2017-2022年中国洗衣液行业深度研究与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制
www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国洗衣液行业深度研究与市场年度调研报告》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.abaogao.com/b/xitiao/E17161YTJS.html

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心
订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963
海外报告销售：010-80993963
传真： 010-60343813
Email： sales@abaogao.com
联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

洗衣液的工作原理与传统的洗衣粉，肥皂类同，有效成分都是表面活性剂。区别在于：传统的洗衣粉，肥皂采用的是阴离子型表面活性剂，是以烷基磺酸钠和硬脂酸钠为主，碱性较强（洗衣粉PH一般大于12），进而在使用时对皮肤的刺激和伤害较大。而洗衣液多采用非离子型表面活性剂，PH接近中性，对皮肤温和，并且排入自然界后，降解较洗衣粉快，所以成为了新一代的洗涤剂。

洗衣液的有效成分主要是非离子型表面活性剂，其结构包括亲水端和亲油端，其中亲油端与污渍结合，然后通过物理运动（如手搓，机器运动）使污渍和织物分离。同时表面活性剂降低水的张力，使水能够达到织物表面，使有效成分发挥作用。

中国的洗衣液市场正在以年均27.2%的速度增长，3年的复合增长超过了100%。同时，洗衣粉市场的年均增速仅为2.2%。

国内洗衣液将在2010年达到整个洗衣剂市场的19%，在2015年之后达到30%。而在美国，洗衣液的市场份额已经超过了洗衣粉，占比达到80%以上，大有替代洗衣粉之势。

洗衣液的配方比洗衣粉柔和的多，最主要是不伤手，衣服残留液也少，深得家庭主妇的喜爱。洗衣粉刺激性大，长期使用会伤害到爱人的皮肤。

许多超市增加了洗衣液的产品陈列，洗衣液品牌也有十多个。超市发现市场份额逐年上升的洗衣液即将在不远未来完全取代洗衣粉。

2016年中国洗衣液十大品牌企业排名　序列　公司名称　基本情况介绍　　1　蓝月亮　蓝月亮(中国)有限公司，洗衣液-洗手液十大品牌，始于1992年，广州市著名商标，国内较早从事家庭清洁剂生产的专业品牌，洗涤行业的潮流代表，其机洗至尊开启机洗泵新时代。深谙洗涤之道的蓝月亮，秉承“一心一意做洗涤”的理念，将国际尖端技术融入中国人的生活，成为洗涤行业的潮流代表。作为国内最早从事家庭清洁剂生产的专业品牌，蓝月亮旗下拥有衣物清洁护理、个人清洁护理和家居清洁护理三大系列产品，体现了“轻松清洁，解放劳力”的宗旨，塑造了品牌独具的“高效、轻松、保护”的鲜明个性。蓝月亮产品的优秀品质，源于不断创新的领先技术。公司的研究发展部门由一批高素质的专家组成。技术精英们用智慧和信念，倡导洗涤自动化、高效化，注重安全环保，开发出在国际同行中卓然领先的产品，使繁重的劳动变成轻松的享受。　　2　卫新　威莱（广州）日用品有限公司，卫新，洗衣液十大品牌，广东省名牌产品，高新技术企业，国内家居清洁洗涤行业高端品牌代表，致力于消毒和个人护理及家居清洁产品研究的知名企业。卫新——比一般干净更干净。2008年，AC尼尔森数据显示：2006年7月上市的卫新洗衣液一举成为全国洗衣液销售冠军，再次彰显威莱右一核心品牌的坚实力量。当“清

