2024-2030年洗发护发市场深度调查 研究与发展前景分析报告

中国产业调研网 www.cir.cn

一、基本信息

报告名称: 2024-2030年洗发护发市场深度调查研究与发展前景分析报告

报告编号: 1333A63 ← 咨询订购时,请说明该编号

报告价格: 电子版: 8500 元 纸质+电子版: 8800 元

优惠价格: 电子版: 7600元 纸质+电子版: 7900元 可提供增值税专用发票

咨询热线: 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱: kf@Cir.cn

详细内容: https://www.cir.cn/3/A6/XiFaHuFaHangYeYanJiuBaoGao.html

提示信息: 如需订阅英文、日文等其它语言版本,请向客服咨询。

二、内容介绍

中国日化洗发护发市场正由成长期日益走向成熟期,品牌集中度已经比较高。全国有***多个主导品牌,合资企业市场份额达到***%左右。同时消费者的忠诚度也在不断提高,***%的消费者已经形成指名购买,定牌使用的习惯,并且有规律在4-5种品牌中调换使用。

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。

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。

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。

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

-2- 洗发护发行业分析报告

- 1.2.2 定型剂
- 1.2.3 染发剂

第二章 2024-2030年洗发护发市场分析

- 2.1 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030年中国洗发水市场分析

- 3.1 2024-2030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 2024-2030年中小洗发水企业分析
 - 3.2.1 中小洗发水企业的困惑
 - 3.2.2 中小洗发水企业卖场终端之苦
 - 3.2.3 中小洗发水企业品牌之痒
 - 3.2.4 突围是中小洗发水企业成长的希望
 - 3.2.5 中小企业洗发水突围建议
- 3.3 2024-2030年洗发水市场营销分析
 - 3.3.1 洗发水市场销售渠道及手段

洗发护发行业研究报告 -3-

- 3.3.2 中国洗发水市场渠道状况
- 3.3.3 中国高端洗发水渠道策略分析
- 3.3.4 中国国产洗发水营销策略分析
- 3.3.5 中国洗发水市场需要创新营销方式
- 3.4 2024-2030年洗发水市场竞争分析
 - 3.4.1 中国洗发水市场竞争格局分析
 - 3.4.2 中外洗发水品牌市场竞争状况
 - 3.4.3 中药汉方日化市场各领风骚
 - 3.4.4 中国洗发水市场竞争不断升级
- 3.5 中国洗发水行业发展的问题及对策
 - 3.5.1 中国本土洗发水产品的生存困境
 - 3.5.2 中国本土洗发水市场运作存在的问题
 - 3.5.3 中国洗发水行业面临的困境及突围策略
 - 3.5.4 国产洗发水企业发展的问题及对策
 - 3.5.5 内忧外患局势下本土洗发水企业的出路
- 3.6 洗发水市场的发展预测
 - 3.6.1 全球洗发香波市场发展趋势
 - 3.6.2 中国洗发品行业的发展新趋势
 - 3.6.3 中国洗发品市场的发展方向
 - 3.6.4 洗发水市场的长期发展走势

第四章 2024-2030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- 洗发护发行业分析报告

- 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 2024-2030年洗发水品牌分析

- 5.1 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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 2024-2030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
 - 5.5.1 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 2024-2030年国外重点企业经营状况

- 6.1 美国宝洁公司(procter & amp; gamble)
 - 6.1.1 公司简介

洗发护发行业研究报告 -5-

6.1.2 2023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 2023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 2023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 2023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 [中.智林.]2024-2030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 公司简介
 - 7.1.2 2023年索芙特经营状况分析

••••

7.1.5 中国本土品牌索芙特的转型策略

- 7.2 霸王国际集团
 - 7.2.1 集团简介
 - 7.2.2 2023年霸王集团经营状况分析

.

7.2.5 霸王洗发水市场营销的成功经验

- 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

-6- 洗发护发行业分析报告

- 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

图表目录

- 图表 1 液体状润发剂配方
- 图表 2 润发香脂配方
- 图表 3 半透明头发定型剂配方
- 图表 4 凝胶状头发定型剂配方
- 图表 5 无油头发定型剂配方
- 图表 6 定型水配方
- 图表 7 日本洗发精护发素市场主要制造商的占有率
- 图表 8 日本主要制造商的洗发精护发素品牌
- 图表 9 中国消费者对洗发护发产品购买普及率

