

2015-2020年中国洗衣液行业 业市场需求与投资战略规划分析报告

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

《2015-2020年中国洗衣液行业市场需求与投资战略规划分析报告》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/rihua1512/E64775PPB4.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-12-07

【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《2011-2015年中国衡器行业市场分析与投资前景研究报告》共十章。报告介绍了洗衣液行业相关概述、中国洗衣液产业运行环境、分析了中国洗衣液行业的现状、中国洗衣液行业竞争格局、对中国洗衣液行业做了重点企业经营状况分析及中国洗衣液产业发展前景与投资预测。您若想对洗衣液产业有个系统的了解或者想投资洗衣液行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

在美国，目前洗衣液的市场份额已经超过了洗衣粉，占比达到80%以上，大有替代洗衣粉之势。洗衣液的配方比洗衣粉柔和的多，最主要是不伤手，而且化学物质比较少，衣服残留液也少，深得家庭主妇的喜爱。洗衣粉刺激性大，长期使用会伤害到人的皮肤。业内统计，国内洗衣液市场规模占整个洗衣剂市场总量的20%左右，在2015年之后达到30%。

在2012年12月至2013年11月期间，全国范围内洗衣液的销量增长了34.2%。而市场占比方面，继2012年超越洗衣皂成为洗衣剂第二大市场之后，在2013年中，洗衣液的市场占比继续增长，从23.5%增长至29.4%。

企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的企业往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求!

随着洗衣液行业竞争的不断加剧，大型洗衣液生产企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内优秀的洗衣液企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对当前市场环境和发展趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。

