

2016-2022年中国洗护发产 品市场分析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

《2016-2022年中国洗护发产品市场分析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/rihua1511/C447759VCR.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-11-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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《2016-2022年中国洗护发产品市场分析与投资前景研究报告》共九章。报告介绍了洗护发产品行业相关概述、中国洗护发产品产业运行环境、分析了中国洗护发产品行业的现状、中国洗护发产品行业竞争格局、对中国洗护发产品行业做了重点企业经营状况分析及中国洗护发产品产业发展前景与投资预测。您若想对洗护发产品产业有个系统的了解或者想投资洗护发产品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

洗发水是指一种具有去头屑功能、焗油功能和染发等功能的护发产品。洗发水中含有多种成分，这些成份的综合作用能起到清洁头皮和头发的功能。通常洗发露中最能起作用的成份是表面活性剂，表面活性剂起着清洁头发和头皮的作用，当洗发液与水混在一起时能产生泡沫，不过泡沫的多少并不能反映出清洁能力的强弱。

报告目录：

第一章 洗发水的相关概述 12

1.1 洗发水的概述 12

1.1.1 洗发水的概述 12

1.1.2 洗发水产品的细分 12

1.1.3 护发品定义及分类 13

1.2 护发细分产品 13

1.2.1 护发素 13

1.2.2 啫喱水 15

1.2.3 发泥发蜡 16

1.2.4 染发剂 16

第二章 2015年中国洗涤用品行业发展环境分析 18

2.1 宏观经济环境 18

2.1.1 2013-2015年中国GDP增长分析 18

2.1.2 2015年中国工业经济运行情况分析 18

2.1.3 2013-2015年中国商品进出口贸易 19

2.1.4 2015年中国人口结构 21

2.1.5 2015年中国居民收入与消费状况	21
2.2 政策环境分析	23
2.2.1 中国日化行业环境监管政策分析	23
2.2.2 <消费品使用说明化妆品通用标签>	24
2.2.3 <化妆品标签标识管理规范>	24
2.2.4 化妆品包装标准开始实施	25
2.3 产业发展环境	25
2.3.1 2015年中国日化市场销售规模	25
2.3.2 2015年洗涤用品行业发展概况	26
2.3.3 2015年洗涤用品市场运行情况	29
2.3.4 2015年中国洗涤市场销售特点	30

第三章 2015年中国洗发水市场分析 33

3.1 中国洗发水市场概况	33
3.1.1 中国洗发水行业发展的历程	33
3.1.2 中国洗发水市场发展的现状	34
3.1.3 中国洗发水的市场细分状况	36
3.1.4 洗发水总体市场竞争格局	36
3.1.5 本土洗发水企业发展现状	37
3.2 洗发水市场营销分析	38
3.2.1 洗发水产品销售模式分析	38
3.2.2 中国洗发水销售渠道分析	38
3.2.3 洗护发产品的销售手段分析	39
3.2.4 洗发水市场需要创新营销方式	43
3.3 2015年洗护发市场规模分析	44
3.3.1 2015年中国洗发护发市场规模分析	44
3.3.2 2015年中国二合一洗发水市场规模	45
3.3.3 2015年中国护发造型产品市场规模	46
3.3.4 2015年中国护发素市场规模分析	47
3.3.5 2015年中国染发剂市场规模分析	47
3.4 2015年洗发水市场分析	48
3.4.1 2015年中国洗发水市场规模分析	48

- 3.4.2 2015年中国洗发水市场竞争状况 49
- 3.4.3 2015年中国洗发水传播风强势不减 50
- 3.4.4 2015年洗发水高端市场的竞争态势 51
- 3.5 洗发水行业典型商业模式分析 53
 - 3.5.1 宝洁模式 53
 - 3.5.2 丝宝模式 55
 - 3.5.3 拉芳模式 56
 - 3.5.4 三种模式的启示 57

