

2024-2030年中国洗发水行业市场供需态势及投资 前景研判报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国洗发水行业市场供需态势及投资前景研判报告》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/1142984.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

智研咨询专家团队倾力打造的《2024-2030年中国洗发水行业市场供需态势及投资前景研判报告》（以下简称《报告》）正式揭晓，自2020年出版以来，已连续畅销5年，成功成为企业了解和开拓市场，制定战略方向的得力参考资料。报告从国家经济与产业发展的宏观战略视角出发，深入剖析了洗发水行业未来的市场动向，精准挖掘了行业的发展潜力，并对洗发水行业的未来前景进行研判。

本报告分为发展概述、运行环境、产业现状、贸易态势、竞争格局、重点厂商、发展战略、产业趋势等主要篇章，共计14章。涉及洗发水产量、进口量、出口量、需求量、销售收入、进口金额、出口金额、市场规模、产品均价等核心数据。

报告中所有数据，均来自官方机构、行业协会等公开资料以及深入调研获取所得，并且数据经过详细核实和多方求证，以期为行业提供精准、可靠和有效价值信息！

洗发水是一种用于清洁头发的产品，通常是液体状的，含有清洁剂、起泡剂、滋养剂、调理剂等成分，它的主要功能是去除头发上的油脂、污垢和残留物，同时保持头皮和头发的健康。根据产品功能不同，洗发水可以分为补水类、滋润营养类、修复类、深层清洁类及柔顺类洗发水

近年来，受我国经济持续快速发展，城市化进程不断推进，人们生活水平的提高，人均消费支出的增长等有利因素的促进，我国已经成为了全球最大的日化产品消费市场之一，作为日化产品重点细分领域的洗发水市场也保持稳步增长趋势，2023年我国洗发水行业市场规模达477.96亿元，同比增长5.75%，补水类约占18.3%，滋润营养类约占18.2%，修复类约占12.0%，深层清洁类约占8.4%，柔顺类约占7.0%。未来，随着国民收入水平的不断提高，消费者对自身形象的重视程度日益加强，洗发水产品需求将继续保持增长趋势，洗发水市场发展潜力巨大。

洗发水行业上游主要为原料及包装材料制造行业。其中，原料主要包括表面活性剂、调理剂、添加剂等；包装材料主要包括纸质包装、玻璃包装、塑料包装、铝包装等。由于上游的原材料产业发展较为成熟，竞争较为充分，洗发水厂商对上游供应商不存在依赖关系，除此之外，实力较强的洗发水企业与上游企业一般都能够建立长期合作，合作关系比较稳定，因此上游行业对洗发水企业的影响程度较小。洗发水属于快速消费品，主要通过经销商、商场、超市、电商等渠道销售给最终消费者，消费者的消费习惯、收入水平、消费理念都将对行业发展产生一定影响，洗发水企业需要根据具体消费群体的收入、习惯、文化等情况做出针对性销售策略，近年来为扩大内需，我国政府出台了多项政策支持商品流通市场的发展，以此促进居民消费升级，流通市场的发展以及居民消费水平的提升将有利于我国洗发水行业的发展。

我国洗发水市场竞争十分激烈，目前，在洗发水行业的有影响力的企业，有多家百年企业，在市场上占有绝对的优势，不管从品牌影响力和产品品质上讲，占有绝对的优势，而且介于洗发市场发展形式欣欣向上，进入洗发水行业的竞争者也不断增加，事有出现突然爆火的细分市场品牌产品，品牌在当前的市场上竞争压力巨大。

从企业格局来看，我国洗发水市场一直被国外跨国公司占领，如联合利华、宝洁、欧莱雅、德国汉高等企业，但近年来随着我国洗发水市场生产量和销售量的不断增加，出现了一些中国本土品牌的洗发水品牌，如拉芳、广州环亚、广州阿道夫等品牌，由于品牌效应以及消费者心理作用，过去十几年中国本土品牌洗发水发展的差强人意，但是，随着中国技术的进步，中国文化自信、民族自信的极大增强，人民对国产品牌洗发水有了新的认知，也越来越接受本土企业的产品，有意愿购买本土品牌的产品以支撑中国本土企业的发展。

作为一个见证了中国洗发水十余年发展的专业机构，智研咨询希望能够与所有致力于与洗发水行业企业携手共进，提供更多有效信息、专业咨询与个性化定制的行业解决方案，为行业的发展尽绵薄之力。

