

2017-2022年中国洗涤用品市场发展现状及投资规划研究报告

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年中国洗涤用品市场发展现状及投资规划研究报告》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/294001294001.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

概论

洗涤物体表面上的污垢时，能改变水的表面活性，提高去污效果的物质。包括合成洗涤剂 and 肥皂，有时也统称为洗涤剂。去污的范围很广，日常生活中的去污主要是指衣物的去污，这是洗涤用品最主要的功能。日用器皿、餐具和水果蔬菜等的洗涤也属去污，但习惯上称为清洗，所用的洗涤用品则称为清洗剂。

图：我国洗涤用品行业销售规模分布情况

资料来源：公开资料，中国报告网整理

1 洗衣粉

2012年，我国合成洗衣粉的产量达420.96万t，同比增长2.60%。目前中国人均洗衣粉年消耗量为3kg，世界人均洗衣粉年消耗为7.4kg，这表明中国洗衣粉市场具有很大潜力。而拥有10亿人口的农村市场平均家庭拥有洗衣机的比例比城市低50个百分点，只有30%左右。因此，随着农村洗衣机市场的逐步扩大，洗衣粉产品在农村市场的销售将会有大幅度的增长。

2 液体洗涤剂

2012年，我国液体洗涤剂的产量达466.71万t，同比增长15.05%。观察近几年的市场发展趋势可以看出，液体洗涤剂正在逐渐被更多的消费者接受，这不仅体现在产量数据上面，在国内的超市中可以明显地看到，在货架上摆放更多的是洗衣液产品，洗衣粉产品被更多地在洗衣液的底层货架上摆放，消费者最先看到的是洗衣液而不是洗衣粉。这也就证明，经过这几年的发展，洗衣液在消费者心目中有了一定的地位。而且洗衣液主要成分是非离子表面活性剂，去污能力强，并且能够深入衣物纤维内部发挥洗涤作用，去污更彻底，消费者也更喜欢这种产品。

3 香皂

香皂是每个家庭都普遍使用的一种传统的洗涤用品，一般为固体块状产品，但也有膏状和液体产品。

香皂的使用对象不同于洗衣皂，它是针对于人体皮肤，如洗手、洗脸和洗澡。近年来

，随着人们生活水平的提高，不仅要求其具有洁肤的功能，而且要具有护肤、美容和杀菌等功能。在目前市场上，消费者以使用清爽型（68%）、滋润保湿型（39%）、止痒清凉型（31%）、美白型（22%）和天然植物型（11%）等类型的香皂为主。最常使用香皂类型主要集中在清爽型(38%)、杀菌消炎型(20%)、滋润保湿型(18%)和止痒清凉型（10%）。

3.1 营销策略

中国区域广阔，各地的人文环境、消费心理和使用习惯都会不同程度地影响香皂产品的销售。厂家应针对不同的消费需求采取适宜的营销策略。不同城市间的消费者目前最经常使用的香皂类型略有所不同。

消费者的实际使用经验及产品宣称的可信度是消费者购买香皂的重要因素。同时，舒适、柔和及留香好的香型也比较受消费者欢迎。

对于香皂这种个人清洁用品而言，首先产品要有过硬的品质，与竞争产品相比，更具突破性的独特机理、更显著的功效、权威机构的认证；其次，产品在外延上也要有足以打动消费者的产品概念和强大的附加价值等，当然更重要的是能够给消费者有充分吸引力的增值服务。

可以从消费动机、新产品定位、新产品设计、广告策略和突出功能特性上下功夫，同时强化产品的香味特征，满足消费者的隐性动机，如享受、放松、浪漫、高质量和时尚等心理需求。企业的新产品研发不能凭自己的主观判断，而要充分地研究消费者的消费心理与消费行为、消费者的潜在需求、社会发展的趋势、本企业的战略目标、竞争对手的思路、生产工艺的现实性和原材料供应的稳定性等，全方位的进行统筹与规划。另外，要善于在本土文化中汲取营养，作为本土企业，可以以某些中医理论为根据，提出自己的养护理论，这样的产品更容易被消费者所接受与认同，也容易形成企业独特的风格与形象。