洁+呵护”类产品兴起时，当衣物洗涤要求从“物”转向“人”时，卫新洗衣液以其高效的产品特性，坚实的品牌保证率先引领衣物洗涤进入“洗衣液时代”。倍柔、护色、全效、除菌多方位对衣物的细心呵护；温和、除菌、防过敏等多功效立体化的时尚追求，卫新不仅让家居洗衣在轻松愉悦中，更增生活乐趣，更引导洗衣时尚新风标——洗衣进入液时代。 3 威露士Walch 威莱（广州）日用品有限公司，威露士Walch，威莱旗下核心品牌，家用清洁及卫生消毒行业影响力品牌，广东省名牌产品，高新技术企业，日化行业极具竞争力企业。“威露士Walch”是由威莱（广州）日用品有限公司生产的。目前威莱旗下品牌涉及四大类日化产品：消毒卫生用品、个人清洁护理用品、家居清洁护理用品和衣物清洁护理用品。产品已延伸至100多个品种，600多款单品。威露士品牌知名度在广州、深圳地区超过80%，占据广东消毒水市场50%的份额。在2008年AC尼尔森专项数据统计中，卫新洗衣液销售在全国同类产品中居首位。产品系列 4 奥妙 联合利华(中国)投资有限公司，OMO奥妙，诞生于19世纪90年代，国际领先衣物洗涤品牌，高端织物洗护品牌，联合利华中国旗下家庭护理品牌。奥妙，诞生于19世纪90年代，是联合利华中国旗下的第一大家庭护理品牌。奥妙1993年进入中国市场，成为中国市场上第一个国际洗衣品牌后，始终在中国洗衣产品的高端市场保持领导地位。并在2013年英国广播公司BBC公布的“中国最具影响力的外资品牌”榜单上唯一入选的织物洗护品牌。“去除99种污渍”始终是奥妙的核心理念。怎样才能把衣服上的脏东西快速轻松地洗干净？这是消费者们一直在寻求的答案，也是奥妙一直关心的问题。依靠全球6大研发中心和强大的科技实力，在去除顽固污渍方面，奥妙始终走在世界的前列，得到了广大消费者的认可。 5 立白 广州立白企业集团有限公司，创于1994年，国内洗涤用品行业著名品牌，专注于织物洗护/餐具洗涤/消杀/家居清洁等产品的研发生产销售的高新技术企业。作为中国的洗涤用品领域的领导品牌，立白拥有全国销量领先的洗衣粉、洗洁精、洗衣皂，洗衣液等产品，荣获多项品牌荣誉，率先研发生产出生姜洗洁精，易漂洗、冷水粉、超浓缩洗衣粉、加酶粒子皂粉等引领行业潮流产品。“洁白不伤手”的立白，正源源不断地为消费者提供健康优质的产品，让每个家庭都能享受洁净、健康的幸福生活。 6 超能 纳爱斯集团有限公司，超能，浙江省名牌，纳爱斯旗下主打天然皂粉品牌，采用可再生天然油脂为原料，绿色环保，超低泡、强去污、易漂清、节水省时、不伤织物不伤手。超能是纳爱斯集团继“纳爱斯”推出的第二个高端品牌，产品线主打天然皂粉。一般洗衣粉都是合成的，集团却颠覆性地推出了天然皂粉，产品采用可再生天然油脂为原料，绿色环保，超低泡、强去污、易漂清、节水省时、不伤织物不伤手。科技创新的明星产品--超能天然皂粉不同于一般的合成洗衣粉，天然椰子油生产，安全不刺激，超低泡、强去污、易漂清、节水节能。 7 汰渍 宝洁(中国)有限公司，汰渍Tide，诞生于1946年美国，全球第一种合成洗衣粉

