

中国洗衣粉市场发展现状及盈利空间分析报告（2013-2017）

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《中国洗衣粉市场发展现状及盈利空间分析报告（2013-2017）》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/149168149168.html>

报告价格：电子版: 7000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

相关数据显示：2011年，我国合成洗衣粉的产量达373.58万吨，同比增长4.06%。2012年1-7月，我国合成洗衣粉的产量达238.72万吨。目前中国人均洗衣粉年消耗量为3千克，全球人均洗衣粉年消耗为7.4千克，显示中国洗衣粉市场具有很大潜力。

中国报告网发布的《中国洗衣粉市场发展现状及盈利空间分析报告（2013-2017）》共九章。首先介绍了中国洗衣粉行业的概念，接着分析了中国洗衣粉行业发展环境，然后对中国洗衣粉行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国洗衣粉行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国洗衣粉行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录

第一章 洗衣粉行业相关概述

第一节 洗衣粉介绍

- 一、洗衣粉的成份
- 二、洗衣粉的分类
- 三、国内外洗衣粉生产工艺

第二节 洗涤剂介绍

- 一、洗涤剂的主要成分
- 二、洗涤剂的种类
- 三、洗涤剂的去污原理

第三节 洗衣粉与环保问题

- 一、洗涤剂表面活性剂的污染问题
- 二、洗衣粉的副作用
- 三、洗衣粉导致水体污染的情况
- 四、国内外治理现状

第二章 2011-2012年洗涤剂行业分析

第一节 2011-2012年全球洗涤剂市场概况

- 一、全球洗涤剂市场需求强劲
- 二、国际洗涤剂发展出现新趋势
- 三、全球液体洗涤剂发展趋势

第二节 2011-2012年中国洗涤剂行业分析

一、我国洗涤剂行业发展分析

二、洗涤剂生产技术进展状况

三、洗涤剂市场消费特点分析

第三节 中国洗涤剂行业的问题及对策

一、洗涤剂行业需关注的六大难题

二、我国洗涤剂行业存在的问题

三、国产洗涤剂面临的包装问题

四、洗涤剂行业的突破创新之路

第四节 中国洗涤剂行业发展趋势

一、科技创新成为洗涤行业发展的驱动力

二、技术领先成为行业竞争的新趋势

三、洗涤剂行业向规模化方向发展

四、环保要求加快无磷洗涤剂发展

五、洗涤剂市场发展预测

第三章 2011-2012年中国洗衣粉行业分析

第一节 2011-2012年洗衣粉行业总体分析

一、洗衣粉行业发展回顾

二、我国洗衣粉行业发展现状

三、洗衣粉行业发展特点分析

四、洗涤巨头推动洗衣粉产业升级

第二节 2011-2012年浓缩洗衣粉发展进展

一、我国积极推进洗衣粉浓缩化进程

二、浓缩洗衣粉发展现状

三、中国浓缩洗衣粉技术推广概述

四、我国已发布超浓缩洗衣粉识别标志

五、超浓缩洗衣粉将成国内发展新方向

第三节 2011-2012年洗衣粉企业发展状况与策略

一、中国洗衣粉企业面临的危机

二、中国洗衣粉企业的发展战略

三、洗衣粉中小企业的竞争策略

第四节 洗衣粉行业面临的问题及对策

一、洗衣粉包装存在的问题及发展思路

二、环保洗衣粉标准国内空缺

三、洗衣粉行业发展需告别“有磷时代”

第五节 洗衣粉行业发展趋势

- 一、中国洗衣粉市场发展趋势
- 二、我国洗衣粉技术革新方向
- 三、国内洗衣粉产品创新思路
- 第四章 2011-2012年中国洗衣粉市场分析
 - 第一节 2011-2012年洗衣粉市场总体状况
 - 一、中国洗衣粉市场发展回顾
 - 二、洗衣粉市场格局分析
 - 三、洗衣液难撼洗衣粉市场地位
 - 四、传统洗衣粉仍主导主流市场
 - 五、国产洗衣粉因价廉物美赢得市场
 - 第二节 2011-2012年洗衣粉消费者市场调查分析
 - 一、消费者购买洗衣粉基本情况
 - 二、消费者对洗衣粉品牌评价综述
 - 三、洗衣粉企业针对消费者需求的市场开发战略
 - 第三节 2011-2012年洗衣粉品牌分析
 - 一、洗衣粉中国市场品牌发展历程
 - 二、品牌竞争格局与竞争手段分析
 - 三、洗衣粉多品牌瓜分市场版图
 - 第四节 2011-2012年重点品牌市场分析
 - 一、汰渍
 - 二、立白
 - 三、雕牌与奥妙
 - 四、奇强
 - 五、活力28
 - 第五节 2011-2012年洗衣粉市场竞争分析
 - 一、洗衣粉市场竞争回顾
 - 二、洗衣粉市场竞争格局变化情况
 - 三、纳爱斯和宝洁的终端竞争
 - 四、联合利华与宝洁的市场竞争
 - 五、奇强与宝洁的对峙
 - 六、奇强与雕牌市场竞争
- 第五章 中国合成洗涤剂与合成洗衣粉产量数据分析
 - 第一节 2010-2012年全国合成洗涤剂产量数据
 - 一、2010年全国合成洗涤剂产量分析
 - 二、2011年全国合成洗涤剂产量分析