第四章 2015年中国洗发水细分市场分析 59

- 4.1 去屑洗发水 59
 - 4.1.1 中国去屑洗发水市场发展现状 59
 - 4.1.2 中国去屑洗发水市场竞争现状 59
 - 4.1.3 2015年去屑洗发水市场竞争升级 60
 - 4.1.4 2015年清扬男性洗发水市场分析 61
 - 4.1.5 中药去屑洗发水市场分析 62
- 4.2 防脱洗发水 63
 - 4.2.1 中国防脱洗发水发展历程与现状 63
 - 4.2.2 日用洗发水功能延伸至防脱市场 64
 - 4.2.3 中国药物防脱发洗发水市场分析 64
 - 4.2.4 防脱洗发水主要品牌发展分析 65
 - 4.2.5 中国防脱发市场良性发展对策 67
- 4.3 中草药洗发水 67
 - 4.3.1 中草药洗发香波的发展现状 67
 - 4.3.2 中国茶籽洗发水生产企业及产品 70
 - 4.3.3 2013-2015年中国中草药洗发水竞争状况 71
 - 4.3.4 2015年中国中草药洗发水市场规模 72
 - 4.3.5 2015年中国中草药洗发水市场兴起 73

第五章 2015年中国主要区域洗发水消费调研分析 74

- 5.1 华北地区 74
 - 5.1.1 北京市洗发水消费市场调研分析 74

5.1.2	天津市洗发水消费市场调研分析	76
5.1.3	太原市洗发水消费市场调研分析	77
5.1.4	哈尔滨洗发水消费市场调研分析	78
5.2	东北地区	80
5.2.1	长春市洗发水消费市场调研分析	80
5.2.2	沈阳市洗发水消费市场调研分析	81
5.2.3	大连市洗发水消费市场调研分析	83
5.3	华东地区	84
5.3.1	济南市洗发水消费市场调研分析	84
5.3.2	青岛市洗发水消费市场调研分析	85
5.3.3	南京市洗发水消费市场调研分析	87
5.3.4	苏州市洗发水消费市场调研分析	88
5.3.5	上海市洗发水消费市场调研分析	90
5.3.6	杭州市洗发水消费市场调研分析	91
5.3.7	宁波市洗发水消费市场调研分析	92
5.3.8	福州市洗发水消费市场调研分析	94
5.3.9	厦门市洗发水消费市场调研分析	95
5.4	华中地区	97
5.4.1	合肥市洗发水消费市场调研分析	97
5.4.2	南昌市洗发水消费市场调研分析	98
5.4.3	郑州市洗发水消费市场调研分析	99
5.4.4	长沙市洗发水消费市场调研分析	101
5.4.5	武汉市洗发水消费市场调研分析	102
5.5	华南地区	104
5.5.1	广州市洗发水消费市场调研分析	104
5.5.2	深圳市洗发水消费市场调研分析	105
5.5.3	佛山市洗发水消费市场调研分析	107
5.5.4	南宁市洗发水消费市场调研分析	108
5.5.5	海口市洗发水消费市场调研分析	109
5.6	西部地区	111
5.6.1	成都市洗发水消费市场调研分析	111
5.6.2	重庆市洗发水消费市场调研分析	112

