

2017-2022年中国摩丝市场分析预测及发展趋势研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国摩丝市场分析预测及发展趋势研究报告》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/201701/486954.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

摩丝是一种用石油以及煤等为原料，并经过化学加工合成的高分子化合物，它们的分子量一般高达几十万以致上百万，分子中的碳原子数成千上万。一般人们熟悉的塑料，合成橡胶以及合成纤维就是合成高分子化合物中重要的三个大类。

合成高分子化合物的结构是线状的几千个磷原子互相拉起手来，从而连成一根长链，并且链上还连接着氢、氧、氮等其它原子。这样和链分子互相靠近，互相缠绕卷曲，从而形成有相当强度的材料。假如长链与长链之间通过某些原子或基团再互相联结就会形成一种网状的高分子材料，这种材料哪怕加热也不会软化、变形。

定型摩丝就是这样一种由乙烯吡咯烷酮及醋酸乙烯脂两种物质共同聚合而形成的高分子化合物。人们把这种高分子化合物溶解在一种十分容易挥发的溶剂中配制成药液，然后加入少许增塑剂、防水剂、香精等就成了定型摩丝。使用时如果你把药液喷在头发上，药液中成雾状的溶剂就会马上挥发，高分子化合物就会从溶液中析出，附着在头发上。这些线状的长链化合物可使头发的刚性增加从而使它们变硬，不容易弯曲，于是就可以将理发师做好的发型固定下来。

十大摩丝品牌排行榜 排名 品牌名称 简介

1 VS沙宣 沙宣是宝洁公司洗发水品牌中的后起之秀，他们请来国际著名美发专家维达·沙宣做自己的品牌形象大使，并用维达·沙宣本人的名字作为品牌，从而树立起专业洗发、护发的形象，而“我的光彩来自你的风采”则有画龙点睛之感。作为国际美发先锋，沙宣的灵感来自四面八方。从怀旧的摇滚到摩登的T台时装秀；从经典的建筑到耐人探索的星际，每一款都张扬着沙宣的创新精神。 2

2 美涛Maestro美涛（MAESTRO），中国领先的专业美发用品品牌，不断引领中国美发定型时尚潮流，其“专业、时尚、活力”的个性形象深受消费者认同，已连续多年荣列“全国市场同类产品销量第一名”，并获得国家质检总局授予的“免检产品”证书。产品包括啫喱水、摩丝、定型营养水、焗油膏、发蜡等多种。美涛Maestro——源自法国“专业美发大师”，始终专注于发型与艺术的完美融合，根据不同场合和角色的造型需求，推出一系列专业美发造型产品，并确保专业级的产品品质。上市以来，美涛连续六年在AC零售数据监测中，位列美发定型产品第一。

3 Schwarzkopf施华蔻 施华蔻，以“你的沙龙美发专家”而著称。作为世界三大顶级美发品牌之一，汉高旗下的施华蔻代表的是品质、专业和创新的百年传奇。施华蔻不仅是发型师的首选，更赢得消费者的百分信赖，只因我们始终坚持旗下每一款产品都独具匠心，品质卓越。施华蔻旗下云集了众多传奇产品，Schauma, Drei Wetter Taft 和Brillance (幻彩) 等经典之作不断为品牌谱写美发神话。而众所周知的施华蔻“黑人头”标志，不仅遍及每一件产品，更倍受瞩目地出现在电视广告中。

4 GATSBY杰士派 1978年诞生于日本的男性化妆品品牌。杰士派Gatsby一直坚持“永远符合时尚潮流的男性造型化妆品”的理念。希望能够满足男性的各项时尚需求，不断地研发推出新商品。杰士派系列产品于1978年7月正式开始销售。品牌名来源于罗伯特雷德福主演的电影《The Great Gatsby》。这个时代，年轻人流行着一种较低落的想法，对任何事物都失去热情及动力。但杰士派与时代相反，推出了

