

2018年中国洗涤用品行业分析报告- 市场深度调研与发展趋势研究

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《2018年中国洗涤用品行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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/369568369568.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

从洗涤用品的发展史来看，国内市场大致经历了从肥皂到洗衣粉再到如今的主流产品洗衣液，历经三代，尽管最新的被大力推广的洗涤用品洗衣凝珠在欧美市场已经风行多年，在国内市场也进驻好几年，但还是没有流行开来。

有关数据显示，2017年全球洗衣液市场规模大约在243亿美元左右，近几年一直保持稳步增长的趋势。

2013-2017年全球洗衣液市场规模走势（亿美元）资料来源：中国报告网整理

从全球范围来看，美国是洗衣液覆盖率最广泛的国家，其份额占比达到80%，其余地区市场占比均不到50%，全球平均水平大约为20%。

在国内市场，以蓝月亮发起的洗衣市场变革已经有多年历史了，到如今的数据显示我国市场上的洗衣液品牌数量超过70个，2017年洗衣液产量达425.9万吨，比2016年上升了近20%。

2013-2017年我国洗衣液产量（万吨）资料来源：中国报告网整理

从品牌分布来看，可大致分为五类阵营。第一类阵营是以汰渍为代表的国际品牌；第二类阵营是原洗衣粉市场龙头，如超能、立白、奥秘等；第三类阵营是液体洗涤生产商，如蓝月亮、斧牌；第四类阵营是以先锋为代表的洗发水沐浴露生产商；第五类阵营是其他小型企业。

我国洗衣液主要品牌类型分布资料来源：公开资料整理

洗衣液市场竞争门槛较低，新兴品牌层出不穷，洗衣液市场发展程度低，消费者不成熟，新兴品牌靠低价策略便可抢食，整个行业还没有进入成熟期，还存在一定的上升空间。

最近几年，市场上出现了一种新的洗涤产品——洗衣凝珠。洗衣凝珠，是专为机洗设计的洗涤产品，操作简单，方便不脏手，小小一颗洗衣凝珠能洗一筒衣服。气味芬芳，质地软滑浓稠适中，性质温和不伤衣物，特有的低泡浓缩锁色配方，更易漂洗，凝珠遇水即溶无残留，还能有效快速去除顽固污渍让衣物洁净如新。

不过和洗衣液比起来，洗衣凝珠还有很长的路要走，必经当初洗衣液取代洗衣粉也是经历了很多年才有变化的迹象。当前洗衣凝珠存在着诸多方面的问题。

第一，终端供货陈列不足。在实体商超的陈列柜里，大多数时候洗衣液仍旧是占据主体和显眼的位置，而洗衣粉也会占据着大量的陈列展台，因此留给洗衣凝珠的陈列柜不是很多，零星分布在不起眼的位置。

第二，单价更高。市面上的洗衣液单价在每千克8元到16元之间，平均每次洗衣服，洗衣液的使用成本大约在0.92元左右。相比之下，洗衣凝珠，每颗价格2-4.5元之间，每次洗衣服使用一颗，可以看到其洗衣成本是洗衣液的四倍。

第三，促销活动少。如今超市里的促销活动，经常可以看到洗衣液的身影，各种打折促销，“买x送x”的洗衣液相关促销活动层出不穷，但是洗衣凝珠的促销却很少见，恐怕洗衣

凝珠的促销仅存于线上渠道。(YM)

观研天下发布的《2018年中国洗涤用品行业分析报告-市场深度调研与发展趋势研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国洗涤用品行业发展概述

第一节 洗涤用品行业发展情况概述

- 一、洗涤用品行业相关定义
- 二、洗涤用品行业基本情况介绍
- 三、洗涤用品行业发展特点分析

第二节 中国洗涤用品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、洗涤用品行业产业链条分析
- 三、中国洗涤用品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国洗涤用品行业生命周期分析

- 一、洗涤用品行业生命周期理论概述

二、洗涤用品行业所属的生命周期分析

第四节 洗涤用品行业经济指标分析

- 一、洗涤用品行业的赢利性分析
- 二、洗涤用品行业的经济周期分析
- 三、洗涤用品行业附加值的提升空间分析

第五节 国中洗涤用品行业进入壁垒分析

- 一、洗涤用品行业资金壁垒分析
- 二、洗涤用品行业技术壁垒分析
- 三、洗涤用品行业人才壁垒分析
- 四、洗涤用品行业品牌壁垒分析
- 五、洗涤用品行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球洗涤用品行业市场发展现状分析

