

2013-2017年中国洗衣液市场监测及投资前景研究报告

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

《2013-2017年中国洗衣液市场监测及投资前景研究报告》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/rihua1303/T128536VI0.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】2013-03-21

【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《2013-2017年中国洗衣液市场监测及投资前景研究报告》共十五章，报告在对洗衣液产品行业的市场现状、发展环境、全球市场境况、竞争调查、区域竞争调查、企业竞争调查进行全面、细致研究的基础上，并对洗衣液产品行业内重点企业的产品竞争策略和发展动向进行了深入剖析，另外为还对洗衣液产品行业未来市场发展趋势进行了判断，旨在为投资者提供高价值的决策参考。

通过《2013-2017年中国洗衣液市场监测及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

洗衣液是在20世纪80年代才出现的新一代织物洗涤产品，可以分为结构型和非结构型两大类。结构型洗衣液采用烷基苯磺酸钠LAS、烷基聚氧乙烯醚AEO和烷基聚氧乙烯醚硫酸钠AES等表面活性剂与沸石、碳酸钠和硅酸钠等无机助剂和聚合物稳定剂相配合，采用特殊的生产工艺生产出外观浓稠均一的不透明乳液状产品(为层状液晶体蔚，其特点是配方成分较为接近洗衣粉，无机助剂含量高，去污能力较好，缺点是pH值较高，溶解速度较慢，且配方和生产工艺要求较高。目前结构型洗衣液品种较少。非结构型洗衣液是目前国内外洗衣液产品的主流，以表面活性剂为主，助剂含量较低，多为透明或半透明均一液体。

我国洗涤行业正在发生产业结构的调整，洗衣液对洗衣粉的替代效用明显。近两年洗衣液产量增长迅速，2011年我国合成洗涤剂产量为851.13万吨，产量较2010年出现增长。当中液体洗涤剂产量为477.55万吨，产量增幅显著；而洗衣粉产量则出现负增长，2011年我国合成洗衣粉产量为373.58万吨，同比下滑4.85%。2012年1-11月中国合成洗涤剂产量为8082258.15吨：当中合成洗衣粉产量为384.47万吨，液体洗涤剂产量为423.76万吨。

随着洗衣液市场竞争的愈发激烈，快速有效的掌握市场发展情况成为企业决策成功与否的关键。近些年各行业市场的规模和特点都出现了很大的变革，如何从专业的眼光认识洗衣液行业的发展和市场的转变，将成为企业未来生存和发展的首要问题。

第一章 洗衣液相关概述

第一节 洗涤剂简述

一、洗涤剂的主要成分

二、洗涤剂的种类

三、洗涤剂的去污原理

第二节 洗衣粉概述

一、洗衣粉的成份

二、洗衣粉的分类

三、国内外洗衣粉生产工艺

第三节 洗衣液相关阐述

一、洗衣液分类

二、洗衣液适用范围

三、洗衣液特点与功效

四、洗衣液与洗衣粉的区别

第二章 2012年世界洗衣液行业整体运营状况分析

第一节 2012年世界洗衣液行业运行环境分析

第二节 2012年世界洗衣液行业市场运行格局

一、世界洗衣液市场特征分析

二、世界主要洗衣液品牌综述

三、世界洗衣液市场发展动态分析

第三节 2012年世界洗衣液品牌主要国家分析

一、意大利

二、美国

三、德国

第四节 2013-2017年世界洗衣液行业发展趋势分析

第三章 2012年中国洗衣液行业市场发展环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国经济发展预测分析

第二节 2012年中国洗衣液市场政策环境分析

一、洗涤剂行业标准

二、相关行业政策

第三节 2012年中国洗衣液市场社会环境分析

第四章 2012年中国洗涤剂行业发展概况分析

第一节 2012年世界洗涤剂市场发展概况

- 一、世界洗涤剂市场需求强劲
- 二、国际洗涤剂发展出现新趋势
- 三、世界液体洗涤剂发展趋势

第二节 2012年中国洗涤剂行业运行情况分析

- 一、我国洗涤剂行业发展分析
- 二、洗涤剂行业经济运行情况
- 三、洗涤剂生产技术进展状况
- 四、洗涤剂市场消费特点分析

第三节 2012年中国洗涤剂行业的问题及对策分析

- 一、洗涤剂行业需关注的六大难题
- 二、我国洗涤剂行业存在的问题
- 三、国产洗涤剂面临的包装问题
- 四、洗涤剂行业的突破创新之路

第四节 2013-2017年中国洗涤剂行业发展趋势预测

- 一、科技创新成为洗涤行业发展的驱动力
- 二、技术领先成为行业竞争的新趋势
- 三、洗涤剂行业向规模化方向发展
- 四、环保要求加快无磷洗涤剂发展
- 五、洗涤剂市场发展预测

