中国洗发护发行业市场调研及投资价值预测报告2023-2029年

产品名称	中国洗发护发行业市场调研及投资价值预测报告2023-2029年
公司名称	智信中科（北京）信息科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区汤立路218号1层
联系电话	010-84825791 18311257565

产品详情

中国洗发护发行业市场调研及投资价值预测报告2023-2029年

+++hs++++hs+++hs+++hs++++hs++++hs++++hs++++hs+++hs+++hs++++

【全新修订】：2023年2月

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】: 文本+电子版+光盘

【联 系 人 】：顾里

【出版机构】：鸿晟信合研究网

第1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

1.4 洗发护发行业政策环境分析

1.4.1 行业相关政策动向

（1）行业相关政策

（2）行业相关标准

1.4.2 洗发护发行业发展规划

1.5 洗发护发行业经济环境分析

1.5.1 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

1.5.2 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

1.5.3 行业宏观经济环境分析

第2章：洗发护发行业上游供应链及行业成本分析

2.1 洗发护发行业产业链分析

2.1.1 洗发护发行业上下游产业供应链简介

2.1.2 洗发护发行业主要下游产业链分析

2.2 洗发护发行业上游供应链分析

2.2.1 表面活性剂产品市场行情分析

（1）表面活性剂市场发展现状

（2）表面活性剂市场发展前景

2.2.2 硅油产品市场行情分析

（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

2.2.3 香精香料行业发展分析

（1）香精香料的供给分析

（2）香精香料的需求分析

（3）香精香料产品市场行情分析

（4）日化香精是未来一大看点

2.2.4 日化包装行业发展分析

（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

2.3 洗发护发行业的成本分析

2.3.1 洗发护发行业成本结构分析

2.3.2 产品原材料及包装供应价格分析

2.3.3 洗发护发行业生产环节要素价格分析

2.3.4 洗发护发行业用工成本分析

2.3.5 洗发护发行业营销费用分析

2.4 成本上涨对洗发护发行业的影响

2.4.1 成本上涨对洗发护发行业的影响

2.4.2 企业消化成本压力的途径分析

第3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市场分析

3.3.1 洗发护发行业进出口状况综述

3.3.2 洗发护发行业出口情况分析

（1）洗发护发行业出口总体状况

（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及建议

3.3.3 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及建议

第4章：洗发护发行业市场竞争状况分析

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 洗发护发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 洗发护发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 洗发护发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）日化线品牌进军线产品市场

4.2.4 案例分析：清扬与海飞丝的攻防战

4.3 洗发护发行业国际竞争状况分析

4.3.1 国际洗发护发市场发展状况

4.3.2 国际洗发护发市场竞争状况分析

4.3.3 国际洗发护发市场发展趋势分析

4.4 跨国公司的中国战略分析

4.4.1 美国宝洁集团在华市场投资布局分析

4.4.2 联合利华在华市场投资布局分析

4.4.3 资生堂在华市场投资布局分析

4.4.4 欧莱雅在华市场投资布局分析

4.4.5 花王公司在华市场投资布局分析

（1）跨国公司在中国的竞争策略分析

4.5 洗发护发行业竞争强度分析

4.5.1 国内洗发护发行业竞争格局分析

4.5.2 国内洗发护发行业集中度分析

4.5.3 国内洗发护发行业市场规模分析

4.5.4 洗发护发行业议价能力分析

4.5.5 国内潜在威胁分析

4.6 洗发护发行业投资兼并与重组整合分析

4.6.1 洗发护发行业投资兼并与重组整合概况

4.6.2 国际洗发护发企业投资兼并与重组整合

4.6.3 国内洗发护发企业投资兼并与重组整合

4.6.4 洗发护发行业投资兼并与重组整合特征判断

第5章：洗发护发行业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

5.1.1 洗发护发行业产品结构特征分析

5.1.2 洗发护发行业产品市场发展概况

5.2 洗发护发行业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）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