5.6.3 昆明市洗发水消费市场调研分析 114

5.6.4 西安市洗发水消费市场调研分析 115

第六章 2015年中国洗发水品牌发展分析 117

6.1 洗发水品牌概述 117

6.1.1 中国洗发水品牌发展历程 117

6.1.2 中国洗发水品牌现状与格局 118

6.1.3 中国洗发水主要品牌的概述 118

6.1.4 洗发水品牌内涵的四个层面 124

6.2 洗发水品牌格局分析 125

6.2.1 2015年中外洗发水品牌市场分析 125

6.2.2 中国洗发水品牌渗透率总体情况 126

6.2.3 中国消费者洗发水品牌使用解析 127

6.2.4 中国洗发水品牌市场竞争特征 128

6.3 国产洗发水品牌策略 129

6.3.1 国产洗发水品牌存在的问题 129

6.3.2 国内成功洗发水品牌的启示 131

6.3.3 创造色彩缤纷品牌核心价值 132

6.3.4 主动切入深度挖掘品牌手段 133

6.3.5 提升洗发水品牌的创意能力 134

第七章 2015年国内外洗发水重点企业分析 137

7.1 宝洁公司 137

7.1.1 企业基本情况 137

7.1.2 2015年公司经营状况 137

7.1.3 广州宝洁公司经营状况 138

7.1.4 飘柔品牌发展另类策略 139

7.1.5 宝洁洗发水的品牌策略 144

7.2 联合利华 147

7.2.1 企业基本情况 147

7.2.2 2015年公司经营状况 148

7.2.3 联合利华在中国的发展情况 149

- 7.2.4 联合利华品牌战略提升竞争力 150
- 7.2.5 联合利华圈地加大产品投入 153
- 7.3 欧莱雅集团 155
 - 7.3.1 企业基本情况 155
 - 7.3.2 2015年公司经营状况 156
 - 7.3.3 欧莱雅集团在中国的发展 158
 - 7.3.4 欧莱雅集团竞争策略分析 158
 - 7.3.5 欧莱雅进军大众洗发水市场 162
- 7.4 花王株式会社 163
 - 7.4.1 企业基本情况 163
 - 7.4.2 2015财年公司经营情况分析 164
 - 7.4.3 上海花王洗发水产品情况 165
 - 7.4.4 上海花王有限公司经营情况 166
- 7.5 霸王国际集团 168
 - 7.5.1 企业基本情况 168
 - 7.5.2 霸王洗发水主要产品 168
 - 7.5.3 2015年公司经营状况分析 169
 - 7.5.4 霸王领跑中草药洗发水市场 170
- 7.6 索芙特股份有限公司 171
 - 7.6.1 企业基本情况 171
 - 7.6.2 公司主要产品 172
 - 7.6.3 2015年公司经营状况 172
 - 7.6.4 索芙特竞争策略分析 173
- 7.7 广州市好迪化妆品有限公司 176
 - 7.7.1 企业基本情况 176
 - 7.7.2 公司主要产品 177
 - 7.7.3 2015年公司经营状况 177
 - 7.7.4 2015年好迪新品上市 179
- 7.8 广东省熊猫日化用品有限公司 180
 - 7.8.1 企业基本情况 180
 - 7.8.2 公司主要产品 180
 - 7.8.3 2015年公司经营状况 181

- 7.8.4 拉芳竞争策略分析 183
- 7.9 上海华银日用品有限公司 184
 - 7.9.1 企业基本情况 184
 - 7.9.2 公司主要产品 185
 - 7.9.3 企业经营状况 185
- 7.10 湖北丝宝股份有限公司 187
 - 7.10.1 企业基本情况 187
 - 7.10.2 公司主要产品 187
 - 7.10.3 企业经营状况 188
 - 7.10.4 企业经营策略 189

第八章 博思数据对中国洗发水市场前景分析 192

- 8.1 洗发水市场前景 192
 - 8.1.1 洗发水产品未来发展趋势分析 192
 - 8.1.2 中国高端洗发水市场前景广阔 192
 - 8.1.3 中草药洗发香波发展前景分析 193
 - 8.1.4 茶籽洗发水市场现状分析 193
- 8.2 2016-2022年洗发水市场预测 195
 - 8.2.1 2016-2022年洗涤用品市场规模预测 195
 - 8.2.2 2016-2022年洗护发产品市场规模预测 196
 - 8.2.3 2016-2022年中国洗发水市场规模预测 196

