

2017-2023年中国发制品制造行业市场监测与发展 战略分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国发制品制造行业市场监测与发展战略分析报告》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/201709/563892.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

发制品行业发展历史悠久，已逾百年。早在清末民初，具有高度市场敏感性的德国犹太商人即瞄准人们日益旺盛的发制品妆饰需求，经常深入中国腹地——河南许昌收购被弃置的人发，运回国内加工成各种发制品，销往欧美各国，赚取高额利润，并引导西方消费者对妆饰发制品的消费潮流。由此，欧洲成为全球发制品业的发源地，河南许昌逐步发展成为中国乃至全球最大的人发集散地。

中国从二十世纪三十年代起开始了发制品的简单生产。由于人发原材料和劳动力成本是发制品生产成本的重要组成部分，受人发资源价格和劳动力成本上升因素的影响，世界发制品生产中心经历了从欧洲到日本、韩国，再到中国的演变。

中国发制品行业的产业化发展是从二十世纪七十年代开始的。改革开放以后，国内发制品企业通过中外合资方式引进人发深加工技术，开始由粗加工向深加工转型，中国由单一的原材料供应国逐渐转变为制成品出口国。经过多年发展，中国已成为全球发制品生产中心。由于目前发制品消费最主要的市场在海外，因此中国发制品销售以出口为主。

虽然中国发制品业自古代就有所发展，行业历史悠久，但就目前的市场情况看，行业发展仍处于较为初级的阶段，业内企业总体缺乏自主研发能力和工艺创新能力，只有少数大型企业具有较强的综合实力，工艺及产品可达世界先进水平。

据统计：2014年我国国内发制品产量为5.46万吨，2015年国内发制品产量为5.36万吨，产量较上年同期略有下滑。

2010-2015年我国发制品产量走势图

资料来源：公开资料，智研咨询整理

发制品需求主要来源于四个方面：发型妆饰、弥补生理缺陷、特种职业（如演员、律师）需求和美容美发教学，其中，发型妆饰需求为最主要需求。后三者因消费主体为较为固定的特定群体，需求相对稳定，消费弹性不大，而以发型妆饰为动因的需求属于时尚性需求，处于更高的需求层次，更具多元化和个性化，受流行风潮影响，可以被有效培育，随着人们生活水平的不断提高，增长空间巨大。

时尚发制品市场需求划分为刚性需求和非刚性需求两部分，黑种人的消费需求属于刚性需求，其余人种的消费需求属于非刚性需求。

时尚发制品市场需求划分

资料来源：公开资料，智研咨询整理

发制品对于黑种人属于准生活必需品，人种生理特征和性格特点造成黑种人对发制品的需求刚性。不同于其他人种，黑种人的原生发具有卷曲、贴头皮、生长缓慢、不易长长的特点，若不佩戴发制品，很难通过发型区分性别，因此，出于美观需求，黑人女性往往只要具备

经济条件，即从少年时期开始养成佩戴发制品的习惯。由于人种、民族特点，黑人男性也喜欢通过佩戴发制品追求形象个性化，发制品消费需求远高于其他人种的男性。

其他人种消费者主要将妆饰性发制品作为如同服装、化妆品、首饰等的日常时尚用品，用以满足造型需要，包括通过佩戴造型和颜色前卫夸张的发制品体现个性、通过佩戴发制品实现受限于原生发发质发量而无法塑造的发型、通过根据服饰和场合佩戴不同款式、颜色的发制品而实现整体造型和风格多变等。

传统上，中国发制品消费以弥补生理缺陷或后天脱发为主，基于时尚需求的发制品消费多限于演艺界，大众消费基本处于萌芽阶段，尚未放量，但市场正在逐步打开，潜力巨大，前景广阔。

时尚发制品消费在国内推广最关键的因素是人们消费观念的转变。回顾历史，可以看出消费观念的变化对市场的影响是渐进但是重大的。三十多年前，西装、领带、牛仔裤、太阳镜等开始进入中国大陆时，被赶时髦、追时尚的年轻人所喜爱，却因与传统观念冲突而被大众所抵制。但如今那些曾经被视作非主流的时尚品味早已成为大众品味。时尚发制品在中国也正经历这样的过程。随着观念的转变和消费能力的提高，发制品作为时尚消费品的观念将逐渐深入人心。智研咨询认为，经过明星示范、消费引导、局部推广，时尚发制品消费将成为我国居民新的消费热点。

