

中国洗衣液行业市场全景调查与可行性研究报告 (2012-2016)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国洗衣液行业市场全景调查与可行性研究报告（2012-2016）》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/131524131524.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

中国洗衣液市场在短短几年时间容量扩大了3倍，截止到2011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。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84%，地级市97%，农村95%，几乎都呈现成倍增长。从2006年到2009年，洗衣粉占比从72%下降至68%，而洗衣液的市场份额从7%增长到23%。虽然洗衣液的铺货仍集中在大终端，但加权铺货率可与洗衣粉相匹敌。洗衣液的实际发展速度确实高过业界的预期。伴随着品牌数量的集中爆发，领先品牌的集群优势也逐步显现。虽然目前市场上已经有四五十个洗衣液品牌，但该品类里销售Top5(前五位)品牌共占据6成的市场份额，品牌的集中度未来会越来越高。为争抢更多的市场份额，各大品牌都在不遗余力地进行品牌营销。在化妆品领域盛行的明星代言策略，在洗衣液领域同样是愈演愈热。与此同时，洗衣液的广告投入也不菲，2009年6月-2010年6月这一时间段内，洗衣液品牌有近8亿元的广告投放量，占家居清洁类广告投放的三分之一。

一直以来，快速消费品行业因与人们的日常生活息息相关，都保持着快速发展的良好势头。尤其是日常洗涤用品，更是拥有广泛的受众，虽面临激烈的行业竞争，但市场仍有很大的发展空间。如在上海、广东、北京、深圳等大城市洗涤用品的激烈竞争中，三级城市及农村市场已经出现终端洗涤产品销售火热的场面。不断攀升的原材料价格正在给日化行业施加着越来越大的压力。洗涤用品生产所需的主要原料均来自石油、油脂，这些初级化工原料价格的持续上扬，已经给洗涤用品生产成本带来了巨大压力；加之水、电、燃料、运输、包装材料等要素价格同时上涨，使企业的生产成本大幅提高。另外，工人工资上涨也大幅推高了企业的用工成本。2010年下半年以来，日化产品原材料的平均上涨幅度超过了50%。价格一直是洗衣液市场的敏感问题。2011年洗衣液的原材料价格在持续上涨，其中某主要成分的价格从2010年的几千元上涨到两万元。而另一边，几大主流洗衣液品牌不约而同地请来大牌明星代言，高价的代言费无疑又再增加了运营成本。

“十一五”以来，中国洗涤用品行业全面贯彻落实科学发展观，以市场需求为导向，以依靠科技进步、抓好结构调整、提高行业竞争力、增强企业可持续发展的能力为主线，保持了持续较快发展的势头，经济效益较大提高，自主创新能力较大提高，节能降耗初见成效，产业核心竞争能力明显增强，保持洗涤用品产量持续稳定的增长，年均增长速度在6%以上。2010年洗涤用品总产量已经达到826.75万吨，其中合成洗涤剂730.07万吨（其中合成洗衣粉392.62万吨）、肥（香）皂96.68万吨、烷基苯49.92万吨、三聚磷酸钠50.16万吨、脂肪醇3.12万吨、4A沸石41.95万吨。洗涤用品行业的产品结构趋于优化，肥皂总量稳定增长，但所占比例逐渐下降；合成洗涤剂产量及比例逐年增加，其中液体洗涤剂产量及比例增长较快，2010年液洗产品占合成洗涤剂产品总量的46%以上。从2010年的数据看，洗涤用品行业主要产品已经实现了“十一五”规划的目标。

中国报告网发布的《中国洗衣液行业市场全景调查与可行性研究报告（2012-2016）》在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国务院发展研究中心、中国洗涤用品工业协会、中国轻工业协会、中国日用化工协会、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及对国内消费市场调查获得的第一手资料。

本洗衣液行业报告，对我国洗衣液行业的发展现状、竞争与消费状况、销售情况、重点企业以及国家相关产业政策等进行了研究，并重点分析了洗衣液市场的消费状况以及行业竞争格局，详解了行业知名品牌营销策略，剖析了行业企业竞争状况，并对洗衣液企业的发展提出了建设性的意见。报告还对我国洗衣液行业的原料资源和发展环境进行了详细深入的分析及研究，重点分析了影响我国洗衣液行业发展的主要因素以及洗衣液行业的发展趋势，并对我国主要洗衣液行业的经营现状及发展战略进行了详细科学的分析及预测，针对我洗衣液竞争力的现状，提出了提高我国洗衣液行业竞争力的策略，是洗衣液生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前洗衣液行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考。

第一章 洗衣液行业概述

第一节 洗衣液行业定义

第二节 洗衣液行业发展历程

第三节 洗衣液行业分类情况

第四节 洗衣液产业链分析

第二章 2009-2011年中国洗衣液行业发展环境分析

第一节 2009-2011年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 2009-2011年中国洗衣液行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2009-2011年中国洗衣液行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第三章 2009-2011年中国洗衣液行业总体发展状况

第一节 中国洗衣液行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节 中国洗衣液行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节 中国洗衣液行业财务能力分析

