

2022-2028年中国洗涤用品 产业发展现状与投资战略报告

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

《2022-2028年中国洗涤用品产业发展现状与投资战略报告》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/202202/268753.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

最早出现的洗涤用品是皂角类植物等天然产物，其中含有皂素，即皂角苷，有助于水的洗涤去污作用。此外，草木灰中含有钾碱，用水沥淋出来的水溶液，也有助于去除织物上的油污。这些天然的洗涤用品沿用甚久。

近十年来中国洗涤用品市场快速发展，2016年行业收入达到历史高峰，为1840.29亿元。根据国家统计局统计，2018年洗涤用品行业收入达到1473.95亿元。但由于国家统计局企业统计口径变化，2018年洗涤用品行业规模以上企业统计数据与2017年误差较大，导致主营业务收入指标与2017年相比大幅减少。考虑到行业协会的调查，2018年规模以上企业销售额应接近1800亿元。2012-2018年中国洗涤用品行业收入及产量走势 中企顾问网发布的

《2022-2028年中国洗涤用品产业发展现状与投资战略报告》共九章。首先介绍了中国洗涤用品行业市场发展环境、洗涤用品整体运行态势等，接着分析了中国洗涤用品行业市场运行的现状，然后介绍了洗涤用品市场竞争格局。随后，报告对洗涤用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国洗涤用品行业发展趋势与投资预测。您若想对洗涤用品产业有个系统的了解或者想投资中国洗涤用品行业，本报告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1章 洗涤用品行业发展综述1.1 洗涤用品行业定义及分类1.1.1 行业概念及定义1.1.2 行业主要产品大类1.2 洗涤用品行业统计标准1.2.1 洗涤用品行业统计部门和统计口径1.2.2 洗涤用品行业统计方法1.2.3 洗涤用品行业数据种类1.3 洗涤用品行业产业链分析1.3.1 洗涤用品行业产业链简介1.3.2 洗涤用品行业产业链上游分析（1）烷基苯市场分析（2）硬脂酸市场分析（3）表面活性剂市场分析（4）洗涤助剂市场分析（5）油脂原料市场分析1.3.3 洗涤用品行业产业链下游分析（1）家庭消费情况（2）医院消费情况（3）住宿和餐饮业（4）通用设备制造业（5）专用设备制造业 第2章 洗涤用品所属行业发展状况分析2.1 中国洗涤用品所属行业发展状况分析合成洗涤剂产品结构情况 2.1.1 中国洗涤用品所属行业发展总体概况2.1.2 中国洗涤用品所属行业发展主要特点2.1.3 洗涤用品所属行业经营情况分析（1）洗涤用品所属行业经营效益分析（2）洗涤用品所属行业盈利能力分析（3）洗涤用品所属行业运营能力分析（4）洗涤用品所属行业偿债能力分析（5）洗涤用品所属行业发展能力分析2.2 洗涤用品所属行业经济指标分析2.2.1 洗涤用品所属行业经济效益影响因素2.2.2 洗涤用品所属行业经济指标分析2.3 洗涤用品所属行业供需平衡分析2.3.1 全国洗涤用品所属行业供给情况分析合成洗涤剂产品结构情况2.3.2 全国洗涤用品所属行业需求情况分析2.3.3 全国洗涤用品所属行业产销率分析2.4 中国洗涤用品所属行业进出口市场分析2.4.1 洗涤用品行业出口情况分析

