

2013-2017年中国洗衣粉市场 监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2017年中国洗衣粉市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/rihua1302/D5719884G2.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-02-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国洗衣粉市场监测及投资前景研究报告》共九章。首先介绍了中国洗衣粉行业的概念，接着分析了中国洗衣粉行业发展环境，然后对中国洗衣粉行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国洗衣粉行业面临的机遇及发展前景。您若对中国洗衣粉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。

通过《2013-2017年中国洗衣粉市场监测及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

相关数据显示：2011年，我国合成洗衣粉的产量达373.58万吨，同比增长4.06%。2012年1-7月，我国合成洗衣粉的产量达238.72万吨。目前中国人均洗衣粉年消耗量为3千克，全球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。

报告目录

第一章 洗衣粉行业相关概述

第一节 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

第二节 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 2011-2012年洗涤剂行业分析

第一节 2011-2012年全球洗涤剂市场概况

- 一、全球洗涤剂市场需求强劲
- 二、国际洗涤剂发展出现新趋势
- 三、全球液体洗涤剂发展趋势

第二节 2011-2012年中国洗涤剂行业分析

- 一、我国洗涤剂行业发展分析
- 二、洗涤剂生产技术进展状况
- 三、洗涤剂市场消费特点分析

第三节 中国洗涤剂行业的问题及对策

- 一、洗涤剂行业需关注的六大难题
- 二、我国洗涤剂行业存在的问题
- 三、国产洗涤剂面临的包装问题
- 四、洗涤剂行业的突破创新之路

第四节 中国洗涤剂行业发展趋势

- 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、洗涤剂行业向规模化方向发展
- 四、环保要求加快无磷洗涤剂发展
- 五、洗涤剂市场发展预测

第三章 2011-2012年中国洗衣粉行业分析

第一节 2011-2012年洗衣粉行业总体分析

- 一、洗衣粉行业发展回顾
- 二、我国洗衣粉行业发展现状
- 三、洗衣粉行业发展特点分析
- 四、洗涤巨头推动洗衣粉产业升级

第二节 2011-2012年浓缩洗衣粉发展进展

- 一、我国积极推进洗衣粉浓缩化进程
- 二、浓缩洗衣粉发展现状
- 三、中国浓缩洗衣粉技术推广概述
- 四、我国已发布超浓缩洗衣粉识别标志
- 五、超浓缩洗衣粉将成国内发展新方向

第三节 2011-2012年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

第四节 洗衣粉行业面临的问题及对策

一、洗衣粉包装存在的问题及发展思路

二、环保洗衣粉标准国内空缺

三、洗衣粉行业发展需告别“有磷时代”

