

2016-2022年中国洗发水行业市场运行态势及投资 战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国洗发水行业市场运行态势及投资战略研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/283441.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

中国是目前世界上洗发水生产量和销售量最高的国家。目前，中国有超过2000个洗发水生产商，国内市场上的洗发水品牌超过3000个，这么多的企业，正以各种方式拼抢总量大约200多亿人民币的消费市场。洗发水品牌已经形成以宝洁、联合利华、丝宝集团旗下系列品牌飘柔、潘婷、沙宣、润妍、海飞丝、力士、夏士莲、舒蕾等品牌为代表的第一集团，花王公司的诗芬、德国汉高的Fa、高露洁的棕榄美之选和部分的国产品牌，如百年润发为代表的第二集团和其它好迪、名人、伊然美、拉芳、柏丽丝、亮庄等众多新兴品牌构成的第三集团三大类品牌集团。不论哪层团队其产品的功能诉求不外是以下几点：洗发护发2加1，一次完成，在使用上有简便快捷的共性；柔顺、畅滑，理顺、防止开叉、清爽、清洁、补充水分、保湿防止干枯、负离子直发、乌黑亮泽、浓密，在外观上有健康、清洁、时尚的要求，同时焗油、修复损伤头发、止痒、防脱、去头皮屑、漂染复原等功能性洗发水日益在市场上风行。

回顾中国洗发水市场的发展历程，在60~70年代，人们仍然较常使用香皂、洗衣粉和洗发膏等原始产品清洁头发，70年代末，中国诞生了第一瓶洗发露——蜂花。30岁以上的人们想必还依稀记得梦思、蜂花、美加净这些国产洗发品牌，作为中国洗发水市场的开创者，是它们把国人带出了用肥皂、洗头膏洗发的悠久历史。然而在相当长的一段时间，却总也走不出低价位、低档次竞争的怪圈。到80年代末，中国的洗发水中高档市场仍是一张白纸。

1988年8月，宝洁公司投资1000万美元成立广州宝洁有限公司，年底推出“能够去头皮屑”的海飞丝洗发水，以其高品质的形象、新颖的包装与国内前所未有的铺天盖地式的广告攻势，迅速抓住了消费者的心，中国洗发水大战从此拉开序幕。以后的很长一段时间里，但凡在电视里出现的洗发水广告，都会很快拥有一群时髦的追风族。那阵子，潘婷、力士、夏士莲、飘柔等品牌成了年轻人嘴里最能展现时髦的话题。当前，洗发水市场上各种品牌的竞争，几乎在每一个角落激烈地进行着。

2014年中国已经跻身全国最大的洗发水需求市场，目前市面上已有2000家企业和3000多个品牌云集斗艳。2014年我国洗发水行业产能约65万吨，近几年我国洗发水行业产能情况2009-2014年我国洗发水行业生产能力

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。

报告目录：

第一章洗发水的相关概述 12

1.1 洗发水的概述 12

1.1.1 洗发水的概述 12

1.1.2 洗发水产品的细分 12

1.1.3 护发品定义及分类 13

1.2 护发细分产品 13

1.2.1 护发素 13

1.2.2 啫喱水 15

1.2.3 发泥发蜡 16

1.2.4 染发剂 16

第二章 2015年中国洗涤用品行业发展环境分析 18

2.1 宏观经济环境 18

2.1.1 2014-2015年中国GDP增长分析 18

2.1.2 2015年中国工业经济运行情况分析 18

2.1.3 2014-2015年中国商品进出口贸易 19

2.1.4 2015年中国人口结构 21

2.1.5 2015年中国居民收入与消费状况 21

2.2 政策环境分析 23

2.2.1 中国日化行业环境监管政策分析 23

2.2.2 《消费品使用说明通用标签》 24

2.2.3 2015年《标签标识管理规范》 24

2.2.4 2015年包装标准开始实施 25

2.3 产业发展环境 25

2.3.1 2015年中国日化市场销售规模 25

2.3.2 2015年洗涤用品行业发展概况 26

2015年12月中国合成洗涤剂产量为126.3万吨，同比增长6.1%。2015年1-12月止累计中国合成洗涤剂产量1264.4万吨，同比增长4.3%。

2015年1-12月全国合成洗涤剂产量统计表

月份

合成洗涤剂产量_当月值(万吨)

