

2014-2019年中国洗衣粉市场 监测与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2019年中国洗衣粉市场监测与投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201409/111533.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

从近年来中国洗涤用品行业看，就洗衣粉市场，原来市场份额不足三成的洗衣粉行业，国产品牌已三分天下占其二。宝洁、联合利华、汉高和花王四大国际品牌从占据了国内洗衣粉市场近50%的份额节节败退，近两年销量三甲位置上昂首挺立的是三大国产品牌：雕牌、奇强与立白。当年出尽风头的汰渍、碧浪等外资洗衣粉已退避三舍。

2013年1-12月，全国共生产合成洗衣粉4,483,708吨，同比增长2.69%。目前中国人均洗衣粉年消耗量为3千克，世界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，而拥有十亿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的增长。

在产品已是高度同质化的今天，产品推出必然以消费者需求为导向，满足不同层次消费者需求的不同品级洗衣粉，这种专业的产品粉墨登场已是必然。如杀菌功能洗衣粉，增白功能的洗衣粉、或者专为满足某一人群某一特殊需求的洗衣粉等等。机会点的空白，需要洗衣粉企业将其转化为在一个领域内的精耕细作，另辟蹊径，才能实现市场利益最大化。有效的实行市场细分策略，满足不同要求消费者的需求，专业进取，纵向开拓的模式，也将为“惨淡经营”的洗衣粉行业开创一个新的格局。

本行业报告立足于洗涤剂行业整体发展大势，对中国洗衣粉市场的发展情况、产量及进出口数据、原料市场、替代品市场、国内外重点企业等进行了分析及预测，并对未来洗衣粉市场发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了洗衣粉市场今后的发展与投资策略。

本洗衣粉行业报告，为洗衣粉企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 洗衣粉市场相关概述

第一节 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

第二节 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 洗涤剂行业分析

第一节 世界洗涤剂市场概况

一、国际洗涤剂市场综述

二、国外洗涤剂市场分析

三、国际洗涤剂发展出现新趋势

第二节 中国洗涤行业市场分析

一、中国洗涤用品行业市场分析

二、中国洗涤剂市场特征分析

三、洗涤用品市场销售渠道分析

第三节 中国洗涤行业存在的问题

一、国内洗涤产业面临洗牌

二、小型企业液体洗涤剂仍存在质量问题

三、国产洗涤剂面临的包装问题

第四节 中国洗涤行业发展趋势

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、无磷成行业发展趋势

第三章 中国洗衣粉市场分析

第一节 洗衣粉市场总体分析

一、洗衣粉市场发展回顾

二、洗衣粉市场发展概况

三、洗衣粉市场发展特点分析

第二节 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

第三节 洗衣粉市场面临的问题及对策

一、洗衣粉包装存在的问题及发展思路

二、洗衣粉包装过度导致浪费

三、环保洗衣粉标准国内空缺

第四章 中国洗衣粉市场分析

第一节 洗衣粉市场总体状况

一、中国洗衣粉市场发展回顾

二、中国洗衣粉市场现状分析

三、洗衣粉市场格局分析

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 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

