

2018-2023年中国发制品市 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

《2018-2023年中国发制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/report/G816513RMA.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】2017-12-01

【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《2018-2023年中国发制品市场分析与投资前景研究报告》共十二章。报告介绍了发制品行业相关概述、中国发制品产业运行环境、分析了中国发制品行业的现状、中国发制品行业竞争格局、对中国发制品行业做了重点企业经营状况分析及中国发制品产业发展前景与投资预测。您若想对发制品产业有个系统的了解或者想投资发制品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章 国内发制品行业品牌发展环境分析 1

第一节 产品行业特征 1

一、产品行业定义 1

发制品是以人发或特种化纤丝为原材料，经过一系列工序加工而成的假发制品，主要用于发型妆饰、美容美发教学及弥补缺发、脱发等生理缺陷，满足特种职业（如演艺、律师等行业）需求等。

国内发制品约80%用于出口，发制品消费主要集中在北美、非洲、亚洲和欧洲。其中，欧美市场发展较早，市场相对成熟；非洲市场发制品具有刚性需求。亚洲人天生发质较好，观念较为传统保守，尚未普遍形成基于时尚追求的发制品消费习惯，佩戴发制品主要用于遮盖生理缺陷或弥补后天脱发。因此，发制品企业的产品初期主要向欧美地区供应，后来又向非洲出口。在国内发制品主要产区中，河南许昌、山东青岛、安徽太和、湖南邵阳等地都以出口为主，仅有广东一地以内销为主。

二、产品行业消费特征 2

第二节 经济环境特征 3

一、中国GDP分析 3

二、固定资产投资 4

三、恩格尔系数分析 5

五、工业发展形势 7

第三节 政策环境特征 9

一、国家宏观调控政策分析 9

二、发制品行业相关政策分析 12

第四节 发制品行业竞争特征 13

一、国内外品牌竞争格局 13

二、行业进入壁垒分析 13

三、可替代品威胁分析	16
四、贴牌加工产品市场威胁分析	16
第五节 发制品行业技术环境特征	17
第二章 国内发制品行业品牌产品市场规模分析	19
第一节 2017年发制品市场规模分析	19
2015年我国发制品行业国内需求规模约26.55亿元，同比2014年的20.35亿元增长了30.5%，近几年我国发制品行业规模情况如下图所示：2010-2015年中国发制品行业市场规模情况	
资料来源：资料整理	
第二节 2017年我国发制品区域结构分析	20
第三节 发制品区域市场规模分析	22
一、东北地区市场规模分析	22
二、华北地区市场规模分析	24
三、华东地区市场规模分析	27
四、华中地区市场规模分析	30
五、华南地区市场规模分析	33
六、西部地区市场规模分析	36
第四节 2018-2023年发制品市场规模预测	40
第三章 国内发制品行业品牌需求与消费者偏好调查	41
第一节 2017年发制品产量统计分析	41
第二节 发制品历年消费量统计分析	42
第三节 国内发制品行业品牌产品平均价格走势分析	45
第四节 发制品产品目标客户群体调查	46
一、不同收入水平消费者偏好调查	46
二、不同年龄的消费者偏好调查	47
三、不同地区的消费者偏好调查	48
第五节 发制品产品的品牌市场运营状况分析	49
一、消费者对发制品品牌认知度宏观调查	49
二、消费者对发制品产品的品牌偏好调查	49
三、消费者对发制品品牌的首要认知渠道	50
四、消费者经常购买的品牌调查	50
五、发制品品牌忠诚度调查	51
六、发制品品牌市场占有率调查	51

七、消费者的消费理念调研	52
第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析	52
一、价格敏感程度	52
二、品牌的影响	53
三、购买方便的影响	54
四、广告的影响程度	55
五、包装的影响程度	56
第四章 国内发制品行业品牌产品市场供需渠道分析	58
第一节 销售渠道特征分析	58
一、供需渠道定义	58
二、供需渠道格局	58
三、供需渠道形式	59
四、供需渠道要素对比	59
第二节 销售渠道对发制品行业品牌发展的重要性	60
第三节 发制品行业销售渠道的重要环节分析	61
一、批发商	61
二、零售商（无店铺零售、店铺零售）	62
三、代理商	63
第四节 2017年中国发制品行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析	64
一、华东	64
二、中南	65
三、华北	65
四、西部	66
第五节 销售渠道发展趋势分析	66
一、渠道运作趋势发展	66
二、渠道支持趋势发展	67
三、渠道格局趋势发展	69
四、渠道结构扁平化趋势发展	69
第六节 销售渠道策略分析	70
一、直接渠道或间接渠道的营销策略	70
二、长渠道或短渠道的营销策略	74
三、宽渠道或窄渠道的营销策略	75

四、单一销售渠道和多销售渠道策略	75
五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略	76
第七节 销售渠道决策的评估方法	77
一、销售渠道评估数学模型介绍	77
二、财务评估法介绍	78
三、交易成本评估法介绍	79
四、经验评估法介绍	79
第八节 2017年国内发制品行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析	80
一、国内生产企业投资运作模式	80
二、国内营销企业投资运作模式	81
三、外销与内销优势分析	81
第五章 国内发制品行业进出口市场情况分析	82
第一节 2017年国内发制品行业进出口量分析	82
一、2017年国内发制品行业进口分析	82
二、2017年国内发制品行业出口分析	82
第二节 2018-2023年国内发制品行业进出口市场预测分析	83
一、2018-2023年国内发制品行业进口预测	83
二、2018-2023年国内发制品行业出口预测	84
第六章 国内发制品行业优势品牌企业分析	85
第一节 河南瑞贝卡发制品	85
一、公司及产品概况	85
二、品牌发展历程	86
三、企业销售收入分析	87
四、企业盈利能力分析	88
五、公司产品变化	89
六、品牌市场份额变化	89
七、公司品牌竞争策略	90
第二节 许昌恒源发制品股份	90
一、公司及产品概况	90
二、品牌发展历程	91
三、企业销售收入分析	91
四、企业盈利能力分析	92