国内主要有3大类假发消费群体：1) 时尚人群：群体大约2000万人，其中约11.5%尝试戴过假发，是假发的主力消费群体，占比超过60%；2) 生理缺陷类：即有先天性生理缺陷的脱发群体，总人数约1600万人，其中戴假发的比例为5%；3) 病理脱发：即后天有疾病，经过治疗导致脱发的人群，总数约1500万人，并以每年120万的速度增加，其戴假发的比例约3.5%。

我国发制品消费人群

资料来源：公开资料，智研咨询整理

智研咨询发布的《2017-2023年中国发制品制造行业市场监测与发展战略分析报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章 发制品制造行业政策之中国制造2025

1.1 发展形势和环境

- 1.1.1 全球制造业格局面临重大调整
- 1.1.2 我国经济发展环境发生重大变化
- 1.1.3 建设制造强国任务艰巨而紧迫
- 1.2 战略方针和目标
 - 1.2.1 指导思想
 - 1.2.2 基本原则
 - 1.2.3 战略目标
- 1.3 战略任务和重点
 - 1.3.1 提高国家制造业创新能力
 - 1.3.2 推进信息化与工业化深度融合
 - 1.3.3 强化工业基础能力
 - 1.3.4 加强质量品牌建设
 - 1.3.5 全面推行绿色制造
 - 1.3.6 大力推动重点领域突破发展
 - 1.3.7 深入推进制造业结构调整
 - 1.3.8 积极发展服务型制造和生产性服务业
 - 1.3.9 提高制造业国际化发展水平
- 1.4 战略支撑与保障
 - 1.4.1 深化体制机制改革
 - 1.4.2 营造公平竞争市场环境
 - 1.4.3 完善金融扶持政策
 - 1.4.4 加大财税政策支持力度
 - 1.4.5 健全多层次人才培养体系
 - 1.4.6 完善中小微企业政策
 - 1.4.7 进一步扩大制造业对外开放
 - 1.4.8 健全组织实施机制

第二章 发制品制造行业政策之“互联网+”

- 2.1 行动要求
 - 2.1.1 总体思路
 - 2.1.2 基本原则
 - 2.1.3 发展目标
- 2.2 重点行动
 - 2.2.1 “互联网+”创业创新
 - 2.2.2 “互联网+”协同制造
 - 2.2.3 “互联网+”现代农业