第九章 2016-2022年中国洗发水行业投资机会与风险 198

- 9.1 2016-2022年中国洗发水行业投资环境 198
- 9.2 2016-2022年洗发水行业投资机会分析 198
 - 9.2.1 洗发水行业投资吸引力分析 198
 - 9.2.2 洗发水行业区域投资潜力 199
- 9.3 2016-2022年洗发水行业投资风险分析 200
 - 9.3.1 市场竞争风险 200
 - 9.3.2 品牌经营风险 200
 - 9.3.3 新品开发风险 201
- 9.4 2016-2022年中国洗发水行业投资策略分析 201

图表目录：

- 图表 1 2005-2015年中国国内生产总值及增长速度 18
- 图表 2 2015年中国货物进出口总额及其增长速度 20
- 图表 3 2013-2015年中国商品进出口贸易总额增长趋势图 20
- 图表 4 2015年中国人口数及其构成情况 21
- 图表 5 2013-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 21
- 图表 6 2013-2015年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 22
- 图表 7 2013-2015年中国城镇居民家庭恩格尔系数 22
- 图表 8 2013-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数 22
- 图表 9 2013-2015年中国日化市场规模统计 26
- 图表 10 2013-2015年中国日化市场规模增长趋势图 26
- 图表 11 2015年中国洗涤用品行业经济指标统计 27
- 图表 12 2015年中国洗涤用品行业前5省区企业数量排名 28
- 图表 13 2015年中国洗涤用品行业前5省区总资产排名 28
- 图表 14 2015年中国洗涤用品行业前5省区销售规模排名 28
- 图表 15 2015年中国洗涤用品行业前5省区利润排名 29
- 图表 16 2013-2015年中国洗护发产品市场规模统计 44
- 图表 17 2013-2015年中国洗护发产品零售销售额趋势图 45
- 图表 18 2015年中国洗护发产品市场结构比例 45
- 图表 19 2013-2015年中国2合1洗发水市场规模统计 45
- 图表 20 2013-2015年中国2合1洗发水零售销售额趋势图 46
- 图表 21 2013-2015年中国护发造型产品市场规模统计 46
- 图表 22 2013-2015年中国护发造型产品零售销售额趋势图 46
- 图表 23 2013-2015年中国护发素产品市场规模统计 47
- 图表 24 2013-2015年中国护发素产品零售销售额趋势图 47
- 图表 25 2013-2015年中国染发剂产品市场规模统计 48
- 图表 26 2013-2015年中国染发剂产品零售销售额趋势图 48
- 图表 27 2013-2015年中国洗发水市场规模统计 48
- 图表 28 2013-2015年中国洗发水零售销售额趋势图 49
- 图表 29 2005-2015年中国洗发水零售市场份额统计（TOP10） 49
- 图表 30 2013-2015年洗发护发品市场连续进入榜单前十品牌 50

- 图表 31 中国茶籽洗发水生产企业及产品 70
- 图表 32 2005-2015年中草药洗发水零售市场份额统计 (TOP10) 71
- 图表 33 2013-2015年中国中草药洗发液市场规模统计 72
- 图表 34 2013-2015年中国中草药洗发液零售销售额趋势图 72
- 图表 35 2013-2015年中草药洗发水占洗发水市场份额趋势图 72
- 图表 36 北京市洗发水品牌渗透率总体情况 74
- 图表 37 北京市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 75
- 图表 38 天津市洗发水品牌渗透率总体情况 76
- 图表 39 天津市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 76
- 图表 40 太原市洗发水品牌渗透率总体情况 77
- 图表 41 太原市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 78
- 图表 42 哈尔滨洗发水品牌渗透率总体情况 78
- 图表 43 哈尔滨消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 79
- 图表 44 长春市洗发水品牌渗透率总体情况 80
- 图表 45 长春市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 81
- 图表 46 沈阳市洗发水品牌渗透率总体情况 81
- 图表 47 沈阳市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 82
- 图表 48 大连市洗发水品牌渗透率总体情况 83
- 图表 49 大连市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 83
- 图表 50 济南市洗发水品牌渗透率总体情况 84
- 图表 51 济南市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 85
- 图表 52 青岛市洗发水品牌渗透率总体情况 86
- 图表 53 青岛市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 86
- 图表 54 南京市洗发水品牌渗透率总体情况 87
- 图表 55 南京市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 88
- 图表 56 苏州市洗发水品牌渗透率总体情况 88
- 图表 57 苏州市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 89
- 图表 58 上海市洗发水品牌渗透率总体情况 90
- 图表 59 上海市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 90
- 图表 60 杭州市洗发水品牌渗透率总体情况 91
- 图表 61 杭州市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 92
- 图表 62 宁波市洗发水品牌渗透率总体情况 92