三、2012年全国合成洗涤剂产量分析

第二节 2010-2012年主要地区合成洗涤剂产量数据

一、2010-2012年华东地区合成洗涤剂产量

二、2010-2012年华北地区合成洗涤剂产量

三、2010-2012年华南地区合成洗涤剂产量

四、2010-2012年华中地区合成洗涤剂产量

五、2010-2012年东北地区合成洗涤剂产量

六、2010-2012年西南地区合成洗涤剂产量

七、2010-2012年西北地区合成洗涤剂产量

第三节 2010-2012年全国合成洗衣粉产量数据

一、2010年全国合成洗衣粉产量分析

二、2011年全国合成洗衣粉产量分析

三、2012年全国合成洗衣粉产量分析

第四节 2010-2012年主要地区合成洗衣粉产量数据

一、2010-2012年华东地区合成洗衣粉产量

二、2010-2012年华北地区合成洗衣粉产量

三、2010-2012年华南地区合成洗衣粉产量

四、2010-2012年华中地区合成洗衣粉产量

五、2010-2012年东北地区合成洗衣粉产量

六、2010-2012年西南地区合成洗衣粉产量

七、2010-2012年西北地区合成洗涤粉产量

第六章 2011-2012年洗衣粉原料市场发展状况

第一节 表面活性剂

一、表面活性剂相关介绍

二、全球表面活性剂供应商瞄准新兴市场

三、中国表面活性剂/洗涤剂领域技术发展分析

四、中国表面活性剂行业集中度分析

五、表面活性剂未来研发重点

六、表面活性剂的发展趋势

第二节 丙烯酸

一、国内外丙烯酸行业发展分析

二、2011年丙烯酸市场发展概况

三、亚洲将引领全球丙烯酸需求稳增

四、国内丙烯酸企业双管齐下开拓市场

五、丙烯酸最新技术进展

六、中国丙烯酸（酯）市场未来仍将高速发展

第三节 纯碱

- 一、中国纯碱工业成就卓著
- 二、2011年国内纯碱行业发展分析
- 三、2012年上半年我国纯碱行业发展状况
- 四、我国纯碱行业问题及发展建议

第七章 2011-2012年洗衣粉替代品分析

第一节 洗衣液

- 一、洗衣液介绍
- 二、洗衣液的节能环保优势分析
- 三、洗衣液崛起将改变洗衣剂市场格局

第二节 肥皂

- 一、肥皂品牌的发展
- 二、肥皂与洗衣粉特点对比分析
- 三、肥皂仍有一定市场需求
- 四、肥皂行业发展趋势

第八章 国外重点企业简介

第一节 美国宝洁公司（PROCTER&GAMBLE）

- 一、公司简介
- 二、2011财年宝洁公司经营状况分析
- 三、宝洁公司洗衣粉品牌在华发展成就
- 四、宝洁公司营销策略

第二节 联合利华

- 一、公司简介
- 二、联合利华公司洗衣粉产品系列概述
- 三、联合利华在中国的发展
- 四、联合利华的创新策略
- 五、以创新保持竞争优势

第三节 日本花王

- 一、公司简介
- 二、花王发展历程
- 三、日本花王陨落中国

第四节 德国汉高

- 一、公司简介
- 二、2011年汉高经营状况

三、德国汉高难进中国家庭

四、德国汉高中国合资出乱

五、汉高洗衣粉边缘化趋势明显

第九章 2010-2012年中国洗衣粉行业重点企业

第一节 广州浪奇实业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第二节 纳爱斯集团

一、公司简介

二、纳爱斯战略升级和新运作模式浅析

三、纳爱斯营销策略分析

四、纳爱斯市场发展透析

第三节 南风化工集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、公司发展战略分析

第四节 广州立白企业集团有限公司

一、集团简介

二、广州立白规模化扩张战略进展情况

三、立白营销策略

四、立白发展战略的分水岭

第五节 上海和黄白猫有限公司

一、公司简介

二、“和黄白猫”与“白猫股份”区分

三、白猫发展历程

四、白猫深度分销策略

第六节 传化集团有限公司

一、公司简介

二、传化集团品牌分析

三、传化花王体验营销分析

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/149168149168.html>