第三节 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

第四节 洗衣粉市场竞争分析

一、洗衣粉市场总体竞争状况

二、纳爱斯和宝洁的终端竞争

三、联合利华与宝洁的市场竞争

四、奇强与宝洁的对峙

五、奇强与雕牌市场竞争

第五章 全国及重点省市合成洗衣粉产量及进出口数据

第一节 2013-2014年全国及重点省市合成洗衣粉产量分析

一、2013年全国及重点省市合成洗衣粉产量分析

二、2014年全国及重点省市合成洗衣粉产量分析

第二节 2013-2014年全国零售包装的合成洗涤剂进出口总体数据数据分析

二、2013年全国零售包装的合成洗涤剂进出口总体数据数据分析

三、2014年全国零售包装的合成洗涤剂进出口总体数据数据分析

第三节 2013-2014年中国零售包装的合成洗涤剂主要省市进出口数据分析

一、2013年中国零售包装的合成洗涤剂主要省市进出口数据分析

二、2014年中国零售包装的合成洗涤剂主要省市进出口数据分析

第四节 2013-2014年中国零售包装的合成洗涤剂主要国家进出口数据分析

一、2013年中国零售包装的合成洗涤剂主要国家进出口数据分析

二、2014年中国零售包装的合成洗涤剂主要国家进出口数据分析

第六章 洗衣粉原料市场

第一节 表面活性剂

一、表面活性剂相关介绍

二、中国表面活性剂洗涤剂领域技术发展分析

三、中国表面活性剂行业集中度分析

四、中国表面活性剂行业发展趋势

第二节 丙烯酸

一、全球丙烯酸市场分析

二、中国丙烯酸市场发展回顾

三、中国丙烯酸及酯市场供需分析

四、丙烯酸最新技术进展

五、中国丙烯酸（酯）市场未来仍将高速发展

第三节 纯碱

一、国际纯碱市场发展趋势分析

二、国内纯碱市场现状分析

三、2014年影响中国纯碱市场的因素分析

第七章 洗衣粉替代品分析

第一节 洗衣液

一、洗衣液介绍

二、洗衣液挑战洗衣粉

三、洗衣液产品发展趋势

第二节 肥皂

一、肥皂品牌的发展

二、洗涤剂品牌的发展历程

三、国外厂商品牌战略

四、肥皂行业发展趋势

第三节 不用洗衣粉的洗衣机

一、不用洗衣粉的洗衣机发展迅速

二、不用洗衣粉洗衣机又成行业热点

三、中国已着手制定不用洗衣粉洗衣机国家标准

第八章 国外重点企业

第一节 美国宝洁公司（Procter&Gamble）

一、公司简介

二、宝洁在中国市场竞争策略的选择

三、宝洁公司营销策略

第二节 联合利华

一、公司简介

二、联合利华在中国的发展

三、联合利华的创新策略

四、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、德国汉高难进中国家庭

三、德国汉高中国合资出乱

四、汉高洗衣粉边缘化趋势明显

第九章 国内重点企业

第一节 南风化工集团股份有限公司

一、企业概况

二、2013-2014年企业经营情况分析

三、2013-2014年企业财务数据分析

四、2014年企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第二节 广州市浪奇实业股份有限公司

一、企业概况

二、2013-2014年企业经营情况分析

三、2013-2014年企业财务数据分析

四、2014年企业最新发展动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第三节 纳爱斯集团

一、集团简介

二、纳爱斯营销策略分析

三、纳爱斯市场发展透析

第四节 广州立白企业集团有限公司

一、集团简介

二、立白营销策略

三、立白发展战略的分水岭

四、立白启动奥运战略促发展

第五节 上海白猫（集团）有限公司

一、公司简介

二、白猫发展历程

三、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

第十章 2014-2019年洗衣粉市场投资前景预测

第一节 2014-2019年洗衣粉市场发展趋势

一、中国洗衣粉市场发展趋势

二、2014-2019年洗衣粉市场发展预测

三、中国洗衣粉要告别“有磷时代”

四、洗衣粉技术变革与产品革新

第二节 2014-2019年洗衣粉市场投资前景预测

附录

附录一：GBT13171-2004洗衣粉

附录二：《衣料用液体洗涤剂》

图表目录

图表：洗衣粉成本核算对比表

图表：全球各洲LAB需求年增率情况

图表：北美LAB生产能力分布情况

图表：雕牌与奥妙在质量、性价比方面的对比

图表：质量与性价比的打分标准

图表：雕牌与奥妙洗衣粉使用情况对比

图表：雕牌与奥妙洗衣粉满意程度对比

图表：联合利华与宝洁中国市场品牌竞争一览表

图表：2007年全国合成洗衣粉产量合计

图表：2013年全国合成洗衣粉产量合计

图表：2014年全国合成洗衣粉产量合计

图表：2013年1-12月中国零售包装的合成洗涤剂进口数据

图表：2013年1-12月中国零售包装的合成洗涤剂出口数据

图表：2014年中国零售包装的合成洗涤剂进口数据

图表：2014年中国零售包装的合成洗涤剂出口数据

图表：2013年1-12月中国零售包装的合成洗涤剂主要省市进口数据

图表：2013年1-12月中国零售包装的合成洗涤剂主要省市出口数据

图表：2014年1-12月中国零售包装的合成洗涤剂主要省市进口数据

图表：2014年1-12月中国零售包装的合成洗涤剂主要省市出口数据

图表：2013年1-12月中国零售包装的合成洗涤剂主要国家进口数据

图表：2013年1-12月中国零售包装的合成洗涤剂主要国家出口数据

图表：2014年1-12月中国零售包装的合成洗涤剂主要国家进口数据

图表：2014年1-12月中国零售包装的合成洗涤剂主要国家出口数据

图表：中国现有表面活性剂的变化趋势

图表：中国丙烯酸及酯历年进出口数量统计

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司主营构成

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司流动资产表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司长期投资表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司固定资产表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司无形及其他资产表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司流动负债表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司长期负债表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司股东权益表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司主营业务收入表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司主营业务利润表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司营业利润表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司利润总额表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司净利润表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司每股指标表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司获利能力表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司经营能力表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司偿债能力表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司资本结构表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司发展能力表

图表：2011-2014年南风化工集团股份有限公司现金流量分析表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司主营构成

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司流动资产表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司长期投资表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司固定资产表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司无形及其他资产表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司流动负债表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司长期负债表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司股东权益表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司主营业务收入表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司主营业务利润表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司营业利润表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司利润总额表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司净利润表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司每股指标表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司获利能力表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司经营能力表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司偿债能力表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司资本结构表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司发展能力表

图表：2011-2014年广州市浪奇实业股份有限公司现金流量分析表

图表：各类型洗衣粉的物理化学指标

图表：各类型洗衣粉的使用性能表

图表：批量和样本大小

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201409/111533.html>