

2013-2017年中国洗涤剂市 场供需预测及投资战略咨询报告

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

《2013-2017年中国洗涤剂市场供需预测及投资战略咨询报告》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/201305/93420.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

我国洗涤行业正在发生产业结构的调整，洗衣液对洗衣粉的替代效用明显。2011年我国合成洗涤剂产量为851.13万吨，产量较2010年出现增长。当中液体洗涤剂产量为477.55万吨，产量增幅显著；而洗衣粉产量则出现负增长，2011年我国合成洗衣粉产量为373.58万吨，同比下滑4.85%。2012年1-11月中国合成洗涤剂产量为8082258.15吨：当中合成洗衣粉产量为384.47万吨，液体洗涤剂产量为423.76万吨。

中企顾问网发布的《2013-2017年中国洗涤剂市场供需预测及投资战略咨询报告》共十一章。首先介绍了洗涤剂行业的概念，接着分析了中国洗涤剂行业发展环境，然后对中国洗涤剂行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国洗涤剂行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国洗涤剂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家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 洗涤剂相关概述

第一节 洗涤剂简介

一、成分构成

二、分类

三、作用

第二节 洗衣粉

一、主要成分

二、洗衣粉的分类

三、洗衣粉和肥皂的比较

第三节 肥皂

一、构成及作用原理

二、皂化反应

三、制皂工艺

第二章 2012-2013年洗涤剂行业发展概况

第一节 国际洗涤剂市场发展概况

- 一、全球洗涤剂市场需求强劲增长
- 二、国外片状洗涤剂市场日益成熟
- 三、瑞典立法禁止衣用洗涤剂使用磷酸盐
- 四、国外品牌主导俄罗斯合成洗涤剂市场
- 五、澳大利亚成功研制节水型洗涤剂

第二节 中国洗涤剂行业发展分析

- 一、中国洗涤剂市场基本特征
- 二、中国洗涤剂行业发展概况
- 三、我国合成洗涤剂产量平稳增长
- 四、洗涤剂行业主要专利技术发展状况
- 五、家用洗涤剂品种发展现状

第三节 洗涤剂与环境保护

- 一、洗涤剂对环境的影响
- 二、合成洗涤剂污染及影响
- 三、含磷洗涤剂对水体的不良影响
- 四、洗衣粉的污染及对策

第四节 洗涤剂行业面临的挑战及发展对策

- 一、中国洗涤剂洗涤效果有待改进
- 二、国产洗涤剂包装存在的难题
- 三、洗涤剂行业的发展对策
- 四、立法推进洗涤剂全面禁磷

第三章 2009-2012年洗涤剂行业主要产品产量分析

第一节 2009-2012年全国及主要省份肥（香）皂产量分析

- 一、2009年全国及主要省份肥（香）皂产量分析
- 二、2010年全国及主要省份肥（香）皂产量分析
- 三、2011年全国及主要省份肥（香）皂产量分析
- 四、2012年全国及主要省份肥（香）皂产量分析

第二节 2009-2012年全国及主要省份合成洗涤剂产量分析

- 一、2009年全国及主要省份合成洗涤剂产量分析
- 二、2010年全国及主要省份合成洗涤剂产量分析
- 三、2011年全国及主要省份合成洗涤剂产量分析
- 四、2012年全国及主要省份合成洗涤剂产量分析

第三节 2009-2012年全国及主要省份合成洗衣粉产量分析

- 一、2009年全国及主要省份合成洗衣粉产量分析
- 二、2010年全国及主要省份合成洗衣粉产量分析
- 三、2011年全国及主要省份合成洗衣粉产量分析
- 四、2012年全国及主要省份合成洗衣粉产量分析

第四章 2011-2013年中国洗发水行业行业发展概况

第一节 洗发水行业发展概况

- 一、中国洗发水行业发展回顾
- 二、国内洗发水市场总体发展状况
- 三、洗发水市场细分是关键
- 四、洗发水行业的主要驱动因素
- 五、广东洗发水行业突围困局的路径分析

第二节 洗发水市场的中外品牌竞争

- 一、洗发水市场的中外演义
- 二、2010中国洗发水市场暗潮汹涌
- 三、本土企业挑战外资品牌的策略
- 四、国内洗发水企业发展误区及对策

第三节 功能性洗发水市场

- 一、日用洗发水功能延伸至生发市场
- 二、解析“防脱”洗发水市场
- 三、联合利华推出去屑洗发水
- 四、“去屑”洗发水市场有待规范
- 五、药物洗发水市场分析

