

2013-2017年中国洗发护发 品市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2017年中国洗发护发品市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/rihua1302/U25104XFIF.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-02-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国洗发护发品市场深度调研与投资前景研究报告》共七章。首先介绍了中国洗发护发品行业的概念，接着分析了中国洗发护发品行业发展环境，然后对中国洗发护发品行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国洗发护发品行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国洗发护发品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。

通过《2013-2017年中国洗发护发品市场深度调研与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

在中国的洗发护发市场上，可以说是国外的一些强势品牌占据着绝对的优势，而国内品牌则处于劣势地位，其生存空间受到了一定的挤压；但与此同时国内品牌仍有一定的发展市场，如洗发水的中低档市场、一些二三级的区域市场以及某些洗发市场等等，国内企业应当加以利用。

国内洗发护发行业大致可划分为三大阵容：宝洁公司占据着中国洗护发市场的霸主地位，麾下的四大品牌飘柔、潘婷、沙宣、海飞丝与联合利华旗下的力士、夏士莲构成国内洗护市场的第一军团；花王公司的诗芬、丝宝集团的舒蕾等占据第二军团；大部分国产品牌如好迪、拉芳、蒂花之秀、柏丽丝等则处在第三军团。

中国洗发护发市场的竞争已经从产品层面上升为品牌、渠道等各个层面，但是中国洗发护发企业在市场、品牌及管理上存在一定的问题和不足，如品牌核心价值严重缺失、品牌塑造手段高度雷同、品牌创意方法的极度贫乏等问题，这些问题和缺陷值得引起洗护企业的重视、改善和解决。

