

2014-2018年中国理发用品 市场全景调查及未来发展趋势报告

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

《2014-2018年中国理发用品市场全景调查及未来发展趋势报告》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/201312/100960.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

理发，(Hair care)，又名头发护理，常见的是修剪头发，简称剪发，令人外观清洁整齐，有美化外型、美容之功用。理发可以是家庭生活活动，家属及朋友互相帮助。不过理发也可视为七十二行之一种专业，是发廊、理发店的理发师之职业。理发通常指基本的头发护理，而头发的美化则称为美发。但除了剪发，“理发全套”可能包括洗头、吹头发、染发、恤发、定型、美甲、按摩等。

如今的理发、美容业，已以全新、现代化的面貌出现在大众面前。理发、美容业为适应当今群众的审美、清洁的需要，依靠的是现代化的规范管理与科学技术，而不是冥冥之中难以寻觅的神灵了。如何把美发产业做大做强，将是所有美发界同仁面临的瓶颈。

众所周知，美发是个性化的服务，没有行业标准来界定技术，所以造成各自为政，匠人相轻的尴尬局面。另外，作为经济行为，只有联合起来搭建平台，才能把蛋糕做得更大：下游的培训学校，化妆品，理发用品，假发用品，将会更加依附于这个组织，美发组织将有更大的产品议价权和定价权。也只有美发组织强大了，才能为消费者提供规范和人性化的远程服务。

品牌形象的塑造和技师们的技术水平以及人格魅力，将是未来产业融合的一张选票。做事从做人开始，大格局需要大道德。

美发是生意，是一门技术，更是一种艺术，是自己永远不满意的作品。有爱有执着，才有未来。当然，等待美发的，更是一个大产业！

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。

第一章 中国理发用品产品品牌市场实地调研

第一节 中国理发用品产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、理发用品产品品牌平均价格趋势分析

三、2014年中国理发用品产品品牌价格走势预测

第二节 影响中国理发用品产品品牌价格因素分析

一、消费税调整对理发用品产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对理发用品产品品牌价格的影响

第三节 中国理发用品产品品牌市场消费状况分析

一、中国理发用品产品品牌市场消费结构

二、中国理发用品产品品牌市场消费特点

三、影响中国理发用品产品品牌市场消费因素

第二章 2013年中国理发用品产品品牌市场结构调研

第一节 中国理发用品市场主要品牌发展分析

一、中国理发用品市场主要品牌所占市场份额

二、中国理发用品市场各品牌新动向监测

第二节 中国理发用品市场品牌排名调查

一、按照销售额排名

二、按市场份额排名

三、按品牌知名度排名

四、按消费者认可度排名

第三节 中国理发用品市场品牌发展新特色分析

第三章 2013年中国理发用品行业区域市场需求状况预测

第一节 2013-2018年华北地区理发用品市场需求状况

一、2013年行业发展现状分析

二、2013年市场规模情况分析

三、2014-2018年市场需求情况

四、2014-2018年理发用品行业发展前景预测

第二节 2013-2018年东北地区理发用品市场规模研究

一、2013年行业发展现状分析

二、2013年市场规模情况分析

三、2014-2018年市场需求情况

四、2014-2018年理发用品行业发展前景预测

第三节 2013-2018年华东地区理发用品行业前景展望

一、2013年行业发展现状分析

二、2013年市场规模情况分析

三、2014-2018年市场需求情况

四、2014-2018年理发用品行业发展前景预测

第四节2013-2018年华南地区理发用品市场需求预测

- 一、2013年行业发展现状分析
- 二、2013年市场规模情况分析
- 三、2014-2018年市场需求情况
- 四、2014-2018年理发用品行业发展前景预测

第五节2013-2018年华中地区理发用品行业发展潜力分析

- 一、2013年行业发展现状分析
- 二、2013年市场规模情况分析
- 三、2014-2018年市场需求情况
- 四、2014-2018年理发用品行业发展前景预测

第六节2013-2018年西南地区理发用品市场规模预测

- 一、2013年行业发展现状分析
- 二、2013年市场规模情况分析
- 三、2014-2018年市场需求情况
- 四、2014-2018年理发用品行业发展前景预测

第七节2013-2018年西北地区理发用品行业发展预测

- 一、2013年行业发展现状分析
- 二、2013年市场规模情况分析
- 三、2014-2018年市场需求情况
- 四、2014-2018年理发用品行业发展前景预测