(1) 所属行业出口总体情况 (2) 所属行业出口产品结构 2.4.2 洗涤用品所属行业进口情况分析 (1) 所属行业进口总体情况 (2) 所属行业进口产品结构 第3章 洗涤用品行业市场环境分析 3.1 行业政策环境分析 3.1.1 行业相关标准 3.1.2 行业相关政策 (1) 浓缩洗衣粉标志 (2) 出口退税率调整 (3) 所得税优惠政策 (4) 增值税转型 (5) 《外商投资产业指导目录》 3.1.3 行业发展规划 (1) 《中国洗涤用品行业技术装备发展“十三五”规划》 (2) 《中国洗涤用品行业“十三五”规划》 3.2 行业经济环境分析 3.2.1 中国GDP增长情况 3.2.2 工业增加值增长情况 3.2.3 PMI走势情况 3.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析 3.3 行业消费环境分析 3.3.1 行业消费特征分析 3.3.2 行业消费趋势分析 3.4 行业贸易环境分析 3.4.1 行业贸易环境发展现状 3.4.2 行业贸易环境发展趋势 3.5 行业社会环境分析 3.5.1 行业发展与社会经济的协调 3.5.2 行业发展面临的环境保护问题 3.5.3 行业发展的地区不平衡问题 第4章 洗涤用品行业市场竞争状况分析 4.1 国际洗涤用品市场竞争分析 4.1.1 国际洗涤用品市场发展状况 4.1.2 国际洗涤用品市场竞争状况分析 4.1.3 国际洗涤用品法规、标准 4.1.4 行业组织在推动行业发展中的作用 4.1.5 国外洗涤用品市场发展先进经验 4.1.6 国际洗涤用品市场发展趋势分析 4.2 跨国公司在华市场竞争分析 4.2.1 跨国公司在华市场竞争分析 (1) 宝洁公司 (2) 联合利华 (3) 安利 (4) 强生公司 (5) 利洁时 (6) 汉高集团 (7) 丝宝集团 4.2.2 跨国公司在华市场竞争策略 (1) 安利公司竞争策略 (2) 宝洁公司竞争策略 (3) 联合利华竞争策略 4.3 国内洗涤用品市场竞争分析 4.3.1 国内洗涤用品行业市场规模 4.3.2 国内洗涤用品行业集中度 4.3.3 国内洗涤用品行业竞争格局 4.3.4 国内洗涤用品行业潜在威胁 第5章 洗涤用品行业主要产品分析 5.1 行业主要产品结构特征 5.1.1 洗涤用品产品产量 5.1.2 洗涤用品产品结构 5.2 行业主要大类市场分析 5.2.1 合成洗涤剂市场分析 (1) 合成洗涤剂消费情况 (2) 合成洗涤剂市场规模 (3) 合成洗涤剂环保问题 (4) 合成洗涤剂替代产品 5.2.2 液体洗涤剂市场分析 (1) 液体洗涤剂发展概述 1) 液体洗涤剂性能优势 2) 液体洗涤剂产品分类 (2) 全球液体洗涤剂现状及发展 1) 全球液体洗涤剂市场规模分析 2) 全球液体洗涤剂行业竞争格局 3) 全球液体洗涤剂市场结构分析 4) 全球液体洗涤剂市场地区分布 5) 主要国家液体洗涤剂市场分析 6) 全球液体洗涤剂市场前景分析 (3) 我国液体洗涤剂市场分析 1) 我国液体洗涤剂市场规模 2) 我国液体洗涤剂市场需求 3) 我国液体洗涤剂市场竞争 4) 我国液体洗涤剂市场趋势 5.3 行业主要产品市场分析 5.3.1 肥(香)皂市场分析 (1) 肥(香)皂产量统计 (2) 肥(香)皂销量统计 (3) 肥(香)皂替代产品 (4) 肥(香)皂市场特征 (5) 肥(香)皂市场趋势 (6) 肥(香)皂发展建议 5.3.2 洗衣粉市场分析 (1) 全球洗衣粉市场分析 1) 全球洗衣粉产品市场现状 2) 全球浓缩洗衣粉市场现状 3) 全球无磷洗衣粉市场现状 4) 全球加酶洗衣粉市场现状 5) 全球含氧洗衣粉市场现状 6) 全球洗衣粉市场发展趋势 (2) 我国洗衣粉市场分析 1) 我国洗衣粉市场规模 2) 我国洗衣粉主要品种 1、浓缩洗衣粉市场规模 2、无磷洗衣粉市场规模 3、加酶洗衣粉市场规模 4、含氧洗衣粉市场规模 3) 我国洗衣粉进

