

中国洗发水行业发展深度分析与投资前景研究报告（2025-2032）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国洗发水行业发展深度分析与投资前景研究报告（2025-2032）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202504/750691.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、行业相关定义、分类及其产业链图解

洗发水，又名香波、洗发露，是应用最为广泛的洗发用品，其用于洗净附着在头皮和头发上的人体分泌的油脂，汗垢，头皮上脱落的细胞以及外来的灰尘、微生物、定型产品的残留物和不良气味等，保持头皮和头发清洁及头发美观。

洗发水种类很多，按作用性能可分为普通洗发水、调理洗发水、儿童洗发水以及洗染洗发水、祛屑止痒洗发水等。按照产品功效的不同，洗发水产品可分为补水类洗发水、滋润营养类洗发水、修复类洗发水、深层清洁类洗发水及柔顺类洗发水等多个类型。目前，我国洗发水市场中，补水类、滋润营养类和修复类洗发水占据绝大多数市场份额，2023年合计市场规模占比达到近50%。

资料来源：公开资料，观研天下整理

洗发水行业产业链上游主要为原料及包装材料制造行业。其中，原料主要包括水、硅油、香精、表面活性剂、植物提取物等；包装材料主要包括纸包装、塑料包装、软包装膜袋等。中游为洗发水生产供应环节。下游为洗发水的销售流通环节，主要包括线下及线上两种销售渠道。

资料来源：公开资料，观研天下整理

二、洗发水是洗发护发市场第一大品类，近年市场规模持续增长

洗发水是人们日常生活中的必需品，在整个洗发护发市场上占据着主导地位。有相关资料显示，2023年我国洗发护发市场规模651亿元，其中洗发水占比最大，达到了67.1%。

数据来源：公开数据，观研天下整理

洗发用品作为一种生活常用物质，有着悠久的历史。近年来随着生活水平的提高和消费观念的变化，对洗发水需求不断增长，使得市场规模持续增长。数据显示，2016-2023年，我国洗发水产品产量从92.3万吨增长至约121.35万吨，需求量从88.75万吨增长到约119.79万吨。到2023年我国洗发水市场规模约为477.96亿元，同比增长5.75%。预计到2025年，我国洗发水市场规模将达到668亿元左右。

数据来源：公开数据，观研天下整理

三、上游关键核心原料表面活性剂产量稳定增长，给洗发水行业提供稳定供给

洗发水原料主要包括水、硅油、香精、表面活性剂、植物提取物等。其中表面活性剂是核心成分，肩负着清洁头皮和头发的重任，成本大约占10%~25%。它能够降低水的表面张力，

使水更容易渗透到头发和头皮的各个角落，从而有效去除油脂、污垢和头皮屑。常见的表面活性剂有硫酸盐表活和氨基酸表活。

表面活性剂（SAA）是指其分子中至少含有一个对显著极性表面具有亲和性的基团（确保其在大多数情况下的水溶性）和一个对水几乎没有亲和性的非极性基团的化合物。表面活性剂的结构使之具备一系列独特性能，包括润湿或抗粘、乳化或破乳、起泡或消泡以及增溶、分散、洗涤、防腐、抗静电等，从而可以简化工艺、加速生产、降低成本，提高产品质量和使用价值。

虽然我国表面活性剂发展起步较晚，但在国家的支持及相关企业的努力下，市场呈现快速发展，产销量稳步增长。到目前，我国已然成为全球表面活性剂产销大国之一。截止2023年我国表面活性剂产量为470万吨，销量达450万吨。

数据来源：公开数据，观研天下整理

四、下游防脱成刚需，众企业积极布局

从下游消费市场来看，随着生活水平的提高和健康意识的增强，消费者对洗发水的需求从基础清洁功能逐渐转向多功能、个性化护理。防脱、控油、去屑、修复等细分市场需求快速增长。例如，防脱洗发水市场在过去五年中年均增长率超过8%，成为洗发水市场中的重要细分品类。

目前防脱成市场刚需。近年来现代社会的压力、焦虑和不规律的作息，脱发群体不断扩大且越来越年轻化。根据相关调研数据显示，目前我国有超2.5亿人面临脱发问题，其中24岁前出现脱发征兆者占比60%，30岁人群脱发率达83%，远超十年前的52%。另外在多种头皮发丝问题中，易出油占比55.50%，头屑占比44.40%，脱发掉发占比41.40%。其中，发际线高/上移、发量偏少问题最令消费者困扰。

在此背景下，众企业积极布局该赛道。除了霸王、章光101、养元青等老牌防脱洗护品牌外，露卡菲娅、固然堂、8+minutes等新锐品牌陆续推出防脱类洗护产品，抢占市场份额。

