

# 2022-2028年中国洗洁精市场 发展态势与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国洗洁精市场发展态势与投资战略研究报告》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.abaogao.com/b/xitiao/P289413C9U.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

洗洁精，日常清洁用品。洁净温和、泡沫柔细、迅速分解油腻、快速去污、除菌，有效彻底清洁、不残留，散发淡雅果香味，洗后洁白光亮如新。时常使用以确保居家卫生，避免病菌传染。

洗洁精的主要成分是烷基磺酸钠、脂肪醇醚硫酸钠、泡沫剂、增溶剂、香精、水、色素和防腐剂等。烷基磺酸钠和脂肪醇醚硫酸钠都是阴离子表面活性剂，是石化产品，用以去污油渍。

大多数经营餐具洗涤剂的商店，都少不了“立白”、“雕牌”、“白猫”等品牌，价格每瓶3至4元之间。其他杂牌的洗洁精的数量少之又少，并不起眼。杂牌洗洁精虽然说价格低一些，利润更高，但是很多消费者只认准品牌，杂牌的洗洁精根本不受青睐。

中国智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国洗洁精市场发展态势与投资战略研究报告》共十五章。首先介绍了洗洁精行业市场发展环境、洗洁精整体运行态势等，接着分析了洗洁精行业市场运行的现状，然后介绍了洗洁精市场竞争格局。随后，报告对洗洁精做了重点企业经营状况分析，最后分析了洗洁精行业发展趋势与投资预测。您若想对洗洁精产业有个系统的了解或者想投资洗洁精行业，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：