14款具有男性独特气质的男士化妆品。广告代言人选用的是萩原健一。当时主要是发油、生发水等头发造型产品。香味浓郁的古龙水也非常受人欢迎。

5 迪彩Dcolor 广州市迪彩化妆品有限公司成立于1998年8月18日，是一家集化妆品研发、生产与销售于一体的实业公司。公司下设化妆品生产与销售、原料生产与贸易等覆盖化妆品产业链的七大事业部。公司生产的产品涵盖发用品领域与护肤品领域，共分为洗发、护发、定型、染发、护肤和清洁等共六大类产品，300余种单品。产品销售网络覆盖全国30个省、自治区和直辖市，下设各省级、城市办事处近300个，针对各细分渠道，形成了迪彩系列品牌分渠道立体运作的经营管理模式。

6 WELLA威娜 威娜公司是德国企业家Franz Stroher先生于1880年创立的。1931年，他将总部迁至了现在的Darmstadt(德国)。历经了一个多世纪的发展，至今已遍布世界各地，一万五千名优秀员工，每年创造的销售额超过34亿欧元(约人民币326.93亿元)，成为一家主营美发厅专用产品的专业性跨国公司，并在全球的零售市场也占有相当的份额。威娜以其专业染发产品而闻名。据高盛集团估计，威娜是欧洲第二大专业染发公司，在欧洲市场的占有率为24%，仅次于拥有29%份额的欧莱雅。

7 L'OREAL巴黎欧莱雅 巴黎欧莱雅(L'Oreal)是全球首屈一指的美容品牌！承袭高雅的法兰西浪漫气质，迈着新锐科技专业护肤的脚步，巴黎欧莱雅，牵手“星”光万丈的全球当红“花旦”，沿着多元文化的王者之路，穿越一个百年的世纪“光阴隧道”，构造出至尊科技的美容“巴比伦王国”。巴黎欧莱雅，这个美容界的全方位时尚“探索者”，不断刷新和引领着“从指尖到发梢”的美丽。

8 Syoss丝蕴 SYOSS丝蕴，源自日本专业沙龙美发品牌，与日本殿堂级资深发型师合作研发，优质配方专为亚洲人发质设计。继SYOSS丝蕴成功上市丝蕴深层修护、水润顺滑、滋养强韧及清润净屑四大洗护系列以及丝蕴专业造型品之后，现将全新丝蕴男士洗护及造型系列和丝蕴染发系列带给中国消费者，现在您可以通过使用SYOSS丝蕴专业洗护、造型及染发产品，体验到更加专业的沙龙级日常护理、造型和染发效果，秀发每天就像刚由发型师打理过一样。

9 好迪 广州好迪集团有限公司成立于1992年，是中国民营化妆品知名生产企业，其产品涵盖洗发、护发、美发、护肤、清洁、儿童等多个领域。2011年正式组建广州好迪集团，旗下拥有包括“好迪”、“凯达”、“灭害灵”在内的多个全国知名品牌，现已成为集科、工、贸于一体，多元化发展的大型集团化企业。近年来广州好迪集团一直坚持脚踏实地稳健发展。2009年，好迪成功收购中国最大的精细化工气雾剂生产业——中山凯达公司，一举挤入中国气雾剂市场的龙头位置。2010年，由广州好迪出资兴建的和业广场在广州市荔湾区商业中心顺利落成，再次彰显了广州好迪的雄厚实力。

10 温雅yougrace 温雅化妆品国际集团有限公司成立于1993年，是一家港商全资的民族企业，一直与法国欧莱雅、德国施华蔻、日本美源等国际染发品牌竞争，以成就世界知名的优秀中国化妆品企业之温雅中国梦为愿景。公司自1993年成立至今发展一日千里：占地2万多平方米的现代化新工厂于2008年初在云集世界500强企业的广州经济技术开发区首期落成使用，毗邻宝洁、安利、高露洁等国际日化巨头；全国营销中心坐落于广州市中心美丽的珠江河畔，直属员工350多人，品牌促销人员750多人，销售网点遍布全国；拥有知