，以推出日常洗涤去污除菌系列洗衣粉而畅销中国市场。汰渍是美国宝洁公司旗下著名洗涤品牌，1946年诞生，是世界上第一种合成洗衣粉。汰渍的诞生，结束了人类历史上长达2000余年的皂洗时代，为机洗时代的到来提供了条件，素有“洗衣世界的奇迹”的盛名。60多年来，汰渍一直稳持洗涤世界的牛耳，引领着世界洗涤技术的发展和产品的潮流。汰渍1995年进入中国，是家喻户晓广受欢迎的品牌。十几年来，汰渍一直致力于为中国家庭主妇提供最好的洗护方案，其在北京的研发中心，拥有数十位科学家，专门针对中国市场研发新的洗护产品。自进入中国十几年来，汰渍不断推陈出新，持续向中国消费者提供杰出、高效的洗涤产品，提高了人们的生活质量。 8 贝亲 贝亲管理(上海)有限公司，始于1957年，日本著名母婴用品品牌，专注于婴儿用品的高端市场，产品涵盖从孕期到育儿的方方面面，其奶瓶/婴儿洗衣液/纸尿裤界内有名。贝亲是来自日本的著名母婴用品品牌，1957年8月贝亲株式会社在日本成立。2002年 贝亲正式进入中国，总部设在上海，最初的品牌口号为“our love to your baby”。为了实现这个品牌愿景，贝亲人将传递关爱的心凝聚在一起，将孕育的喜悦和抚育宝宝的点滴融入到每个商品和服务的细节之中。 9 Amway安利优 安利（中国）日用品有限公司，Amway安利优生活，始于1959年，采用BIOQUEST Formula百优特洁净科技，安利全新整合家居护理用品升级品牌，美国大型直销企业。整合原安利家居护理用品的全新品牌，其品牌理念为“安利优生活 绿色洁净家”环保、安全、高效的家居清洁产品开创者采用BIOQUEST Formula百优特洁净科技蕴含采自天然原料的活性成分，环保可降解，安全温和，浓缩高效以安利超过5年的专业经验和科学研究为基础，引领家居清洁风尚致力于实现安利“为您生活添色彩”的不变承诺 10 碧浪 宝洁(中国)有限公司，碧浪，创始于1967年德国，世界上第一款加酶洗衣粉，1993年进入中国，以其卓越的洗涤性能成为中国家庭首选洗涤品牌。碧浪是全球日化龙头宝洁公司旗下著名洗涤品牌，深受消费者喜爱。碧浪洗衣粉于1967年在德国推出，是世界上第一款加酶洗衣粉。如今，碧浪洗衣粉已被引入160多个国家和地区，成为世界上最畅销的国际性洗衣粉之一。自1993年进入中国以来，碧浪一直不断创新洁净技术，力图为中国消费者带来洁净如新的完美洗涤体验。在2009年BrandZ品牌排行榜中，碧浪的品牌价值跻身Top 100，超越奢侈品牌Gucci及瑞典家居品牌宜家，品牌影响力深入人心。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国洗衣液行业深度研究与市场年度调研报告》共十五章。首先介绍了洗衣液相关概念及发展环境，接着分析了中国洗衣液规模及消费需求，然后对中国洗衣液市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国洗衣液面临的机遇及发展前景。您若想对中国洗衣液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：

第一部分 洗衣液行业运行现状
第一章 2015年世界洗衣液行业发展态势分析
第一节 2015年世界洗衣液市场发展状况分析
一、世界洗衣液行业特点分析
二、世界洗衣液市场需求分析
第二节 2015年全球洗衣液市场分析
一、2015年全球洗衣液需求分析
二、2015年全球洗衣液技术分析
三、2015年中外洗衣液市场对比

第二章 我国洗衣液行业发展环境分析
第一节 我国洗衣液行业经济发展环境
一、国际宏观经济形势分析
二、国内宏观经济形势分析
第二节 我国洗衣液行业社会发展环境
一、人口环境分析
二、教育环境分析
三、文化环境分析
四、中国城镇化率

第三章 我国洗衣液行业发展现状
第一节 我国洗衣液行业发展现状
一、洗衣液行业品牌发展现状
二、洗衣液行业消费市场现状
2011-2016年洗衣液百度搜索最高的是蓝月亮，百度指数平均值为1757；其次为贝亲，百度指数平均值为1205。2015年12月-2016年6月洗衣液百度搜索最高的是蓝月亮，百度指数平均值

为1583；其次为贝亲，百度指数平均值为1561

2016年第一季度洗衣液网络零售销售额排在前三位的品牌为：威露士/Walch、蓝月亮、奥妙/OMO，其中威露士/Walch的销售额最高，销售额占比分别达到28.4%、25.0%、12.8%，前三品牌销售额占比达到市场份额66.2%。

洗衣液行业品牌百度媒体指数平均值　品牌　2011-2016年百度指数　2015年12月-2016年6月百度指数　蓝月亮　1757　1583　贝亲　1205　1561　超能　594　646　立白　543　674　威露士　522　765　奥妙　444　609　汰渍　271　543　碧浪　229　332　卫新　119　206