第一章家用洗洁精相关概述

第一节洗洁精成份

第二节粉体洗洁精

一、粉体洗洁精特点

二、粉体洗洁精应用

三、粉体洗洁精市场优势

四、超浓缩粉体洗洁精

第三节液体洗洁精

一、液体洗洁精特点

二、洗洁精的选择误区

三、洗洁精的危害

## 第二章2019年中国家用洗洁精市场运行环境解析

### 第一节2019年中国家用洗洁精政策环境分析

一、洗涤剂环境标志产品认证技术要求

二、餐具洗涤剂生产许可证换（发）证实施细则

三、洗衣粉标准技术要求

四、合成洗涤剂工业污染物排放标准

### 第二节2019年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、社会消费品零售总额

八、对外贸易&进出口

### 第三节2019年中国家用洗洁精社会环境分析

一、居民消费观念

二、居民环保意识提高分析

三、人口环境分析

四、生态环境分析

## 第三章2019年国内外洗洁精(清洁剂) 所属行业运行态势分析

### 第一节2019年全球洗涤剂市场运行概况

一、国外片状洗涤剂市场日益成熟

二、全球洗涤剂市场需求情况

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2019年中国洗涤剂产业动行总况

- 一、我国合成洗涤剂产量平稳增长
- 二、洗涤剂行业主要专利技术发展状况
- 三、家用洗涤剂品种发展现状
- 四、洗涤剂与环境保护

#### 第四章2019年中国家用洗洁精市场深度剖析

##### 第一节2019年中国家用洗洁精销售情况

- 一、家用洗洁精品牌企业动态分析
- 二、家用洗洁精包装及市场销售的影响
- 三、家用洗洁精新产品研发情况

##### 第二节2019年中国家用洗洁精市场细分领域透析

- 一、餐具洗洁精
- 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

##### 第三节2019年中国家用洗洁精存在的问题分析

- 一、成本问题
- 二、成份问题
- 三、禁限磷问题
- 四、质量问题
- 五、包装问题

#### 第五章2015-2019年中国洗洁精制造所属行业数据监测分析（2671）

##### 第一节2015-2019年中国洗洁精制造所属行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

##### 第二节2019年中国洗洁精制造所属行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、销售收入结构分析

##### 第三节2015-2019年中国洗洁精制造所属行业产值分析

- 一、产成品增长分析
- 二、工业销售产值分析

### 三、出口交货值分析

#### 第四节2015-2019年中国洗洁精制造所属行业成本费用分析

##### 一、销售成本统计

##### 二、费用统计

#### 第五节2015-2019年中国洗洁精制造行业盈利能力分析

##### 一、主要盈利指标分析

##### 二、主要盈利能力指标分析

### 第六章2015-2019年中国洗洁精相关产量数据统计分析

#### 第一节2015-2019年中国洗涤剂产量数据分析

##### 一、2015-2019年洗涤剂产量数据分析

##### 二、2015-2019年洗涤剂重点省市数据分析

#### 第二节2019年中国洗涤剂产量数据分析

##### 一、2019年全国洗涤剂产量数据分析

##### 二、2019年洗涤剂重点省市数据分析

#### 第三节2019年中国洗涤剂产量增长性分析

##### 一、产量增长

##### 二、集中度变化

### 第七章2019年中国家用洗洁精所属行业市场运行态势分析

#### 第一节2019年中国家用洗洁精市场亮点聚焦

##### 一、醋离子洗洁精热销市场

##### 二、茶叶原料洗洁精亮相市场

##### 三、生姜洗洁精市场动态分析

#### 第二节2019年中国家用洗洁精市场剖析

##### 一、品牌市场份额

##### 二、洗洁精销量情况

##### 三、餐具用洗洁精占市场比重

#### 第三节2019年中国家用洗洁精市场价格分析

##### 一、品牌产品价格分析

##### 二、影响价格的因素分析

## 第八章2019年中国洗洁精(清洁剂)消费者行为分析

### 第一节2019年我国洗洁精(清洁剂)消费情况分析

- 一、洗涤用品是习惯性消费
- 二、品牌消费存在地域差异
- 三、使用与否与年龄相关
- 四、功效和价格影响消费
- 五、主要功效需求分析
- 六、消费者看中的促销方式

### 第二节2019年我国各地最常用品牌排名

### 第三节2019年我国不同地域城市消费者偏好分析

## 第九章2019年中国家用洗洁精消费情况调研

### 第一节受访者基本情况

- 一、性别占比
- 二、年龄分布
- 三、家族收入情况
- 四、家中是否常备用洗洁精

### 第二节2019年中国洗洁精消费行业调研

- 一、消费者最常使用洗洁精品牌分布
- 二、选购洗洁精时关注要素
- 三、消费者对洗洁精香型偏好
- 四、消费者对洗洁精状态偏好
- 五、消费者对洗洁精颜色偏好
- 六、消费者对浓缩型洗洁精认知情况
- 七、消费者对洗洁精价格敏感度
- 八、消费者对洗洁精包装关注度分析
- 九、餐具洗洁精应该同时具备可以浸洗瓜果蔬菜的功能诉求

## 第十章2019年中国洗洁精市场营销策略分析

### 第一节2019年中国洗洁精市场营销概况

- 一、散装洗洁精销售中存在失误
- 二、洗洁精新营销渠道的开发

## 第二节2019年我国洗洁精行业营销案例分析

一、立白

二、雕牌

三、白猫

## 第三节2022-2028年中国家用洗洁精市场营销策略分析

一、巩固老客户、发展新客户

二、广告策略

三、品牌带动

## 第十一章2019年中国洗洁精(清洁剂) 所属行业市场新格局透析

### 第一节2019年我国洗洁精行业总体竞争局势分析

一、进入者的威胁和机会

二、中外品牌势均力敌

三、国产品牌锐意进取

四、外企品牌强势扩张

五、臭氧洗涤技术在洗洁精行业的应用

### 第二节2019年中国家用洗洁精竞争力分析

一、品牌竞争力分析

二、价格、成本竞争力分析

三、洗洁精在不同城市竞争的特点

### 第三节2019年中国家用洗洁精市场集中度分析

### 第四节2019年中国洗洁精的替代品竞争分析

一、洗洁精的天然替代品分析

二、固体洗洁精竞争优势分析

三、以氨基酸为清洁剂的洗洁精分析

### 第五节2022-2028年中国洗洁精市场竞争趋势分析

## 第十二章中国洗洁精生产优势企业关键性财务数据分析

### 第一节南风化工集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析



四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第二节广州市浪奇实业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第三节浙江传化股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第四节纳爱斯集团有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第五节广州立白(番禺)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第六节北京宝洁洗涤用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节联合利华（中国）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节大连爱华迪清洁剂有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节宁安市天源化工有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节上海来今化工有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第十三章2019年中国洗洁精上游产业运行透析