第1章：洗衣液行业发展背景

1.1 报告研究背景及方法

1.1.1 行业研究背景

1.1.2 数据来源及统计口径

(1) 行业统计部门和统计口径

(2) 行业统计方法及数据种类

1.2 洗衣液行业概述

1.2.1 行业概念及定义

1.2.2 洗衣液主要分类

1.2.3 洗衣液性能要求

1.2.4 洗衣液优劣势分析

(1) 洗衣液比较优势

(2) 洗衣液比较劣势

1.3 洗衣液行业产业链结构分析

1.3.1 洗衣液行业产业链结构简介

1.3.2 洗衣液上游供应市场分析

1.3.3 洗衣液下游应用结构分析

1.4 洗衣液行业发展环境分析

1.4.1 洗衣液行业政策环境分析

(1) 行业相关标准

(2) 相关政策及规划

1.4.2 洗衣液行业经济环境分析

(1) 中国GDP增长情况

(2) 固定资产投资情况

(3) 中国工业发展情况

1.4.3 洗衣液行业社会环境分析

(1) 行业发展面临的环境保护问题

(2) 行业发展的地区不平衡问题

1.4.4 洗衣液行业贸易环境分析

(1) 国内提高出口退税率

(2) 国外提高监管力度

1.4.5 洗衣液行业技术环境分析

(1) 行业发展技术活跃度

(2) 行业专利申请人构成

1.4.6 行业发展环境影响分析

第2章：全球洗衣液行业产销形势及技术趋势

2.1 全球洗衣液行业产销需求分析

2.1.1 全球洗衣液市场规模分析

2.1.2 全球洗衣液行业竞争格局

2.1.3 全球洗衣液市场结构分析

2.1.4 全球洗衣液行业前景预测

2.2 发达国家洗衣液行业产销需求分析

2.2.1 美国洗衣液行业产销需求分析

(1) 美国洗衣液市场规模分析

(2) 美国洗衣液领先品牌分析

1) 集团发展概况

2) 总体经营情况

3) 品牌经营状况

4) 销售区域分布

(3) 美国洗衣液市场发展趋势

2.2.2 日本洗衣液行业产销需求分析

(1) 日本洗衣液市场规模分析

(2) 日本洗衣液领先品牌分析

(3) 日本洗衣液市场发展趋势

2.2.3 德国洗衣液行业发展分析

2.3 国外洗衣液技术发展趋势分析

2.3.1 全球洗衣液的配方革新分析

2.3.2 欧美洗衣液技术发展趋势分析

2.3.3 日本洗衣液技术发展趋势分析

第3章：中国洗衣液行业市场发展分析

3.1 中国洗衣液行业发展概述

3.1.1 中国洗衣液行业发展历程

(1) 2008年蓝月亮率先引爆市场

(2) 非洗衣品类企业进军洗衣液

(3) 洗涤企业大举进入洗衣液市场

(4) 洗衣液市场挖掘新的消费需求

3.1.2 中国洗衣液行业发展特点

3.2 洗衣液行业发展现状分析

3.2.1 洗衣液产量增长情况

(1) 洗衣液市场规模概述

(2) 洗衣液产量增长情况

3.2.2 洗衣液市场地位分析

3.3 国家统计局关于洗衣液行业数据分析

3.3.1 洗衣液行业产值增长情况

3.3.2 洗衣液行业需求增长情况

3.3.3 洗衣液行业产销平衡分析

3.3.4 洗衣液行业经营效益分析

3.4 尼尔森关于洗衣液零售市场调查数据

3.4.1 洗衣液零售金额增长

3.4.2 洗衣液金额占比变化

3.5 洗衣液行业进出口形势分析

3.5.1 洗衣液行业进出口状况综述

3.5.2 洗衣液行业出口市场分析

(1) 行业出口整体情况

(2) 行业出口产品结构

3.5.3 洗衣液行业进口市场分析

(1) 行业进口整体情况

(2) 行业进口产品结构

3.5.4 洗衣液行业进出口前景及建议

(1) 行业出口前景及建议

(2) 行业进口前景及建议

第4章：中国洗衣液市场竞争格局分析

4.1 中国洗衣液行业五力竞争分析

4.1.1 洗衣液品牌竞争格局分析

(1) 洗衣液行业主要参与者类型

(2) 洗衣液行业品牌竞争格局

4.1.2 原材料供应商议价能力分析

4.1.3 消费者议价能力分析

4.1.4 行业潜在进入者威胁分析

4.1.5 行业替代品威胁分析

4.1.6 行业五力竞争综合分析

4.2 中国洗衣液行业竞争策略分析

4.2.1 洗衣液行业主要竞争方式分析

(1) 产品竞争

(2) 价格竞争

4.2.2 洗衣液行业营销策略分析

(1) 产品策略

(2) 渠道策略

(3) 定价策略

(4) 促销策略

4.2.3 洗衣液行业潜在竞争风险

4.2.4 洗衣液行业竞争趋势分析

