

2021年中国家庭清洁用品市场分析报告- 市场规模现状与发展规划趋势

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《2021年中国家庭清洁用品市场分析报告-市场规模现状与发展规划趋势》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://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/536072536072.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

家庭清洁用品范围广泛。按照使用场所分类，家庭清洁用品可分为织物清洁护理和家居清洁护理两大类。织物清洁护理剂是用量最大的一类产品，包括洗衣液、洗衣粉、皂、衣物柔顺剂、衣物漂白剂、衣服柔顺剂等。家居清洁护理指用于厨房、居室等日常清洁洗涤剂，是除洗衣粉、洗衣皂之外的一类液体合成洗涤剂。按照使用场所分，可分为厨房、卫生间、居室用清洁剂。

家庭清洁用品分类（按照使用场所分类）

分类依据

分类

按照使用场所分类

织物清洁护理

洗衣液

洗衣粉

皂

衣物柔顺剂

衣服柔顺剂

家居清洁护理

厨房清洁用品

餐具洗涤剂

厨房油污清洗剂

烤箱专用清洗剂

卫生间清洁用品

浴室清洁剂

洁厕剂

浴室除霉剂

居室清洁用品

玻璃清洁剂

地板清洁剂

家具清洁上光剂数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国家庭清洁用品行业市场规模为1190.6亿元，较上年同比增长4.6%；2019年，我国家庭清洁用品行业市场规模为**亿元，较上年同比增长**%。

2015-2019年我国家庭清洁用品行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

（1）健康化、安全化发展：家庭清洁用品涉及消费者日常生活的方方面面，使用频率

有明显的上升趋势。如洗衣液、洗洁精等清洁用品直接或间接地与人体接触，产品的安全性、对健康的影响极为重要。人们的健康意识增强，对清洁产品的质量要求越来越严格，尤其关注原料来源、产品残留性。家庭清洁用品行业的产品升级方向朝健康化、安全化迈进，厂商将加强对无毒无害原料与清洁用品的研发与生产，契合消费者对天然健康的需求。

(2) 精细化发展：目前，市面上的清洁产品细分程度较高，专攻特定清洁领域。例如，洗洁精划分出蔬果专用、婴儿奶瓶专用、茶具洗涤产品等领域，满足消费者的不同需求；洗衣液由从前的“一瓶适用全家衣物”，演变出多个细分品类，包括手洗或机洗专用、内衣物专用、婴童衣物专用、羊毛衫与羽绒服专用，为不同清洗场景或特殊衣物提供定制化、专业化的漂洗方式。我国家庭清洁用品行业将继续朝着精细化的方向发展，企业将迎来发展新契机。

(3) 绿色化发展：消费者对环保的关注度日益提高，节能、节水、无污染等概念得到重视，环保成为消费者选择清洁用品的一个考虑因素。减少家庭清洁产品对环境的负面影响是消费者与企业共有的责任。中国家庭清洁行业趋向于改进生产技术与设备，加大对绿色清洁产品的研发与升级。将环保纳为企业核心理念，履行企业的社会责任，将引领企业迈向可持续发展的道路，推动我国家庭清洁行业的升级。

我国家庭清洁用品行业优势分析 数据来源：公开资料整理

二、劣势分析

(1) 产品同质化现象严重：家庭清洁用品制造企业较多，以中小型企业为主，主要特征为研发能力较弱，产品生产模仿现有热销产品，导致市场上产品同质化现象严重。个别企业为追求利润最大化而采取价格竞争，加剧了市场不良竞争，造成产品质量参差不齐，影响了行业的健康可持续发展。

(2) 行业产能过剩：以规模求发展是“十二五”期间行业企业发展的主要现象之一，长期以来粗放式的发展方式导致家庭清洁用品行业产能过剩，重复建设严重。导致行业亏损企业不断增多的主要原因是部分家庭清洁用品产品企业盲目扩张，造成产能过剩，从而引发恶性竞争，整个行业净利润下降，破坏行业市场环境。

我国家庭清洁用品行业劣势分析 数据来源：公开资料整理

三、机遇分析

(1) 政策支持与监管：我国家庭清洁用品行业受到了国家的重视，行业的发展得到了相关政策的扶持与监管。

支持政策：如2016年8月，中国洗涤协会制定《中国洗涤用品行业发展第十三个五年(2016-2020年)规划》，明确了“十三五”期间，洗涤用品行业全面推进创新发展、协调发展、绿色发展、开放发展、共享发展的指导思想，提出了行业未来五年发展的总体目标、主要任务和措施建议。

监管政策：如2015年9月，中华人民共和国国家卫生和计划生育委员会在《GB 14930.1-2015食品安全国家标准洗涤剂》中提出将洗涤产品按照用途不同分为A、B两类，其中A类