图表 63 宁波市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 93
图表 64 福州市洗发水品牌渗透率总体情况 94
图表 65 福州市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 95
图表 66 厦门市洗发水品牌渗透率总体情况 95
图表 67 厦门市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 96
图表 68 合肥市洗发水品牌渗透率总体情况 97
图表 69 合肥市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 97
图表 70 南昌市洗发水品牌渗透率总体情况 98
图表 71 南昌市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 99
图表 72 郑州市洗发水品牌渗透率总体情况 100
图表 73 郑州市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 100
图表 74 长沙市洗发水品牌渗透率总体情况 101
图表 75 长沙市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 102
图表 76 武汉市洗发水品牌渗透率总体情况 102
图表 77 武汉市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 103
图表 78 广州市洗发水品牌渗透率总体情况 104
图表 79 广州市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 104
图表 80 深圳市洗发水品牌渗透率总体情况 105
图表 81 深圳市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 106
图表 82 佛山市洗发水品牌渗透率总体情况 107
图表 83 佛山市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 107
图表 84 南宁市洗发水品牌渗透率总体情况 108
图表 85 南宁市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 109
图表 86 海口市洗发水品牌渗透率总体情况 109
图表 87 海口市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 110
图表 88 成都市洗发水品牌渗透率总体情况 111
图表 89 成都市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 112
图表 90 重庆市洗发水品牌渗透率总体情况 112
图表 91 重庆市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 113
图表 92 昆明市洗发水品牌渗透率总体情况 114
图表 93 昆明市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 114
图表 94 西安市洗发水品牌渗透率总体情况 115