4.3 中国洗衣液行业投资兼并重组分析

4.3.1 洗衣液行业投资兼并重组概况

4.3.2 洗衣液行业投资兼并重组趋势

第5章：中国洗衣液原材料市场分析

5.1 表面活性剂市场分析

5.1.1 表面活性剂产量规模统计

(1) 表面活性剂专业委员会统计数据

(2) 国家统计局及调研测算数据

5.1.2 表面活性剂市场需求分析

(1) 表面活性剂市场消费情况

1) 表面活性剂专业委员会统计数据

2) 国家统计局及调研测算数据

(2) 表面活性剂下游需求结构

5.1.3 表面活性剂产品结构分析

5.1.4 表面活性剂在洗衣液的应用

(1) 在碱性水溶液中水解的SAA不能用于洗衣液

(2) 去污力差的SAA不宜用于洗衣液

(3) 对电解质敏感的SAA不宜用于洗衣液

5.1.5 表面活性剂发展前景分析

5.2 香精色素市场分析

5.2.1 香精色素发展总体概况

5.2.2 香精色素市场供给分析

(1) 香精工业产值增长情况

(2) 香精产量增长情况统计

5.2.3 香精色素市场需求分析

(1) 香精市场需求增长情况

(2) 香精产品应用结构分析

5.2.4 香精色素在洗衣液中的应用

(1) 香精在日化行业中的应用

(2) 日化香精下游应用情况

5.2.5 香精色素发展前景分析

5.3 洗涤助剂市场分析

5.3.1 洗涤助剂市场总体概述

5.3.2 洗涤助剂市场需求分析

5.3.3 洗涤助剂在洗衣液中的应用

5.3.4 洗涤助剂发展前景分析

第6章：中国洗衣液细分产品市场分析

6.1 按活性物含量分类细分市场分析

6.1.1 普通型洗衣液市场分析

(1) 普通型洗衣液概述

(2) 普通型洗衣液市场发展状况

(3) 普通型洗衣液市场发展前景

6.1.2 浓缩型洗衣液市场分析

(1) 浓缩型洗衣液概述

(2) 浓缩型洗衣液市场发展状况

(3) 浓缩型洗衣液市场前景

6.2 按去污类型分类细分市场分析

6.2.1 重垢型洗衣液市场分析

(1) 重垢型洗衣液概述

(2) 重垢型洗衣液市场发展状况

(3) 重垢型洗衣液市场前景

6.2.2 轻垢型洗衣液市场分析

(1) 轻垢型洗衣液概述

(2) 轻垢型洗衣液市场发展状况

(3) 轻垢型洗衣液市场前景

6.3 按附加功能特色分类细分市场分析

6.3.1 常规型洗衣液市场分析

(1) 常规型洗衣液概述

(2) 常规型洗衣液市场发展状况

(3) 常规型洗衣液市场发展前景

6.3.2 概念型洗衣液市场分析

(1) 概念型洗衣液概述

(2) 概念型洗衣液市场发展状况

(3) 概念型洗衣液市场发展前景

第7章：中国洗衣液消费特点及品牌推广

7.1 洗衣液市场需求环境分析

7.1.1 居民收入增长及支出分析

7.1.2 我国家庭户数变化分析

7.1.3 居民洗涤用品消费支出

7.1.4 居民人口结构特征分析

7.2 洗衣液市场消费特点分析

7.2.1 城乡市场洗衣液消费格局

7.2.2 不同容量洗衣液消费格局

7.2.3 洗衣液新品消费趋势特点

7.3 不同人群洗衣液消费偏好分析

7.3.1 不同收入水平消费者偏好分析

7.3.2 不同年龄的消费者偏好分析

7.3.3 不同地区的消费者偏好分析

7.3.4 不同性别的消费者偏好分析

7.4 洗衣液消费者购买习惯调研

7.4.1 消费者洗衣液购买频率

7.4.2 消费者洗衣液购买渠道

7.4.3 消费者洗衣液购买原因

7.4.4 消费者购买洗衣液包装类型

7.4.5 消费者洗衣液购价格区位

7.4.6 消费者对洗衣液购买诉求

7.4.7 消费者洗衣液购买品牌分布

7.4.8 消费者洗衣液品牌忠诚度

7.5 洗衣液品牌广告及促销方式

7.5.1 洗衣液品牌策略对比分析

7.5.2 洗衣液品牌广告投放分析

7.5.3 洗衣液品牌促销方式对比

第8章：洗衣液行业重点区域市场需求分析

8.1 广东省洗衣液市场发展情况

8.1.1 广东省洗衣液市场消费环境分析

(1) 总体经济概况

(2) 居民消费价格水平

(3) 居民收支状况

8.1.2 广东省洗衣液市场经济运行分析

(1) 行业产销概况

(2) 行业产量概况

8.1.3 广东省洗衣液市场发展前景预测

8.2 山东省洗衣液市场发展情况

8.2.1 山东省洗衣液市场消费环境分析

(1) 总体经济概况

(2) 居民消费价格水平