合成洗涤剂产量_累计值(万吨)

合成洗涤剂产量_同比增长(%)

合成洗涤剂产量_累计增长(%)

2015年12月

126.3

1264.4

6.1

4.3

2015年11月

118.2

1138

5.3

4.2

2015年10月

112

1023.4

7.3

4.1

2015年9月

113.4

910.5

5.4

3.7

2015年8月

103.8

797.1

4.4

3.4

2015年7月

97.4

692.9

-0.3

3.2

2015年6月

110.7

594.9

4.4

3.9

2015年5月

102.3

494.6

-0.8

3.9

2015年4月

106.2

386.9

5.9

4

2015年3月

111.9

280.1

-0.7

3.2

2015年2月

-

214.8

-

6.6

2.3.3 2015年洗涤用品市场运行情况 29

2.3.4 2015年中国洗涤市场销售特点 30

第三章 2015年中国洗发水市场分析 33

3.1 中国洗发水市场概况 33

3.1.1 中国洗发水行业发展的历程 33

3.1.2 中国洗发水市场发展的现状 34

3.1.3 中国洗发水的市场细分状况 36

3.1.4 洗发水总体市场竞争格局 36

3.1.5 本土洗发水企业发展现状 37

3.2 洗发水市场营销分析 38

3.2.1 洗发水产品销售模式分析 38

3.2.2 中国洗发水销售渠道分析 38

3.2.3 洗护发产品的销售手段分析 39

3.2.4 洗发水市场需要创新营销方式 43

3.3 2015年洗护发市场规模分析	44
3.3.1 2015年中国洗发护发市场规模分析	44
3.3.2 2015年中国二合一洗发水市场规模	45
3.3.3 2015年中国护发造型产品市场规模	46
3.3.4 2015年中国护发素市场规模分析	47
3.3.5 2015年中国染发剂市场规模分析	47
3.4 2015年洗发水市场分析	48
3.4.1 2015年中国洗发水市场规模分析	48
3.4.2 2015年中国洗发水市场竞争状况	49
3.4.3 2015年中国洗发水传播风强势不减	50
3.4.4 2015年洗发水高端市场的竞争态势	51
3.5 洗发水行业典型商业模式分析	53
3.5.1 宝洁模式	53
3.5.2 丝宝模式	55
3.5.3 拉芳模式	56
3.5.4 三种模式的启示	57

第四章 2015年中国洗发水细分市场分析 59

4.1 去屑洗发水	59
4.1.1 中国去屑洗发水市场发展现状	59
4.1.2 中国去屑洗发水市场竞争现状	59
4.1.3 2015年去屑洗发水市场竞争升级	60
4.1.4 2015年清扬男性洗发水市场分析	61
4.1.5 追风中药去屑洗发水市场分析	62
4.2 防脱洗发水	63
4.2.1 中国防脱洗发水发展历程与现状	63
4.2.2 日用洗发水功能延伸至防脱市场	64
4.2.3 中物防脱发洗发水市场分析	64
4.2.4 防脱洗发水主要品牌发展分析	65
4.2.5 中国防脱发市场良性发展对策	67
4.3 中草药洗发水	67
4.3.1 中草药洗发香波的发展现状	67
4.3.2 中国茶籽洗发水生产企业及产品	70
4.3.3 2014年中国中草药洗发水竞争状况	71
4.3.4 2015年中国中草药洗发水市场规模	72

