

# 2021-2027年中国洗发护发行业竞争格局分析及战略咨询研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国洗发护发行业竞争格局分析及战略咨询研究报告》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.chyxx.com/research/202010/899794.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

智研咨询发布的《2021-2027年中国洗发护发行业竞争格局分析及战略咨询研究报告》共七章。首先介绍了洗发护发相关概念及发展环境，接着分析了中国洗发护发规模及消费需求，然后对中国洗发护发市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国洗发护发面临的机遇及发展前景。您若想对中国洗发护发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 2016-2020年洗发护发市场分析

#### 2.1 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年中国洗发水市场分析

### 3.1 2016-2020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 2016-2020年洗发水所属行业进出口数据分析

#### 3.2.1 2016-2020年洗发水主要进口来源国家分析

#### 3.2.2 2016-2020年洗发水主要出口目的国家分析

#### 3.2.3 2016-2020年主要省份洗发水进口市场分析

#### 3.2.4 2016-2020年主要省份洗发水出口市场分析

### 3.3 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年洗发水品牌分析
  - 5.1 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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
- 第六章 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 宝洁经营状况
    - 6.1.3 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 联合利华公司经营状况分析
    - 6.2.6 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 欧莱雅经营状况
    - 6.3.3 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 日本花王经营状况分析

#### 6.4.3 日本花王集团的消费者研究策略

### 第七章 国内重点公司经营分析（ZY KT）

#### 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 上海华银日用品有限公司

##### 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 (ZY KT)

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/899794.html>