

# 2017-2023年中国发制品市场研究与投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2023年中国发制品市场研究与投资战略咨询报告》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.abaogao.com/b/fangzhi/X05043OKZ5.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

### 前言

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。

发制品的分类资料来源：公开资料整理

#### 1、人发

人发制品从原料上主要分为辫发（即经常说的保鳞发）和泡发，由于辫发的成本较高，现在人发产品主要是用泡发做的，随着现代工艺的完善，从外观上两种头发没有明显不同，但手感是很不一样。

泡发因为过酸处理，没有了鳞片，虽然显得比较顺滑，但却大大的减少了使用时间，鳞片是头发的一层保护层，过酸的工艺能把80%甚至100%的鳞片去掉，但如果进行了倒根处理，却能很大程度上避免这种情况发生。

#### 2、化纤

化纤就是化学纤维，颜色比人发要亮，质地比较硬。使用时间较短。

#### 3、动物毛

动物毛主要采用马尾和其它动物的毛发。

本发制品行业研究报告是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国发制品行业研究报告是2016-2017年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国发制品行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国发制品行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国发制品行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 报告目录：

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
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 2015年发制品市场规模分析	19
第二节 2015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 2017-2022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 2016年发制品产量统计分析 41

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：公开资料整理

#### 第二节 2016年发制品历年消费量统计分析 42

#### 第三节 2016年国内发制品行业品牌产品价格走势分析 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 2016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 2016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 2016年国内发制品行业进出口量分析 82

#### 一、2016年国内发制品行业进口分析 82

国家统计局数据显示，2015年我国发制品行业进口数量为491,301千克，进口金额为23,250,429美元。

2009-2015年国内发制品行业进口分析		年份	进口金额（美元）	进口数量（千克）	2009				
\$6,757,608	328,882	2010	\$7,161,550	339,983	2011	\$9,783,339	387,233	2012	\$9,019,247
321,939	2013	\$21,858,942	496,987	2014	\$14,199,502	476,232	2015	\$23,250,429	491,301

资料来源：中国海关

#### 二、2016年国内发制品行业出口分析 82

### 第二节 2017-2022年国内发制品行业进出口市场预测分析 83

- 一、2017-2022年国内发制品行业进口预测 83
- 二、2017-2022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、2014-2016年企业销售收入分析	87
四、2014-2016年企业盈利能力分析	88
五、2014-2016年公司产品变化	89
六、2014-2016年品牌市场份额变化	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、2014-2016年企业销售收入分析	91
四、2014-2016年企业盈利能力分析	92
五、2014-2016年公司产品变化	92
六、2014-2016年品牌市场份额变化	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、2014-2016年企业销售收入分析	96
四、2014-2016年企业盈利能力分析	96
五、2014-2016年公司产品变化	96
六、2014-2016年品牌市场份额变化	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、2014-2016年企业销售收入分析	98
四、2014-2016年企业盈利能力分析	99
五、2014-2016年公司产品变化	99
六、2014-2016年品牌市场份额变化	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、2014-2016年企业销售收入分析 101
- 四、2014-2016年企业盈利能力分析 101
- 五、2014-2016年公司产品变化 101
- 六、2014-2016年品牌市场份额变化 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 2017-2022年国内发制品行业品牌竞争格局展望 106

## 第八章 2017-2022年国内发制品行业品牌发展预测 107

### 第一节 2017-2022年发制品行业品牌市场财务数据预测 107

- 一、2017-2022年发制品行业品牌市场规模预测 107
- 二、2017-2022年发制品行业总产值预测 107
- 三、2017-2022年发制品行业利润总额预测 108
- 四、2017-2022年发制品行业总资产预测 109

### 第二节 2017-2022年发制品行业供需预测 109

- 一、2017-2022年发制品产量预测 109
- 二、2017-2022年发制品需求预测 110
- 三、2017-2022年发制品供需平衡预测 111
- 五、2017-2022年主要发制品产品进出口预测 112

### 第三节 2017-2022年发制品行业投资机会 112

- 一、2017-2022年发制品行业主要领域投资机会 112
- 二、2017-2022年发制品行业出口市场投资机会 113

三、2017-2022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、2017-2022年影响发制品行业运行的有利因素分析	114
二、2017-2022年影响发制品行业运行的稳定因素分析	115
三、2017-2022年影响发制品行业运行的不利因素分析	115
四、2017-2022年我国发制品行业发展面临的挑战分析	116
五、2017-2022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、2017-2022年发制品行业市场风险及控制策略	118
二、2017-2022年发制品行业政策风险及控制策略	118
三、2017-2022年发制品行业经营风险及控制策略	118
四、2017-2022年发制品行业技术风险及控制策略	119
五、2017-2022年发制品行业同业竞争风险及控制策略	119
六、2017-2022年发制品行业其他风险及控制策略	120
第九章 2017-2022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、2017-2022年发制品市场趋势总结	136
二、2017-2022年发制品发展趋势分析	136
三、2017-2022年发制品市场发展空间	137
四、2017-2022年发制品产业政策趋向	137
五、2017-2022年发制品技术革新趋势	138

六、2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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(ZY PXS) 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.abaogao.com/b/fangzhi/X05043OKZ5.html>