名品牌、生产基地和全国营销网络，产品包括染发、洗发、护发、定型及烫发五大类美发产品，共计数百品种，旗下拥有的知名品牌有：“温雅”植物护理染发焗油系列（含专利染发工具套装），时尚女性染、美发系列，温和自然染黑系列，果漾女生系列（含全球首家泡泡染发产品），“彩吧”跑酷定造型系列。染发和美发产品连续十四年和十五年分别荣获全国销量第一。2013年，温雅投放中国市场20周年暨荣获“中国驰名商标”。

智研咨询发布的《2017-2022年中国摩丝市场分析预测及发展趋势研究报告》共十四章。首先介绍了摩丝相关概念及发展环境，接着分析了中国摩丝规模及消费需求，然后对中国摩丝市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国摩丝面临的机遇及发展前景。您若想对中国摩丝有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一部分 行业现状

第一章 摩丝综合概述

第一节 摩丝概述

一、摩丝概念

二、摩丝特性

三、摩丝分类

第二节 摩丝行业特性分析

一、摩丝市场特点

二、摩丝行业经济特性

三、摩丝行业成熟度分析

第三节 摩丝行业产业链分析

一、摩丝产业链上游分析

二、摩丝产业下游分析

三、摩丝成本构成

第二章 2016年中国摩丝行业市场发展环境分析

第一节 2016年全球环境分析

一、经济环境分析

二、社会环境分析

三、政策环境分析

四、研发环境

第二节 2016年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况分析
- 二、消费价格指数cpi、ppi分析
- 2016年二季度消费价格指数cpi、ppi走势
- 三、全国居民收入情况解读
- 四、2012-2016年恩格尔系数分析
- 五、2012-2016年工业发展形势走势
- 六、固定资产投资情况
- 七、2012-2016年对外贸易进出口分析
- 第三节 2016年中国摩丝行业政策环境分析
 - 一、与摩丝相关的监管机构
 - 二、与摩丝相关的政策法规
 - 三、其摩丝相关的法律法规
 - 四、国外摩丝政策法规
- 第四节 2016年中国摩丝行业社会环境分析
 - 一、人口环境分析
 - 二、教育情况分析
 - 三、文化环境分析
 - 四、生态环境分析
 - 五、中国城镇化率
 - 六、居民消费观念和习惯分析
- 第五节 2016年中国摩丝行业技术环境分析
- 第三章 全球摩丝行业发展分析
 - 第一节 全球摩丝行业市场发展分析
 - 一、摩丝市场现状分析
 - 二、摩丝全球市场规模分析
 - 三、摩丝消费结构分析
 - 四、全球摩丝的研发分析
 - 五、全球摩丝市场未来展望
 - 第二节 美国摩丝产业运行概况
 - 一、美国摩丝市场现状
 - 二、美国摩丝进出口分析
 - 三、美国摩丝市场品牌分析
 - 四、美国摩丝市场发展趋势
 - 第三节 德国摩丝产业运行概况
 - 一、德国摩丝市场现状