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

第四章 中国洗衣液市场供需分析

第一节 洗衣液市场现状分析及预测

一、2008-2011年我国洗衣液行业总产值分析

二、2011-2015年我国洗衣液行业总产值预测

第二节 洗衣液产品产量分析及预测

一、2008-2011年我国洗衣液产量分析

二、2011-2015年我国洗衣液产量预测

第三节 洗衣液市场需求分析及预测

一、2008-2011年我国洗衣液市场需求分析

二、2011-2015年我国洗衣液市场需求预测

第四节 洗衣液进出口数据分析

一、我国洗衣液进出口数据分析

二、2011-2015年国内洗衣液产品进出口情况预测

第五章 洗衣液行业发展现状分析

第一节 全球洗衣液行业发展分析

一、全球洗衣液行业发展历程

二、全球洗衣液行业发展现状

三、全球洗衣液行业发展预测

第二节 中国洗衣液行业发展分析

一、2009-2011年中国洗衣液行业发展态势分析

二、2009-2011年中国洗衣液行业发展特点分析

三、2009-2011年中国洗衣液行业市场供需分析

第三节 中国洗衣液产业特征与行业重要性

第四节 洗衣液行业特性分析

第六章 中国洗衣液市场规模分析

第一节 2010年中国洗衣液市场规模分析

第二节 2010年中国洗衣液区域市场规模分析

- 一、2010年东北地区市场规模分析
- 二、2010年华北地区市场规模分析
- 三、2010年华东地区市场规模分析
- 四、2010年华中地区市场规模分析
- 五、2010年华南地区市场规模分析
- 六、2010年西部地区市场规模分析

第三节 2011-2015年中国洗衣液市场规模预测

第七章 洗衣液国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2008-2011年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2011-2015年国内产品未来价格走势预测

第八章 洗衣液及其主要上下游产品

第一节 洗衣液上下游分析

- 一、与上下游行业之间的关联性
- 二、上游原材料供应形势分析
- 三、下游产品解析

第二节 洗衣液行业产业链分析

- 一、上游行业影响及风险分析
- 二、下游行业风险分析及提示
- 三、关联行业风险分析及提示

第九章 洗衣液产品竞争力优势分析

- 一、整体产品竞争力评价
- 二、产品竞争力评价结果分析
- 三、竞争优势评价及构建建议

第十章 洗衣液行业市场竞争策略分析

第一节 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 行业国际竞争力比较

- 一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 洗衣液企业竞争策略分析

一、提高洗衣液企业核心竞争力的对策

二、影响洗衣液企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高洗衣液企业竞争力的策略

第十一章 洗衣液行业重点企业竞争分析

第一节 广州蓝月亮实业有限公司

一、企业概况

二、洗衣液品牌

三、企业发展状况

第二节 威莱（广州）日用品有限公司

一、企业概况

二、洗衣液品牌

三、企业发展状况

第三节 安利公司

一、企业概况

二、洗衣液品牌

三、企业发展状况

第四节 西安开米股份有限公司

一、企业概况

二、洗衣液品牌

三、企业发展状况

第五节 宝洁公司

一、企业概况

二、洗衣液品牌

三、企业发展状况

第六节 联合利华

一、企业概况

二、洗衣液品牌

三、企业发展状况

第七节 北京绿伞化学股份有限公司

一、企业概况

二、洗衣液品牌

三、企业发展状况

第八节 洛娃科技实业集团有限公司

一、企业概况

二、洗衣液品牌

三、企业发展状况

第九节 广州立白企业集团有限公司

一、企业概况

二、洗衣液品牌

三、企业发展状况

第十节 纳爱斯

一、公司概况

二、企业发展状况

三、企业发展战略

第十二章 洗衣液行业投资与发展前景分析

第一节 洗衣液行业投资机会分析

一、洗衣液投资项目分析

二、可以投资的洗衣液模式

三、2011年洗衣液投资机会

第二节 2011-2015年中国洗衣液行业发展预测分析

一、未来洗衣液发展分析

二、未来洗衣液行业技术开发方向

三、总体行业“十二五”整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、十二五行业发展趋势

第十三章 洗衣液产业用户度分析

第一节 洗衣液产业用户认知程度

第二节 洗衣液产业用户关注因素

一、功能

二、质量

三、价格

四、外观

五、服务

第十四章 2011-2015年洗衣液行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前洗衣液存在的问题

第二节 洗衣液未来发展预测分析

- 一、中国洗衣液发展方向分析
- 二、2011-2015年中国洗衣液行业发展规模预测
- 三、2011-2015年中国洗衣液行业发展趋势预测

第三节 2011-2015年中国洗衣液行业投资风险分析

- 一、出口风险分析
- 二、市场竞争风险
- 三、管理风险分析
- 四、产品投资风险

第十五章 专家观点与结论

第一节 洗衣液行业营销策略分析及建议

- 一、洗衣液行业营销模式
- 二、洗衣液行业营销策略

第二节 洗衣液行业企业经营发展分析及建议

- 一、洗衣液行业经营模式
- 二、洗衣液行业生产模式

第三节 行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第四节 市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、重点客户战略管理
- 四、重点客户管理功能

《中国洗衣液行业市场全景调查与可行性研究报告（2012-2016）》系统全面的调研了洗衣液的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/131524131524.html>