争方向

- (一) 洗护发行业竞争主要方向
- (二) 洗护发行业竞争主体的变化特点与趋势

三、2008-2009年中国洗发护发用品企业竞争

- (一) 品牌企业占据主要地位
- (二) 竞争企业地位分布
- (三) 竞争企业类型

四、2009年中国洗发护发品行业提升竞争力策略

第八章 中国洗发护发品行业重点企业简介

一、广州宝洁有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务

二、湖北丝宝股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务

三、无锡市脱普日用化学品有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务

四、广东省熊猫日化用品有限公司

- (一) 企业概况

(二) 企业财务

五、上海花王有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

五、广州好迪化妆品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

六、中山市嘉丹婷日用品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

七、中山市雅黛日用化工有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

八、上海华银日用品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

九、沈阳东联日用品有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

十、广东拉芳日化有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务

第九章 2009-2012年中国洗发护发品行业发展前景及投资分析

一、2009-2012年中国洗发护发品行业发展前景

(一) 强化品牌资产趋势

(二) 竞争多元化趋势

(三) 市场立体细分趋势

二、2009-2012年中国洗发护发品行业市场发展趋势

(一) 市场渠道趋势

(二) 市场重心中档化趋势

(三) 加强本地品牌洗发护发品研发趋势

三、2009-2012年中国洗发护发品行业投资

(一) 中国洗发护发品行业投资环境

(二) 中国洗发护发品行业投资机会

(三) 中国洗发护发品行业投资风险

图表目录（部分）：

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率（当季）

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率（累计）

图表：2007-2009年工业增加值增长率（当月）

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/5769157691.html>