(3) 居民收支状况

8.2.2 山东省洗衣液市场经济运行分析

(1) 行业产销概况

(2) 行业产量概况

8.2.3 山东省洗衣液市场发展前景预测

8.3 浙江省洗衣液市场发展情况

8.3.1 浙江省洗衣液市场消费环境分析

(1) 总体经济概况

(2) 居民消费价格水平

(3) 居民收支状况

8.3.2 浙江省洗衣液市场经济运行分析

(1) 行业产销概况

(2) 行业产量概况

8.3.3 浙江省洗衣液市场发展前景预测

8.4 江苏省洗衣液市场发展情况

8.4.1 江苏省洗衣液市场消费环境分析

(1) 总体经济概况

(2) 居民消费价格水平

(3) 居民收支状况

8.4.2 江苏省洗衣液市场经济运行分析

(1) 行业产销概况

(2) 行业产量概况

8.4.3 江苏省洗衣液市场发展前景预测

8.5 福建省洗衣液市场发展情况

8.5.1 福建省洗衣液市场消费环境分析

(1) 总体经济概况

(2) 居民消费价格水平

(3) 居民收支状况

8.5.2 福建省洗衣液市场经济运行分析

(1) 行业产销概况

(2) 行业产量概况

8.5.3 福建省洗衣液市场发展前景预测

8.6 四川省洗衣液市场发展情况

8.6.1 四川省洗衣液市场消费环境分析

(1) 总体经济概况

(2) 居民消费价格水平

(3) 居民收支状况

8.6.2 四川省洗衣液市场经济运行分析

(1) 行业产销概况

(2) 行业产量概况

8.6.3 四川省洗衣液市场发展前景预测

8.7 湖南省洗衣液市场发展情况

8.7.1 湖南省洗衣液市场消费环境分析

(1) 总体经济概况

(2) 居民消费价格水平

(3) 居民平均收入及消费支出

8.7.2 湖南省洗衣液市场经济运行分析

(1) 行业产销概况

(2) 行业产量概况

8.7.3 湖南省洗衣液市场发展前景预测

8.8 辽宁省洗衣液市场发展情况

8.8.1 辽宁省洗衣液市场消费环境分析

(1) 总体经济概况

(2) 居民消费价格水平

(3) 居民收支状况

8.8.2 辽宁省洗衣液市场经济运行分析

(1) 行业产销概况

(2) 行业产量概况

8.8.3 辽宁省洗衣液市场发展前景预测

8.9 安徽省洗衣液市场发展情况

8.9.1 安徽省洗衣液市场消费环境分析

(1) 总体经济概况

(2) 居民消费价格水平

(3) 居民收支状况

8.9.2 安徽省洗衣液市场经济运行分析

(1) 行业产销概况

(2) 行业产量概况

8.9.3 安徽省洗衣液市场发展前景预测

8.10 河北省洗衣液市场发展情况

8.10.1 河北省洗衣液市场消费环境分析

(1) 总体经济概况

(2) 居民消费价格水平

(3) 居民收支状况

8.10.2 河北省洗衣液市场经济运行分析

(1) 行业产销概况

(2) 行业产量概况

8.10.3 河北省洗衣液市场发展前景预测

8.11 河南省洗衣液市场发展情况

8.11.1 河南省洗衣液市场消费环境分析

(1) 总体经济概况

(2) 居民消费价格水平

(3) 居民收支状况

8.11.2 河南省洗衣液市场经济运行分析

(1) 行业产销概况

(2) 行业产量概况

8.11.3 河南省洗衣液市场发展前景预测

8.12 湖北省洗衣液市场发展情况

8.12.1 湖北省洗衣液市场消费环境分析

(1) 总体经济概况

(2) 居民消费价格水平

(3) 居民收支状况

8.12.2 湖北省洗衣液市场经济运行分析

(1) 行业产销概况

(2) 行业产量概况

8.12.3 湖北省洗衣液市场发展前景预测

第9章：中国洗衣液领先品牌企业经营分析

9.1 洗衣液品牌总体发展状况分析

9.1.1 洗衣液行业品牌和企业

9.1.2 洗衣液行业企业规模

9.2 重点洗衣液品牌企业个案分析

9.2.1 蓝月亮（中国）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售及营收情况分析
- (4) 企业销售渠道及网络
- (5) 企业品牌推广及促销策略
- (6) 企业经营状况优劣势分析

9.2.2 广州宝洁有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售及营收情况分析
- (4) 企业销售渠道及网络
- (5) 企业品牌推广及促销策略
- (6) 企业经营状况优劣势分析