产品为直接用于清洗食品的洗涤剂；B类为用于清洗餐饮具以及接触食品的工具、设备、容器和食品包装材料的洗涤剂。并对可食品接触的A类洗涤剂的原材料做了详细规定。

我国家庭清洁用品行业相关政策

层面

日期

政策名称

制定部门

主要内容

支持政策

2009.05

《轻工业调整和振兴规划》

国务院

按照保增长、扩内需、调结构的总体要求，采取综合措施，扩大城乡市场需求，巩固和开拓国际市场，保持轻工业平稳发展；通过加快自主创新，实施技术改造，推进自主品牌建设，淘汰落后产能，着力推动轻工业结构调整和产业升级；走绿色生态、质量安全和循环经济的新型轻工业发展之路，进一步增强轻工业繁荣市场、扩大就业、服务“三农”的支柱产业地位。

。

2011.03

《国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》

国务院

“十二五”时期，我国经济社会发展呈现新的阶段性特征。主要阐明了国家战略意图，明确政府工作重点，引导市场主体行为。提出重点发展新型功能材料。

2011.03

《产业结构调整指导目录（2011）》

国务院

对就鼓励类项目、限制类项目、淘汰类项目提出了修改意见。鼓励类项目中纳入了“多效、节能、节水、环保型表面活性剂和浓缩型合成洗涤剂的开发与生产，并将表面活性剂列为鼓励发展产业。

2011.06

《当前优先发展的高技术产业化重点领域指南2011》

国家发展改革委、科技部、工业和信息化部、商务部、知识产权局

明确了表面活性剂列为国家促进产业结构调整，加快经济发展方式转变，优先发展的高技术产品。

2016.08

《中国洗涤用品行业发展第十三个五年(2016-2020年)规划》

中国洗涤用品工业协会

明确了“十三五”期间，洗涤用品行业全面推进创新发展、协调发展、绿色发展、开放发展、共享发展的指导思想，提出了行业未来五年发展的总体目标、主要任务和措施建议。

2018.01

《中国轻工业绿色智慧产业集群建设指导意见》

中国轻工业联合会

强调了中国轻工业联合会、有关协会、省级地方轻工业行业组织在培育和发展轻工业产业集群的共建、服务及引领功能，并推行绿色设计，开发绿色产品，建设绿色工厂，发展绿色园区，打造绿色供应链，推动轻工业绿色发展。

监管政策

2000.11

《GB/T 9985-2000手洗餐具用洗涤剂》

国家质量技术监督局

标准规定了手洗餐具用洗涤剂的技术要求、试验方法、检验规则和标志、包装、运输、贮存等要求。标准适用于由表面活性剂和助剂等配方生产的手洗价具用洗涤剂。

2009.11

《GB/T 24691-2009果蔬洗涤剂》

国家质量监督检验检疫总局、国家标准化管理委员会

标准规定了果蔬用洗涤剂的技术要求、试验方法、检验规则和标志、包装、运输、贮存等要求。标准适用于由表面活性剂和助剂等配方生产的用于清洗水果和蔬菜的洗涤剂。

2011.05

《洗涤用品安全技术规范》

国家质量监督检验检疫总局

规定了洗涤用品的术语和定义、产品分类、要求、试验方法、检验规则；严格规定了洗涤产品的感观标准及性能标准。

2011

《浓缩洗涤剂标志产品技术规范（衣料用液体洗涤剂）》

中国洗涤用品工业协会

技术规范所规定的使用浓缩洗涤剂标志的衣料用液体洗涤剂产品按产品使用对象分为“浓缩洗衣液”和“浓缩丝毛洗涤液”两类。其中浓缩洗衣液又根据浓缩化的程度分为“浓缩”和“浓缩+”两个等级。对不同类别的原料配比作出规定。

2015.09

《GB 14930.1-2015食品安全国家标准洗涤剂》

中华人民共和国国家卫生和计划生育委员会

将洗涤产品按照用途不同分为A、B两类，其中A类产品为直接用于清洗食品的洗涤剂；B类

为用于清洗餐饮具以及接触食品的工具、设备、容器和食品包装材料的洗涤剂。并对可食品接触的A类洗涤剂的原材料做了详细规定。数据来源：公开资料整理

(2) 消费结构升级：伴随着城镇化进程的加快和消费者的生活水平的提高，生活习惯逐渐发生变化，居民的消费习惯不断变化，消费理念不断提升。为满足不同消费者的消费习惯，家庭清洁用品企业不断加强产品研发，丰富产品种类，细化产品功能，从而促进了整个行业产品专业化和个性化的发展。