第五章 2012年中国洗衣液行业市场运行态势剖析

第一节 2012年中国洗衣液行业运行总况

- 一、低碳理念助推洗衣液行业升级
- 二、洗涤产品进入“液洗”时代
- 三、洗衣液冲击洗涤用品领域
- 四、洗衣液市场现有格局将打破 明年或大打价格战
- 五、日化企业扎堆洗衣液
- 六、洗衣液市场三足鼎立

第二节 2012年中国洗衣液市场动态分析

- 一、洗衣液市场年增长速度分析

- 二、蓝月亮洗衣液市场份额
- 三、碧浪推洗衣液角力高端洗涤市场
- 四、立白豪掷亿元推高端洗衣
- 五、洗衣液市场蓝海变红海
- 六、广州立白过亿注资高端产品 “搅局”洗衣液市场

第三节 2012年中国洗衣液市场消费情况分析

- 一、洗衣液价格高 消费额度偏低
- 二、洗衣液市场“合炒”现象严重
- 三、洗衣液价高成市场瓶颈

第六章 2010-2012年中国肥皂及合成洗涤剂制造行业数据监测分析

第一节 2010-2012年中国肥皂及合成洗涤剂制造行业总体数据分析

- 一、2010年中国肥皂及合成洗涤剂制造行业全部企业数据分析
- 二、2011年中国肥皂及合成洗涤剂制造行业全部企业数据分析
- 三、2012年中国肥皂及合成洗涤剂制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国肥皂及合成洗涤剂制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国肥皂及合成洗涤剂制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国肥皂及合成洗涤剂制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2012年中国肥皂及合成洗涤剂制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国肥皂及合成洗涤剂制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国肥皂及合成洗涤剂制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国肥皂及合成洗涤剂制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2012年中国肥皂及合成洗涤剂制造行业不同所有制企业数据分析