第一节 全球洗涤用品行业发展历程回顾

第二节 全球洗涤用品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲洗涤用品行业地区市场分析

- 一、亚洲洗涤用品行业市场现状分析
- 二、亚洲洗涤用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲洗涤用品行业市场前景分析

第四节 北美洗涤用品行业地区市场分析

- 一、北美洗涤用品行业市场现状分析
- 二、北美洗涤用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美洗涤用品行业市场前景分析

第五节 欧盟洗涤用品行业地区市场分析

- 一、欧盟洗涤用品行业市场现状分析
- 二、欧盟洗涤用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟洗涤用品行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界洗涤用品行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球洗涤用品行业市场规模预测

第三章 中国洗涤用品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品洗涤用品总额
- 五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国洗涤用品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国洗涤用品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国洗涤用品行业运行情况

第一节 中国洗涤用品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国洗涤用品行业市场规模分析

第三节 中国洗涤用品行业供应情况分析

第四节 中国洗涤用品行业需求情况分析

第五节 中国洗涤用品行业供需平衡分析

第六节 中国洗涤用品行业发展趋势分析

第五章 中国洗涤用品所属行业运行数据监测

第一节 中国洗涤用品所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国洗涤用品所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国洗涤用品所属行业财务指标分析

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

第六章 2016-2018年中国洗涤用品市场格局分析

第一节 中国洗涤用品行业竞争现状分析

一、中国洗涤用品行业竞争情况分析

二、中国洗涤用品行业主要品牌分析

第二节 中国洗涤用品行业集中度分析

一、中国洗涤用品行业市场集中度分析

二、中国洗涤用品行业企业集中度分析

第三节 中国洗涤用品行业存在的问题

第四节 中国洗涤用品行业解决问题的策略分析

第五节 中国洗涤用品行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国洗涤用品行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国洗涤用品行业消费特点

第二节 中国洗涤用品行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 洗涤用品行业成本分析

第四节 洗涤用品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国洗涤用品行业价格现状分析

第六节 中国洗涤用品行业平均价格走势预测

一、中国洗涤用品行业价格影响因素

二、中国洗涤用品行业平均价格走势预测

三、中国洗涤用品行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国洗涤用品行业区域市场现状分析

第一节 中国洗涤用品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地洗涤用品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区洗涤用品市场规模分析

四、华东地区洗涤用品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区洗涤用品市场规模分析

四、华中地区洗涤用品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区洗涤用品市场规模分析

第九章 2016-2018年中国洗涤用品行业竞争情况

第一节 中国洗涤用品行业竞争结构分析（波特五力模型）

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 中国洗涤用品行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国洗涤用品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 洗涤用品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国洗涤用品行业发展前景分析与预测

第一节 中国洗涤用品行业未来发展前景分析

一、洗涤用品行业国内投资环境分析

二、中国洗涤用品行业市场机会分析

三、中国洗涤用品行业投资增速预测

第二节 中国洗涤用品行业未来发展趋势预测

第三节 中国洗涤用品行业市场发展预测

一、中国洗涤用品行业市场规模预测

二、中国洗涤用品行业市场规模增速预测

三、中国洗涤用品行业产值规模预测

四、中国洗涤用品行业产值增速预测

五、中国洗涤用品行业供需情况预测

第四节 中国洗涤用品行业盈利走势预测

一、中国洗涤用品行业毛利润同比增速预测

二、中国洗涤用品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国洗涤用品行业投资风险与营销分析

第一节 洗涤用品行业投资风险分析

一、洗涤用品行业政策风险分析

二、洗涤用品行业技术风险分析

三、洗涤用品行业竞争风险

四、洗涤用品行业其他风险分析

第二节 洗涤用品行业企业经营发展分析及建议

一、洗涤用品行业经营模式

二、洗涤用品行业销售模式

三、洗涤用品行业创新方向

第三节 洗涤用品行业应对策略

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

第十三章 2018-2024年中国洗涤用品行业发展策略及投资建议

第一节 中国洗涤用品行业品牌战略分析

一、洗涤用品企业品牌的重要性

二、洗涤用品企业实施品牌战略的意义

三、洗涤用品企业品牌的现状分析

四、洗涤用品企业的品牌战略

五、洗涤用品品牌战略管理的策略

第二节 中国洗涤用品行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

三、对关键客户的营销策略

四、强化关键客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国洗涤用品行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国洗涤用品行业发展策略及投资建议

第一节 中国洗涤用品行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国洗涤用品行业定价策略分析

第三节中国洗涤用品行业营销渠道策略

一、洗涤用品行业渠道选择策略

二、洗涤用品行业营销策略

第四节中国洗涤用品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国洗涤用品行业重点投资区域分析

二、中国洗涤用品行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/369568369568.html>