5.2.4 染发产品市场分析

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 头发护理类单品关注度

5.3.5 头发护理类产品用途关注度

5.4 热点洗发护发产品市场分析

5.4.1 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

5.4.2 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

5.4.3 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6章：洗发护发行业的分销渠道及消费者分析

6.1 洗发护发行业产品营销模式分析

6.1.1 洗发护发行业主要分销模式分析

6.1.2 洗发护发行业产品营销模式存在的问题

6.1.3 国内企业营销模式与外资品牌差距

6.1.4 洗发护发行业产品营销模式发展趋势

6.2 洗发护发行业主要产品销售渠道与策略

6.2.1 洗发护发行业产品销售渠道现状分析

6.2.2 洗发护发行业产品销售渠道存在的问题

6.2.3 洗发护发行业产品主要销售手段分析

6.2.4 洗发护发行业产品销售渠道的创新趋势

6.3 洗发护发行业主要产品销售渠道与通路分析

6.3.1 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

6.3.2 百货商场渠道分析

6.3.3 专营店渠道分析

6.3.4 美容美发机构渠道分析

6.3.5 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

6.3.6 专卖店渠道分析

6.4 洗发护发行业的消费者分析

6.4.1 洗发护发行业消费环境分析

（1）居民人均收入增长情况分析

（2）居民消费支出情况分析

（3）社会消费零售规模分析

6.4.2 洗发护发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 洗发护发行业消费现状分析

6.4.4 洗发护发行业消费者特征分析

6.4.5 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

6.4.6 洗发护发行业消费趋势分析

第7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之路

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8章：洗发护发行业重点区域市场分析

8.1 洗发护发行业总体区域结构特征分析

8.1.1 洗发护发行业区域结构总体特征

8.1.2 洗发护发行业区域集中度分析

8.2 洗发护发行业重点区域产销情况分析

8.2.1 华北地区洗发护发行业产销情况分析

（1）北京市洗发护发行业产销情况分析

（2）天津市洗发护发行业产销情况分析

（3）河北省洗发护发行业产销情况分析

（4）山西省洗发护发行业产销情况分析

（5）内蒙古洗发护发行业产销情况分析

8.2.2 华南地区洗发护发行业产销情况分析

（1）广西省洗发护发行业产销情况分析

（2）广东省洗发护发行业产销情况分析

（3）海南省洗发护发行业产销情况分析

8.2.3 华东地区洗发护发行业产销情况分析

（1）江苏省洗发护发行业产销情况分析

（2）浙江省洗发护发行业产销情况分析

（3）山东省洗发护发行业产销情况分析

（4）福建省洗发护发行业产销情况分析

（5）江西省洗发护发行业产销情况分析

（6）安徽省洗发护发行业产销情况分析

（7）上海市洗发护发行业产销情况分析

8.2.4 华中地区洗发护发行业产销情况分析

（1）湖南省洗发护发行业产销情况分析

（2）湖北省洗发护发行业产销情况分析

（3）河南省洗发护发行业产销情况分析

8.2.5 西南地区洗发护发行业产销情况分析

（1）重庆市洗发护发行业产销情况分析

（2）四川省洗发护发行业产销情况分析

（3）云南省洗发护发行业产销情况分析

（4）贵州省洗发护发行业产销情况分析

8.2.6 东北地区洗发护发行业产销情况分析

（1）辽宁省洗发护发行业产销情况分析

（2）吉林省洗发护发行业产销情况分析

8.2.7 西北地区洗发护发行业产销情况分析

（1）陕西省洗发护发行业产销情况分析

（2）甘肃省洗发护发行业产销情况分析

（3）新疆洗发护发行业产销情况分析

第9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

9.2 洗发护发行业企业个案分析

9.2.1 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）企业新发展动向

9.2.2 联合利华（中国）投资有限公司经营情况分析

9.2.3 高露洁棕榄（中国）有限公司经营情况分析

9.2.4 湖北丝宝股份有限公司经营情况分析

（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

9.2.5 上海花王有限公司经营情况分析

9.2.6 上海家化联合股份有限公司经营情况分析

9.2.7 拉芳家化股份有限公司经营情况分析

（6）企业新发展动向

9.2.8 霸王国际（集团）控股有限公司经营情况分析

9.2.9 江苏隆力奇生物科技股份有限公司经营情况分析

9.2.10 广西索芙特科技股份有限公司经营情况分析

9.2.11 苏州尚美国际化妆品有限公司经营情况分析

9.2.12 澳宝化妆品（惠州）有限公司经营情况分析

9.2.13 中山市嘉丹婷日用品有限公司经营情况分析