五、国货品牌崛起，市场竞争已从外资品牌垄断格局转向国际品牌与本土品牌双线竞争特征自上世纪80年代起，宝洁、联合利华等外资巨头旗下品牌就启蒙且牢牢占据了国人对洗护产品的认知。直到90年代中后期，以好迪、拉芳、蒂花之秀、飘影等为代表的“广东洗发军团”崛起，使得中国洗护市场掀起了一股国货洗护热潮。此后，我国洗护市场又经历数次洗牌。在CS渠道、百货商超等线下渠道的黄金时期，阿道夫、滋源等国护洗护品牌大放光彩。而随着电商平台兴起，且初、KONO、浅香、若也等新锐洗护品牌进一步拓展了洗护赛道的更多可能性。进入短视频电商时代，又有维特丝、8+minutes、高缇雅等国货洗护“白牌”越来越多地出现在消费者的购物车中。

到目前，我国洗发水市场竞争已从外资品牌垄断格局转向国际品牌与本土品牌双线竞争特征。一方面国际品牌如宝洁（海飞丝、潘婷）、联合利华（清扬）凭借其强大的品牌影响力和成熟的供应链体系，占据了中高端市场的主要份额。在一二线城市，国际品牌的渗透率超过60%

。另一方面，本土品牌如阿道夫、霸王等通过差异化策略迅速崛起。例如阿道夫在2023年以5.3%的市场份额位列阿里平台销量榜首，成为本土品牌中的佼佼者。

随着市场竞争的加剧，洗发水行业的市场集中度不断提升。有相关资料显示，目前我国洗发水市场上，前四大品牌(宝洁、联合利华、欧莱雅、阿道夫)合计市场份额超过70%。

此外，头部企业通过价格战、渠道争夺及技术迭代巩固市场地位，使得中小企业生存压力加大。2024年，洗发水行业平均利润率从15%降至12%，部分企业因成本压力被迫退出市场。

。

六、绿色化、功能化、个性化、高端化是未来发展趋势

绿色化：随着消费者环保意识的增强，洗发水行业正朝着天然化与绿色可持续发展的方向迈进，含有无硅油、植物提取物、氨基酸等成分的洗发水受到广泛欢迎。例如2024年无硅油洗发水市场规模达120亿元，同比增长25%。另外有相关分析预测，预计到2030年，含有植物提取物的洗发水市场份额将提升至35%。

与此同时，环保包装和健康安全性也成为消费者选择洗发水的重要考量因素。例如，宝洁推出的“海飞丝筒”系列，采用100%可回收包装，在2024年销量同比增长40%。

由此可见，企业需要优化供应链，采用可降解包装材料，以符合日益严格的环保政策法规。

功能化、个性化：随着消费者生活水平的提高和健康意识的增强，洗发水的需求从基础清洁功能逐渐转向多功能、个性化护理。例如脱发、头皮敏感等问题催生了药用洗发水的需求。

全球药用洗发水市场规模预计到2030年将达到78亿美元。中国本土企业如滇虹药业、华润三九等正在加速布局该领域，未来药用洗发水市场将迎来爆发式增长。

与此同时，人工智能(AI)与大数据技术的应用也将推动洗发水行业向个性化方向发展。通过智能头皮检测生成个性化配方，或利用虚拟试用技术提升购物体验，将成为未来洗发水产品创新的重要方向。此外，微生态头皮护理、基因检测护发等新兴技术也有望成为行业突破点。

。

高端化：近年来乘着头皮抗老的东风，在相关产品的配方及技术应用上已经实现了进阶升维，帮助品牌打开高端洗护市场。例如，国产功效头皮护理品牌诗裴丝也将“面护级生物肽”应用于健发丰盈洗发水，天猫官方旗舰店售价为99元/500毫升。当下10元以下的低价洗发水时代宣告结束，各大洗护品牌的产品价格带趋于高端。(WW)

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国洗发水行业发展深度分析与投资前景研究报告(2025-2032)》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，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。