三、洗衣液市场消费层次分析

四、我国洗衣液市场走向分析

第二节 2011-2015年洗衣液行业发展情况分析

一、2011-2015年洗衣液行业发展特点分析

二、2011-2015年洗衣液行业发展情况

第三节 2015年洗衣液行业运行分析

一、2015年洗衣液行业产销运行分析

二、2015年洗衣液行业利润情况分析

三、2015年洗衣液行业发展周期分析

四、2017-2022年洗衣液行业利润增速预测

第四节 对中国洗衣液市场的分析及思考

一、洗衣液市场特点

二、洗衣液市场变化的方向

三、中国洗衣液产业发展的新思路

第二部分 洗衣液行业深度分析

第四章 2015年中国洗衣液市场运行态势剖析

第一节 2015年中国洗衣液市场动态分析

一、洗衣液行业新动态

二、洗衣液行业消费者需求新动态

第二节 2015年中国洗衣液市场运营格局分析

一、市场供给情况分析

二、市场需求情况分析

三、影响市场供需的因素分析

第三节 2015中国洗衣液市场价格分析

一、热销品牌产品价格走势分析

二、影响价格的主要因素分析

第五章 洗衣液行业经济运行分析

第一节 2013-2015年洗衣液行业市场规模分析

第二节 2013-2015年我国洗衣液行业绩效分析

一、2013-2015年行业成长能力

二、2013-2015年行业盈利能力

三、2013-2015年行业营运能力

四、2013-2015年行业偿债能力

第六章 中国洗衣液行业消费市场分析

第一节 洗衣液市场消费需求分析

第二节 洗衣液消费市场状况分析

一、洗衣液行业消费特点

二、洗衣液行业消费结构分析

三、洗衣液行业消费的市场变化

四、洗衣液市场的消费方向

第三节 洗衣液行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

2016年一季度洗衣液网络零售额前十排名 排名 品牌 销售额占比（%） 1 威露士/Walch 28.4 2 蓝月亮 25.0 3 奥妙/OMO 12.8 4 汰渍/Tide 4.8 5 立白 3.7 6 碧浪/ARIEL 3.4 7 妈妈壹选 3.0 8 卫新 2.9 9 超能 2.8 10 绿伞 2.5

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、洗衣液行业品牌忠诚度调查

五、洗衣液行业品牌市场占有率调查

六、消费者的消费理念调研

第七章 我国洗衣液行业市场调查分析

第一节 2015年我国洗衣液行业市场宏观分析

一、主要观点
二、市场结构分析
第二节 2015中国洗衣液行业市场微观分析
一、品牌关注度格局
二、产品关注度调查
三、不同价位关注度

第八章 洗衣液行业上下游产业分析
第一节 上游产业分析
一、市场现状分析
二、发展趋势预测
三、行业竞争状况及其对洗衣液行业的意义
第二节 下游产业分析
一、市场现状分析
二、发展趋势预测
三、行业新动态及其对洗衣液行业的影响

第三部分 洗衣液行业竞争格局分析
第九章 洗衣液行业竞争格局分析
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、供应商议价能力分析
五、客户议价能力分析
第二节 行业集中度分析
一、市场集中度分析
二、企业集中度分析
三、区域集中度分析
第三节 中国洗衣液行业竞争格局综述
一、2013-2015年洗衣液企业与品牌数量
二、2013-2015年洗衣液行业竞争格局分析

第十章 洗衣液企业竞争策略分析
第一节 洗衣液市场竞争策略分析
一、2015年洗衣液市场增长潜力分析
二、2015年洗衣液主要潜力品种分析
三、现有洗衣液市场竞争策略分析
四、潜力洗衣液竞争策略选择
五、典型企业产品竞争策略分析
第二节 洗衣液企业竞争策略分析
一、2017-2022年我国洗衣液市场竞争趋势
二、2017-2022年洗衣液行业竞争格局展望
三、2017-2022年洗衣液行业竞争策略分析
第三节 洗衣液行业发展机会分析
第四节 洗衣液行业发展风险分析

第十一章 重点洗衣液企业竞争分析
第一节 宝洁公司
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业经营优劣势分析
第二节 联合利华公司
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业经营优劣势分析
第三节 广州蓝月亮实业有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业经营优劣势分析
第四节 立白集团
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业经营优劣势分析

第五节 纳爱斯集团
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业经营优劣势分析
第六节 威莱（广州）日用品有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业经营优劣势分析
第七节 北京绿伞化学股份有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业经营优劣势分析
第八节 贝亲管理（上海）有限公司
一、企业发展简况分析
二、企业经营情况分析
三、企业经营优劣势分析