3.2 品牌

就香皂品牌来讲，大小品牌选购差异在于顾客实际使用经验及广告的宣传力度。广告是提升产品、提升品牌知名度及吸引消费者尝试新产品最有效的途径。品牌即产品质量的直接反映，进口或外资品牌较容易赢得顾客信任。对品牌的忠诚度，部分原因取决于产品的实际试用效果。产品质量的衡量取决于朋友推介，广告宣传及产品包装说明。良好的包装间接反映了产品的质量。价格必须接近现在使用品牌的价位。大品牌或生产厂家可信程度较高。香皂的香味、包装是顾客选购新产品时衡量质量的依据。

随着市场由“产品时代”进入“体验时代”，高品质的产品以及质量只能成为产品或企业成功的基础，要想寻求更大的突破，企业必须拥有出色的品牌，能够让消费者知道它，并且信任和喜欢它才是成功的关键。成功的品牌必须是一个完整的品牌：既要有“知道”——足够的品牌信息，又要有“信任”——能够建立起消费者对品牌的信任，更要有“欣赏”——能够消费者和社会的情感和文化认同。品牌意识和品牌偏好则正处在快速成长的发育期。提高产品质量和增强产品的创新能力已经成为当务之急。

3.3香皂的未来

综观个人护理品市场会发现，虽然香皂市场的发展面临严峻的挑战，但一线品牌的创新诉求却给这个市场带来了新活力。如果把眼光从中低端市场的竞争转向高端市场，会发现很多跨国化妆品品牌早已涉足这一领域。目前，多数日化企业仅将香皂作为产品线的一种补充，而非主力，这从电视广告就可以看出，如今很难看到香皂产品的广告。而对于市场来说，香皂其实仍然有开发空间，香皂生产企业必须用新产品的方式延续企业的寿命，寻找新的出路。

任何有竞争力的产品需要有自己的个性，只有独具特色的创新香皂产品才能持续发展。直观来看，表现在产品的包装，更深一层还需要表现在独特产品功能和产品的香味上。香皂产品的潮流是向高档次、功能性上发展。安全、健康、经济、高效、环保和效益是香皂未来的发展趋势。今后的香皂已不只是作为清洁的手段，它必须兼具某些特征和功能。不论是以表现造型、包装为特色的艺术装饰，还是以超常量加香为特色的香水感，不论是老人皂、成人皂、婴儿皂还是女性专用皂等，都要体现出特色和档次。

4洗手液

洗手液作为新兴的洁手物品，近几年来得到了越来越多人的认可，销量一路攀升。手作为人的第二张脸，洗手液以其养护功能成功地获取了广大女性消费者的青睐。洗手液的主要消费群体也由刚开始的高收入白领、公务员家庭，开始向广大普通家庭用户普及。公共场所也由一二线城市的星级酒店、宾馆和写字楼向普通餐馆、招待所等蔓延。

传统的香皂洗手方式的观念早已深入人心，而使用洗手液洗手，从开始推广到国内普及，也不过10年左右的时间，凭借其优点已经在我国各大城市站稳了脚跟。但是大多数人对于其产品成分、功能还没有充分了解。目前洗手液市场较为混乱，知名品牌并不突出，虽然总体销售数量不小，但小品牌产品较多，行业集中度低。洗手液真正走入千家万户还需要一

段漫长的时间。

洗手液应用领域还有待挖掘。虽然洗手液已经得到了越来越多人的认可，但是香皂等洁手用品还是占据着我国主要的消费市场。长久以来养成的香皂洁手的习惯并非一朝一夕所能改变。洗手液作为化妆品细分之下的新产品，从开始推广到普及需要一段漫长时间。其消费群体主要为接受过高等教育，容易接受新鲜观念的一代，并未普及到各个年龄层次。作为一种日常生活用品，洗手液市场生命周期长，市场潜力巨大，市场普及也只是时间上的问题而已。