2.2.4 “互联网+”智慧能源

2.2.5 “互联网+”普惠金融

2.2.6 “互联网+”益民服务

2.2.7 “互联网+”高效物流

2.2.8 “互联网+”电子商务

2.2.9 “互联网+”便捷交通

2.2.10 “互联网+”绿色生态

2.2.11 “互联网+”人工智能

2.3 保障支撑

2.3.1 夯实发展基础

2.3.2 强化创新驱动

2.3.3 营造宽松环境

2.3.4 拓展海外合作

2.3.5 加强智力建设

2.3.6 加强引导支持

2.3.7 做好组织实施

第三章 发制品制造行业政策之“十三五”规划

3.1 指导思想、主要目标和发展理念

3.1.1 发展环境

3.1.2 指导思想

3.1.3 主要目标

3.1.4 发展理念

3.1.5 发展主线

3.2 实施创新驱动发展战略

3.2.1 强化科技创新引领作用

3.2.2 深入推进大众创业万众创新

3.2.3 构建激励创新的体制机制

3.2.4 实施人才优先发展战略

3.2.5 拓展发展动力新空间

3.3 构建发展新体制

3.3.1 坚持和完善基本经济制度

3.3.2 建立现代产权制度

3.3.3 健全现代市场体系

3.3.4 深化行政管理体制改革

3.3.5 加快财税体制改革

- 3.3.6 加快金融体制改革
 - 3.3.7 创新和完善宏观调控
 - 3.4 推进农业现代化
 - 3.5 优化现代产业体系
 - 3.5.1 实施制造强国战略
 - 3.5.2 支持战略性新兴产业发展
 - 3.5.3 加快推动服务业优质高效发展
 - 3.6 拓展网络经济空间
 - 3.6.1 构建泛在高效的信息网络
 - 3.6.2 发展现代互联网产业体系
 - 3.6.3 实施国家大数据战略
 - 3.6.4 强化信息安全保障
 - 3.7 构筑现代基础设施网络
 - 3.8 推进新型城镇化
 - 3.9 推动区域协调发展
 - 3.10 加快改善生态环境
 - 3.10.1 加快建设主体功能区
 - 3.10.2 推进资源节约集约利用
 - 3.10.3 加大环境综合治理力度
 - 3.10.4 加强生态保护修复
 - 3.10.5 积极应对全球气候变化
 - 3.10.6 健全生态安全保障机制
 - 3.10.7 发展绿色环保产业
 - 3.11 构建全方位开放新格局
 - 3.12 深化内地和港澳、大陆和台湾地区合作发展
 - 3.13 全力实施脱贫攻坚
 - 3.14 提升全民教育和健康水平
 - 3.15 提高民生保障水平
 - 3.16 加强社会主义精神文明建设
 - 3.17 加强和创新社会治理
 - 3.18 加强社会主义民主法治建设
 - 3.19 统筹经济建设和国防建设
 - 3.20 强化规划实施保障
- 第四章 发制品制造行业相关概述
- 4.1 发制品制造行业定义及特点

