

2017-2022年中国洗衣液产业竞争现状及发展规划 分析报告

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《2017-2022年中国洗衣液产业竞争现状及发展规划分析报告》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/290375290375.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

洗衣液是一种无色或有色的均匀黏稠液体，适用于洗涤各种纺织、针织面料、服装及床上用品等，是目前市场占有率逐年递增的一类常用洗涤剂。与固体洗涤剂相比，洗衣液所用表面活性剂易生物降解、活性含量高，具有良好的去污、增溶、乳化和分散作用；所用助剂不含磷、不含荧光增白剂，对人体及环境无危害，符合当今绿色需求；所用溶剂以水为基质，溶解速度快、低温洗涤性能好。同时洗衣液具有制备工艺简单、设备投资少、无粉尘、节省能源、加工成本低、留香持久、包装新颖等优点。作为一种新型的洗涤用品，洗衣液目前正在被越来越多的人所接受。

1洗衣液制备方法及影响因素

1.1洗衣液的制备方法

洗衣液制法大体可分为两类，一类是弱碱性洗衣液，它与弱碱性洗衣粉一样可洗涤棉、麻、合成纤维等织物，pH值一般保持在8~9，常用表面活性剂是由阴离子型的LAS、AES、SAS或与非离子型AEO、两性BS-12等复配制成高泡洗衣液；另一类是中性洗衣液，它可洗涤毛、丝等精细织物，pH值一般保持在7~8，主要由表面活性剂和增溶剂组成。洗衣液配方设计灵活，通过加入不同用途的助剂调整配方，可得到不同功能的产品，利于增加商品品种和改进产品质量。洗衣液与洗衣粉相比较为柔和，产品不但具有良好的去污力，而且泡沫适宜、利于漂洗，外观保持透明，无分层、无混浊、无沉淀、无破乳，并具有一定的黏度。

2国内洗衣液市场售价与品牌占有率

2.1国内主要品牌洗衣液市场售价

经过对洗衣液市场调研发现，每一大型超市洗化专柜上架品牌有10余种，有桶装与硬塑包装等，规格不一。表1为省会城市某大型超市桶装洗衣液各品牌、价格一览表，表2为县级城市某大型购物广场桶装洗衣液各品牌、价格一览表。

表：省会城市大型超市洗衣液品牌、价格一览表（2015 - 07 - 02）

资料来源：公开资料，中国报告网整理

表：县城大型购物广场洗衣液品牌、价格一览表（2015 - 08 - 15）

资料来源：公开资料，中国报告网整理

从上述不同区域洗衣液售价来看，虽然存在地区间消费差异，但同一品牌、同一规格洗衣液的售价却相差不大，各品牌洗衣液价格总体保持在10元/kg~24元/kg左右，与洗衣粉相比价格偏高，且包装规格呈现由小向大变化的趋势。

2.2洗衣液品牌信任度评价

《消费者报道》依据行业标准《QB/T1224—2012衣料用液体洗涤剂》，对12个品牌的洗衣液采用实验室客观测评和消费者参与的主观测评相结合的检测，检测各品牌洗衣液总活性物含量，结果显示安利最高，洁霸较低，但均符合行标要求。中国品牌力指数（China BrandPowerIndex，简称C - BPI）每年公布相关行业的以知名度和忠诚度构成的BrandPower调查结果显示，2014年蓝月亮、奥妙、汰渍得分名列前三甲。

2.3洗衣液各品牌市场占有率

近几年，洗衣液品牌不断增多，品牌宣传、市场渗透使消费者对洗衣液产品有了新的认知和定位，市场份额也在悄然发生变化。洗衣液市场化竞争激烈，各品牌在今后的国内市场份额将随着产品质量、公众信任度等因素影响发生变化。同时，物流业不断发展，网上购物快速便捷，年轻人将成为这一时尚购物的主力军。销售渠道的多样化，对各品牌市场占有率也有较大影响，从2014年3月至2015年3月，凯度消费者指数对以蓝月亮为代表的洗衣液品类滚动一年的数据显示，洗衣液线上销售占比仅为2.4%，但增速达到了114%。可以预见，今后线上销售潜力巨大，传统卖场（超市、商场）、月亮小屋（社区店）将面临挑战。

