

2020-2026年中国洗发护发 行业分析与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国洗发护发行业分析与市场需求预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202007/174894.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

洗发产品是除去头皮、头发上的污垢，抑制头屑生成和头皮瘙痒，保持头皮和头发清洁与健康。护发产品是在洗发水洗发之后使用，具有增加头发润滑程度、调整头发表面状态以及修护头发损伤的护发产品。该类产品一般跟随洗发水进行配套销售，属于洗发水的辅助产品。中企顾问网发布的《2020-2026年中国洗发护发行业分析与市场需求预测报告》分析了洗发护发行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国洗发护发行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。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 洗发护发行业相关概述

1.1 洗发护发产品相关介绍

1.1.1 洗发水定义及分类

1.1.2 护发品定义及分类

1.1.3 洗护发产品的主要成份

1.2 洗发护发细分产品介绍

1.2.1 护发素

1.2.2 定型剂

1.2.3 染发剂

第二章 2016-2019年洗发护发市场分析

2.1 2016-2019年全球洗发护发市场综述

2.1.1 世界洗发护发市场发展状况

2.1.2 全球新兴洗护发品市场前景分析

2.1.3 美国洗护发市场

2.1.4 德国洗护发市场

2.1.5 日本洗护发市场品牌格局分析

2.2 2016-2019年中国洗发护发市场综述

2.2.1 中国洗发护发市场总体状况

2.2.2 中国洗发护发市场发展态势

2.2.3 中国洗护发市场竞争不断升级

2.2.4 中国洗护发市场面临的挑战

2.3 2016-2019年中国洗发护发产品市场消费分析

2.3.1 洗护发产品消费者使用及购买习惯

2.3.2 洗发护发产品品牌表现及分析

2.3.3 洗发护发产品品牌营销及广告表现

2.4 中国洗护发行业的主导因素

2.4.1 洗护发行业发展的主导驱动因素

2.4.2 中国洗护发行业成功关键因素

第三章 2016-2019年中国洗发水市场分析

3.1 2016-2019年中国洗发水市场发展概况

3.1.1 中国洗发水市场的发展阶段

3.1.2 中国洗发水市场发展格局及特点

3.1.3 中国洗发水市场的主要驱动因素

3.1.4 中国洗发水销售市场细分概述

3.2 2016-2019年洗发水行业进出口数据分析

3.2.1 2016-2019年洗发水主要进口来源国家分析

3.2.2 2016-2019年洗发水主要出口目的国家分析

3.2.3 2016-2019年主要省份洗发水进口市场分析

3.2.4 2016-2019年主要省份洗发水出口市场分析

3.3 2016-2019年中小洗发水企业分析

3.3.1 中小洗发水企业的困惑

3.3.2 中小洗发水企业卖场终端之苦

3.3.3 中小洗发水企业品牌之痒

3.3.4 突围是中小洗发水企业成长的希望

3.3.5 中小企业洗发水突围建议

3.4 2016-2019年洗发水市场营销分析

3.4.1 洗发水市场销售渠道及手段

3.4.2 中国洗发水市场渠道状况

3.4.3 中国高端洗发水渠道策略分析

3.4.4 中国国产洗发水营销策略分析

3.4.5 中国洗发水市场需要创新营销方式

3.5 2016-2019年洗发水市场竞争分析

3.5.1 中国洗发水市场竞争格局分析

3.5.2 中外洗发水产品