5小结

我国洗涤用品市场经过多年的发展，已经形成了稳定向前发展的新格局，行业竞争比较充分，能够满足各类消费人群。高效浓缩洗衣粉和液体洗涤剂技术的进步和产业化将成为未来重点发展的方向。同时，原料天然和绿色也成为洗涤用品行业发展的大势所趋。

中国报告网发布的《2017-2022年中国洗涤用品市场发展现状及投资规划研究报告》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。

目录

第一章：洗涤用品行业发展综述

1.1洗涤用品行业定义及分类

1.1.1行业概念及定义

1.1.2行业主要产品大类

1.2洗涤用品行业统计标准

1.2.1洗涤用品行业统计部门和统计口径

1.2.2 洗涤用品行业统计方法

1.2.3 洗涤用品行业数据种类

1.3 洗涤用品行业产业链分析

1.3.1 洗涤用品行业产业链上下游简介

1.3.2 洗涤用品行业产业链上游分析

(1) 烷基苯市场分析

(2) 硬脂酸市场分析

(3) 表面活性剂市场分析

(4) 洗涤助剂市场分析

(5) 油脂原料市场分析

1.3.3 洗涤用品行业产业链下游分析

(1) 家庭消费情况

(2) 医院消费情况

(3) 住宿和餐饮业

(4) 通用设备制造业

(5) 专用设备制造业

第二章：洗涤用品行业发展状况分析

2.1 中国洗涤用品行业发展状况分析

2.1.1 中国洗涤用品行业发展总体概况

2.1.2 中国洗涤用品行业发展主要特点

2.1.3 洗涤用品行业经营情况分析

(1) 洗涤用品行业经营效益分析

(2) 洗涤用品行业盈利能力分析

(3) 洗涤用品行业运营能力分析

(4) 洗涤用品行业偿债能力分析

(5) 洗涤用品行业发展能力分析

2.2 洗涤用品行业经济指标分析

2.2.1 洗涤用品行业经济效益影响因素

2.2.2 洗涤用品行业经济指标分析

2.2.3 不同规模企业经济指标分析

(1) 大型企业

(2) 中型企业

(3) 小型企业

(4) 不同规模企业主要经济指标比重情况分析

2.2.4不同性质企业经济指标分析

- (1) 国有企业
- (2) 股份合作企业
- (3) 股份制企业
- (4) 私营企业
- (5) 外商和港澳台投资企业
- (6) 不同性质企业主要经济指标比重变化情况分析