4.3.5 2015年中国中草药洗发水市场兴起 73

第五章 2015年中国主要区域洗发水消费调研分析 74

5.1 华北地区 74

5.1.1 北京市洗发水消费市场调研分析 74

5.1.2 天津市洗发水消费市场调研分析 76

5.1.3 太原市洗发水消费市场调研分析 77

5.1.4 哈尔滨洗发水消费市场调研分析 78

5.2 东北地区 80

5.2.1 长春市洗发水消费市场调研分析 80

5.2.2 沈阳市洗发水消费市场调研分析 81

5.2.3 大连市洗发水消费市场调研分析 83

5.3 华东地区 84

5.3.1 济南市洗发水消费市场调研分析 84

5.3.2 青岛市洗发水消费市场调研分析 85

5.3.3 南京市洗发水消费市场调研分析 87

5.3.4 苏州市洗发水消费市场调研分析 88

5.3.5 上海市洗发水消费市场调研分析 90

5.3.6 杭州市洗发水消费市场调研分析 91

5.3.7 宁波市洗发水消费市场调研分析 92

5.3.8 福州市洗发水消费市场调研分析 94

5.3.9 厦门市洗发水消费市场调研分析 95

5.4 华中地区 97

5.4.1 合肥市洗发水消费市场调研分析 97

5.4.2 南昌市洗发水消费市场调研分析 98

5.4.3 郑州市洗发水消费市场调研分析 99

5.4.4 长沙市洗发水消费市场调研分析 101

5.4.5 武汉市洗发水消费市场调研分析 102

5.5 华南地区 104

5.5.1 广州市洗发水消费市场调研分析 104

5.5.2 深圳市洗发水消费市场调研分析 105

5.5.3 佛山市洗发水消费市场调研分析 107

5.5.4 南宁市洗发水消费市场调研分析 108

5.5.5 海口市洗发水消费市场调研分析 109

5.6 西部地区 111

- 5.6.1 成都市洗发水消费市场调研分析 111
- 5.6.2 重庆市洗发水消费市场调研分析 112
- 5.6.3 昆明市洗发水消费市场调研分析 114
- 5.6.4 西安市洗发水消费市场调研分析 115

第六章 2015年中国洗发水品牌发展分析 117

- 6.1 洗发水品牌概述 117
 - 6.1.1 中国洗发水品牌发展历程 117
 - 6.1.2 中国洗发水品牌现状与格局 118
 - 6.1.3 中国洗发水主要品牌的概述 118
 - 6.1.4 洗发水品牌内涵的四个层面 124
- 6.2 洗发水品牌格局分析 125
 - 6.2.1 2015年中外洗发水品牌市场分析 125
 - 6.2.2 中国洗发水品牌渗透率总体情况 126
 - 6.2.3 中国消费者洗发水品牌使用解析 127
 - 6.2.4 中国洗发水品牌市场竞争特征 128
- 6.3 国产洗发水品牌策略 129
 - 6.3.1 国产洗发水品牌存在的问题 129
 - 6.3.2 国内成功洗发水品牌的启示 131
 - 6.3.3 创造色彩缤纷品牌核心价值 132
 - 6.3.4 主动切入深度挖掘品牌手段 133
 - 6.3.5 提升洗发水品牌的创意能力 134

第七章 2015年国内外洗发水重点企业分析 137

- 7.1 宝洁公司 137
 - 7.1.1 企业基本情况 137
 - 7.1.2 2015年公司经营状况 137
 - 7.1.3 广州宝洁公司经营状况 138
 - 7.1.4 飘柔品牌发展另类策略 139
 - 7.1.5 宝洁洗发水的品牌策略 144
- 7.2 联合利华 147
 - 7.2.1 企业基本情况 147
 - 7.2.2 2015年公司经营状况 148
 - 7.2.3 联合利华在中国的发展情况 149
 - 7.2.4 联合利华品牌战略提升竞争力 150