报告目录：

第1章 全球洗发水行业市场运行形势综述

1.1 2023年全球洗发水产品市场动态研究

1.1.1 全球洗发水产品市场特征分析

1.1.2 全球洗发水产品市场供需监测研究

1.1.3 全球洗发水产品价格走势分析

1.2 2023年全球主要国家洗发水市场深度局势分析

1.2.1 美国

1.2.2 日本

1.2.3 韩国

1.2.4 其他国家

1.3 2024-2030年全球洗发水产品市场发展趋势预测解析

第2章 中国洗发水行业市场发展环境分析（PEST分析法）

2.1 2023年中国经济环境分析

2.1.1 国民经济运行情况GDP

2.1.2 消费价格指数CPI、PPI

2.1.3 全国居民收入情况

2.1.4 恩格尔系数

- 2.1.5 工业发展形势
- 2.1.6 固定资产投资情况
- 2.2 2023年中国洗发水行业政策环境分析
 - 2.2.1 近年来国家以及政府颁布的相关政策法规
 - 2.2.2 相关政策法规对市场的影响程度
 - 2.2.3 洗发水市场国家宏观发展规划调控方向
- 2.3 2023年中国洗发水行业社会环境分析
 - 2.3.1 人口环境分析
 - 2.3.2 教育环境分析
 - 2.3.3 文化环境分析
 - 2.3.4 生态环境分析
 - 2.3.5 中国城镇化率
 - 2.3.6 居民的各种消费观念和习惯
- 2.4 2023年中国洗发水行业技术环境分析

第3章 中国洗发水市场发展形势分析

- 3.1 2023年中国洗发水市场发展概况
 - 3.1.1 中国洗发水市场发展历程
 - 3.1.2 中国洗发市场新时代
 - 3.1.3 洗发水市场结构分析
- 3.2 2023年中国洗发水市场消费态势分析
 - 3.2.1 二线洗发水消费者调查分析
 - 3.2.2 年轻女性支撑中国洗发水市场
 - 3.2.3 北京地区消费者分析
 - 3.2.4 中小城镇洗发水消费分析
- 3.3 2023年中国洗发水细分产品市场运行情况分析
 - 3.3.1 中国脱发药物治疗市场发展分析
 - 3.3.2 中国防脱洗发水产业发展格局分析
 - 3.3.3 中国去屑洗发水行业营运态势分析

第4章 中国洗发水行业竞争格局分析

- 4.1 2023年中国洗发水品牌格局分析
 - 4.1.1 中国洗发水品牌格局现状
 - 4.1.2 国内洗发水品牌竞争特征
 - 4.1.3 洗发水品牌营销分析

