

2018-2023年中国洗涤用品行业市场竞争现状分析与投资价值前景评估报告

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《2018-2023年中国洗涤用品行业市场竞争现状分析与投资价值前景评估报告》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/306309306309.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

涂料，作为一类现代多功能性的工程材料，是化学工业中的一种重要材料，无论是传统的以天然物质为原料的涂料产品，还是现代发展中以合成化工产品为原料的涂料产品，都属于有机化工高分子材料，所形成的涂膜属于高分子化合物类型。按照现代通行的化工产品的分类，涂料属于精细化工产品，其用途十分广泛。未来几年的涂料市场仍有很大的发展空间。涂料企业需要做的就是细分市场，研发适销对路的涂料产品。

目前，我国涂料行业正朝着环保性、经济性、高性能三大方向发展，大力发展的是低含量溶剂、水性化及无溶剂化、粉末、UV光固化涂料。近年来，我国涂料行业一直致力于开发低污染、高固体分或无溶剂（包括粉末、光固化）涂料、水性涂料（耐高温隔热保温涂料和耐高温防腐涂料）；开发低环境风险的防污技术和防污涂料；开发非铅、铬的防锈颜料及替代品；开发钛白粉、氧化铁颜料的清洁生产工艺；积极制定涂料行业清洁生产工艺评价标准等，以推动涂料行业新工艺、新材料和新技术的发展。另外，近几年开发的玻璃节能涂料、辐射散热降温涂料、防晒隔热涂料、耐高温封闭涂料、高效耐污损太阳热吸收涂料等新型涂料，也为涂料行业在“低碳”道路上带来了新的发展机遇。

水性涂料、粉末涂料以及固化涂料3种科技的综合利用，可以有效地解决未来智能住宅在隔热保温、采光、净化空气、自我清洁等多种功能的智能要求，对于涂料行业的“低碳”发展有促进作用。另外，使用生物原料技术制造涂料产品也是涂料行业“低碳”化的途径之一，这包括使用可再生的原料或可生物分解的原料。

水性技术在民用市场，特别是装饰涂料领域的优势是非常明显的。但是，对于占中国涂料总产量近70%的工业涂料来说，有时以粉末涂料为主的高固涂料和紫外光固化涂料同样有着非常明显的优势，在固化条件受到限制的时候，以上2种技术在很大程度上较水性体系会有更好的应用优势。

目前，中国环保涂料包括水性涂料、粉末涂料、高固体分涂料、辐射固化涂料，比例约为26%，而同类产品在北美、西欧、日本等发达国家比例已占到80%左右，国内环保涂料发展前景可观。

1.人均消费偏低，涂装行业市场前景巨大

中国人均年家具的消费水平还比较低。据统计，美国人均年消费家具236美元、德国人年均消费家具371美元，日本人年均消费家具255美元，而我国大约在12美元左右，仅仅是欧美等发达国家的5%不到。尤其是二三线市场、广大农村市场家具的占有率更低

。中国人真正买成套家具和沙发的人不到4亿，说明还有2/3的人还没有用上现代家具，这为家具行业进一步发展带来巨大的契机，也使得涂料行业的前景巨大。

2.水性涂料、固化涂料成为行业发展趋势

涂料行业已进入微利时代，国内涂料企业两极分化严重。遍观整个中国涂料行业，目前，产业集中度并不是非常高，很大一部分市场被外资品牌把持，本土品牌由于种种原因尚无法与外资品牌匹敌，只能退守二三线市场。此外，优秀的本土品牌往往难逃被外资收购的命运。由于大品牌给经销商利润太薄，经销商参与制假卖假现象已成行业潜规则，极大地损害了涂料生产厂家和终端消费者的利益。涂料产品同质化严重，技术落后于国外。中国的民族涂料在低碳环保领域还有所欠缺，再加上缺乏创新，使中国涂料在国际涂料市场中一直缺乏竞争力。除了较大的几个涂料品牌具有一定的自主研发能力外，很多中国涂料企业都处于一种“跟风”状态，以人有我有的战略进军市场。中国涂料发展不均匀，在建筑涂料、家具涂料方面等已经可以自给自足，但较高档的汽车涂料、船舶涂料等则基本依赖进口。技术落后及低端产品同质化竞争导致涂料行业盈利能力不佳，近几年的销售利润率仅为5%~7%。大力发展低含量溶剂、水性化及无溶剂化、粉末、固化涂料将成为行业发展趋势。