7.2.5 联合利华圈地加大产品投入	153
7.3 欧莱雅集团	155
7.3.1 企业基本情况	155
7.3.2 2015年公司经营状况	156
7.3.3 欧莱雅集团在中国的发展	158
7.3.4 欧莱雅集团竞争策略分析	158
7.3.5 欧莱雅进军大众洗发水市场	162
7.4 花王株式会社	163
7.4.1 企业基本情况	163
7.4.2 2014财年公司经营情况分析	164
7.4.3 上海花王洗发水产品情况	165
7.4.4 上海花王有限公司经营情况	166
7.5 霸王国际集团	168
7.5.1 企业基本情况	168
7.5.2 霸王洗发水主要产品	168
7.5.3 2015年公司经营状况分析	169
7.5.4 霸王领跑中草药洗发水市场	170
7.6 索芙特股份有限公司	171
7.6.1 企业基本情况	171
7.6.2 公司主要产品	172
7.6.3 2015年公司经营状况	172
7.6.4 索芙特竞争策略分析	173
7.7 广州市好迪有限公司	176
7.7.1 企业基本情况	176
7.7.2 公司主要产品	177
7.7.3 2015年公司经营状况	177
7.7.4 2015年好迪新品上市	179
7.8 广东省熊猫日化用品有限公司	180
7.8.1 企业基本情况	180
7.8.2 公司主要产品	180
7.8.3 2015年公司经营状况	181
7.8.4 拉芳竞争策略分析	183
7.9 上海华银日用品有限公司	184
7.9.1 企业基本情况	184
7.9.2 公司主要产品	185

7.9.3 企业经营状况 185

7.10 湖北丝宝股份有限公司 187

7.10.1 企业基本情况 187

7.10.2 公司主要产品 187

7.10.3 企业经营状况 188

7.10.4 企业经营策略 189

第八章 2016-2022年中国洗发水市场前景分析 192

8.1 洗发水市场前景 192

8.1.1 洗发水产品未来发展趋势分析 192

8.1.2 中国高端洗发水市场前景广阔 192

8.1.3 中草药洗发香波发展前景分析 193

8.1.4 茶籽洗发水市场前景预测分析 193

8.2 2016-2022年洗发水市场预测 195

8.2.1 2016-2022年洗涤用品市场规模预测 195

8.2.2 2016-2022年洗护发产品市场规模预测 196

8.2.3 2016-2022年中国洗发水市场规模预测 196

第九章 2016-2022年中国洗发水行业投资机会与风险 198

9.1 2016-2022年中国洗发水行业投资环境 198

9.2 2016-2022年洗发水行业投资机会分析 198

9.2.1 洗发水行业投资吸引力分析 198

9.2.2 洗发水行业区域投资潜力 199

9.3 2016-2022年洗发水行业投资风险分析 200

9.3.1 市场竞争风险 200

9.3.2 品牌经营风险 200

9.3.3 新品开发风险 201

9.4 2016-2022年中国洗发水行业投资策略分析 201

图表目录：

图表 1 2005-2015年中国国内生产总值及增长速度 18

图表 2 2015年中国货物进出口总额及其增长速度 20

图表 3 2009-2015年中国商品进出口贸易总额增长趋势图 20

图表 4 2015年中国人口数及其构成情况 21

图表 5 2009-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 21

图表 6 2009-2015年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 22

图表 7 2009-2015年中国城镇居民家庭恩格尔系数 22

图表 8 2009-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数 22

图表 9 2009-2015年中国日化市场规模统计 26

图表 10 2009-2015年中国日化市场规模增长趋势图 26

图表 11 2015年中国洗涤用品行业经济指标统计 27

图表 12 2015年中国洗涤用品行业前5省区企业数量排名 28

图表 13 2015年中国洗涤用品行业前5省区总资产排名 28

图表 14 2015年中国洗涤用品行业前5省区销售规模排名 28

图表 15 2015年中国洗涤用品行业前5省区利润排名 29

图表 16 2009-2015年中国洗护发产品市场规模统计 44

图表 17 2009-2015年中国洗护发产品零售销售额趋势图 45

图表 18 2015年中国洗护发产品市场结构比例 45

图表 19 2009-2015年中国2合1洗发水市场规模统计 45

图表 20 2009-2015年中国2合1洗发水零售销售额趋势图 46

图表 21 2009-2015年中国护发造型产品市场规模统计 46

图表 22 2009-2015年中国护发造型产品零售销售额趋势图 46

图表 23 2009-2015年中国护发素产品市场规模统计 47

图表 24 2009-2015年中国护发素产品零售销售额趋势图 47

图表 25 2009-2015年中国染发剂产品市场规模统计

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/283441.html>