二、德国摩丝进出口分析

三、德国摩丝市场品牌分析

四、德国摩丝市场发展趋势

第四节 英国摩丝产业运行概况

一、英国摩丝市场现状

二、英国摩丝进出口分析

三、英国摩丝市场品牌分析

四、英国摩丝市场发展趋势

第五节 法国摩丝产业运行概况

一、法国摩丝市场现状

二、法国摩丝进出口分析

三、法国摩丝市场品牌分析

四、法国摩丝市场发展趋势

第六节 日本摩丝产业运行概况

一、日本摩丝市场现状

二、日本摩丝进出口分析

三、日本摩丝市场品牌分析

四、日本摩丝市场发展趋势

第七节 韩国摩丝产业运行概况

一、韩国摩丝市场现状

二、韩国摩丝进出口分析

三、韩国摩丝市场品牌分析

四、韩国摩丝市场发展趋势

第四章 中国摩丝发展现状分析

第一节 摩丝行业发展概况

一、中国摩丝行业的现状

二、中国摩丝行业发展的阶段

二、中国摩丝行业存在的问题

三、中国摩丝行业的发展趋势

四、摩丝行业的最新动态

第二节 2016年中国摩丝行业发展状况

一、2015年中国摩丝行业发展回顾

二、2016年摩丝行业发展特点分析

三、2016年中国摩丝行业市场分析

第三节 中国摩丝行业要素分析

一、2016年中国摩丝行业企业数量分析

二、2016年摩丝行业从业人员分析

三、2016年中国摩丝行业资产规模分析

四、中国摩丝供需分析

五、中国摩丝行业品牌分析

第四节 2016年中国摩丝行业经营分析

一、摩丝行业收入结构分析

二、摩丝行业成本费用分析

三、摩丝行业盈利分析

第五节 摩丝行业发展动态聚焦

第五章 2016年摩丝对外贸易形态分析

第一节 摩丝贸易概述分析

一、对外贸易现状

二、贸易结构分析

三、2016年对外贸易前景

第二节 2016年摩丝进出口分析

一、摩丝进口分析

二、摩丝市场出口分析

三、未来趋势

第三节 贸易政策分析

第四节 对外贸易最新动态分析

一、“十三五规划”对摩丝对外贸易影响

第六章 摩丝行业政策分析

第一节 现行发展政策分析

一、“十三五规划”对摩丝行业的影响分析

二、“城镇化”对摩丝行业影响分析

三、国家对摩丝行业的规划分析

三、最新政策动向分析

第二节 摩丝行业监管政策分析

一、现行的政策分析

二、现行政策的不足

三、行业监管分析

四、未来的政策趋势

第七章 中国摩丝行业消费分析

第一节 摩丝行业产品消费者分析

- 一、不同收入水平消费者偏好分析
- 二、不同年龄的消费者偏好分析
- 三、不同地区的消费者偏好分析
- 四、不同性别的偏好分析
- 第二节 摩丝市场消费需求分析
 - 一、摩丝市场的消费需求变化
 - 二、摩丝行业的需求情况分析
 - 三、2016年摩丝品牌市场消费需求分析
- 第三节 摩丝消费市场状况分析
 - 一、摩丝行业消费特点
 - 二、摩丝消费者分析
 - 三、摩丝消费结构分析
 - 四、摩丝消费的市场变化
 - 五、摩丝市场的消费方向
- 第四节 影响消费因素分析
 - 一、价格敏感程度
 - 二、品牌的影响
 - 三、购买方便的影响
 - 四、广告的影响程度
 - 五、包装的影响程度
 - 六、品牌忠诚度分析
- 第二部分 市场竞争格局
- 第八章 中国摩丝行业市场分析
 - 第一节 中国摩丝行业市场综述
 - 一、中国摩丝行业市场现状
 - 二、中国摩丝行业市场结构分析
 - 三、摩丝行业市场规模分析
 - 四、摩丝行业趋势分析
 - 五、2017-2022年摩丝行业的市场空间预测
 - 第二节 2016年摩丝行业市场分析
 - 一、2016年摩丝行业市场供给分析
 - 二、2016年摩丝行业市场需求分析
 - 三、2016年摩丝行业市场规模分析
 - 四、2016年市场结构格局分析
 - 五、市场渠道分析

六、摩丝行业市场发展策略

第三节 摩丝行业市场动态解析

第九章 摩丝行业竞争分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

四、品牌集中度分析

第三节 中国摩丝行业竞争格局综述

一、2016年摩丝行业集中度

二、2016年摩丝行业竞争程度

三、2016年摩丝行业竞争格局

第四节 2017-2022年中国摩丝行业竞争分析及预测

一、2016年摩丝市场竞争情况分析

二、2016年摩丝市场竞争形势分析

三、2017-2022年集中度分析及预测

四、2017-2022年swot分析及预测

五、2017-2022年进入退出状况分析及预测

六、2017-2022年生命周期分析及预测

第十章 重点区域分析

第一节 华东地区摩丝市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第二节 华南地区摩丝市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第三节 华中地区摩丝市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第四节 华北地区摩丝市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第五节 西南地区摩丝市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第六节 东北地区摩丝市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第七节 西北地区摩丝市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第十一章 摩丝行业相关美容美发市场分析