3.电商模式成为涂料行业营销的发展趋势

涂料企业进入B2C电子商务的企业也越来越多，电商成为一种趋势。至于如何在电子商务和移动互联网高速发展的环境下做好企业自身的互联网营销，就得看涂料品牌各自的本事。据统计，我国去年涂料总产量突破千万吨大关，成为了全球第一涂料生产和消费大国。在房地产低迷的情况下，我国涂料行业还能保持高速发展，可见我国涂料行业日渐成熟。

在传统涂料市场趋于成熟和饱和的今天，发掘出另一种销售渠道必然成为涂料行业的当务之急。电子商务无疑提供了一个上佳的选项。但是，值得注意的是，直到诸多的矛盾与难题都得到妥善解决，才能说涂料行业打开了潜力巨大的电子商务市场的大门。

全球洗涤剂市场品类情况 资料来源：观研天下数据中心整理

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国洗涤用品行业市场竞争现状分析与投资价值前景评估报告》主要研究洗涤用品洗涤用品行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（洗涤用品行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、洗涤用品行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分

析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、洗涤用品行业协会、个人投资者提供了专业的洗涤用品行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界洗涤用品行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的洗涤用品行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第一章 洗涤用品行业相关概况

第一节 洗涤用品概念与历史

一、洗涤用品概念

二、洗涤用品的历史

三、洗涤用品的去污机理

第二节 洗涤用品行业发展周期

一、洗涤用品行业周期理论

二、洗涤用品行业周期分析

第三节 产业链分析

一、洗涤用品行业产业链总体分析

二、上游原料供应市场分析

(1) 烷基苯市场

(2) 硬脂酸市场

(3) 表面活性剂市场

(4) 洗涤助剂市场

(5) 油脂原料市场

三、下游产品需求市场分析

(1) 家庭消费情况

(2) 医院消费情况

(3) 住宿和餐饮业

(4) 通用设备制造

(5) 专用设备制造业

第二章 2012-2016年中国洗涤用品行业背景分析

第一节 2012-2016年中国宏观经济背景

一、国民生产总值

二、工业发展形势

三、固定资产投资

四、消费价格指数

五、居民收入情况

六、进出口贸易情况

第二节 2012-2016年中国政策环境背景

一、洗涤用品行业监管部门

二、洗涤用品行业监管体制

三、洗涤用品行业主要法律法规及相关产业政策

(1) 浓缩洗衣粉标志

(2) 出口退税率调整

(3) 所得税优惠政策

(4) 增值税转型

(5) 《外商投资产业指导目录》

(6) 《中国洗涤用品行业技术装备发展“十三五”规划》

(7) 《中国洗涤用品行业“十三五”规划》

第三节 2012-2016年中国社会环境背景

一、人口环境

二、教育环境

三、文化环境

四、生态环境

第三章 2012-2016年国外洗涤用品行业发展现状分析

第一节 2012-2016年国外市场运行综述

一、市场规模分析

二、国外洗涤用品市场发展先进经验

(1) 第三方评价体系

(2) 消费者权益保护

三、国际洗涤用品发展趋势

第二节 国外主要国家市场分析

一、美国

(1) 可持续发展指标项目(Sustainability Metrics Program)

(2) “清洁产品原料安全倡议”(CPISI)

二、欧洲

(1) “良好环境实践密码”