第四章 2013年中国理发用品行业需求用户调研结果

第一节2013年理发用品行业用户认知程度分析

- 一、不同收入用户认知程度分析
- 二、不同年龄用户认知程度分析
- 三、不同地区用户认知程度分析
- 四、不同学历用户认知程度分析

第二节2013年中国理发用品行业用户需求特点

- 一、不同收入用户需求特点分析
- 二、不同年龄用户需求特点分析
- 三、不同地区用户需求特点分析
- 四、不同学历用户需求特点分析

第五章 2013年中国理发用品产品品牌上游市场调查情况

第一节 2013年中国理发用品产品原材料生产情况调查

- 一、中国理发用品产品原材料产量调查分析
- 二、中国理发用品产品原材料生产区域结构调查
- 三、2014-2018年中国理发用品产品原材料生产规模预测

第二节 中国理发用品产品原材料价格走势调查

- 一、中国理发用品产品原材料历年价格趋势调查
- 二、理发用品产品原材料未来走势预测
- 三、理发用品产品原材料价格走势对企业影响
 - (一) 短期影响分析研究
 - (二) 长期影响分析研究
 - (三) 产品原材料成本敏感度

第三节 2013年中国理发用品产品生产现状概况

- 一、2013年中国理发用品产品生产规模调查
- 二、2013年中国理发用品产品生产结构调查
- 三、2014-2018年中国理发用品产品产量预测

第六章 中国理发用品产品品牌下游经销商调查

第一节 代理商

- 一、畅销产品品牌调查分析
- 二、不同品牌产品市场占有率分析
- 三、营销渠道分析研究
- 四、营销策略探讨

第二节 加盟店

- 一、畅销产品品牌调查分析
- 二、不同品牌产品市场占有率分析
- 三、营销渠道分析研究
- 四、营销策略探讨

第三节 连锁店

- 一、畅销产品品牌调查分析
- 二、不同品牌产品市场占有率分析

三、营销渠道分析研究

四、营销策略探讨

第四节 经销商

第七章 2013年中国理发用品行业品牌分销商渠道评估研究

第一节 中国理发用品行业品牌有效铺货率分析

第二节 主要理发用品行业品牌有效铺货率比较

第三节 不同城市级别主要品牌有效铺货率

第八章 2013年中国理发用品产品品牌销售渠道与营销策略解析

第一节 2013年中国理发用品产品品牌销售渠道模式研究

一、2013年中国理发用品产品品牌渠道销售现状调查

二、2013年中国理发用品产品品牌营销渠道调研

三、2013年中国理发用品产品品牌渠道发展机遇

四、2013年中国理发用品产品品牌发展策略

五、渠道策略及营销策略运作案例讲解

六、2013年品牌新品研发多元化趋势探析

第二节 2013年中国理发用品产品品牌市场策略点评

一、价格策略专家点评

二、渠道策略专家点评

第三节 2013年中国理发用品产品品牌销售策略研究

一、媒介选择策略

二、产品定位策略

三、企业宣传策略

第四节 2013年中国理发用品产品品牌营销渠道探讨

一、市场营销战术及管理

二、理发用品产品品牌营销的发展之道

三、中国理发用品品牌市场营销渠道探讨

第九章 2013年中国理发用品行业竞争对手渠道模式

第一节 理发用品市场渠道情况

第二节 理发用品竞争对手渠道模式

第三节 理发用品直营代理分布情况

第十章 2013年中国理发用品行业竞争力与发展态势研究

第一节 2013年中国理发用品行业集中度分析

一、企业数量及地区分布

二、行业集中度分析

三、地域分布情况

第二节 2013年中国理发用品企业竞争状况

一、领导企业的市场力量

二、品牌竞争格局分析

三、企业竞争组群分析

四、各竞争组群的SWOT分析

五、各竞争组群竞争成功的关键因素分析

第三节 2013年中国理发用品行业竞争力分析

一、2013年理发用品行业竞争分析

二、2013年中外理发用品产品竞争力比较分析

三、2013年中国理发用品市场竞争格局分析

四、2014-2018年国内主要理发用品企业动向研究

第三节 2014-2018年中国理发用品行业竞争态势展望

第十一章 中国理发用品行业重点品牌企业经营策略

第一节 品牌A

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第二节 品牌B

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第三节 品牌C

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第四节 品牌D

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

第五节 品牌E

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道利润设计

四、品牌渠道建设对销售市场的影响

五、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

…………

第十二章 中国理发用品行业供需预测与发展趋势

第二节 2011-2013年中国理发用品行业未来发展趋势研究

一、未来行业发展环境

二、未来行业发展方向

三、未来行业发展预测

第二节 2011-2013年理发用品行业市场供需状况预测

一、供给能力预测

二、市场需求预测

三、进出口形势预测

第三节 2011-2013年理发用品行业总资产预测

第四节 2011-2013年理发用品行业工业总产值预测

第五节 2014-2018年理发用品行业销售收入预测

第六节 2014-2018年中国理发用品行业盈利能力预测

第十三章 2014-2018年中国理发用品行业投资价值与投资策略研究

第一节 中国理发用品行业SWOT模型分析

第二节 中国理发用品行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2014-2018年中国理发用品行业投资风险预警

一、金融危机风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节 中国理发用品行业投资策略研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析

第五节 中国理发用品项目行业可行性分析研究

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201312/100960.html>