3国内外发展现状

3.1国内现状

我国自1986年以来液体洗涤剂每年以20%以上的速度增长，远高于洗涤用品工业总增长率。相对来看，块状洗衣皂的数量逐年减少，洗衣粉和洗衣膏增长缓慢。2008年伴随着广州蓝月亮实业有限公司推出深层洁净护理洗衣液后，带来洗衣液市场份额的连续增长，蓝月亮连续5年市场份额第一，2009年达到50.27%，国内市场占有率高达44%。其他品牌如超能（浙江纳爱斯）、威莱 - 卫新（广东）、开米（西安）、先锋（广东飘影）、立白、妈妈壹选（广州）、绿伞（北京）、芭菲（美日国际香港）等统领国内市场。从2008—2011年，国内洗衣液与整个洗涤产品销售额占比从4%迅速增长至18%，而2013年已达到29.4%。在我国，洗衣液市场可说是方兴未艾，目前主要还集中在城市，市场覆盖率及使用率都非

常低。从国内洗衣液产品生产来看，主要功能还是以去污为主，有些产品也宣称具有柔软或杀菌附加功能，但这些功能只起到辅助功效，无法达到像专门的衣物柔顺剂或消毒液的效果。如今消费者对洗涤剂产品的要求越来越高，既要安全环保，不伤皮肤和织物，又要使用方便且效果好。因此，今后洗衣液产品配方的研发应向抗菌、多功能（防静电、柔顺弹性、护色清香、抗硬水、低温、低泡、无磷等）、特殊护理（婴幼儿）、高效（去污、节能、低碳）、低价方向发展，同时还应朝着产品细化、浓缩化方向发展。

截止到2010年底，我国市场上洗衣液品牌数量达到了45个，单品数量达到了601个。根据AC尼尔森公司的数据，洗衣液销售市场2009年增幅超过100%，2010年全年增幅同期相比提升91%，其中，核心城市增长89%，省会城市增长84%，地级市增长97%，农村增长95%，发展势头良好。将来真正能替代多种洗涤产品的多功能洗衣液，实现“由粉向液”的变革，必然会受到广大消费者的喜爱。

4小结

我国洗涤用品的结构，相对于洗涤剂市场成熟、液体洗涤剂和浓缩剂占主导的国家，还存在着很大的差距。根据相关统计，洗衣液目前在一线城市的普及率约20%，二三线城市仅有10%左右，而县级、乡镇由于洗涤习惯、消费观念、产品价格等因素影响，普及率较低。

通过市场调研，洗衣液各品牌在注重产品质量、营销策略的前提下，不能忽视产品价格是影响区域扩张的重要因素。生产企业可通过挖潜增效、优化产品配方、改善生产工艺、扩大产量规模、降低宣传成本等措施，并针对不同地区的消费水平，运用市场杠杆机制灵活调整产品定价等手段，使价格处于人们可接受的范围，从而使产品更好地向二、三线城市及农村市场拓展，不断扩大市场销售份额。

当前市场上洗衣液产品已由过去单一的洁净功能逐渐向去污、除菌、柔顺、护色、护肤、易漂洗等多功能方向发展。各大品牌还根据不同人群以及不同洗涤品细分为婴儿洗衣液、丝毛洗衣液、内衣洗衣液、超浓缩洗衣液等多个品种，以照顾到不同消费者的需要。随着人们对洗衣液产品认同和接受度的不断提高，未来洗衣液市场将充满活力。同时，在我国洗衣液是仅次于粉状洗衣剂的第二大类洗涤用品，随着工业制造技术的迅速发展，浓缩化、温和化、安全化、功能化、专业化、生态化以及市场细分已成为今后液体洗涤剂的发展方向。

中国报告网发布的《2017-2022年中国洗衣液产业竞争现状及发展规划分析报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前

景、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。

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。

第一章：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

第二章：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

第三章：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) 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

第四章：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

第五章：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

第六章：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) 浓缩型洗衣液市场发展前景

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) 重垢型洗衣液市场发展前景

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) 轻垢型洗衣液市场发展前景

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

第七章：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

第八章：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

第九章：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) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
 - 9.2.2广州宝洁有限公司
 - (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析
 - (3) 公司运营情况分析
 - (4) 公司优劣势分析
 - 9.2.3联合利华（中国）有限公司
 - (1) 企业概况
 - (2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

9.2.4威莱（广州）日用品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

9.2.5广州立白企业集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

9.2.6纳爱斯集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

9.2.7西安开米股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

9.2.8上海花王有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

9.2.9安利（中国）日用品有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

9.2.10北京绿伞化学股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十章：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：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“十三五”规划》目标

图表13：中国国内生产总值及其增长预测（单位：亿元，%）

图表14：我国GDP初步核算数据（单位：亿元，%）

图表15：全社会固定资产投资及增长速度（单位：亿元，%）

图表16：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：%）

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/290375290375.html>