9.2.3 联合利华（中国）有限公司

- (1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售及营收情况分析

(4) 企业销售渠道及网络

(5) 企业品牌推广及促销策略

(6) 企业经营状况优劣势分析

9.2.4 威莱（广州）日用品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售及营收情况分析

(4) 企业销售渠道及网络

(5) 企业品牌推广及促销策略

(6) 企业经营状况优劣势分析

9.2.5 广州立白企业集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售及营收情况分析

(4) 企业销售渠道及网络

(5) 企业品牌推广及促销策略

(6) 企业经营状况优劣势分析

9.2.6 纳爱斯集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售及营收情况分析

(4) 企业销售渠道及网络

(5) 企业品牌推广及促销策略

(6) 企业经营状况优劣势分析

9.2.7 西安开米股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售及营收情况分析

(4) 企业销售渠道及网络

(5) 企业品牌推广及促销策略

(6) 企业经营状况优劣势分析

9.2.8 上海花王有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售及营收情况分析

(4) 企业销售渠道及网络

(5) 企业品牌推广及促销策略

(6) 企业经营状况优劣势分析

9.2.9 安利(中国)日用品有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售及营收情况分析

(4) 企业销售渠道及网络

(5) 企业品牌推广及促销策略

(6) 企业经营状况优劣势分析

9.2.10 北京绿伞化学股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售及营收情况分析

(4) 企业销售渠道及网络

(5) 企业品牌推广及促销策略

(6) 企业经营状况优劣势分析

第10章：中国洗衣液行业发展趋势及投资分析

10.1 洗衣液行业投资特性分析

10.1.1 行业进入壁垒分析

(1) 品牌壁垒

(2) 技术壁垒

(3) 资金壁垒

(4) 渠道壁垒

10.1.2 行业季节特征分析

10.1.3 行业经营模式分析

10.1.4 行业盈利因素分析

10.2 洗衣液行业发展趋势与前景预测

10.2.1 行业发展存在的问题及策略建议

(1) 行业发展存在的问题分析

(2) 行业发展策略建议

10.2.2 洗衣液行业发展趋势分析

(1) 行业技术发展趋势分析

(2) 行业产品结构发展趋势分析

(3) 行业市场营销趋势分析

(4) 行业产品应用领域发展趋势

10.2.3 洗衣液行业发展前景预测

(1) 洗衣液总产量预测

(2) 洗衣液国内需求预测

(3) 洗衣液出口前景预测

10.3 洗衣液行业投资现状及建议

10.3.1 洗衣液行业固定资产投资分析

10.3.2 洗衣液行业投资机遇分析

10.3.3 洗衣液行业投资风险警示

10.3.4 洗衣液行业投资策略建议

图表目录

图表1：《衣料用液体洗涤剂》对洗衣液的定义

图表2：国家统计局对于洗衣液行业的分类

图表3：洗衣液主要分类

图表4：《衣料用液体洗涤剂》对洗衣液感官、理化指标的规定

图表5：《衣料用液体洗涤剂》对洗衣液性能指标的规定

图表6：洗衣液比较优势分析

图表7：洗衣液行业产业链上下游

图表8：2014年1-12月洗衣液上游原材料价格变化情况（单位：元/吨）

图表9：原材料对洗衣液行业的影响分析

图表10：洗衣液行业相关标准

图表11：2012版洗衣液行业相关标准

图表12：《中国洗涤用品行业“十二五”规划》目标

图表13：2006-2015年中国国内生产总值及其增长预测（单位：亿元，%）

图表14：2014年我国GDP初步核算数据（单位：亿元，%）

图表15：2006-2015年全社会固定资产投资及增长速度（单位：亿元，%）

图表16：2007-2015年全国规模以上企业工业增加值同比增速（单位：%）

图表17：洗涤用品行业销售收入各地区比重图（单位：%）

图表18：REACH法规对洗衣液的相关规定

图表19：1995-2014年中国聚对苯二甲酸乙二醇酯（PET）行业专利申请情况（单位：个）

图表20：截至2015年3月洗衣液行业专利申请前十申请量统计（单位：个）

图表21：洗衣液行业发展环境影响分析

图表22：2010-2014年全球洗衣液市场规模（单位：亿美元）

图表23：2012年浙江省洗涤用品行业企业集中度（单位：万元，%）

图表24：2015-2020年全球洗衣液规模预测（单位：亿美元）

图表25：2006-2014年美国洗衣液销售规模以及占衣物洗涤剂比重（单位：亿美元，%）

图表26：美国宝洁集团简况

图表27：2010-2014财年美国宝洁公司销售收入增长情况（单位：亿美元，%）

图表28：2014年宝洁公司营业收入分业务（单位：%）

图表29：宝洁公司旗下品牌

图表30：2014年财年宝洁公司销售过10亿的品牌

图表31：2014年宝洁公司营业收入分区域（单位：%）

图表32：2015-2020年美国洗衣液销售规模预测（单位：亿美元）

图表33：2006年以来日本洗衣液在织物洗涤剂中的占比情况（单位：%）

图表34：2008年以来日本洗衣液产量规模（单位：吨）

图表35：非洗衣品类企业纷纷进军洗衣液市场

图表36：中国洗衣液行业发展历程

图表37：2004-2014年中国合成洗涤剂产量增长情况（单位：万吨，%）

图表38：2006-2014年中国洗衣液产量与比重（单位：万吨，%）

图表39：2006-2014年中国洗衣液产量规模及增长情况（单位：万吨，%）

图表40：2006-2014年中国洗衣液占洗涤剂比重（单位：%）

图表41：2007-2014年中国洗衣液行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表42：2007-2014年中国洗衣液行业销售收入及增长率走势（单位：亿元，%）