2.2.5不同地区企业经济指标分析

- (1) 不同地区销售收入情况分析
- (2) 不同地区销售利润情况分析
- (3) 不同地区利润总额情况分析
- (4) 不同地区资产总额情况分析

2.3洗涤用品行业供需平衡分析

2.3.1全国洗涤用品行业供给情况分析

- (1) 全国洗涤用品行业总产值分析
- (2) 全国洗涤用品行业产成品分析

2.3.2各地区洗涤用品行业供给情况分析

- (1) 总产值排名居前的10个地区分析
- (2) 产成品排名居前的10个地区分析

2.3.3全国洗涤用品行业需求情况分析

- (1) 全国洗涤用品行业销售产值分析
- (2) 全国洗涤用品行业销售收入分析

2.3.4各地区洗涤用品行业需求情况分析

- (1) 销售产值排名居前的10个地区分析
- (2) 销售收入排名居前的10个地区分析

2.3.5全国洗涤用品行业产销率分析

2.4中国洗涤用品进出口市场分析

2.4.1洗涤用品行业出口情况分析

- (1) 行业出口总体情况
- (2) 行业出口产品结构

2.4.2洗涤用品行业进口情况分析

- (1) 行业进口总体情况
- (2) 行业进口产品结构

第三章：洗涤用品行业市场环境分析

3.1行业政策环境分析

3.1.1行业相关标准

3.1.2行业相关政策

- (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》

3.1.3行业发展规划

- (1) 《轻工业调整和振兴规划》
- (2) 《中国洗涤用品行业“十三五”规划》

3.2行业经济环境分析

3.2.1中国GDP增长情况

3.2.2工业增加值增长情况

3.2.3PMI走势情况

3.2.4宏观经济环境对行业的影响分析

3.3行业消费环境分析

3.3.1行业消费特征分析

3.3.2行业消费趋势分析

3.4行业贸易环境分析

3.4.1行业贸易环境发展现状

3.4.2行业贸易实际情况分析

3.4.3行业贸易环境发展趋势

3.5行业社会环境分析

3.5.1行业发展与社会经济的协调

3.5.2行业发展面临的环境保护问题

3.5.3行业发展的地区不平衡问题

第四章：洗涤用品行业市场竞争状况分析

4.1国际洗涤用品市场竞争分析

4.1.1国际洗涤用品市场发展状况

- (1) 国际洗涤用品市场规模分析
- (2) 国际洗涤用品市场需求分析

4.1.2国际洗涤用品市场竞争状况分析

4.1.3国际洗涤用品市场发展趋势分析

4.2 跨国公司在华市场竞争分析

4.2.1 跨国公司在华市场竞争分析

- (1) 宝洁公司
- (2) 联合利华
- (3) 安利
- (4) 强生公司
- (5) 利洁时
- (6) 汉高集团
- (7) 丝宝集团

4.2.2 跨国公司在华市场竞争策略

- (1) 安利公司竞争策略
- (2) 宝洁公司竞争策略
- (3) 联合利华竞争策略

4.3 国内洗涤用品市场竞争分析

4.3.1 国内洗涤用品行业市场规模

4.3.2 国内洗涤用品行业集中度

- (1) 行业销售集中度分析
- (2) 行业资产集中度分析
- (3) 行业利润集中度分析