行业报告是业内企业、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。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国	洗发水	行业发展概述
第一节	洗发水	行业发展情况概述
一、	洗发水	行业相关定义
二、	洗发水	特点分析
三、	洗发水	行业基本情况介绍
四、	洗发水	行业经营模式
		(1) 生产模式
		(2) 采购模式
		(3) 销售/服务模式
五、	洗发水	行业需求主体分析
第二节 中国	洗发水	行业生命周期分析
一、	洗发水	行业生命周期理论概述
二、	洗发水	行业所属的生命周期分析
第三节	洗发水	行业经济指标分析
一、	洗发水	行业的赢利性分析
二、	洗发水	行业的经济周期分析
三、	洗发水	行业附加值的提升空间分析
第二章 中国	洗发水	行业监管分析
第一节 中国	洗发水	行业监管制度分析
一、	行业主要监管体制	
二、	行业准入制度	
第二节 中国	洗发水	行业政策法规
一、	行业主要政策法规	
二、	主要行业标准分析	
第三节 国内监管与政策对	洗发水	行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国	洗发水	行业发展环境分析	
第一节 中国宏观环境与对	洗发水	行业的影响分析	
一、中国宏观经济环境			
二、中国宏观经济环境对	洗发水	行业的影响分析	
第二节 中国社会环境与对	洗发水	行业的影响分析	
第三节 中国对磷矿石易环境与对	洗发水	行业的影响分析	
第四节 中国	洗发水	行业投资环境分析	
第五节 中国	洗发水	行业技术环境分析	
第六节 中国	洗发水	行业进入壁垒分析	
一、	洗发水	行业资金壁垒分析	
二、	洗发水	行业技术壁垒分析	
三、	洗发水	行业人才壁垒分析	
四、	洗发水	行业品牌壁垒分析	
五、	洗发水	行业其他壁垒分析	
第七节 中国	洗发水	行业风险分析	
一、	洗发水	行业宏观环境风险	
二、	洗发水	行业技术风险	
三、	洗发水	行业竞争风险	
四、	洗发水	行业其他风险	
第四章 2020-2024年全球	洗发水	行业发展现状分析	
第一节 全球	洗发水	行业发展历程回顾	
第二节 全球	洗发水	行业市场规模与区域分	洗发水 情况
第三节 亚洲	洗发水	行业地区市场分析	
一、亚洲	洗发水	行业市场现状分析	
二、亚洲	洗发水	行业市场规模与市场需求分析	
三、亚洲	洗发水	行业市场前景分析	
第四节 北美	洗发水	行业地区市场分析	
一、北美	洗发水	行业市场现状分析	
二、北美	洗发水	行业市场规模与市场需求分析	
三、北美	洗发水	行业市场前景分析	
第五节 欧洲	洗发水	行业地区市场分析	
一、欧洲	洗发水	行业市场现状分析	
二、欧洲	洗发水	行业市场规模与市场需求分析	
三、欧洲	洗发水	行业市场前景分析	
第六节 2025-2032年全球	洗发水	行业分	洗发水 走势预测

第七节 2025-2032年全球 洗发水 行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国 洗发水	行业运行情况
第一节 中国 洗发水	行业发展状况情况介绍
一、行业发展历程回顾	
二、行业创新情况分析	
三、行业发展特点分析	
第二节 中国 洗发水	行业市场规模分析
一、影响中国 洗发水	行业市场规模的因素
二、中国 洗发水	行业市场规模
三、中国 洗发水	行业市场规模解析
第三节 中国 洗发水	行业供应情况分析
一、中国 洗发水	行业供应规模
二、中国 洗发水	行业供应特点
第四节 中国 洗发水	行业需求情况分析
一、中国 洗发水	行业需求规模
二、中国 洗发水	行业需求特点
第五节 中国 洗发水	行业供需平衡分析
第六节 中国 洗发水	行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国 洗发水	行业产业链及细分市场分析
第一节 中国 洗发水	行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍	
二、产业链运行机制	
三、 洗发水	行业产业链图解
第二节 中国 洗发水	行业产业链环节分析
一、上游产业发展现状	
二、上游产业对 洗发水	行业的影响分析
三、下游产业发展现状	
四、下游产业对 洗发水	行业的影响分析
第三节 中国 洗发水	行业细分市场分析
一、细分市场一	
二、细分市场二	
第七章 2020-2024年中国 洗发水	行业市场竞争分析
第一节 中国 洗发水	行业竞争现状分析
一、中国 洗发水	行业竞争格局分析

二、中国	洗发水	行业主要品牌分析
第二节 中国	洗发水	行业集中度分析
一、中国	洗发水	行业市场集中度影响因素分析
二、中国	洗发水	行业市场集中度分析
第三节 中国	洗发水	行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征		
二、企业规模分 布	特征	
三、企业所有制分布特征		
第八章 2020-2024年中国	洗发水	行业模型分析
第一节 中国	洗发水	行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理		
二、供应商议价能力		
三、购买者议价能力		
四、新进入者威胁		
五、替代品威胁		
六、同业竞争程度		
七、波特五力模型分析结论		
第二节 中国	洗发水	行业SWOT分析
一、SWOT模型概述		
二、行业优势分析		
三、行业劣势		
四、行业机会		
五、行业威胁		
六、中国	洗发水	行业SWOT分析结论
第三节 中国	洗发水	行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述		
二、政策因素		
三、经济因素		
四、社会因素		
五、技术因素		
六、PEST模型分析结论		
第九章 2020-2024年中国	洗发水	行业需求特点与动态分析
第一节 中国	洗发水	行业市场动态情况
第二节 中国	洗发水	行业消费市场特点分析
一、需求偏好		