图表43：2007-2014年中国洗衣液行业产销平衡（单位：%）

图表44：2013-2014年中国洗衣液行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

图表45：2011-2014年AC尼尔森关于中国洗衣液零售额的调查数据（单位：亿元，%）

图表46：2012-2014年AC尼尔森关于洗衣剂市场细分产品金额占比的调查数据（单位：%）

图表47：2005-2014年洗衣液占洗衣剂比重变化情况（单位：%）

图表48：2010-2014年中国洗衣液制品行业进出口状况表（单位：万美元，%）

图表49：2010-2014年中国洗衣液制品行业进出口走势图（单位：万美元，%）

图表50：2010-2014年洗衣液制品行业产品出口情况（单位：万美元，%）

图表51：2013-2014年中国洗衣液制品行业出口产品（单位：千克，万美元）

图表52：2014年洗衣液制品行业出口产品结构图（单位：%）

图表53：2010-2014年洗衣液制品行业产品进口情况（单位：万美元，%）

图表54：2013-2014年中国洗衣液制品行业进口产品（单位：千克，万美元）

图表55：2014年洗衣液制品行业进口产品结构图（单位：%）

图表56：2012年婴幼儿洗衣液市场主要品牌及企业（排名不分先后）

图表57：洗衣液市场主要品牌及企业（排名不分先后）

图表58：婴幼儿洗衣液市场主要品牌及企业（排名不分先后）

图表59：2014年洗衣液行业百度搜索排名（按搜索量排名）

图表60：消费者洗衣液品牌使用调研数据（单位：%）

图表61：洗衣液与同类产品销售对比（单位：万元，%）

图表62：洗衣液与替代产品优劣势对比

图表63：洗衣液行业五力竞争综合分析图

图表64：不同洗衣液品牌类别

图表65：蓝月亮品牌典型产品

图表66：蓝月亮媒介投放比例

图表67：2009-2014年表面活性剂委员会统计产量及增长预测（单位：万吨，%）

图表68：2013年表面活性剂委员会统计细分产品产量情况（单位：万吨，%）

图表69：2007-2014年我国表面活性剂生产统计（单位：万吨）

图表70：2009-2014年表面活性剂委员会统计销量及增长预测（单位：万吨，%）

图表71：2007-2014年我国表面活性剂消费统计（单位：万吨）

图表72：国内表面活性剂下游消费结构

图表73：表面活性剂需求结构（单位：%）

图表74：2009-2013年表面活性剂原料进出口量（单位：万吨）

图表75：洗衣液对表面活性剂的要求

图表76：在碱性水溶液中水解的SAA不能用于洗衣液

图表77：不同表面活性剂的去污力比较

图表78：浓缩液体皂粉与标准粉去污力对比

图表79：Na₂CO₃在SAA中的溶入量（g）比较

图表80：中国洗涤用品产量与表面活性剂产量关联性分析图（万吨）

图表81：2012-2014年香精香料行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）

图表82：2006-2014年香精香料行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）

图表83：2006-2014年中国香精产量变化情况（单位：万吨，%）

图表84：2006-2014年香精香料行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）

图表85：中国香精产品结构（单位：%）

图表86：香精产品占下游成本比例情况（按金额）（单位：%）

图表87：国内日化香精主要消费结构（按收入分）（单位：%）

图表88：2015-2020年中国香精香料行业销售收入预测（单位：亿元，%）

图表89：洗涤助剂的作用

图表90：洗涤助剂的分类

图表91：近年来4A沸石产量及增速（单位：万吨，%）

图表92：2001年以来全球酶制剂行业规模增长情况（单位：亿美元，%）

图表93：近年来我国碱性脂肪酸进出口情况（单位：吨，万美元）

图表94：近年来我国碱性蛋白酶进出口情况（单位：吨，万美元）

图表95：2015-2020年全球酶制剂行业规模预测（单位：亿美元）

图表96：《衣料用液体洗涤剂》对普通型洗衣液的规定

图表97：2009-2014年普通型洗衣液产量规模及增长情况（单位：万吨，%）

图表98：2015-2020年普通型洗衣液产量预测（单位：万吨）

图表99：《衣料用液体洗涤剂》对浓缩型洗衣液的规定

图表100：国外浓缩洗衣液应用情况

图表101：2009-2014年浓缩型洗衣液产量规模及增长情况（单位：万吨，%）

图表102：2015-2020年浓缩型洗衣液产量预测（单位：万吨）

图表103：重垢型洗衣液主要原料及配方

图表104：重垢型洗衣液的理化指标

图表105：2009-2014年重垢型洗衣液产量规模及增长情况（单位：万吨，%）

图表106：2015-2020年重垢型洗衣液产量预测（单位：万吨）

图表107：轻垢型洗衣液主要原料及配方

图表108：轻垢型洗衣液的理化指标

图表109：2009-2014年轻垢型洗衣液产量规模及增长情况（单位：万吨，%）

图表110：2015-2020年轻垢型洗衣液产量预测（单位：万吨）

图表111：2009-2014年常规型洗衣液产量规模及增长情况（单位：万吨，%）

图表112：2015-2020年常规型洗衣液产量预测（单位：万吨）

图表113：概念型洗衣液分类及介绍

图表114：2009-2014年概念型洗衣液产量规模及增长情况（单位：万吨，%）

图表115：2015-2020年概念型洗衣液产量预测（单位：万吨）

图表116：2006-2014年中国城乡居民收入水平（单位：元）

图表117：2006-2014年中国城乡居民消费支出增长及预测（单位：元，%）

图表118：中国六次人口普查家庭户数变化图（单位：万户）

图表119：近年来居民家庭清洁消费支出情况（单位：亿元）

图表120：2000-2013年我国城镇人口所占比例（单位：%）

图表121：2012-2014年洗衣液分城市级别零售金额增长情况（单位：亿元）

图表122：2012-2014年洗衣液分城市级别零售金额占比（单位：%）

图表123：2012-2014年洗衣液分包装零售金额增长情况（单位：亿元）

图表124：2012-2014年洗衣液分包装零售金额占比（单位：%）

图表125：2012-2014年4公升以上洗衣液销售金额及占比（单位：亿元，%）

图表126：2012-2014年洗衣液新品销售金额所占占比（单位：%）

图表127：不同收入水平对洗衣液的消费偏好（单位：%）

图表128：不同年龄对洗衣液的消费偏好（单位：%）

图表129：洗衣液消费者调研设计

图表130：消费者洗衣液购买频率调查（单位：%）

图表131：消费者洗衣液购买渠道调查（单位：%）

图表132：消费者洗衣液购买原因调查（单位：%）

图表133：消费者洗衣液购买包装类型调查（单位：%）

图表134：消费者经常购买洗衣液的价格区位调查（单位：%）

图表135：对1KG的洗衣液愿意支付的价格范围调查（单位：%）

图表136：消费者选择洗衣液关注的因素（限选3项）（单位：%）

图表137：消费者选择洗衣液最关注的因素（单选）（单位：%）

图表138：消费者选择洗衣液最看重的功能特性（限选3项）（单位：%）

图表139：消费者最常使用的洗衣液品牌调查（可多选）（单位：%）

图表140：消费者最常使用的洗衣液品牌调查（单选）（单位：%）

图表141：消费者洗衣液品牌忠诚度调查（单位：%）

图表142：不同洗衣液品牌策略对比分析

图表143：不同洗衣液品牌广告投放分析

图表144：不同洗衣液品牌促销方式对比分析

图表145：2004-2014年广东省GDP趋势图（单位：万亿元，%）

图表146：2005-2014年广东省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表147：2014年广东省居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）