第七章 2012年中国洗衣液市场消费调研分析

第一节 2012年中国洗衣液行业主要品牌消费人群构成分析

- 一、洗衣液消费人群性别构成
- 二、洗衣液消费人群年龄构成
- 三、洗衣液消费人群收入构成

第二节 2012年中国洗衣液行业消费者整体质量感知分析

- 一、消费者对洗衣液品牌形象的感知对比
- 二、消费者对洗衣液产品质量的感知对比

三、消费者对洗衣液性价比的感知对比

四、消费者对洗衣液购买渠道分析

第三节 影响消费者购买洗衣液的因素调查

第八章 2012年中国洗衣液品牌市场调研分析

第一节 2012年中国洗衣液品牌市场透析

一、洗衣液市场陷入品牌迷局

二、洗衣液品牌市场营销策略解析

第二节 2012年中国洗衣液品牌市场三大阵营分析

一、第一阵营：蓝月亮，卫新，开米

1、产品特点

2、在洗衣液市场地位

3、产品口碑及市场占有率

二、第二阵营：奥妙，汰渍，立白，雕牌，奇强

三、第三阵营：绿伞，扇牌，裕华，白猫，等

第九章 2012年中国洗衣粉市场运行分析

第一节 2012年中国浓缩洗衣粉运行总况

一、洗涤巨头推动洗衣粉产业升级

二、我国积极推进洗衣粉浓缩化进程

三、我国已发布超浓缩洗衣粉识别标志

四、中国浓缩洗衣粉技术推广分析

五、超浓缩洗衣粉将成国内发展新方向

六、传统洗衣粉仍主导主流市场

七、国产洗衣粉因价廉物美赢得市场

第二节 2009-2012年中国合成洗衣粉产量分析

一、2009-2011年全国合成洗衣粉产量分析

二、2012年全国及主要省份合成洗衣粉产量分析

三、2012年合成洗衣粉产量集中度分析

第三节 2012年中国洗衣粉消费者市场调查分析

一、消费者购买洗衣粉基本情况

二、消费者对洗衣粉品牌评价综述

三、洗衣粉企业针对消费者需求的市场开发战略

第四节 2012年中国洗衣粉品牌格局分析

一、洗衣粉中国市场品牌发展历程

二、品牌竞争格局与竞争手段分析

三、洗衣粉多品牌瓜分市场版图

第五节 2012年中国洗衣粉多品牌瓜分市场版图分析

一、汰渍

二、立白

三、雕牌与奥妙

四、奇强

五、活力28

第十章 2012年中国洗衣液其综相关产品运行分析

第一节 肥皂

一、肥皂品牌的发展

二、肥皂与洗衣粉特点对比分析

三、肥皂仍有一定市场需求

四、肥皂皂行业发展趋势

第二节 不用洗衣粉的洗衣机

一、不用洗衣粉的洗衣机发展迅速

二、不用洗衣粉洗衣机又成行业热点

三、不用洗衣粉洗衣机推广获国家标准支持

第十一章 2012年中国洗衣液市场竞争格局透析

第一节 2012年中国洗衣液市场竞争总况

一、洗衣液市场竞争激烈

二、洗衣液企跑马圈地忙

三、洗衣液与洗衣粉竞争价格成劣势

四、日化巨头全面进军洗衣液市场

第二节 2012年中国洗衣液重点品牌竞争分析

一、立白高调加入洗衣液战团

二、先锋洗衣液

- 1、技术破局引产业升级
- 2、“先锋”洗衣液:领军市场,环保先行

三、立白高调枪挑蓝月亮

四、液威露士与蓝月亮对垒

第三节 2012年中国洗衣液产业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第四节 2013-2017年中国洗衣液竞争趋势探析

第十二章 2012年中国洗衣液优势企业运行竞争力分析

第一节 广州蓝月亮生物工程有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 广州立白(番禺)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 联合利华(中国)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 杭州传化花王有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 汕头市飘影洗涤用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 安利（中国）日用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 其它品牌企业分析

一、洛娃

二、绿伞

三、威露士

四、开米

五、汰渍

第十三章 2012年中国洗衣粉原料市场运行现状分析

第一节 表面活性剂

一、表面活性剂相关介绍

二、世界表面活性剂供应商瞄准新兴市场

三、中国表面活性剂/洗涤剂领域技术发展分析

四、中国表面活性剂行业集中度分析

五、表面活性剂未来研发重点

六、表面活性剂的发展趋势

第二节 丙烯酸

一、全球丙烯酸行业发展情况

二、国内丙烯酸行业发展概况

三、亚洲将引领全球丙烯酸需求稳增

四、国内丙烯酸企业双管齐下开拓市场

五、丙烯酸最新技术进展

六、中国丙烯酸（酯）市场未来仍将高速发展

第三节 纯碱

一、中国纯碱工业成就卓著

二、国内纯碱行业发展分析

三、纯碱行业回暖值得期待

四、我国纯碱行业问题及发展建议

第十四章 2013-2017年中国洗衣液行业发展趋势与前景展望分析

第一节 2013-2017年中国洗衣液行业发展前景分析

一、洗衣液替代洗衣粉是大势所趋

二、洗衣液刚性需求使得小产品也有大前景

三、洗衣液OEM前景展望

四、高力多功能洗衣液市场前景看好

第二节 2013-2017年中国洗衣液行业发展趋势分析

一、洗衣液市场发展趋势

二、洗衣液技术与产品发展趋势

第三节 2013-2017年中国洗衣液行业市场预测分析

一、洗衣液市场供需预测分析

二、洗衣液进出口贸易预测分析

第四节 2013-2017年中国洗衣液市场盈利预测分析

第十五章 2013-2017年中国洗衣液行业投资前景预测分析

第一节 2012年中国洗衣液行业投资概况

一、洗衣液投资特性分析

二、洗衣液投资环境分析

第二节 2013-2017年中国洗衣液行业投资机会分析

一、区域投资潜力分析

二、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2013-2017年中国洗衣液行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第四节 博思数据投资建议

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1303/T128536VI0.html>