第五节 洗衣粉行业发展趋势

一、中国洗衣粉市场发展趋势

二、我国洗衣粉技术革新方向

三、国内洗衣粉产品创新思路

第四章 2011-2012年中国洗衣粉市场分析

第一节 2011-2012年洗衣粉市场总体状况

一、中国洗衣粉市场发展回顾

二、洗衣粉市场格局分析

三、洗衣液难撼洗衣粉市场地位

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 2011-2012年洗衣粉消费者市场调查分析

一、消费者购买洗衣粉基本情况

二、消费者对洗衣粉品牌评价综述

三、洗衣粉企业针对消费者需求的市场开发战略

第三节 2011-2012年洗衣粉品牌分析

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

第四节 2011-2012年重点品牌市场分析

一、汰渍

二、立白

三、雕牌与奥妙

四、奇强

五、活力28

第五节 2011-2012年洗衣粉市场竞争分析

一、洗衣粉市场竞争回顾

二、洗衣粉市场竞争格局变化情况

三、纳爱斯和宝洁的终端竞争

四、联合利华与宝洁的市场竞争

五、奇强与宝洁的对峙

六、奇强与雕牌市场竞争

第五章 中国合成洗涤剂与合成洗衣粉产量数据分析

第一节 2010-2012年全国合成洗涤剂产量数据

一、2010年全国合成洗涤剂产量分析

二、2011年全国合成洗涤剂产量分析

三、2012年全国合成洗涤剂产量分析

第二节 2010-2012年主要地区合成洗涤剂产量数据

一、2010-2012年华东地区合成洗涤剂产量

二、2010-2012年华北地区合成洗涤剂产量

三、2010-2012年华南地区合成洗涤剂产量

四、2010-2012年华中地区合成洗涤剂产量

五、2010-2012年东北地区合成洗涤剂产量

六、2010-2012年西南地区合成洗涤剂产量

七、2010-2012年西北地区合成洗涤剂产量

第三节 2010-2012年全国合成洗衣粉产量数据

一、2010年全国合成洗衣粉产量分析

二、2011年全国合成洗衣粉产量分析

三、2012年全国合成洗衣粉产量分析

第四节 2010-2012年主要地区合成洗衣粉产量数据

一、2010-2012年华东地区合成洗衣粉产量

二、2010-2012年华北地区合成洗衣粉产量

三、2010-2012年华南地区合成洗衣粉产量

四、2010-2012年华中地区合成洗衣粉产量

- 五、2010-2012年东北地区合成洗衣粉产量
- 六、2010-2012年西南地区合成洗衣粉产量
- 七、2010-2012年西北地区合成洗涤粉产量

第六章 2011-2012年洗衣粉原料市场发展状况

第一节 表面活性剂

- 一、表面活性剂相关介绍
- 二、全球表面活性剂供应商瞄准新兴市场
- 三、中国表面活性剂/洗涤剂领域技术发展分析
- 四、中国表面活性剂行业集中度分析
- 五、表面活性剂未来研发重点
- 六、表面活性剂的发展趋势

第二节 丙烯酸

- 一、国内外丙烯酸行业发展分析
- 二、2011年丙烯酸市场发展概况
- 三、亚洲将引领全球丙烯酸需求稳增
- 四、国内丙烯酸企业双管齐下开拓市场
- 五、丙烯酸最新技术进展
- 六、中国丙烯酸（酯）市场未来仍将高速发展

第三节 纯碱

- 一、中国纯碱工业成就卓著
- 二、2011年国内纯碱行业发展分析
- 三、2012年上半年我国纯碱行业发展状况
- 四、我国纯碱行业问题及发展建议

第七章 2011-2012年洗衣粉替代品分析

第一节 洗衣液

- 一、洗衣液介绍
- 二、洗衣液的节能环保优势分析
- 三、洗衣液崛起将改变洗衣剂市场格局

第二节 肥皂

- 一、肥皂品牌的发展

- 二、肥皂与洗衣粉特点对比分析
- 三、肥皂仍有一定市场需求
- 四、肥皂行业发展趋势

第八章 国外重点企业简介

第一节 美国宝洁公司（PROCTER&GAMBLE）

- 一、公司简介
- 二、2011财年宝洁公司经营状况分析
- 三、宝洁公司洗衣粉品牌在华发展成就
- 四、宝洁公司营销策略

第二节 联合利华

- 一、公司简介
- 二、联合利华公司洗衣粉产品系列概述
- 三、联合利华在中国的发展
- 四、联合利华的创新策略
- 五、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、2011年汉高经营状况
- 三、德国汉高难进中国家庭
- 四、德国汉高中国合资出乱
- 五、汉高洗衣粉边缘化趋势明显

第九章 2010-2012年中国洗衣粉行业重点企业

第一节 广州浪奇实业股份有限公司

- 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 纳爱斯集团

一、公司简介

二、纳爱斯战略升级和新运作模式浅析

三、纳爱斯营销策略分析

四、纳爱斯市场发展透析

第三节 南风化工集团股份有限公司

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 广州立白企业集团有限公司

一、集团简介

二、广州立白规模化扩张战略进展情况

三、立白营销策略

四、立白发展战略的分水岭

第五节 上海和黄白猫有限公司

一、公司简介

二、“和黄白猫”与“白猫股份”区分

三、白猫发展历程

四、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

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1302/D5719884G2.html>