(3) 移动互联网发展为行业带来发展新机遇：得益于互联网以及移动互联网渗透率提升，电子商务平台收入规模增速明显。电子商务平台发展迅速，为家庭清洁用品提供了更多销售平台。家庭清洁用品行业通过各类渠道获客，积累了大量的经营数据，运用大数据分析不同消费者需求，根据消费者需求匹配相应产品。线上品牌的塑造和产品的私人订制服务为更高附加值、更专业、更个性的小众产品带来更广阔的市场营销平台，给家庭清洁用品行业的销售渠道提供了全新的活力,为许多企业做专做强提供了机遇。

(4) 技术装备水平不断提升：近五年来，我国家庭清洁用品行业技术装备有了长足发展，自动化、智能化的装备为企业技术升级和结构调整提供了有力的支撑。行业技术装备的提升不断推动清洁用品行业工艺的提升，清洁用品品类也发生了较大的变化。如清洗剂由单纯的三酸两碱发展到多功能、低污染的高效绿色清洗剂，为消费者提供更加专业的清洁用品。

。

四、威胁分析

(1) 原料质量监管不足威胁：经过长期的发展，我国家庭清洁用品行业的标准体系已基本形成。如常规的洗衣粉、餐具洗涤剂等洗涤剂产品，每年国家质检总局都会安排进行多次抽检，保证产品的质量。但随着产品功能化和细分化的发展，相关标准建立相对滞后，且目前家庭清洁用品企业众多，大部分规模小、分散分布，较难监管。部分不法企业为了降低生产成本而偷工减料，以获得更多的利润，不利于终端产品的健康发展。

(2) 竞争威胁：我国家庭清洁用品行业发展迅速，国际和本土企业群雄角逐、竞相争夺市场份额。行业内既有以立白、纳爱斯、蓝月亮为首的主营厨房清洁和织物洗涤用品的本土企业，也有像宝洁和联合利华这样的跨国公司，联合利华旗下有包括阳光（Sunlight）、奥妙等家庭清洁用品品牌。跨国公司凭借知名度抢占市场，不利于本土企业发展。

我国家庭清洁用品行业主要品牌简介

品牌

成立/进入中国时间

产品概述

主要产品

市场分布

立白

1994

洗涤用品、厨房清洁

洗衣粉、洗衣液、洗洁精

全国各省市及东南亚

纳爱斯

1993

洗涤用品

洗衣粉、洗衣皂

中国、欧洲、美国、东南亚等

联合利华（奥妙、金纺、阳光）

1986

洗涤用品、厨房清洁

洗衣粉、洗衣液、洗洁精、衣物柔顺剂

全国各省市

宝洁（汰渍、碧浪）

1988

洗涤用品

洗衣粉、洗衣液、洗衣凝珠

全国各省市

庄臣

1987

家庭清洁、个人护理和杀虫产品

多用途洗洁精、洁厕宝、浴室清洁剂等

全国各省市数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国家庭清洁用品市场分析报告-市场规模现状与发展规划趋势》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。

它是业内企业、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。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国家庭清洁用品行业发展概述

第一节 家庭清洁用品行业发展情况概述

- 一、家庭清洁用品行业相关定义
- 二、家庭清洁用品行业基本情况介绍
- 三、家庭清洁用品行业发展特点分析
- 四、家庭清洁用品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、家庭清洁用品行业需求主体分析

第二节 中国家庭清洁用品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、家庭清洁用品行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国家庭清洁用品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国家庭清洁用品行业生命周期分析

- 一、家庭清洁用品行业生命周期理论概述

二、家庭清洁用品行业所属的生命周期分析

第四节 家庭清洁用品行业经济指标分析

一、家庭清洁用品行业的赢利性分析

二、家庭清洁用品行业的经济周期分析

三、家庭清洁用品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国家庭清洁用品行业进入壁垒分析

一、家庭清洁用品行业资金壁垒分析

二、家庭清洁用品行业技术壁垒分析

三、家庭清洁用品行业人才壁垒分析

四、家庭清洁用品行业品牌壁垒分析

五、家庭清洁用品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球家庭清洁用品行业市场发展现状分析

第一节 全球家庭清洁用品行业发展历程回顾

第二节 全球家庭清洁用品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲家庭清洁用品行业地区市场分析

一、亚洲家庭清洁用品行业市场现状分析

二、亚洲家庭清洁用品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲家庭清洁用品行业市场前景分析

第四节 北美家庭清洁用品行业地区市场分析

一、北美家庭清洁用品行业市场现状分析

二、北美家庭清洁用品行业市场规模与市场需求分析

三、北美家庭清洁用品行业市场前景分析

第五节 欧洲家庭清洁用品行业地区市场分析

一、欧洲家庭清洁用品行业市场现状分析

二、欧洲家庭清洁用品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲家庭清洁用品行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界家庭清洁用品行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球家庭清洁用品行业市场规模预测