9.2.14 上海华银日用品有限公司经营情况分析

9.2.15 广东飘影实业有限公司经营情况分析

第10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

10.1.2 中国洗发护发市场发展前景预测

10.2 洗发护发行业投资特性分析

10.2.1 洗发护发行业进入壁垒分析

10.2.2 洗发护发行业盈利模式分析

10.2.3 洗发护发行业盈利因素分析

10.3 中国洗发护发行业投资风险

10.3.1 洗发护发行业政策风险

10.3.2 洗发护发行业技术风险

10.3.3 洗发护发行业供求风险

10.3.4 洗发护发行业宏观经济波动风险

10.3.5 洗发护发行业关联产业风险

10.3.6 洗发护发行业产品结构风险

10.3.7 企业生产规模及所有制风险

10.3.8 洗发护发行业其他风险

10.4 中国洗发护发行业投资建议

10.4.1 洗发护发行业投资现状分析

10.4.2 洗发护发行业主要投资建议

图表目录

图表1：2018-2023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：国内近年来洗发护发行业相关政策列表

图表3：洗发护发行业相关标准

图表4：《轻工业调整和振兴规划》目标

图表5：相应政策措施

图表6：《化妆品行业“十四五”发展规划》提出存在的问题

图表7：2018-2023年3季度美国实际GDP环比折年率（单位：%）

图表8：2018-2023年3季度欧元区17国GDP季调折年率（单位：%）

图表9：2018-2023年3季度日本GDP环比变化情况（单位：%）

图表10：2018-2023年全球主要国家宏观经济增长率指标及预测（单位：%）

图表11：2018-2023年全国GDP总量及同比增长（单位：亿元，%）

图表12：2018-2023年中国农村居民人均纯收入及实际增长率（单位：元，%）

图表13：2018-2023年中国城镇居民人均纯收入及实际增长率（单位：元，%）

图表14：2018-2023年全社会固定资产投资同比增速（单位：亿元，%）

图表15：2018-2023年全国居民消费价格涨跌情况（单位：亿元，%）

图表16：硅油的应用领域

图表17：2018-2023年香精香料行业工业总产值及增长率情况（单位：万元，%）

图表18：2018-2023年香精香料行业销售收入及增长率情况（单位：万元，%）

图表19：2018-2023年塑料包装行业工业总产值及增长率情况（单位：万元，%）

图表20：2018-2023年塑料包装行业销售收入及增长率情况（单位：万元，%）

图表21：我国洗发护发行业成本费用结构（单位：%）

图表22：上海家化个人护理用品成本结构（单位：%）

图表23：全国各地平均工资一览（单位：元/月）

图表24：2018-2023年上海家化人工及制造费用所占比例（单位：%）

图表25：2018-2023年我国洗发华发行业销售费用及同比增速（单位：亿元，%）

图表26：2018-2023年洗发护发行业主要经济指标统计表（单位：万元，个，%）

图表27：2018-2023年中国洗发护发行业盈利能力分析（单位：%）

图表28：2018-2023年中国洗发护发行业运营能力分析（单位：次）

图表29：2018-2023年中国洗发护发行业偿债能力分析（单位：%，倍）

图表30：2018-2023年中国洗发护发行业发展能力分析（单位：%）

图表31：2018-2023年洗发护发行业总产值及同比增速（单位：亿元，%）

图表32：2018-2023年洗发护发行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）

图表33：洗发护发行业总产值排名前10个地区（单位：亿元）

图表34：洗发护发行业产成品排名前10个地区（单位：亿元）

图表35：2018-2023年洗发护发行业销售产值及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表36：2018-2023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37：洗发护发行业工业销售产值排名前10个地区（单位：亿元）

图表38：洗发护发行业销售收入排名前10个地区（单位：亿元）

图表39：2018-2023年洗发护发行业产销率走势（单位：%）

图表40：2018-2023年中国洗发护发行业进出口状况表（单位：万美元，%）

图表41：2018-2023年中国洗发护发行业出口产品（单位：吨，万美元）

图表42：洗发护发行业出口产品结构分布图（单位：%）

图表43：2018-2023年中国洗发护发行业进口产品（单位：吨，万美元）

图表44：洗发护发行业进口产品结构比较图（单位：%）

图表45：联合利华分销商网络

图表46：2018-2023年我国网络化妆浴室用品广告投放规模（单位：亿元）

图表47：我国主要洗发护发产品的形象代言人

图表48：世界洗发护发分布图（按销售收入）（单位：%）

图表49：世界洗发护发产品在华排行榜（按销售收入）（单位：%）

图表50：联合利华在中国投资生产活动

图表51：资生堂在中国投资生产活动

图表52：2018-2023年法国欧莱雅集团在华销售收入增长情况（单位：亿元，%）

图表53：花王在中国投资生产活动

图表54：2018-2023年洗发护发行业竞争格局（单位：%）

图表55：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56：2018-2023年洗发护发行业销售集中度变化图（单位：%）