4.1.1 发制品制造行业的定义

4.1.2 发制品制造行业产品/服务特点

4.2 发制品制造行业分类

4.3 发制品制造行业经营模式分析

4.3.1 生产模式

4.3.2 采购模式

4.3.3 销售模式

第五章 中国发制品制造行业发展概述

5.1 中国发制品制造行业发展状况分析

5.1.1 中国发制品制造行业发展阶段

5.1.2 中国发制品制造行业发展总体概况

5.1.3 中国发制品制造行业发展特点分析

5.2 2014-2016年发制品制造行业发展现状

5.2.1 2014-2016年中国发制品制造行业市场规模

5.2.2 2014-2016年中国发制品制造行业发展分析

5.2.3 2014-2016年中国发制品企业发展分析

5.3 2017-2023年中国发制品制造行业面临的困境及对策

5.3.1 中国发制品制造行业面临的困境及对策

5.3.2 中国发制品企业发展困境及策略分析

第六章 中国发制品制造行业市场运行分析

6.1 2014-2016年中国发制品制造行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

6.1.2 人员规模状况分析

6.1.3 行业资产规模分析

6.1.4 行业市场规模分析

6.2 2014-2016年中国发制品制造行业产销情况分析

6.2.1 中国发制品制造行业工业总产值

6.2.2 中国发制品制造行业工业销售产值

6.2.3 中国发制品制造行业产销率

6.3 2014-2016年中国发制品制造行业市场供需分析

6.3.1 中国发制品制造行业供给分析

6.3.2 中国发制品制造行业需求分析

6.3.3 中国发制品制造行业供需平衡

6.4 2014-2016年中国发制品制造行业财务指标总体分析

6.4.1 行业盈利能力分析

6.4.2 行业偿债能力分析

6.4.3 行业营运能力分析

6.4.4 行业发展能力分析

第七章 2014-2016年发制品制造行业进出口数据分析

7.1 2014-2016年发制品制造行业进口情况分析

7.1.1 进口数量情况分析

7.1.2 进口金额变化分析

7.1.3 进口来源地区分析

7.1.4 进口价格变动分析

7.2 2014-2016年发制品制造行业出口情况分析

7.2.1 出口数量情况分析

7.2.2 出口金额变化分析

7.2.3 出口国家流向分析

7.2.4 出口价格变动分析

第八章 中国发制品制造行业上、下游产业链分析

8.1 发制品制造行业产业链概述

8.1.1 产业链定义

8.1.2 发制品制造行业产业链

8.2 发制品制造行业主要上游产业发展分析

8.2.1 上游产业发展现状

8.2.2 上游产业供给分析

8.2.3 上游供给价格分析

8.2.4 主要供给企业分析

8.3 发制品制造行业主要下游产业发展分析

8.3.1 下游（应用行业）产业发展现状

8.3.2 下游（应用行业）产业需求分析

8.3.3 下游（应用行业）主要需求企业分析

8.3.4 下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

第九章 中国发制品制造行业市场竞争格局分析

9.1 中国发制品制造行业竞争格局分析

9.1.1 发制品制造行业区域分布格局

9.1.2 发制品制造行业企业规模格局

9.1.3 发制品制造行业企业性质格局

9.2 中国发制品制造行业竞争五力分析

9.2.1 发制品制造行业上游议价能力

- 9.2.2 发制品制造行业下游议价能力
 - 9.2.3 发制品制造行业新进入者威胁
 - 9.2.4 发制品制造行业替代产品威胁
 - 9.2.5 发制品制造行业现有企业竞争
 - 9.3 中国发制品制造行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 发制品制造行业优势分析（S）
 - 9.3.2 发制品制造行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 发制品制造行业机会分析（O）
 - 9.3.4 发制品制造行业威胁分析（T）
 - 9.4 中国发制品制造行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1 投资兼并重组现状
 - 9.4.2 投资兼并重组案例
 - 9.5 中国发制品制造行业重点企业竞争策略分析
- 第十章 中国发制品制造行业领先企业竞争力分析
- 10.1 河南瑞贝卡发制品股份有限公司
 - 10.1.1 企业概况
 - 10.1.2 企业优势分析
 - 10.1.3 经营状况分析
 - 10.2 河南瑞美真发股份有限公司
 - 10.2.1 企业概况
 - 10.2.2 企业优势分析
 - 10.2.3 经营状况分析
 - 10.3 许昌恒源发制品股份有限公司
 - 10.3.1 企业概况
 - 10.3.2 企业优势分析
 - 10.3.3 经营状况分析
 - 10.4 许昌龙正美发饰品有限公司
 - 10.4.1 企业概况
 - 10.4.2 企业优势分析
 - 10.4.3 经营状况分析
 - 10.5 安徽省金瑞祥发制品有限公司
 - 10.5.1 企业概况
 - 10.5.2 企业优势分析
 - 10.5.3 经营状况分析
 - 10.6 青岛海森林时尚发制品有限公司