第一节 美容美发市场分析

一、美容美发市场概况分析

二、“十三五规划”对美容美发的影响

三、美容美发市场运行分析

四、美容美发发展存在的问题

五、美容美发市场前景分析

第二节 2013-2016年美容美发市场分析

一、2015年美容美发市场情况

二、2016年美容美发市场情况

第三节 美容美发发展策略分析

一、美容美发市场定位分析

二、美容美发相关政策解读

三、美容美发发展趋势分析

第四节 美容美发最新动态

第十二章 摩丝行业重点品牌企业分析

第一节 syoss丝蕴

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 沙宣

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 倩碧

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 施华蔻

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 美涛

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 欧莱雅

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节 威娜

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八节 温雅

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第九节 伦士度

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第十节 资生堂

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三部分 行业预测

第十三章 摩丝行业投资机会与风险

第一节 摩丝行业投资效益分析

- 一、2010-2016年摩丝行业投资状况分析
- 二、2017-2022年摩丝行业投资效益分析
- 三、2017-2022年摩丝行业投资市场空间预测
- 四、2017-2022年摩丝行业的投资方向
- 五、2017-2022年摩丝行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响摩丝行业发展的主要因素

- 一、2017-2022年影响摩丝行业运行的有利因素分析
- 二、2017-2022年影响摩丝行业运行的稳定因素分析
- 三、2017-2022年影响摩丝行业运行的不利因素分析
- 四、2017-2022年我国摩丝行业发展面临的挑战分析
- 五、2017-2022年我国摩丝行业发展面临的机遇分析

第三节 摩丝行业投资风险及控制策略分析

- 一、2017-2022年摩丝行业市场风险及控制策略
- 二、2017-2022年摩丝行业政策风险及控制策略
- 三、2017-2022年摩丝行业经营风险及控制策略
- 四、2017-2022年摩丝同业竞争风险及控制策略
- 五、2017-2022年摩丝行业其他风险及控制策略

第四部分 投资战略

第十四章 摩丝行业投资战略研究

第一节 摩丝行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第二节 对摩丝品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、摩丝实施品牌战略的意义
- 三、摩丝企业品牌的现状分析
- 四、摩丝企业的品牌战略
- 五、摩丝品牌战略管理的策略

第三节 摩丝行业投资战略研究

- 一、2016年摩丝行业投资战略
- 二、2016年摩丝行业投资战略
- 三、2017-2022年摩丝行业投资战略
- 四、2017-2022年细分行业投资战略

第四节 研究结论与建议

- 一、研究结论
- 二、专家建议 (AK LT)

部分图表目录：

图表：2012-2016年中国gdp总量及增长趋势

图表：2016年中国三产业增加值结构

图表：2012-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势

图表：2012-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势

图表：2012-2016年中国工业增加值增长趋势

图表：2012-2016年我国工业增加值分季度增速

图表：2012-2016年我国全社会固定资产投资额走势

图表：2012-2016年我国城乡固定资产投资额对比

图表：2012-2016年我国财政收入支出走势

图表：2012-2016年人民币兑美元汇率中间价

图表：2012-2016年中国货币供应量统计表

图表：2012-2016年存款准备金率调整情况统计

图表：2012-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势

图表：2012-2016年我国货物进出口总额走势

图表：2012-2016年中国货物进口总额和出口总额走势

图表：2012-2016年中国城镇就业人数走势

图表：2012-2016年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势

图表：2012-2016年我国总人口数量增长趋势

图表：2016年3月人口数量及其构成

图表：2012-2016年我国广播和综合人口覆盖率走势

图表：2012-2016年中国城镇化率走势

图表：2017-2022年我国摩丝行业销售收入统计及预测

图表：2017-2022年我国摩丝行业利润总额预测表

图表：2017-2022年我国摩丝行业总资产统计及预测

图表：2017-2022年我国摩丝行业营运效率预测

图表：2017-2022年我国摩丝行业效益指标预测

图表：2017-2022年我国摩丝行业资产负债率预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201701/486954.html>