报告目录

第一章 洗发护发行业相关概述

第一节 洗发护发产品相关介绍

一、洗发水定义及分类

二、护发品定义及分类

三、洗护发产品的主要成份

第二节 洗发护发细分产品介绍

- 一、护发素
- 二、定型剂
- 三、染发剂

第二章 2011-2012年洗发护发市场分析

第一节 2011-2012年全球洗发护发市场概况

- 一、全球洗发护发市场发展现状
- 二、全球新兴洗护发品市场前景分析
- 三、美国洗护发市场
- 四、德国洗护发市场
- 五、日本洗护发市场品牌格局分析

第二节 2011-2012年中国洗发护发市场概况

- 一、我国洗发护发市场总体概况
- 二、中国洗发护发市场发展态势
- 三、我国洗护发市场竞争不断升级

第三节 2011-2012年我国洗发护发产品市场消费分析

- 一、洗护发产品消费者使用及购买习惯
- 二、洗发护发产品品牌表现及分析
- 三、洗发护发产品品牌营销及广告表现

第四节 中国洗护发行业的主导因素及发展方向

- 一、洗护发行业发展变化的主导驱动因素分析
- 二、中国洗护发市场发展方向

第三章 2011-2012年中国洗发水市场分析

第一节 2011-2012年我国洗发水市场发展概况

- 一、我国洗发水市场的发展阶段
- 二、我国洗发水市场发展格局及特点
- 三、我国洗发水市场的主要驱动因素
- 四、我国洗发水销售市场细分概述

第二节 2011-2012年中小洗发水企业分析

- 一、中小洗发水企业的困惑
- 二、中小洗发水企业卖场终端之苦

三、中小洗发水企业品牌之痒

四、突围是中小洗发水企业成长的希望

五、中小企业洗发水突围建议

第三节 2011-2012年洗发水市场营销分析

一、洗发水市场销售渠道及手段

二、洗发水市场渠道状况

三、我国洗发水企业渠道策略的选择

四、国产洗发水营销策略

五、中国洗发水市场需要创新营销方式

第四节 2011-2012年洗发水市场竞争分析

一、我国洗发水市场竞争格局分析

二、中药汉方日化市场各领风骚

三、中国洗发水市场竞争市不断升级

第五节 中国洗发水行业发展的的问题及对策

一、我国本土洗发水市场运作存在的问题

二、中国洗发水行业面临的困境及突围策略

三、国产洗发水企业发展的的问题及对策

四、内忧外患局势下本土洗发水企业的出路

第六节 洗发水市场的发展预测

一、全球洗发香波市场发展趋势

二、中国洗发品行业的发展新趋势

三、洗发水市场的长期发展走势

第四章 2011-2012年洗发水品牌分析

第一节 2011-2012年中国洗发水品牌总体概述

一、洗发水品牌发展回顾

二、国内洗发水品牌介绍

三、主要品牌成功关键因素分析

第二节 2011-2012年中国洗发水品牌格局

一、我国洗发水高端市场品牌格局概述

二、中国洗发水品牌使用解析

三、国内洗发水品牌竞争特征

四、洗发水品牌营销分析

第三节 2011-2012年国产洗发水品牌分析

一、国产洗发水品牌存在的问题

二、国内成功品牌的有益启示

三、创造品牌核心价值

四、品牌规划与品牌资产层面的思考

五、国产洗发水品牌的未来局面

第四节 2011-2012年高端洗发水品牌定位综述

一、高端洗发水市场品牌营销现状

二、高端洗发水市场品牌特征

三、高端洗发水市场品牌案例概述

四、高端洗发水市场成功品牌的经验

第五节 2011-2012年主要地区品牌分析

一、珠三角市场洗发水品牌状况

二、广东洗发水品牌困境透析

三、江西洗发水品牌消费及广告投放分析

第六节 洗发水品牌案例

一、飘柔品牌管理分析

二、舒蕾品牌战略分析

三、风影洗发水品牌发展战略

四、拉芳品牌变革的得失

五、霸王追风洗发水品牌传播策略

第五章 2011-2012年洗发水细分市场的发展

第一节 中草药洗发水

一、中草药洗发水市场整体情况分析

二、我国中药洗发水市场发展前景显现

第二节 防脱洗发水

一、中国防脱洗发水现状分析

二、防脱洗发水品牌简析

三、“防脱”类产品发展动态

四、提升防脱洗发水忠诚度的建议

第三节 去屑洗发水

一、中国去屑洗发水市场发展现状

二、我国去屑洗发水市场竞争升级

三、清扬去屑洗发水全面出击

四、追风中药去屑概念洗发水市场拓展浅析

第六章 2010-2012年国外重点企业经营状况

第一节 美国宝洁公司（PROCTER&GAMBLE）

一、公司简介

二、2010财年宝洁经营状况

三、2011财年宝洁经营状况

四、2012财年上半年宝洁经营状况

五、宝洁洗发水市场细分策略

第二节 联合利华

一、公司简介

二、2009年联合利华公司经营状况分析

三、2010年联合利华公司经营状况分析

四、2011年联合利华公司经营状况分析

五、联合利华通过品牌战略提升竞争力

六、联合利华洗发水换装直指高端市场

第三节 欧莱雅集团

一、集团简介

二、2009年欧莱雅经营状况

三、2010年欧莱雅经营状况

四、2011年欧莱雅经营状况

五、欧莱雅集团在中国的发展史

六、欧莱雅正式进军中国大众洗发水市场

七、欧莱雅集团的竞争策略

第四节 日本花王

一、公司简介

二、花王发展历程

三、日本花王集团注重对市场进行调查分析

第七章 2010-2012年国内重点公司经营分析

第一节 索芙特股份有限公司

一、公司简介

二、2010年索芙特经营状况分析

三、2011年索芙特经营状况分析

四、2012年索芙特经营状况分析

第二节 霸王国际集团

一、集团简介

二、2010年霸王集团经营状况分析

三、2011年霸王集团经营状况分析

四、2012年霸王集团经营状况分析

五、霸王对中草药快消品产业链进行整合

六、霸王洗发水市场营销的成功经验

第三节 丝宝集团

一、集团简介

二、丝宝集团的终端营销策略

三、拜尔斯道夫大力扶持丝宝日化发展

四、丝宝日化以创新产品在护发领域发展良好

第四节 拉芳集团

一、公司简介

二、拉芳品牌的发展历程

三、拉芳营销策略

四、拉芳洗发水“低开高走”战略

第五节 广州市好迪集团有限公司

一、公司简介

二、好迪感性策略解析

第六节 广东名臣化妆品有限公司

一、公司简介

二、蒂花之秀发展之路

三、蒂花之秀突破销量困境的对策

第七节 北京章光101科技股份有限公司

一、集团简介

二、章光101的发展历程

三、章光101创新整合引领全球防脱生发行业

四、整合营销创建章光101的品牌标杆

第八节 上海华银日用品有限公司

一、公司简介

二、蜂花护发素的市场份额回顾

三、“蜂花”护发创新扩展市场

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1302/U25104XFIF.html>