图表148：2012-2014年广东省居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表149：2009-2014年广东省肥皂及合成洗涤剂制造业产销状况（单位：亿元，%）

图表150：2009-2014年广东省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表151：2015-2020年广东省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表152：2004-2014年山东省GDP趋势图（单位：万亿元，%）

图表153：2005-2014年山东省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表154：2014年山东省居民各指标消费价格指数（单位：%）

图表155：2012-2014年山东省居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表156：2014年山东省居民人均收入状况（单位：元）

图表157：2014年山东省居民人均消费支出状况（单位：元）

图表158：2009-2014年山东省肥皂及合成洗涤剂制造业产销状况（单位：亿元，%）

图表159：2009-2014年山东省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表160：2015-2020年山东省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表161：2004-2014年浙江省GDP趋势图（单位：万亿元，%）

图表162：2005-2014年浙江省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表163：2014年浙江省居民各指标消费价格指数（单位：%）

图表164：2012-2014年浙江省居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表165：2009-2014年浙江省肥皂及合成洗涤剂制造业产销状况（单位：亿元，%）

图表166：2009-2014年浙江省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表167：2015-2020年浙江省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表168：2004-2014年江苏省GDP趋势图（单位：万亿元，%）

图表169：2005-2014年江苏省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表170：2014年江苏省居民各指标消费价格指数（单位：%）

图表171：2012-2013年江苏省居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表172：2009-2014年江苏省肥皂及合成洗涤剂制造业产销状况（单位：亿元，%）

图表173：2009-2014年江苏省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表174：2015-2020年江苏省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表175：2004-2014年福建省GDP趋势图（单位：万亿元，%）

图表176：2005-2014年福建省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表177：2014年福建省居民各指标消费价格指数（单位：%）

图表178：2012-2014年福建省居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表179：2009-2014年福建省肥皂及合成洗涤剂制造业产销状况（单位：亿元，%）

图表180：2009-2014年福建省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表181：2015-2020年福建省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表182：2004-2014年四川省GDP趋势图（单位：万亿元，%）

图表183：2004-2014年四川省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表184：2012-2014年四川省居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表185：2009-2014年四川省肥皂及合成洗涤剂制造业产销状况（单位：亿元，%）

图表186：2009-2014年四川省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表187：2015-2020年四川省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表188：2004-2014年湖南省GDP趋势图（单位：万亿元，%）

图表189：2005-2014年湖南省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表190：2012-2014年湖南省居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表191：2009-2014年湖南省肥皂及合成洗涤剂制造业产销状况（单位：亿元，%）

图表192：2009-2014年湖南省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表193：2015-2020年湖南省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表194：2004-2014年辽宁省GDP趋势图（单位：万亿元，%）

图表195：2005-2014年辽宁省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表196：2012-2014年辽宁省居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表197：2009-2014年辽宁省肥皂及合成洗涤剂制造业产销状况（单位：亿元，%）

图表198：2009-2014年辽宁省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表199：2015-2020年辽宁省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表200：2004-2014年安徽省GDP趋势图（单位：万亿元，%）

图表201：2014年安徽省分产业GDP增长情况（单位：亿元，%）

图表202：2005-2014年安徽省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表203：2014年安徽省居民各指标消费价格指数（单位：%）

图表204：2012-2014年安徽省居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表205：2009-2014年安徽省肥皂及合成洗涤剂制造业产销状况（单位：亿元，%）

图表206：2009-2014年安徽省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表207：2015-2020年安徽省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表208：2004-2014年河北省GDP趋势图（单位：万亿元，%）

图表209：2010与2014年河北省各产业GDP占比情况（单位：%）

图表210：2005-2014年河北省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表211：2014年河北省居民各指标消费价格指数（单位：%）

图表212：2012-2014年河北省居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表213：2009-2014年河北省肥皂及合成洗涤剂制造业产销状况（单位：亿元，%）

图表214：2009-2014年河北省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表215：2015-2020年河北省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表216：2004-2014年河南省GDP趋势图（单位：万亿元，%）

图表217：2005-2014年河南省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表218：2012-2014年河南省居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表219：2009-2014年河南省肥皂及合成洗涤剂制造业产销状况（单位：亿元，%）

图表220：2009-2014年河南省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表221：2015-2020年河南省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表222：2004-2014年湖北省GDP趋势图（单位：万亿元，%）