4.3.3 国内洗涤用品行业竞争格局

4.3.4 国内洗涤用品行业潜在威胁

4.4 行业不同经济类型企业特征分析

4.4.1 不同经济类型企业特征情况

4.4.2 行业经济类型集中度分析

第五章：洗涤用品行业主要产品分析

5.1 行业主要产品结构特征

5.1.1 洗涤用品产品产量

5.1.2 洗涤用品产品结构

5.2 行业主要大类市场分析

5.2.1 合成洗涤剂市场分析

- (1) 合成洗涤剂消费情况
- (2) 合成洗涤剂市场规模
- (3) 合成洗涤剂环保问题
- (4) 合成洗涤剂替代产品

5.2.2液体洗涤剂市场分析

(1) 液体洗涤剂发展概述

1) 液体洗涤剂性能优势

2) 液体洗涤剂产品分类

(2) 全球液体洗涤剂现状及发展

1) 全球液体洗涤剂区域分布

2) 美洲液体洗涤剂市场分析

3) 欧洲液体洗涤剂市场分析

4) 亚洲液体洗涤剂市场分析

5) 全球液体洗涤剂市场趋势

(3) 我国液体洗涤剂市场分析

1) 我国液体洗涤剂市场规模

2) 我国液体洗涤剂市场需求

3) 我国液体洗涤剂市场竞争

4) 我国液体洗涤剂市场趋势

5.3行业主要产品市场分析

5.3.1肥(香)皂市场分析

(1) 肥(香)皂产量统计

(2) 肥(香)皂销量统计

(3) 肥(香)皂替代产品

(4) 肥(香)皂市场特征

(5) 肥(香)皂市场趋势

1) 多功能香皂

2) 香氛疗效皂

3) 成分天然化

(6) 肥(香)皂发展建议

5.3.2洗衣粉市场分析

(1) 全球洗衣粉市场分析

1) 全球洗衣粉产品市场现状

2) 全球浓缩洗衣粉市场现状

3) 全球无磷洗衣粉市场现状

4) 全球加酶洗衣粉市场现状

5) 全球含氧洗衣粉市场现状

6) 全球洗衣粉市场发展趋势

(2) 我国洗衣粉市场分析

- 1) 我国洗衣粉市场规模
 - 2) 我国洗衣粉主要品种
 - 1、浓缩洗衣粉市场规模
 - 2、无磷洗衣粉市场规模
 - 3、加酶洗衣粉市场规模
 - 4、含氧洗衣粉市场规模
 - 3) 我国洗衣粉进出口分析
 - 4) 我国衣物助剂市场分析
 - 5) 我国洗衣粉产业SCP模式分析
 - 1、SCP分析框架介绍
 - 2、洗衣粉市场集中度分析
 - 3、洗衣粉市场进入退出壁垒
 - 4、洗衣粉产品差异化程度分析
 - 6) 我国洗衣粉产业利润率分析
 - 7) 我国洗衣粉产业技术进步分析
 - 8) 我国洗衣粉产业发展建议分析
- ### 5.3.3洗衣液市场分析
- (1) 洗衣液优劣势分析
 - 1) 洗衣液比较优势
 - 2) 洗衣液比较劣势
 - (2) 洗衣液市场常见分类
 - (3) 洗衣液市场规模分析
 - (4) 洗衣液市场发展特点
 - (5) 洗衣液市场发展趋势
- 1) 配方优化
 - 2) 产品浓缩化
 - 3) 功能多元化
 - 4) 渠道多样化
- ### 5.3.4洗发液市场分析
- (1) 洗发液市场规模情况
 - (2) 洗发液市场消费情况
- ### 5.3.5沐浴液市场分析
- ### 5.3.6洗手液市场分析
- ### 5.3.7餐具洗涤剂市场分析
- (1) 餐具洗涤剂市场规模