第四部分 洗衣液行业发展前景展望
第十二章 洗衣液行业发展趋势分析
第一节 我国洗衣液行业前景与机遇分析
一、我国洗衣液行业发展前景
二、我国洗衣液发展机遇分析
三、我国洗衣液发展挑战分析
第二节 2017-2022年中国洗衣液市场趋势分析
一、2017-2022年洗衣液行业发展趋势分析
二、2017-2022年洗衣液产业政策趋向
三、2017-2022年洗衣液行业技术革新趋势
四、2017-2022年洗衣液价格走势分析
五、2017-2022年国际环境对洗衣液行业的影响

第十三章 洗衣液行业发展趋势与投资战略研究
第一节 洗衣液行业发展趋势分析

一、品牌格局趋势
二、渠道分布趋势
三、消费趋势分析
第二节 洗衣液行业发展战略研究
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
第三节 对我国洗衣液品牌的战略思考
一、企业品牌的重要性
二、洗衣液实施品牌战略的意义
三、洗衣液企业品牌的现状分析
四、我国洗衣液企业的品牌战略
五、洗衣液品牌战略管理的策略

第十四章 2017-2022年洗衣液行业发展预测
第一节 未来洗衣液需求与消费预测
一、2017-2022年洗衣液市场规模预测
二、2017-2022年洗衣液行业总产值预测
三、2017-2022年洗衣液行业销售收入预测
四、2017-2022年洗衣液行业总资产预测
第二节 2017-2022年中国洗衣液行业供需预测
一、2017-2022年中国洗衣液供给预测
二、2017-2022年中国洗衣液产量预测
三、2017-2022年中国洗衣液需求预测
四、2017-2022年中国洗衣液供需平衡预测
五、2017-2022年中国洗衣液产品价格预测
六、2017-2022年主要洗衣液产品进出口预测
第三节 影响洗衣液行业发展的主要因素

一、2017-2022年影响洗衣液行业运行的有利因素分析
二、2017-2022年影响洗衣液行业运行的不利因素分析
第四节 洗衣液行业投资风险及控制策略分析
一、2017-2022年洗衣液行业市场风险及控制策略
二、2017-2022年洗衣液行业政策风险及控制策略
三、2017-2022年洗衣液行业经营风险及控制策略
四、2017-2022年洗衣液行业技术风险及控制策略
五、2017-2022年洗衣液行业同业竞争风险及控制策略
六、2017-2022年洗衣液行业其他风险及控制策略

第十五章 投资建议 (ZY LT)
第一节 行业研究结论
第二节 行业发展建议

图表目录：

图表：2015年全球洗衣液需求市场各区域占比分析
图表：2014-2016年主要发达经济体失业率（单位：%）
图表：2008-2016年Q2我国季度GDP增长率（单位：%）
图表：2010-2016年Q2我国三次产业增加值季度增长率（单位：%）
图表：2009-2016年6月我国工业增加值走势图（单位：%）
图表：2013-2015年我国粮食产量
图表：2009-2016年6月固定资产投资走势图（单位：%）
图表：2011-2016年6月我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率（单位：%）
图表：2010-2016年6月我国社会消费品零售总额走势图（单位：亿元%）
图表：2009-2016年6月我国社会消费品零售总额构成走势图（单位：%）
图表：2009-2016年6月我国CPI、PPI运行趋势（单位：%）
图表：2008年-2016年6月企业商品价格指数走势（2015年同期为100）
图表：2009-2016年6月进出口走势图（单位：%）
图表：2011-2016年6月我国货币供应量（单位：万亿元）
图表：2010-2016年6月我国存贷款同比增速走势图（单位：亿元%）
图表：2009-2016年6月我国月度新增贷款量（单位：亿元）
图表：2008-2016年一季度我国外汇储备（单位：亿美元）

图表：2015年年末人口数及其构成
图表：2011-2015年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数
图表：2011-2015年研究与实验发展经费支出
图表：2015年专利申请受理、授权和有效专利情况
图表：2011-2015年卫生技术人员人数
图表：2015年我国洗衣液行业品牌影响力排名表
图表：2013-2015年我国洗衣液行业产销规模分析
更多图表见正文……

详细请访问：http://www.abaogao.com/b/xitiao/E17161YTJS.html