4.1.4 小品牌洗发水挑战宝洁

4.2 2023年中国中小洗发水企业运营分析

4.2.1 中小洗发水企业的困惑

4.2.2 中小洗发水企业卖场终端之苦

4.2.3 中小洗发水企业品牌之痒

4.2.4 突围是中小洗发水企业成长的希望

4.2.5 中小企业洗发水突围建议

4.3 2023年中国洗发水市场竞争格局分析

4.3.1 中国洗发水市场竞争激烈

4.3.2 国产洗发水将反战进行到底

4.3.3 国产洗发水与宝洁的对峙

4.3.4 中药汉方日化市场各领风骚

第5章 2023年中国化妆品制造行业数据监测分析

5.1 2023年中国化妆品制造行业规模分析

5.1.1 企业数量增长分析

5.1.2 从业人数增长分析

5.1.3 资产规模增长分析

5.2 2023年中国化妆品制造行业结构分析

5.2.1 企业数量结构分析

(1) 不同类型分析

(2) 不同所有制分析

5.2.2 销售收入结构分析

(1) 不同类型分析

(2) 不同所有制分析

5.3 2023年中国化妆品制造行业产值分析

5.3.1 产成品增长分析

5.3.2 工业销售产值分析

5.3.3 出口交货值分析

5.4 2023年中国化妆品制造行业成本费用分析

5.4.1 销售成本统计

5.4.2 费用统计

5.5 2023年中国化妆品制造行业盈利能力分析

5.5.1 主要盈利指标分析

5.5.2 主要盈利能力指标分析

第6章 2023年中国洗发剂进出口数据监测分析

6.1 2023年中国洗发剂进口数据分析

6.1.1 进口数量分析

6.1.2 进口金额分析

6.2 2023年中国洗发剂出口数据分析

6.2.1 出口数量分析

6.2.2 出口金额分析

6.3 2023年中国洗发剂进出口平均单价分析

6.4 2023年中国洗发剂进出口国家及地区分析

6.4.1 进口国家及地区分析

6.4.2 出口国家及地区分析

第7章 中国洗发水企业竞争策略分析

7.1 2023年中国洗发水行业竞争策略分析

7.1.1 洗发水中小企业竞争形势

7.1.2 洗发水中国企业竞争策略

7.1.3 上下游产业链合作共赢策略

7.2 2023年中国洗发水市场竞争策略分析

7.2.1 洗发水主要潜力品种分析

7.2.2 现有洗发水产品竞争策略分析

7.2.3 潜力洗发水品种竞争策略选择

7.2.4 重点企业产品竞争策略分析

7.3 洗发水企业竞争策略分析

7.3.1 对洗发水行业竞争格局的影响

7.3.2 2024-2030年我国洗发水市场竞争趋势

7.3.3 2024-2030年洗发水企业竞争策略分析

第8章 中国洗发水市场消费者调查分析

8.1 2023年中国洗发水消费者特征分析

8.1.1 消费者分布

8.1.2 年龄分布

8.1.3 学历分布

8.1.4 收入分布

8.1.5 职业分布

8.1.6 性别分布

8.2 2023年中国洗发水消费者对品牌的印象分析

8.2.1 消费者对品牌的认知程度

8.2.2 消费者对洗发水广告的认知程度

8.2.3 消费者对不同洗发水品牌的品牌印象分析

8.2.4 消费者对不同品牌的偏好分析

8.2.5 消费者对品牌的忠诚度分析

8.2.6 不同洗发水品牌的发展潜力

8.3 2023年中国洗发水消费者购买及使用行为分析

8.3.1 消费者的购买方式分析

8.3.2 消费者购买时关注的因素分析

8.3.3 影响消费者回购的因素分析

8.3.4 消费者使用的满意度分析

第9章 国外洗发水行业重点企业调研分析

9.1 爱茉莉太平洋

9.1.1 企业概况

9.1.2 主要品牌分析

9.1.3 经营与财务状况

9.2 资生堂

9.2.1 企业概况

9.2.2 主要品牌分析

9.2.3 经营与财务状况

9.3 法国欧莱雅

9.3.1 企业概况

9.3.2 主要品牌分析

9.3.3 经营与财务状况

第10章 中国洗发水行业顶尖企业竞争力与未来发展策略探讨

10.1 广西索芙特集团有限公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业主要经济指标分析

10.1.3 企业盈利能力分析

10.2 上海家化联合股份有限公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业主要经济指标分析

10.2.3 企业盈利能力分析

10.3 上海蜂花日用品有限公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业主要经济指标分析

10.3.3 企业盈利能力分析

10.4 脱普日用化学品（中国）有限公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业主要经济指标分析

10.4.3 企业盈利能力分析

10.5 广州好迪集团有限公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业主要经济指标分析

10.5.3 企业盈利能力分析

第11章 2024-2030年中国洗发水及其主要上下游产品市场预测

11.1 2023年中国洗发水上下游分析

11.1.1 与行业上下游之间的关联性

11.1.2 上游原材料供应形势分析

11.1.3 下游产品解析

11.2 2024-2030年中国洗发水行业产业链研究分析

11.2.1 行业上游影响及风险分析

11.2.2 行业下游风险分析及提示

11.2.3 关联行业风险分析及提示

第12章 2024-2030年中国洗发水行业发展前景展望预测

12.1 2024-2030年中国洗发水行业供求形势展望

12.1.1 上游原料供应预测及市场情况

12.1.2 洗发水下游需求行业发展展望

12.1.3 洗发水行业产能预测分析

12.1.4 进出口形势展望

12.2 2024-2030年中国洗发水行业市场格局与经济效益展望

12.2.1 市场格局展望

12.2.2 经济效益预测

12.3 2024-2030年中国洗发水行业整体发展展望分析

12.3.1 洗发水行业国际展望

12.3.2 国内洗发水行业发展展望

第13章 2024-2030年洗发水行业投资机会与风险规避研究

13.1 2024-2030年中国洗发水投资环境的分析与对策

13.2 2024-2030年中国洗发水投资机遇分析

13.3 2024-2030年中国洗发水投资风险分析

13.3.1 政策风险

13.3.2 经营风险

13.3.3 技术风险

13.3.4 进入退出风险

13.4 2024-2030年中国洗发水投资策略与建议

13.4.1 企业资本结构选择

13.4.2 企业战略选择

13.4.3 投资区域选择

第14章 2024-2030年洗发水行业盈利模式与投资策略探讨

14.1 国外洗发水行业投资现状及经营模式分析

14.1.1 境外洗发水行业成长情况分析

14.1.2 经营模式借鉴

14.1.3 在华投资新趋势动向

14.2 我国洗发水行业商业模式探讨

14.3 我国洗发水行业投资国际化发展战略分析

14.3.1 战略优势分析

14.3.2 战略机遇分析

14.3.3 战略规划目标

14.3.4 战略措施分析

14.4 最优投资路径设计

14.4.1 投资对象

14.4.2 投资模式

14.4.3 预期财务状况分析

14.4.4 风险资本退出方式

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1142984.html>