图表 95 西安市消费者经常使用的洗发水品牌比例情况 116

图表 96 2013-2015年霸王洗发护发产品市场占有率及排名情况 126

图表 97 中国主要城市洗发水市场需求总体状况 126

图表 98 中国主要城市洗发水品牌渗透率总体情况 126

图表 99 中国30大城市消费者最经常使用的洗发水品牌总体情况 127

图表 100 2005-2015年中国洗发护发市场集中度分析 128

图表 101 2005-2015年宝洁公司营利情况统计 138

图表 102 2005-2015年宝洁公司净收入增长趋势图 138

图表 103 2003-2015年广州宝洁公司销售收入统计 138

图表 104 2003-2015年广州宝洁公司销售收入增长趋势图 139

图表 105 2013-2015年联合利华公司经营指标统计 148

图表 106 2013-2015年联合利华公司营业额趋势图 148

图表 107 2013-2015年联合利华公司营业利润趋势图 149

图表 108 2015年联合利华公司分地区经营情况情况 149

图表 109 2015年联合利华公司分产品经营情况情况 149

图表 110 2015年欧莱雅集团主要经营指标统计 156

图表 111 2015年欧莱雅集团分产品营业收入情况 157

图表 112 2013-2015年欧莱雅集团营业额增长趋势图 157

图表 113 2013-2015年欧莱雅集团营业利润趋势图 157

图表 114 2015年欧莱雅集团分地区营业收入情况 157

图表 115 花王集团主要产品及业务概况 163

图表 116 2015财年花王集团主要经营指标统计 164

图表 117 2003-2015年花王集团销售额增长趋势图 164

图表 118 2003-2015年花王集团营业利润趋势图 165

图表 119 花王集团在中国投资企业概况 165

图表 120 上海花王有限公司洗发水主要产品情况 166

图表 121 上海花王有限公司资产负债指标分析 167

图表 122 上海花王有限公司销售及利润指标分析 167

图表 123 上海花王有限公司偿债能力分析 167

图表 124 上海花王有限公司盈利能力分析 167

图表 125 上海花王有限公司成本费用情况分析 167

图表 126 霸王产品线情况 168

图表 127 霸王洗发水主要产品系列 169

图表 128 2007-2015年霸王国际集团主要产品营业收入统计 170

图表 129 2015年霸王国际集团各品牌销售额比例 170

图表 130 索芙特股份有限公司主要产品 172

图表 131 2015年索芙特股份有限公司经营状况 173

图表 132 2015年索芙特股份有限公司营业收入分地区情况 173

图表 133 2013-2015年索芙特股份有限公司营业收入趋势图 173

图表 134 广州市好迪化妆品有限公司主要产品 177

图表 135 2003-2015年广州市好迪化妆品有限公司销售收入统计 178

图表 136 2003-2015年广州市好迪化妆品公司销售收入趋势图 178

图表 137 广州市好迪化妆品有限公司盈利指标情况 178

图表 138 广州市好迪化妆品有限公司盈利能力情况 178

图表 139 广州市好迪化妆品有限公司资产运行指标状况 179

图表 140 广州市好迪化妆品有限公司负债能力指标分析 179

图表 141 广州市好迪化妆品有限公司营运能力指标分析 179

图表 142 广州市好迪化妆品有限公司成本费用构成情况 179

图表 143 2003-2015年广东省熊猫日化用品有限公司销售收入统计 181

图表 144 2003-2015年广东熊猫日化用品公司销售收入趋势图 182

图表 145 广东省熊猫日化用品有限公司盈利指标情况 182

图表 146 广东省熊猫日化用品有限公司盈利能力情况 182

图表 147 广东省熊猫日化用品有限公司资产运行指标状况 182

图表 148 广东省熊猫日化用品有限公司负债能力指标分析 183

图表 149 广东省熊猫日化用品有限公司营运能力指标分析 183

图表 150 广东省熊猫日化用品有限公司成本费用构成情况 183

图表 151 上海华银日用品有限公司主要产品 185

图表 152 2003-2015年上海华银日用品公司销售收入统计 185

图表 153 2003-2015年上海华银日用品公司销售收入趋势图 186

图表 154 上海华银日用品有限公司盈利指标情况 186

图表 155 上海华银日用品有限公司盈利能力情况 186

图表 156 上海华银日用品有限公司资产运行指标状况 186

图表 157 上海华银日用品有限公司负债能力指标分析 187

图表 158 上海华银日用品有限公司营运能力指标分析 187

图表 159 上海华银日用品有限公司成本费用构成情况	187
图表 160 丝宝日化主要洗发水品牌与产品情况	188
图表 161 湖北丝宝股份有限公司资产负债指标分析	188
图表 162 湖北丝宝股份有限公司销售及利润指标分析	189
图表 163 湖北丝宝股份有限公司偿债能力分析	189
图表 164 湖北丝宝股份有限公司盈利能力分析	189
图表 165 湖北丝宝股份有限公司成本费用情况分析	189
图表 166 茶籽洗发水SWOT分析	194
图表 167 2016-2022年中国洗涤用品市场规模预测	195
图表 168 2006-2015年中国洗涤用品市场规模增长趋势预测图	195
图表 169 2016-2022年中国洗护发产品市场规模预测	196
图表 170 2016-2022年中国洗护发产品市场规模增长趋势预测图	196
图表 171 2016-2022年中国洗发水市场规模预测	196
图表 172 2016-2022年中国洗发水市场规模增长趋势预测图	197
图表 173 中国洗发水企业地区分布	199

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/rihua1511/C447759VCR.html>