出口分析4) 我国衣物助剂市场分析5) 我国洗衣粉产业SCP模式分析1、SCP分析框架介绍2、洗衣粉市场集中度分析3、洗衣粉市场进入退出壁垒4、洗衣粉产品差异化程度分析6) 我国洗衣粉产业利润率分析7) 我国洗衣粉产业技术进步分析8) 我国洗衣粉产业发展建议分析5.3.3 洗衣液市场分析(1) 洗衣液优劣势分析1) 洗衣液比较优势2) 洗衣液比较劣势(2) 洗衣液市场常见分类(3) 洗衣液市场规模分析(4) 洗衣液市场发展特点(5) 洗衣液市场发展趋势5.3.4 洗发液市场分析(1) 洗发液市场现状情况(2) 洗发液市场消费情况5.3.5 沐浴液市场分析5.3.6 洗手液市场分析5.3.7 餐具洗涤剂市场分析(1) 餐具洗涤剂市场规模(2) 餐具洗涤剂市场特征1) 主流产品2) 品牌资源3) 价格竞争4) 广告诉求(3) 餐具洗涤剂发展机遇5.3.8 硬表面清洗剂市场分析5.3.9 工业洗涤剂市场分析(1) 工业洗涤剂应用领域(2) 工业洗涤剂产品分析(3) 工业洗涤剂发展趋势5.3.10 公共设施洗涤剂市场分析5.4 行业主要产品营销策略分析5.4.1 行业产品价格策略分析5.4.2 行业产品传播策略分析5.4.3 行业产品销售渠道策略5.4.4 行业产品促销策略分析 第6章 洗涤用品行业消费调研分析6.1 洗涤用品行业整体消费情况6.1.1 洗涤用品市场消费概况6.1.2 居民洗涤用品消费分析(1) 消费支出情况(2) 消费支出前景6.2 不同人口特征城市居民的洗涤用品产品购买比例6.2.1 不同性别居民的洗涤用品产品购买分析6.2.2 不同年龄居民的洗涤用品产品购买分析6.2.3 不同学历居民的洗涤用品产品购买分析6.2.4 不同收入居民的洗涤用品产品购买分析 第7章 洗涤用品行业重点区域竞争分析7.1 行业总体区域结构特征分析7.1.1 行业区域结构总体特征7.1.2 行业区域集中度分析7.1.3 行业区域分布特点分析7.1.4 行业规模指标区域分布分析7.1.5 行业效益指标区域分布分析7.1.6 行业企业数的区域分布分析7.2 广东省洗涤用品行业发展分析及预测7.2.1 广东省洗涤用品行业在行业中的地位变化7.2.2 广东省洗涤用品所属行业经济运行状况分析7.2.3 广东省洗涤用品行业企业分析7.2.4 广东省洗涤用品行业发展趋势预测7.3 浙江省洗涤用品行业发展分析及预测7.3.1 浙江省洗涤用品行业在行业中的地位变化7.3.2 浙江省洗涤用品所属行业经济运行状况分析7.3.3 浙江省洗涤用品行业企业分析7.3.4 浙江省洗涤用品行业发展趋势预测7.4 上海市洗涤用品行业发展分析及预测7.4.1 上海市洗涤用品行业在行业中的地位变化7.4.2 上海市洗涤用品所属行业经济运行状况分析7.4.3 上海市洗涤用品行业企业分析7.4.4 上海市洗涤用品行业发展趋势预测7.5 山东省洗涤用品行业发展分析及预测7.5.1 山东省洗涤用品行业在行业中的地位变化7.5.2 山东省洗涤用品所属行业经济运行状况分析7.5.3 山东省洗涤用品行业企业分析7.5.4 山东省洗涤用品行业发展趋势预测7.6 江苏省洗涤用品行业发展分析及预测7.6.1 江苏省洗涤用品行业在行业中的地位变化7.6.2 江苏省洗涤用品所属行业经济运行状况分析7.6.3 江苏省洗涤用品行业企业分析7.6.4 江苏省洗涤用品行业发展趋势预测 第8章 洗涤用品行业主要企业生产经营分析8.1 洗涤用品企业发展总体状况分析8.2 洗涤用品行业领先企业个案分析8.2.1 广州宝洁有限公司经营情况分析(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业产品结构及新产品动向(4

) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析8.2.2 纳爱斯集团有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析8.2.3 联合利华(中国)有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析8.2.4 强生(中国)有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析8.2.5 山东九鑫日用化工有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析8.2.6 湖南丽臣实业股份有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析8.2.7 南风化工集团股份有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析8.2.8 广州立白(番禺)有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析 (6) 企业最新发展动向分析8.2.9 上海和黄白猫有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析8.2.10 广州市浪奇实业股份有限公司经营情况分析 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业产品结构及新产品动向 (4) 企业销售渠道与网络 (5) 企业经营状况优劣势分析 第9章 洗涤用品行业发展趋势分析与预测 () 9.1 洗涤用品市场发展趋势与前景9.1.1 洗涤用品市场发展趋势9.1.2 洗涤用品市场前景分析9.2 洗涤用品行业投资特性分析9.2.1 洗涤用品行业进入壁垒9.2.2 洗涤用品行业盈利模式 () 9.2.3 洗涤用品行业盈利因素9.3 洗涤用品行业投资建议9.3.1 洗涤用品行业投资风险分析 9.3.2 洗涤用品行业投资建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/268753.html>