第三章 中国家庭清洁用品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品家庭清洁用品总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国家庭清洁用品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国家庭清洁用品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国家庭清洁用品行业运行情况

第一节 中国家庭清洁用品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 中国家庭清洁用品行业市场规模分析

第三节 中国家庭清洁用品行业供应情况分析

第四节 中国家庭清洁用品行业需求情况分析

第五节 我国家庭清洁用品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国家庭清洁用品行业供需平衡分析

第七节 中国家庭清洁用品行业发展趋势分析

第五章 中国家庭清洁用品所属行业运行数据监测

第一节 中国家庭清洁用品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 中国家庭清洁用品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 中国家庭清洁用品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

第六章 2017-2020年中国家庭清洁用品市场格局分析

第一节 中国家庭清洁用品行业竞争现状分析

一、中国家庭清洁用品行业竞争情况分析

二、中国家庭清洁用品行业主要品牌分析

第二节 中国家庭清洁用品行业集中度分析

一、中国家庭清洁用品行业市场集中度影响因素分析

二、中国家庭清洁用品行业市场集中度分析

第三节 中国家庭清洁用品行业存在的问题

第四节 中国家庭清洁用品行业解决问题的策略分析

第五节 中国家庭清洁用品行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国家庭清洁用品行业需求特点与动态分析

第一节 中国家庭清洁用品行业消费市场动态情况

第二节 中国家庭清洁用品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 家庭清洁用品行业成本结构分析

第四节 家庭清洁用品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国家庭清洁用品行业价格现状分析

第六节 中国家庭清洁用品行业平均价格走势预测

一、中国家庭清洁用品行业价格影响因素

二、中国家庭清洁用品行业平均价格走势预测

三、中国家庭清洁用品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国家庭清洁用品行业区域市场现状分析

第一节 中国家庭清洁用品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区家庭清洁用品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家庭清洁用品市场规模分析

四、华东地区家庭清洁用品市场规模预测

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、华中地区家庭清洁用品市场规模分析

四、华中地区家庭清洁用品市场规模预测

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、华南地区家庭清洁用品市场规模分析

四、华南地区家庭清洁用品市场规模预测

第九章 2017-2020年中国家庭清洁用品行业竞争情况

第一节 中国家庭清洁用品行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国家庭清洁用品行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国家庭清洁用品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 家庭清洁用品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

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、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国家庭清洁用品行业发展前景分析与预测

第一节 中国家庭清洁用品行业未来发展前景分析

一、家庭清洁用品行业国内投资环境分析

二、中国家庭清洁用品行业市场机会分析

三、中国家庭清洁用品行业投资增速预测

第二节 中国家庭清洁用品行业未来发展趋势预测

第三节 中国家庭清洁用品行业市场发展预测

一、中国家庭清洁用品行业市场规模预测

二、中国家庭清洁用品行业市场规模增速预测

三、中国家庭清洁用品行业产值规模预测

四、中国家庭清洁用品行业产值增速预测

五、中国家庭清洁用品行业供需情况预测

第四节 中国家庭清洁用品行业盈利走势预测

一、中国家庭清洁用品行业毛利润同比增速预测

二、中国家庭清洁用品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国家庭清洁用品行业投资风险与营销分析

第一节 家庭清洁用品行业投资风险分析

一、家庭清洁用品行业政策风险分析

二、家庭清洁用品行业技术风险分析

三、家庭清洁用品行业竞争风险分析

四、家庭清洁用品行业其他风险分析

第二节 家庭清洁用品行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国家庭清洁用品行业发展战略及规划建议

第一节 中国家庭清洁用品行业品牌战略分析

- 一、家庭清洁用品企业品牌的重要性
- 二、家庭清洁用品企业实施品牌战略的意义
- 三、家庭清洁用品企业品牌的现状分析
- 四、家庭清洁用品企业的品牌战略
- 五、家庭清洁用品品牌战略管理的策略

第二节 中国家庭清洁用品行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国家庭清洁用品行业战略综合规划分析

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

第四节 家庭清洁用品行业竞争力提升策略

- 一、家庭清洁用品行业产品差异性策略
- 二、家庭清洁用品行业个性化服务策略
- 三、家庭清洁用品行业的促销宣传策略
- 四、家庭清洁用品行业信息智能化策略
- 五、家庭清洁用品行业品牌化建设策略
- 六、家庭清洁用品行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国家庭清洁用品行业发展策略及投资建议

第一节 中国家庭清洁用品行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国家庭清洁用品行业营销渠道策略

- 一、家庭清洁用品行业渠道选择策略

二、家庭清洁用品行业营销策略

第三节 中国家庭清洁用品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国家庭清洁用品行业重点投资区域分析

二、中国家庭清洁用品行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/536072536072.html>