洗发护发行业研究报告 -7-

- 图表 10 中国消费者购买洗发护发产品的考虑因素
- 图表 11 中国消费者对洗发护发产品的使用偏好
- 图表 12 中国消费者购买洗发护发产品的场所
- 图表 13 中国消费者购买洗发护发产品的价格区间比例
- 图表 14 洗发护发产品品牌知晓度
- 图表 15 消费者对品牌洗发护发产品使用频率
- 图表 16 消费者对品牌洗发护发产品购买频率
- 图表 17 消费者对品牌洗发护发产品的议价空间
- 图表 18 消费者对品牌洗发护发产品的推荐度
- 图表 19 各洗发护发产品的品牌形象
- 图表 20 洗发护发产品品牌价值综合分析
- 图表 21 洗发护发产品的品牌价值指数
- 图表 22 品牌洗发护发产品广告达到率
- 图表 23 品牌洗发护发产品广告达到途径
- 图表 24 消费者对洗发护发产品的广告喜爱度
- 图表 25 洗发护发产品广告购买说服力
- 图表 26 洗发护发产品品牌广告效果综合分析
- 图表 27 洗发护发产品品牌广告评价指数
- 图表 28 消费者对头屑的认知
- 图表 29 是否受到头屑的困扰
- 图表 30 消费者处理头屑的方式
- 图表 31 消费者用过的日化去屑洗发水品牌
- 图表 32 消费者用过的药物去屑洗发水品牌
- 图表 33 消费者购买去屑产品时考虑的因素
- 图表 34 消费者获取去屑产品信息的途径
- 图表 35 消费者购买去屑产品的地点
- 图表 36 去屑洗发水消费者购买频率
- 图表 37 消费者可接受的去屑产品的价格范围(200ml)
- 图表 38 消费者对药物去屑洗发水的认知
- 图表 39 中国洗发水十大品牌
- 图表 40 中国各类洗发水产品所占市场比例
- 图表 41 洗护发产品品牌使用情况
- 图表 42 洗护发产品品牌忠诚度
- 图表 43 洗发水市场集中度
- 图表 44 消费者购买洗发水主要考虑的因素
- 图表 45 洗发水品牌各层面定位

-8- 洗发护发行业分析报告

- 图表 46 珠三角市场洗发水品牌消费者评价排序
- 图表 47 珠三角地区消费者购买洗发水的影响因素
- 图表 48 广东其他洗发水品牌进入前20名的情况
- 图表 49 好迪洗发水品牌五个城市综合购买指数情况
- 图表 50 广东其他洗发水品牌综合购买指数进入前20名的情况
- 图表 51 好迪品牌最经常使用比例前20名的情况
- 图表 52 其他广东洗发水品牌进入最经常使用比例前20名的情况
- 图表 53 好迪在四城市中的品牌忠诚度情况
- 图表 54 霸王在四城市中的品牌忠诚度情况
- 图表 55 江西市场受访样本分布情况
- 图表 56 江西消费者对洗护发产品品牌的使用率
- 图表 57 江西市场消费者了解洗护发产品的主要渠道
- 图表 58 江西市场消费者了解洗发水信息的主要电视频道
- 图表 59 江西市场消费者购买洗护发产品影响因素
- 图表 70 2024-2030年联合利华公司联合利华公司综合损益表
- 图表 71 2024-2030年联合利华公司不同地区持续经营业务收入及利润情况
- 图表 72 2024-2030年联合利华公司不同产品收入分布情况
- 图表 73 2024-2030年联合利华公司不同地区销售情况
- 图表 74 2024-2030年联合利华公司不同产品销售情况
- 图表 76 2023年欧莱雅主要产品销售情况
- 图表 77 2023年欧莱雅全球市场销售分布情况
- 图表 79 2023年欧莱雅不同化妆品业务部门销售情况
- 图表 80 2023年欧莱雅集团不同区域销售情况
- 图表 82 2023年欧莱雅不同化妆品业务部门经营情况
- 图表 90 2024-2030年索芙特非经常性损益项目及金额
- 图表 91 2024-2030年索芙特主要会计数据和主要财务指标
- 图表 92 2023年索芙特主营业务分行业、产品情况
- 图表 93 2023年索芙特主营业务分地区情况
- 图表 94 2024-2030年索芙特非经常性损益项目及金额
- 图表 96 2023年索芙特主营业务分行业、产品情况
- 图表 97 2023年索芙特主营业务分地区情况
- 图表 98 2023年索芙特主要会计数据及财务指标
- 图表 99 2023年索芙特非经常性损益项目及金额
- 图表 100 2023年霸王集团主要财务数据
- 图表 101 2023年霸王集团主营业务分行业、产品情况
- 图表 102 2023年霸王集团主营业务分地区情况

洗发护发行业研究报告 -9-

图表 103 2024-2030年霸王集团合并损益表

图表 104 2024-2030年霸王集团分部资料

略……

订阅"2024-2030年洗发护发市场深度调查研究与发展前景分析报告",编号: 1333A63,

请致电: 400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱: kf@Cir.cn

详细内容: https://www.cir.cn/3/A6/XiFaHuFaHangYeYanJiuBaoGao.html

了解更多,请访问上述链接,以下无内容!!

-10- 洗发护发行业分析报告