牌市场竞争状况3.5.3 中药汉方日化市场各领风骚3.5.4 中国洗发水市场竞争不断升级3.6 中国洗发水行业发展的的问题及对策3.6.1 中国本土洗发水产品的生存困境3.6.2 中国本土洗发水市场运作存在的问题3.6.3 中国洗发水行业面临的困境及突围策略3.6.4 国产洗发水企业发展的的问题及对策3.6.5 内忧外患局势下本土洗发水企业的出路3.7 洗发水市场的发展预测3.7.1 全球洗发香波市场发展趋势3.7.2 中国洗发品行业的发展新趋势3.7.3 中国洗发品市场的发展方向3.7.4 洗发水市场的长期发展走势 第四章 2016-2019年洗发水细分市场4.1 中草药洗发水4.1.1 中草药洗发水市场整体情况分析4.1.2 中国中药洗发水市场发展前景显现4.1.3 中药草本洗发水市场竞争状况4.1.4 本草洗发水品牌推广的问题分析4.1.5 中草药洗发水市场发展预测4.2 防脱洗发水4.2.1 中国防脱洗发水现状分析4.2.2 防脱洗发水品牌简析4.2.3 “防脱”类产品发展动态4.2.4 提升防脱洗发水忠诚度的建议4.3 去屑洗发水4.3.1 中国去屑洗发水市场发展现状4.3.2 中国去屑洗发水市场竞争状况4.3.3 药物去屑洗发水消费者行为调查4.3.4 清扬去屑洗发水全面出击4.3.5 追风中药去屑概念洗发水市场拓展浅析 第五章 2016-2019年洗发水品牌分析5.1 2016-2019年中国洗发水品牌总体概述5.1.1 洗发水品牌发展回顾5.1.2 国内洗发水品牌介绍5.1.3 主要品牌成功关键因素分析5.2 2016-2019年中国洗发水品牌格局5.2.1 中国洗发水市场品牌格局5.2.2 中国洗发水品牌使用解析5.2.3 国内洗发水品牌竞争特征5.2.4 洗发水品牌营销分析5.3 2016-2019年国产洗发水品牌分析5.3.1 国产洗发水品牌存在的问题5.3.2 国内成功品牌的有益启示5.3.3 创造品牌核心价值5.3.4 品牌规划与品牌资产层面的思考5.3.5 国产洗发水品牌的未来局面5.4 2016-2019年高端洗发水品牌定位综述5.4.1 高端洗发水市场品牌营销现状5.4.2 高端洗发水市场品牌特征5.4.3 高端洗发水市场品牌案例概述5.4.4 高端洗发水市场成功品牌的经验5.5 2016-2019年主要地区品牌分析5.5.1 珠三角市场洗发水品牌状况5.5.2 广东洗发水品牌困境透析5.5.3 江西洗发水品牌消费及广告投放分析5.6 洗发水品牌案例5.6.1 飘柔品牌管理分析5.6.2 舒蕾品牌战略分析5.6.3 风影洗发水品牌发展战略5.6.4 拉芳品牌变革的得失5.6.5 霸王追风洗发水品牌传播策略 第六章 2016-2019年国外重点企业经营状况6.1 美国宝洁公司（PROCTER & GAMBLE）6.1.1 公司简介6.1.2 2016财年宝洁经营状况6.1.3 2017财年宝洁经营状况6.1.4 2018财年宝洁经营状况6.1.5 宝洁洗发水市场细分策略6.2 联合利华6.2.1 公司简介6.2.2 2019年联合利华公司经营状况分析6.2.3 2019年联合利华公司经营状况分析6.2.4 2019年联合利华公司经营状况分析6.2.5 联合利华的品牌提升战略6.3 欧莱雅集团6.3.1 集团简介6.3.2 2019年欧莱雅经营状况6.3.3 2019年欧莱雅经营状况6.3.4 2019年欧莱雅经营状况6.3.5 欧莱雅集团的竞争策略6.4 日本花王6.4.1 公司简介6.4.2 2019年日本花王经营状况分析6.4.3 2019年日本花王经营状况分析6.4.4 2019年日本花王经营状况分析6.4.5 日本花王集团的消费者研究策略 第七章 2016-2019年国内重点公司经营分

析7.1 索芙特股份有限公司7.1.1 企业发展概况7.1.2 经营效益分析7.1.3 业务经营分析7.1.4 财务状况分析7.1.5 未来前景展望7.2 霸王国际集团7.2.1 企业发展概况7.2.2 经营效益分析7.2.3 业务经营分析7.2.4 财务状况分析7.2.5 未来前景展望7.3 丝宝集团7.3.1 集团简介7.3.2 丝宝洗发水品牌结构分析7.3.3 丝宝集团的终端营销策略7.3.4 丝宝品牌的发展变革分析7.4 拉芳家化股份有限公司7.4.1 公司简介7.4.2 拉芳品牌的发展历程7.4.3 拉芳洗发水“低开高走”战略7.4.4 拉芳与巴斯夫的合作动态7.5 广州市好迪集团有限公司7.5.1 公司简介7.5.2 好迪感性策略解析7.5.3 好迪精华素升级产品全新上市7.6 广东名臣化妆品有限公司7.6.1 公司简介7.6.2 蒂花之秀发展之路7.6.3 蒂花之秀突破销量困境的对策7.7 北京章光101科技股份有限公司7.7.1 集团简介7.7.2 章光101的发展历程7.7.3 章光101品牌升级途径分析7.7.4 章光101整合营销策略解析7.8 上海华银日用品有限公司7.8.1 公司简介7.8.2 蜂花护发素的低价策略分析7.8.3 “蜂花”护发创新扩展市场——7.8.4 蜂花产品的转型脱困策略分析 附录附录一：《化妆品生产企业卫生规范》附录二：《化妆品卫生监督条例》附录三：染发剂标准

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174894.html>