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 经营状况分析

10.7 郑州明辉发制品有限公司

10.7.1 企业概况

10.7.2 企业优势分析

10.7.3 经营状况分析

10.8 邵阳阳光发品有限公司

10.8.1 企业概况

10.8.2 企业优势分析

10.8.3 经营状况分析

10.9 青岛即发集团

10.9.1 企业概况

10.9.2 企业优势分析

10.9.3 经营状况分析

10.10 青岛千姿发制品有限公司

10.10.1 企业概况

10.10.2 企业优势分析

10.10.3 经营状况分析

第十一章 2017-2023年中国发制品制造行业投资前景

11.1 发制品制造行业投资现状分析

11.1.1 发制品制造行业投资规模分析

11.1.2 发制品制造行业投资资金来源构成

11.1.3 发制品制造行业投资项目建设分析

11.1.4 发制品制造行业投资资金用途分析

11.1.5 发制品制造行业投资主体构成分析

11.2 发制品制造行业投资特性分析

11.2.1 发制品制造行业进入壁垒分析

11.2.2 影响发制品制造行业发展的有利和不利因素

1、影响行业发展有利因素

2、影响行业发展不利因素

11.3 发制品制造行业投资机会分析

11.3.1 产业链投资机会

11.3.2 细分市场投资机会

11.3.3 重点区域投资机会

11.3.4 产业发展的空白点分析

11.4 发制品制造行业投资风险分析

11.4.1 发制品制造行业政策风险

11.4.2 宏观经济风险

11.4.3 市场竞争风险

11.4.4 关联产业风险

11.4.5 产品结构风险

11.4.6 技术研发风险

11.4.7 其他投资风险

11.5 发制品制造行业投资潜力

11.5.1 发制品制造行业投资潜力分析

11.5.2 发制品制造行业最新投资动态

11.5.3 发制品制造行业投资机会分析

第十二章 2017-2023年中国发制品制造行业发展趋势与前景分析

12.1 2017-2023年中国发制品市场发展前景

12.1.1 2017-2023年发制品市场发展潜力

12.1.2 2017-2023年发制品市场发展前景展望

12.1.3 2017-2023年发制品细分行业发展前景分析

12.2 2017-2023年中国发制品市场发展趋势预测

12.2.1 2017-2023年发制品制造行业发展趋势

12.2.2 2017-2023年发制品市场规模预测

12.2.3 2017-2023年发制品制造行业应用趋势预测

12.2.4 2017-2023年细分市场发展趋势预测

12.3 2017-2023年中国发制品制造行业供需预测

12.3.1 2017-2023年中国发制品制造行业供给预测

12.3.2 2017-2023年中国发制品制造行业需求预测

12.3.3 2017-2023年中国发制品供需平衡预测

12.4 “互联网+”——驱动发制品制造行业转型升级

12.4.1 互联网+的大背景

12.4.2 “互联网+”的内涵

12.4.3 “互联网+”进程

第十三章 不同视角下的发制品制造行业转型升级分析

13.1 《中国制造2025》视角下的发制品制造行业转型升级分析

13.2 “互联网+”视角下的发制品制造行业转型升级分析

13.3 “工业4.0”视角下的发制品制造行业转型升级分析

13.4 工业互联网视角下的发制品制造行业转型升级分析

13.5 中国制造业转型升级的未来方向

第十四章 中国发制品制造行业转型升级策略分析

14.1 我国发制品制造行业转型升级国内分析现状

14.1.1 战略性新兴产业与传统产业转型升级的关系分析

14.1.2 高技术产业与传统产业协同发展分析

14.1.3 地区产业转型升级分析

14.1.4 传统产业转型升级的路径选择

14.1.5 传统产业转型升级的国际经验借鉴

14.2 创新驱动发制品制造行业转型升级路径研究

14.2.1 我国产业创新及传统产业存在的问题

1、产业技术水平差

2、产业集中度低

3、技术创新能力薄弱，行业垄断依然明显

4、产业创新体制和机制不健全，存在政策体系不完善、不配套的问题

14.2.2 创新驱动发制品制造行业升级路径分析及策略

1、路径分析

(1) 产业创新路径之一——产业转移

(2) 产业创新路径之二——产业集群

(3) 产业创新路径之三——产业融合

2、策略建议

(1) 坚持技术自主创新为核心

(2) 注重全方位统筹推进创新

(3) 重视项目申报对科技创新的带动规范作用

(4) 注重对各类创新人才的培养和引进

14.3 科技创新驱动发制品制造行业转型升级发展研究

14.3.1 科技创新与传统产业的耦合分析

1、传统产业的发展需要科技创新

2、科技创新驱动传统产业发展

3、传统产业与科技创新融合发展

14.3.2 科技创新对传统产业的作用机理

1、丰富了传统产业的表现形式

2、提高了传统产业的技术含量

3、拓展了传统产业的发展方向

4、促进了传统产业的转型升级

14.3.3 科技创新驱动发制品制造行业转型升级发展的路径

- 1、通过技术创新提升传统企业的自主创新能力
- 2、通过产业创新培育更多的新兴业态
- 3、通过合作创新延长传统产业链
- 4、通过空间创新形成特色产业园区

第十五章 新常态下我国发制品制造行业转型升级的动力机制及战略趋向

15.1 新常态下我国发制品制造行业转型升级的制约因素

- 15.1.1 复杂多变的市场经济环境
- 15.1.2 日渐弱化的传统发展优势
- 15.1.3 层次较低的产业集群效应
- 15.1.4 相对滞后的传统体制观念

15.2 新常态下我国发制品制造行业转型升级的动力机制

- 15.2.1 科学技术的发展
- 15.2.2 需求结构的升级
- 15.2.3 产业组织结构的改革和创新
- 15.2.4 全球经济梯度发展效应
- 15.2.5 国家战略的积极推动

15.3 新常态下我国发制品制造行业转型升级的战略趋向

- 15.3.1 现代产业体系逐步形成
- 15.3.2 制造业技术创新战略地位日益凸显
- 15.3.3 绿色低碳发展理念已成共识
- 15.3.4 开放式创新系统已具雏形

第十六章 中国发制品制造行业转型升级研究结论

- 16.1 发制品制造行业转型升级研究结论
- 16.2 发制品制造行业转型升级投资价值评估
- 16.3 发制品制造行业转型升级投资建议
 - 16.3.1 行业发展策略建议
 - 16.3.2 行业投资方向建议
 - 16.3.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：发制品制造行业特点

图表：发制品制造行业生命周期

图表：发制品制造行业产业链分析

图表：2014-2016年发制品制造行业市场规模分析

图表：2017-2023年发制品制造行业市场规模预测

图表：中国发制品制造行业盈利能力分析

图表：中国发制品制造行业运营能力分析

图表：中国发制品制造行业偿债能力分析

图表：中国发制品制造行业发展能力分析

图表：中国发制品制造行业经营效益分析

图表：2014-2016年发制品重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国发制品制造行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国发制品制造行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国发制品制造行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国发制品竞争力分析

图表：2017-2023年中国发制品产能预测

图表：2017-2023年中国发制品消费量预测

图表：2017-2023年中国发制品市场前景预测

图表：2017-2023年中国发制品市场价格走势预测

图表：2017-2023年中国发制品发展前景预测

图表：区域发展战略规划

略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201709/563892.html>