(2) 餐具洗涤剂市场特征

1) 主流产品

2) 品牌资源

3) 价格竞争

4) 广告诉求

(3) 餐具洗涤剂发展机遇

5.3.8硬表面清洗剂市场分析

5.3.9工业洗涤剂市场分析

(1) 工业洗涤剂应用领域

(2) 工业洗涤剂产品分析

(3) 工业洗涤剂发展趋势

5.3.10公共设施洗涤剂市场分析

5.4行业主要产品营销策略分析

5.4.1行业产品价格策略分析

5.4.2行业产品传播策略分析

5.4.3行业产品销售渠道策略

5.4.4行业产品促销策略分析

第六章：洗涤用品行业消费调研分析

6.1洗涤用品行业整体消费情况

6.1.1洗涤用品市场消费概况

6.1.2居民洗涤用品消费分析

(1) 消费支出情况

(2) 消费支出前景

6.2不同人口特征城市居民的洗涤用品产品购买比例

6.2.1不同性别居民的洗涤用品产品购买分析

6.2.2不同年龄居民的洗涤用品产品购买分析

6.2.3不同学历居民的洗涤用品产品购买分析

6.2.4不同收入居民的洗涤用品产品购买分析

第七章：洗涤用品行业重点区域竞争分析

7.1行业总体区域结构特征分析

7.1.1行业区域结构总体特征

7.1.2行业区域集中度分析

7.1.3行业区域分布特点分析

7.1.4行业规模指标区域分布分析

7.1.5行业效益指标区域分布分析

7.1.6行业企业数的区域分布分析

7.2广东省洗涤用品行业发展分析及预测

7.2.1广东省洗涤用品行业在行业中的地位变化

7.2.2广东省洗涤用品行业经济运行状况分析

7.2.3广东省洗涤用品行业企业分析

(1) 企业集中度分析

(2) 企业发展及盈亏状况分析

7.2.4广东省洗涤用品行业发展趋势预测

7.3浙江省洗涤用品行业发展分析及预测

7.3.1浙江省洗涤用品行业在行业中的地位变化

7.3.2浙江省洗涤用品行业经济运行状况分析

7.3.3浙江省洗涤用品行业企业分析

(1) 企业集中度分析

(2) 企业发展及盈亏状况分析

7.3.4浙江省洗涤用品行业发展趋势预测

7.4上海市洗涤用品行业发展分析及预测

7.4.1上海市洗涤用品行业在行业中的地位变化

7.4.2上海市洗涤用品行业经济运行状况分析

7.4.3上海市洗涤用品行业企业分析

(1) 企业集中度分析

(2) 企业发展及盈亏状况分析

7.4.4上海市洗涤用品行业发展趋势预测

7.5山东省洗涤用品行业发展分析及预测

7.5.1山东省洗涤用品行业在行业中的地位变化

7.5.2山东省洗涤用品行业经济运行状况分析

7.5.3山东省洗涤用品行业企业分析

(1) 企业集中度分析

(2) 企业发展及盈亏状况分析

7.5.4山东省洗涤用品行业发展趋势预测

7.6江苏省洗涤用品行业发展分析及预测

7.6.1江苏省洗涤用品行业在行业中的地位变化

7.6.2江苏省洗涤用品行业经济运行状况分析

7.6.3江苏省洗涤用品行业企业分析

(1) 企业集中度分析

(2) 企业发展及盈亏状况分析

7.6.4江苏省洗涤用品行业发展趋势预测

第八章：洗涤用品行业主要企业生产经营分析

8.1洗涤用品企业发展总体状况分析

8.1.1洗涤用品行业企业规模

8.1.2洗涤用品行业工业产值状况

8.1.3洗涤用品行业销售收入和利润

8.2洗涤用品行业领先企业个案分析

8.2.1广州宝洁有限公司经营情况分析

(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

8.2.2纳爱斯集团有限公司经营情况分析

(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

8.2.3联合利华（中国）有限公司经营情况分析

(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

8.2.4强生（中国）有限公司经营情况分析

(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

8.2.5山东九鑫日用化工有限公司经营情况分析

(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

8.2.6湖南丽臣实业股份有限公司经营情况分析

- (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

8.2.7南风化工集团股份有限公司经营情况分析

- (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

8.2.8广州立白(番禺)有限公司经营情况分析

- (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

8.2.9上海和黄白猫有限公司经营情况分析

- (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

8.2.10广州市浪奇实业股份有限公司经营情况分析

- (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

8.2.11安徽全力集团有限公司经营情况分析

- (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

8.2.12南京佳和日化有限公司经营情况分析

- (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

8.2.13拜尔斯道夫日化（武汉）有限公司经营情况分析

- (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

8.2.14四川春飞日化股份有限公司经营情况分析

- (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

8.2.15西安开米股份有限公司经营情况分析

- (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

8.2.16广州蓝月亮实业有限公司经营情况分析

- (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

8.2.17江苏洁丽莱日化有限公司经营情况分析

- (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

8.2.18威莱（广州）日用品有限公司经营情况分析

- (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

8.2.19利洁时家化（中国）有限公司经营情况分析

- (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

8.2.20成都蓝风集团股份有限公司经营情况分析

- (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

8.2.21浙江嘉宝化工有限公司经营情况分析

- (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

8.2.22山东丽波日化股份有限公司经营情况分析

- (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

8.2.23杭州传化花王有限公司经营情况分析

- (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

8.2.24浙江华诺化工有限公司经营情况分析

- (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

8.2.25四川省民众日化有限公司经营情况分析

- (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

第九章：洗涤用品行业发展趋势分析与预测

9.1洗涤用品市场发展趋势与前景

9.1.1洗涤用品市场发展趋势

9.1.2洗涤用品市场前景分析

(1) 洗涤用品国内市场前景分析

(2) 洗涤用品出口市场前景分析

9.2 洗涤用品行业投资特性分析

9.2.1 洗涤用品行业进入壁垒

9.2.2 洗涤用品行业盈利模式

9.2.3 洗涤用品行业盈利因素

9.3 洗涤用品行业投资建议

9.3.1 洗涤用品行业投资风险分析

9.3.2 洗涤用品行业投资建议

图表目录

图表1：国家统计局对于洗涤用品行业的分类

图表2：洗涤用品分类

图表3：企业的分类

图表4：我国洗涤用品行业的统计划分范围

图表5：洗涤用品行业产业链上下游

图表6：以来硬脂酸价格指数

图表7：国内表面活性剂下游消费结构

图表8：中国表面活性剂企业分布图（单位：家，%）

图表9：近年来我国表面活性剂总产量（万吨）

图表10：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11：洗涤助剂的作用

图表12：洗涤助剂的分类

图表13：近年来4A沸石产量及增速（单位：万吨，%）

（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/294001294001.html>