### 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2019年中国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2019年中国助洗剂行业发展情况分析

一、助洗剂概述

二、烷基苯概述

三、丙烯酸概述

## 第十四章2022-2028年中国洗洁精市场发展策略及建议分析

### 第一节2022-2028年中国洗洁精企业面临的危机分析

一、真正的战争尚未开始

二、高端市场的尴尬处境

三、多元化的不温不火

四、假冒伪劣商品的猖獗

五、价格双刃剑的倒戈

六、遭遇外资本土战略高压

七、整合营销仍是软肋

八、外资的品牌遏制策略

### 第二节2022-2028年中国洗洁精企业发展战略

一、以战略思维避免恶性价格战

二、洗洁精规模企业经营建议

### 第三节2022-2028年我国洗洁精中小企业经营建议分析

一、中小企业的竞争战略问题

二、汰渍现象的启示

第四节2022-2028年我国洗洁精市场品牌发展建议分析

一、品牌的发展情况分析

二、提升品牌价值策略

第十五章2022-2028年中国洗洁精行业发展趋势预测分析

第一节2022-2028年中国洗洁精行业战略发展趋势分析

一、&ldquo;竞合&rdquo;将成为市场主流

二、创新将是企业持续发展的不竭动力

三、信息研究将是提高竞争力的基础

四、独特的经营战略将成为竞争获胜的关键

第二节2022-2028年中国洗洁精市场竞争趋势分析

一、外商独资，大势所趋

二、本土操作，渐入佳境

三、高端精品，外资独钟

四、多元拓展，齐头并进

五、技术领跑，资源共享

六、竞合模式，纳入正轨

第三节2022-2028年中国洗洁精市场发展预测分析

一、无磷洗洁精质量问题成为热点

二、细分适应个性需求

三、皂型洗洁精成新宠

四、未来不容盲目乐观

第四节2022-2028年中国家用洗洁精新品研究方向

一、原料来源于植物衍生物

二、酸碱度为中性

三、不含磷酸盐

四、第三代洗洁剂（全天然+活力+护肤+浓缩+环保）

图表目录：

图表1：2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表 2：2019年居民消费价格月度涨跌幅度

图表 3：2015-2019年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 4：2019年全国居民人均消费支出及其构成

图表 5：2015-2019年我国居民家庭的恩格尔系数（%）

图表 6：2015-2019年全部工业增加值及其增长速度

图表 7：2015-2019年建筑业增加值及其增长速度

图表 8：2015-2019年全社会固定资产投资

图表 9：2019年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比

图表 10：2015-2019年全社会消费品零售总额

图表 11：2015-2019年货物进出口总额

图表 12：2019年末人口数及其构成

图表 13：2015-2019年全球洗涤剂市场规模增长统计

图表 14：2015-2019年我国洗涤用品行业相关专利申请数量变化图（单位：项）

图表 15：截至2019年洗涤用品行业专利申请人专利申请数量（单位：项）

图表 16：截至2019年洗涤用品行业专利申请分布领域（前五位）（单位：项）

图表 17：2015-2019年中国洗洁精制造行业企业数量增长分析

图表 18：2015-2019年中国洗洁精制造行业从业人数增长分析

图表 19：2015-2019年中国洗洁精制造行业资产规模增长分析

图表 20：2019年洗洁精制造行业不同类型企业数量结构分析

图表 21：2019年洗洁精制造行业不同所有制企业数量结构分析

图表 22：2019年洗洁精制造行业不同类型企业销售收入结构分析

图表 23：2019年洗洁精制造行业不同所有制企业销售收入结构分析

图表 24：2015-2019年洗洁精制造行业产成品增长分析

图表 25：2015-2019年洗洁精制造行业工业销售产值增长分析

图表 26：2015-2019年洗洁精制造行业出口交货值增长分析

图表 27：2015-2019年洗洁精制造行业销售成本增长分析

图表 28：2015-2019年洗洁精制造行业费用统计增长分析

图表 29：2015-2019年洗洁精制造行业利润总额增长分析

图表 30：2015-2019年洗洁精制造行业主要盈利能力指标分析

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xitiao/P289413C9U.html>