五、公司产品变化	92
六、品牌市场份额变化	92
七、公司品牌竞争策略	92
第三节 河南省瑞泰发业股份	92
一、公司及产品概况	92
二、品牌发展历程	93
三、企业销售收入分析	96
四、企业盈利能力分析	96
五、公司产品变化	96
六、品牌市场份额变化	96
七、公司品牌竞争策略	97
第四节 许昌龙正美发饰品	97
一、公司及产品概况	97
二、品牌发展历程	97
三、企业销售收入分析	98
四、企业盈利能力分析	99
五、公司产品变化	99
六、品牌市场份额变化	99
七、公司品牌竞争策略	99
第五节 青岛即发集团发制品	99
一、公司及产品概况	99
二、品牌发展历程	100
三、企业销售收入分析	101
四、企业盈利能力分析	101
五、公司产品变化	101
六、品牌市场份额变化	101
七、公司品牌竞争策略	101
第七章 国内发制品行业品牌竞争格局分析	103
第一节 发制品行业历史竞争格局概况	103
一、发制品行业集中度分析	103
二、发制品行业竞争程度分析	103
第二节 发制品行业企业竞争状况分析	104

一、领导企业的市场力量	104
二、其他企业的竞争力	105
第三节 2018-2023年国内发制品行业品牌竞争格局展望	106
第八章 2018-2023年国内发制品行业品牌发展预测	107
第一节 2018-2023年发制品行业品牌市场财务数据预测	107
一、2018-2023年发制品行业品牌市场规模预测	107
二、2018-2023年发制品行业总产值预测	107
三、2018-2023年发制品行业利润总额预测	108
四、2018-2023年发制品行业总资产预测	109
第二节 2018-2023年发制品行业供需预测	109
一、2018-2023年发制品产量预测	109
二、2018-2023年发制品需求预测	110
三、2018-2023年发制品供需平衡预测	111
五、2018-2023年主要发制品产品进出口预测	112
第三节 2018-2023年发制品行业投资机会	112
一、2018-2023年发制品行业主要领域投资机会	112
二、2018-2023年发制品行业出口市场投资机会	113
三、2018-2023年发制品行业企业的多元化投资机会	113
第四节 影响发制品行业发展的主要因素	114
一、2018-2023年影响发制品行业运行的有利因素分析	114
二、2018-2023年影响发制品行业运行的稳定因素分析	115
三、2018-2023年影响发制品行业运行的不利因素分析	115
四、2018-2023年我国发制品行业发展面临的挑战分析	116
五、2018-2023年我国发制品行业发展面临的机遇分析	117
第五节 发制品行业投资前景及控制策略分析	118
一、2018-2023年发制品行业市场风险及控制策略	118
二、2018-2023年发制品行业政策风险及控制策略	118
三、2018-2023年发制品行业经营风险及控制策略	118
四、2018-2023年发制品行业技术风险及控制策略	119
五、2018-2023年发制品行业同业竞争风险及控制策略	119
六、2018-2023年发制品行业其他风险及控制策略	120
第九章 2018-2023年国内发制品行业品牌投资价值与投资前景研究分析	121

第一节 行业SWOT模型分析	121
一、优势分析	121
二、劣势分析	121
三、机会分析	121
四、风险分析	121
第二节 发制品行业发展的PEST分析	122
一、政治和法律环境分析	122
二、经济发展环境分析	123
三、社会、文化与自然环境分析	124
四、技术发展环境分析	130
第三节 发制品行业投资价值分析	136
一、2018-2023年发制品市场趋势总结	136
二、2018-2023年发制品发展趋势分析	136
三、2018-2023年发制品市场发展空间	137
四、2018-2023年发制品产业政策趋向	137
五、2018-2023年发制品技术革新趋势	138
六、2018-2023年发制品价格走势分析	138
第四节 发制品行业投资前景分析	139
一、宏观调控风险	139
二、行业竞争风险	139
三、供需波动风险	140
四、技术创新风险	140
五、经营管理风险	141
六、其他风险	141
第五节 发制品行业投资前景研究分析	141
一、重点投资品种分析	141
二、重点投资地区分析	142
三、项目投资建议	142
1、投资额度建议	142
2、技术性风险建议	142
3、项目可行性分析	143
第十章 业内专家对国内发制品行业总结及企业经营战略建议	145

第一节 发制品行业问题总结	145
第二节 2018-2023年发制品行业企业的标杆管理	146
一、国内企业的经验借鉴	146
二、国外企业的经验借鉴	148
第三节 2018-2023年发制品行业企业的资本运作模式	151
一、发制品行业企业国内资本市场的运作建议	151
1、发制品行业企业的兼并及收购建议	151
2、发制品行业企业的融资方式选择建议	151
二、发制品行业企业海外资本市场的运作建议	153
第四节 2018-2023年发制品行业企业营销模式建议	153
一、发制品行业企业的国内营销模式建议	153
1、发制品行业企业的渠道建设	153
2、发制品行业企业的品牌建设	154
二、发制品行业企业海外营销模式建议	156
1、发制品行业企业的海外细分市场选择	156
2、发制品行业企业的海外经销商选择	157
第五节 发制品市场的重点客户战略实施	158
一、实施重点客户战略的必要性	158
二、合理确立重点客户	158
三、对重点客户的营销策略	159

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/G816513RMA.html>