(2) 《可持续清洁宪章》

三、日本

(1) 减少塑料包装使用量倡议

第四章 2012-2016年中国洗涤用品行业市场发展分析

第一节 2012-2016年中国洗涤用品市场发展现状

一、2012-2016年中国洗涤用品市场发展概况

二、洗涤用品行业发展历程分析

三、洗涤用品行业存在的问题分析

(1) 消费者消费趋势的变化将引领行业发展

(2) 产品结构亟待调整和升级

(3) 产品同质化严重，质量良莠不齐，行业非理性竞争依然存在

(4) 功能型表面活性剂和助剂等原料依然短缺

(5) 技术创新能力亟待进一步提升

(6) 行业产能过剩，重复建设严重

(7) 原料质量监管相对不足、终端功能化新品种的相关标准体系滞后

(8) 移动互联网的快速发展为行业发展带来机遇与挑战

(9) 知识产权法律保护作用较弱，非正常渠道的技术流失扩散现象较为严重

(10) 大型洗涤用品生产企业对新产品的推广应用积极性不高，行业示范效应不强

(11) 行业技术装备水平有待进一步提升

(12) 人才队伍建设需要进一步加强

(13) 行业企业整体管理水平有待进一步提升

第二节 洗涤用品行业“十二五”期间运行情况

一、洗涤用品及主要原料生产情况

二、洗涤用品行业效益情况

三、洗涤用品产品结构不断优化

四、市场集中度进一步提高

五、工业及公共设施(I&I)清洁行业快速发展

六、标准化体系建设不断完善

七、行业自律不断加强

第三节 洗涤用品行业整体市场规模

一、整体市场规模

二、区域市场规模

第五章 2012-2016年洗涤用品所属行业数据监测

第一节 洗涤用品所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、洗涤用品行业资产规模分析

第二节 洗涤用品所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节 洗涤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 2012-2016年洗涤用品行业竞争格局分析

第一节 洗涤用品行业竞争结构分析

- 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 洗涤用品行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节 洗涤用品行业国际竞争力比较

- 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

第四节 洗涤用品行业竞争格局分析

一、国内外洗涤用品行业竞争分析

二、国内市场竞争分析

三、国内主要企业动向分析

四、典型产品营销案例分析

第七章 2012-2016年洗涤用品行业内主要企业分析

第一节 广州保洁有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 纳爱斯集团有限公司

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 联合利华有限公司

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 强生有限公司

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 山东九鑫日用化工有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 湖南丽臣实业股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第七节 南风化工股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八章 洗涤用品行业进出口数据监测分析

第一节 2014-2016年进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2014-2016年出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 中国各省市进出口分析

一、进口情况分析

二、出口情况分析

第四节 进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第九章 2017-2022年洗涤用品行业发展预测分析

第一节 2017-2022年中国洗涤用品行业市场规模与增速预测

一、2017-2022年中国洗涤用品行业市场规模预测

二、2017-2022年中国洗涤用品行业市场规模增速预测

第二节 2017-2022年中国洗涤用品行业发展趋势分析

一、液体化

二、浓缩化

三、绿色安全

第三节 2017-2022年中国洗涤用品行业产品发展前景分析

一、洗衣片或将带领洗涤用品的发展趋势

二、可再生资源为原料的油脂化学品

- 三、生物质基绿色表面活性剂
- 四、特殊功能高效表面活性剂及助剂
- 五、低碳环保安全型洗涤用品
- 六、节能环保关键共性技术
- 七、表面活性剂的绿色化智能制造工艺

第十章 2017-2022年洗涤用品行业投资策略分析

第一节 洗涤用品行业发展战略研究

- 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

第二节 洗涤用品行业风险分析

- 一、政策风险
- 二、市场风险
- 三、管理风险
- 四、原材料供应风险

第三节 洗涤用品行业消费者影响因素分析

- 一、品牌
- 二、市场占有率
- 三、习惯性消费
- 四、地域差异
- 五、年龄
- 六、产品功效
- 七、功效需求
- 八、促销方式
- 九、购买场所

第十一章 2017-2022年洗涤用品行业投资建议

第一节 区域投资建议

- 一、以广东省为代表的珠江三角洲地区
- 二、以上海市、浙江省、江苏省为代表的长江三角洲地区

三、以北京市、天津市、河北省、山东省为代表的环渤海地区

第二节 细分产品投资建议

- 一、低碳时代来临，液体洗衣剂发展潜力巨大
- 二、中国液体洗衣剂与国外普及差距大

图表详见正文

特别说明：观研网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

资料来源：公开资料，观研网整理，转载请注明出处（FSW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/306309306309.html>