图表223：2005-2013年湖北省居民消费价格指数走势图（单位：%）

图表224：2014年湖北省居民各指标消费价格指数（单位：%）

图表225：2012-2014年湖北省居民平均收入及消费支出（单位：元）

图表226：2009-2014年湖北省肥皂及合成洗涤剂制造业产销状况（单位：亿元，%）

图表227：2009-2014年湖北省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表228：2015-2020年湖北省合成洗涤剂产量（单位：万吨，%）

图表229：中国洗衣液行业重点品牌和生产企业

图表230：2013年中国洗衣液行业重点企业产销情况（单位：万元）

图表231：2013年中国洗衣液行业重点企业工业总产值、销售收入和利润总额排名

图表232：蓝月亮（中国）有限公司基本信息表

图表233：蓝月亮（中国）有限公司产品结构表

图表234：蓝月亮（中国）有限公司洗衣液产品结构表

图表235：2011-2013年广州蓝月亮实业有限公司营收情况（单位：万元）

图表236：蓝月亮（中国）有限公司国内销售网络图

图表237：蓝月亮（中国）有限公司推广策略

图表238：广州蓝月亮实业有限公司优劣势分析

图表239：广州宝洁有限公司基本信息表

图表240：广州宝洁有限公司洗衣液产品结构表

图表241：2011-2013年广州宝洁有限公司营收情况（单位：万元）

图表242：宝洁公司洗衣液品牌推广策略

图表243：广州宝洁有限公司优劣势分析

图表244：联合利华（中国）有限公司基本信息表

图表245：联合利华公司奥妙洗衣液产品结构表

图表246：2011-2013年联合利华（中国）有限公司营收情况（单位：万元）

图表247：联合利华公司渠道信息平台情况

图表248：联合利华公司洗衣液品牌推广策略

图表249：联合利华（中国）有限公司优劣势分析

图表250：威莱（广州）日用品有限公司基本信息表

图表251：威莱（广州）日用品有限公司洗衣液产品结构表

图表252：2011-2013年威莱（广州）日用品有限公司营收情况（单位：万元）

图表253：威莱公司洗衣液品牌推广策略

图表254：威莱（广州）日用品有限公司优劣势分析

图表255：广州立白企业集团有限公司基本信息表

图表256：广州立白企业集团有限公司洗衣液产品结构表

图表257：2011-2013年广州立白企业集团有限公司营收情况（单位：万元）

图表258：广州立白企业集团有限公司全球销售网络图

图表259：广州立白企业集团有限公司洗衣液品牌推广策略

图表260：广州立白（番禺）有限公司优劣势分析

图表261：纳爱斯集团有限公司基本信息表

图表262：广州立白企业集团有限公司洗衣液产品结构表

图表263：2011-2013年纳爱斯集团有限公司营收情况（单位：万元）

图表264：纳爱斯集团有限公司国内销售网络图

图表265：纳爱斯集团有限公司优劣势分析

图表266：西安开米股份有限公司基本信息表

图表267：西安开米股份有限公司洗衣液产品结构表

图表268：2011-2013年西安开米股份有限公司营收情况（单位：万元）

图表269：西安开米股份有限公司国内销售网络图（单位：家）

图表270：西安开米股份有限公司优劣势分析

图表271：上海花王有限公司基本信息表

图表272：上海花王有限公司洁霸洗衣液产品结构表

图表273：2011-2013年上海花王有限公司营收情况（单位：万元）

图表274：上海花王有限公司优劣势分析

图表275：安利（中国）日用品有限公司基本信息表

图表276：安利（中国）日用品有限公司优生活洗衣液产品结构表

图表277：2011-2013年安利（中国）日用品有限公司营收情况（单位：万元）

图表278：安利（中国）日用品有限公司直销模式

图表279：安利（中国）日用品有限公司推广策略

图表280：安利（中国）日用品有限公司优劣势分析

图表281：北京绿伞化学股份有限公司基本信息表

图表282：北京绿伞化学股份有限公司洗衣液产品结构表

图表283：2011-2014年北京绿伞化学股份有限公司营收情况（单位：万元，%）

图表284：2014上半年北京绿伞化学股份有限公司主营业务情况（单位：万元，%）

图表285：2014上半年北京绿伞化学股份有限公司主营业务收入分布情况（单位：%）

图表286：北京绿伞化学股份有限公司国内销售网络图（单位：家）

图表287：北京绿伞化学股份有限公司优劣势分析

图表288：部分品牌衣物洗涤剂价格对比（单位：元/千克）

图表289：2015-2020年我国洗衣液产量增长预测（单位：万吨）

图表290：2015-2020年我国洗衣液市场需求规模预测（单位：亿元）

图表291：2015-2020年洗衣液制品行业产品出口量预测（单位：万吨）

图表292：2009年以来肥皂及合成洗涤剂制造行业固定资产投资（一）

图表293：2009年以来肥皂及合成洗涤剂制造行业固定资产投资（二）

图表294：肥皂及合成洗涤剂制造行业固定资产投资结构（按建设性质）

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/rihua1512/E64775PPB4.html>