第四节 洗发水行业三种典型商业模式分析

- 一、宝洁模式
- 二、丝宝模式
- 三、拉芳模式
- 四、三种模式的启示

第五章 2011-2013年中国沐浴露行业行业发展概况

第一节 中国沐浴露行业发展概况

- 一、我国沐浴露行业总体状况及策略
- 二、沐浴露夏季热销

三、沐浴露花样不断

四、高档沐浴乳市场存在缺口

第二节 沐浴露市场品牌分析

一、飘柔沐浴露面临市场难题

二、解析强生婴儿沐浴露的越位现象

三、拉芳汉诗沐浴露全力挤占市场

四、六神沐浴露深耕本土成效显著

第三节 沐浴露市场存在的问题及对策

一、超市沐浴露趋向同质化竞争

二、除菌沐浴露市场须加强规范管理

三、沐浴露市场应走规模化集约化之路

第六章 2011-2013年中国洗衣粉行业发展概况

第一节 中国洗衣粉行业发展概况

一、中国洗衣粉行业的发展阶段

二、中国洗衣粉行业运行状况

三、中国洗衣粉行业发展特征

四、中国洗衣粉行业SWOT分析

五、推进洗衣粉行业发展壮大的策略措施

六、皂型洗衣粉面临发展机遇

第二节 洗衣粉市场分析

一、洗衣粉市场中外合资发展简析

二、国内品牌进军洗衣粉高端市场

三、国内洗衣粉市场价格战加剧

四、传统洗衣粉仍是市场主流

第三节 洗衣粉行业竞争分析

一、洗衣粉品牌竞争格局

二、新老品牌逐鹿中国市场

三、外企品牌强势扩张

四、本土企业应对外资品牌挑战的策略

第四节 洗衣粉行业营销案例

一、雕牌洗衣粉的情感营销策略

二、立白洗衣粉的特色营销策略

三、联合利华针对性的市场定位策略

第七章 2011-2013年其他洗涤剂市场分析

第一节 肥（香）皂

一、中国香皂市场发展简述

二、国内市场香皂分类及发展方向

三、我国纸香皂市场解析

四、本土企业以液态皂拓展新市场

五、船牌液态皂的市场策略

第二节 洗手液市场

一、国内洗手液市场升温

二、国内洗手液市场有待进一步发展

三、“蓝月亮”洗手液成功经验借鉴

四、构建国内洗手液市场营销体系

第三节 洗洁精

一、2011年中国洗洁精市场品牌格局

二、中国餐具洗洁精行业发展状况

三、2012年第3批餐具洗涤剂产品质量国家监督抽查结果公告

四、小企业产洗洁精存在质量问题

五、醋离子洗洁精热销市场

六、茶叶原料洗洁精亮相市场

第四节 清洁剂市场

一、电脑清洁剂市场空间广阔

二、饮水机清洗热带动清洁剂市场

三、洗衣机槽专业清洁剂将成家庭常备品

第五节 洗衣液市场

一、洗衣液挑战洗衣粉市场地位

二、洗衣液产品性能及未来特点

三、中国洗衣液市场发展现状

四、2012年衣料用液体洗涤剂产品质量国家监督抽查结果

第八章 2011-2013年洗涤剂行业主要原料市场运行态势

第一节 表面活性剂概述

一、表面活性剂基本概念

二、表面活性剂的结构及分类方法

三、表面活性剂洗涤剂的成分及性能

第二节 表面活性剂行业发展状况

一、国际表面活性剂行业发展势头良好

二、中国表面活性剂产业发展概况

三、合成洗涤剂工业对表面活性剂需求大

四、中国表面活性剂产业绿色化进程加快

第三节 洗涤剂助剂行业发展分析

一、中国合成洗涤助剂的发展及应用状况

二、洗涤助剂过碳酸钠概述

三、洗涤助剂层硅酸钠概述

第九章 2011-2013年全球洗涤剂行业重点企业分析

第一节 宝洁

一、公司简介

二、宝洁在中国市场迅速发展的成功经验

三、宝洁公司的多品牌战略解析

四、宝洁品牌广告的四大绝招

五、宝洁在售点资源争夺背后的隐忧

第二节 联合利华

一、公司简介

二、联合利华推“清扬”力拼宝洁

三、联合利华的品牌发展策略

四、联合利华品牌整合策略

第三节 高露洁

一、公司简介

二、高露洁公司持续发展探析

三、高露洁全面收缩战线

第四节 德国汉高

一、公司简介

二、德国汉高的并购策略

三、2011年底德国汉高退出中国洗涤剂市场

第十章 2011-2013年中国洗涤剂行业重点企业研究

第一节 传化股份

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第二节 南风化工

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第三节 广州浪奇

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2011-2012年经营状况分析

四、2013-2017年公司发展战略分析

第四节 浙江纳爱斯集团

一、公司简介

二、纳爱斯集团的发展之路

三、纳爱斯的运营策略

第五节 广州立白集团

一、公司简介

二、广州立白实现eHR系统管理

三、立白集团积极推进“大日化战略”

第六节 上海白猫集团

一、公司简介

二、和黄低调入主上海白猫

三、白猫公司的深度分销策略

第十一章 2013-2017年洗涤剂行业前景展望

第一节 2013-2017年洗涤剂行业发展趋势及前景

一、2013-2017年国际洗涤剂行业发展方向

二、2013-2017年洗涤剂行业发展趋势

三、2013-2017年中国洗涤剂产业前景广阔

四、2013-2017年我国合成洗涤剂市场发展趋势

第二节 2013-2017年各类别洗涤剂发展趋势及前景

一、2013-2017年洗衣粉行业技术与产品革新方向

二、2013-2017年洗发水行业发展趋势

三、2013-2017年香皂行业发展趋势

四、2013-2017年浓缩餐具洗洁精发展前景看好

图表目录：

图表：：2006-2012年中国洗涤剂行业产量及增速统计：万吨，%

图表：2011年合成洗涤剂产量完成情况（单位：万吨）

图表：2011年1～12月份洗涤用品行业产销总值

图表：2011年1～12月份洗涤用品及主要原料进口情况

其他……………………

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201305/93420.html>