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 洗发水

行业成本结构分析

第四节 洗发水

行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国 洗发水

行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国

洗发水

行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国 洗发水

行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 洗发水

行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国 洗发水

行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国 洗发水

行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十一章 2020-2024年中国

洗发水

行业区域市场现状分析

第一节 中国 洗发水

行业区域市场规模分析

一、影响 洗发水

行业区域市场分布

的因素

二、中国 洗发水

行业区域市场分布

第二节 中国华东地区 洗发水

行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区 洗发水

行业市场分析

(1) 华东地区 洗发水

行业市场规模

(2) 华东地区 洗发水

行业市场现状

(3) 华东地区 洗发水	行业市场规模预测
第三节 华中地区市场分析	
一、华中地区概述	
二、华中地区经济环境分析	
三、华中地区 洗发水	行业市场分析
(1) 华中地区 洗发水	行业市场规模
(2) 华中地区 洗发水	行业市场现状
(3) 华中地区 洗发水	行业市场规模预测
第四节 华南地区市场分析	
一、华南地区概述	
二、华南地区经济环境分析	
三、华南地区 洗发水	行业市场分析
(1) 华南地区 洗发水	行业市场规模
(2) 华南地区 洗发水	行业市场现状
(3) 华南地区 洗发水	行业市场规模预测
第五节 华北地区 洗发水	行业市场分析
一、华北地区概述	
二、华北地区经济环境分析	
三、华北地区 洗发水	行业市场分析
(1) 华北地区 洗发水	行业市场规模
(2) 华北地区 洗发水	行业市场现状
(3) 华北地区 洗发水	行业市场规模预测
第六节 东北地区市场分析	
一、东北地区概述	
二、东北地区经济环境分析	
三、东北地区 洗发水	行业市场分析
(1) 东北地区 洗发水	行业市场规模
(2) 东北地区 洗发水	行业市场现状
(3) 东北地区 洗发水	行业市场规模预测
第七节 西南地区市场分析	
一、西南地区概述	
二、西南地区经济环境分析	
三、西南地区 洗发水	行业市场分析
(1) 西南地区 洗发水	行业市场规模
(2) 西南地区 洗发水	行业市场现状

(3) 西南地区	洗发水	行业市场规模预测	
第八节	西北地区市场分析		
一、	西北地区概述		
二、	西北地区经济环境分析		
三、	西北地区	洗发水	行业市场分析
(1)	西北地区	洗发水	行业市场规模
(2)	西北地区	洗发水	行业市场现状
(3)	西北地区	洗发水	行业市场规模预测
第九节	2025-2032年中国	洗发水	行业市场规模区域分布
第十二章	洗发水		预测
			行业企业分析（随数据更新可能有调整）
第一节	企业一		
一、	企业概况		
二、	主营产品		
三、	运营情况		
(1)	主要经济指标情况		
(2)	企业盈利能力分析		
(3)	企业偿债能力分析		
(4)	企业运营能力分析		
(5)	企业成长能力分析		
四、	公司优势分析		
第二节	企业二		
一、	企业概况		
二、	主营产品		
三、	运营情况		
(1)	主要经济指标情况		
(2)	企业盈利能力分析		
(3)	企业偿债能力分析		
(4)	企业运营能力分析		
(5)	企业成长能力分析		
四、	公司优势分析		
第三节	企业三		
一、	企业概况		
二、	主营产品		
三、	运营情况		
(1)	主要经济指标情况		

- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国 洗发水 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 洗发水 行业未来发展前景分析

一、中国 洗发水 行业市场机会分析

二、中国 洗发水 行业投资增速预测

第二节 中国 洗发水 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 洗发水 行业规模发展预测

一、中国 洗发水 行业市场规模预测

二、中国 洗发水 行业市场规模增速预测

三、中国 洗发水 行业产值规模预测

四、中国 洗发水 行业产值增速预测

五、中国 洗发水 行业供需情况预测

第四节 中国 洗发水 行业盈利走势预测

第十四章 中国 洗发水 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 洗发水 行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国 洗发水 行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 洗发水 行业品牌营销策略分析

一、 洗发水 行业产品策略

二、 洗发水 行业定价策略

三、 洗发水 行业渠道策略

四、 洗发水 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202504/750691.html>