图表57：中国洗发护发行业前10名厂商资产规模（单位：万元，%）

图表58：2018-2023年洗发护发行业资产集中度变化图（单位：%）

图表59：中国洗发护发行业前10名厂商利润情况（单位：万元，%）

图表60：2018-2023年洗发护发行业利润集中度变化图（单位：%）

图表61：2018-2023年中国洗发护发行业生产及销售规模分析（单位：万，%）

图表62：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63：中国洗护发行业潜在威胁分析列表

图表64：洗发护发行业产品结构特征分析

图表65：染发产品品牌

图表66：2018-2023年头发护理类搜索指数（单位：百万次/天）

图表67：2018-2023年头发护理类相关搜索内容（单位：%）

图表68：2018-2023年头发护理类品牌关注度（单位：%）

图表69：巴黎欧莱雅单品口碑关注度TOP10

图表70：霸王单品口碑关注度TOP10

图表71：2018-2023年头发护理类产品用途关注度（单位：%）

图表72：2018-2023年彩妆类化妆品产品用途关注度（分品牌）（单位：%）

图表73：超市卖场渠道情况

图表74：百货商场渠道概况

图表75：洗发护发产品商场专柜进入壁垒

图表76：洗发护发产品商场专柜发展优劣势分析

图表77：专营店渠道概况

图表78：专营店经营特点列表

图表79：专营店利润下降因素分析

图表80：专营店收益分析（单位：%）

图表81：美容美发机构渠道概况

图表82：洗发护发产品美容美发机构渠道成本构成

图表83：洗发护发产品电子商务渠道——第三方平台优劣势分析

图表84：专卖店渠道优势

图表85：2018-2023年我国城镇居民人均可支配收入及同比增速（单位：元，%）

图表86：2018-2023年我国城镇居民消费支出及同比增速（单位：元，%）

图表87：2018-2023年我国城镇居民恩格尔系数变化趋势（单位：%）

图表88：2018-2023年我国城镇居民消费支出年均增速比较（单位：%）

图表89：消费群体（单位：%）

图表90：品牌选择（单位：%）

图表91：购买原因（单位：%）

图表92：购买场所（单位：%）

图表93：消费者的媒体接触情况（单位：%）

图表94：洗发护发产品购买普及率（单位：%）

图表95：洗发护发产品购买考虑因素（单位：%）

图表96：洗发护发产品消费者的使用偏好（单位：%）

图表97：洗发护发产品消费者购买场所（单位：%）

图表98：洗发护发产品消费者购买价格偏好（单位：%）

图表99：洗发护发产品品牌知晓度（单位：%）

图表100：洗发护发产品品牌忠诚度——使用频率（单位：%）

图表101：洗发护发产品品牌忠诚度——购买频率（单位：%）

图表102：洗发护发产品品牌忠诚度——议价空间（单位：%）

图表103：洗发护发产品品牌忠诚度——推荐度（单位：%）

图表104：洗发护发产品品牌形象

图表105：洗发护发产品品牌价值综合分析（单位：%）

图表106：洗发护发产品品牌价值指数（单位：%）

图表107：洗发护发产品品牌广告到达率（单位：%）

图表108：洗发护发产品品牌广告到达途径（单位：%）

图表109：洗发护发产品品牌广告有效性——喜爱度（单位：%）

图表110：洗发护发产品品牌广告有效性——购买说服力（单位：%）

图表111：洗发护发产品品牌广告效果综合分析（单位：%）

图表112：洗发护发产品品牌广告评价指数（单位：%）

图表113：2018-2023年中国洗发护发企业区域市场情况（单位：亿元）

图表114：2018-2023年洗发护发行业各区域全部销售收入情况（单位：%）

图表115：2018-2023年洗发护发行业各区域资产总额情况（单位：%）

图表116：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117：中国洗发护发行业销售收入按地区累计百分比（单位：%）

图表118：2018-2023年中国洗发护发行业销售收入前五和的省份占比情况（单位：%）

图表119：2018-2023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：%）