

2016-2022年中国洗衣液市 场全景调查与投资潜力分析报告

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

《2016-2022年中国洗衣液市场全景调查与投资潜力分析报告》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/U72719WGEG.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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。

近几年，洗衣液品牌不断增多，品牌宣传、市场渗透使消费者对洗衣液产品有了新的认知和定位，市场份额也在悄然发生变化。

蓝月亮仍处于垄断地位，但市场份额有所减少。洗衣液市场化竞争激烈，各品牌在今后的国内市场份额将随着产品质量、公众信任度等因素影响发生变化。同时，物流业不断发展，网上购物快速便捷，年轻人将成为这一时尚购物的主力军。

销售渠道的多样化，对各品牌市场占有率也有较大影响，从2014年至2015年，洗衣液线上销售占比仅为12.4%，但增速达到了114%。可以预见，今后线上销售潜力巨大，传统卖场（超市、商场）、月亮小屋（社区店）将面临挑战。

当前市场上洗衣液产品已由过去单一的洁净功能逐渐向去污、除菌、柔顺、护色、护肤、易漂洗等多功能方向发展。各大品牌还根据不同人群以及不同洗涤品细分为婴儿洗衣液、丝毛洗衣液、内衣洗衣液、超浓缩洗衣液等多个品种，以照顾到不同消费者的需要。随着人们对洗衣液产品认同和接受度的不断提高，未来洗衣液市场将充满活力。同时，在我国洗衣液是仅次于粉状洗衣剂的第二大类洗涤用品，随着工业制造技术的迅速发展，浓缩化、温和化、安全化、功能化、专业化、生态化以及市场细分已成为今后液体洗涤剂的发展方向。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国洗衣液市场全景调查与投资潜力分析报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

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

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 2015年洗衣液行业发展情况分析

一、2015年洗衣液行业发展特点分析

二、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、2016-2022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

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、2015年洗衣液企业与品牌数量
- 二、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、2016-2022年我国洗衣液市场竞争趋势
- 二、2016-2022年洗衣液行业竞争格局展望
- 三、2016-2022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、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、经营状况

第二节 联合利华公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

第三节 广州蓝月亮实业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

第四节 立白集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

第五节 纳爱斯集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

第六节 威莱（广州）日用品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

第七节 北京绿伞化学股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

第八节 贝亲管理（上海）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

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 2016-2022年中国洗衣液市场趋势分析

一、2016-2022年洗衣液行业发展趋势分析

二、2016-2022年洗衣液产业政策趋向

三、2016-2022年洗衣液行业技术革新趋势

四、2016-2022年洗衣液价格走势分析

五、2016-2022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 2016-2022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、2016-2022年洗衣液市场规模预测
- 二、2016-2022年洗衣液行业总产值预测
- 三、2016-2022年洗衣液行业销售收入预测
- 四、2016-2022年洗衣液行业总资产预测

第二节 2016-2022年中国洗衣液行业供需预测

- 一、2016-2022年中国洗衣液供给预测
- 二、2016-2022年中国洗衣液产量预测
- 三、2016-2022年中国洗衣液需求预测
- 四、2016-2022年中国洗衣液供需平衡预测
- 五、2016-2022年中国洗衣液产品价格预测
- 六、2016-2022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、2016-2022年影响洗衣液行业运行的有利因素分析
- 二、2016-2022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、2016-2022年洗衣液行业市场风险及控制策略
- 二、2016-2022年洗衣液行业政策风险及控制策略
- 三、2016-2022年洗衣液行业经营风险及控制策略
- 四、2016-2022年洗衣液行业技术风险及控制策略
- 五、2016-2022年洗衣液行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2016-2022年洗衣液行业其他风险及控制策略

第十五章 投资建议

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年我国季度GDP增长率（单位：%）

图表：2010-2016年我国三次产业增加值季度增长率（单位：%）

图表：2009-2016年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年固定资产投资走势图（单位：%）

图表：2011-2016年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年我国社会消费品零售总额走势图（单位：亿元%）

图表：2009-2016年我国社会消费品零售总额构成走势图（单位：%）

图表：2009-2016年我国CPI、PPI运行趋势（单位：%）

图表：2008-2016年企业商品价格指数走势（2015年同期为100）

图表：2009-2016年进出口走势图（单位：%）

图表：2011-2016年我国货币供应量（单位：万亿元）

图表：2010-2016年我国存贷款同比增速走势图（单位：亿元%）

图表：2009-2016年我国月度新增贷款量（单位：亿元）

图表：2008-2016年我国外汇储备（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

图表：2013-2015年洗衣液行业利润情况分析

图表：行业生命周期概念图

图表：2016-2022年洗衣液行业利润总额预测

图表：2013-2015年我国洗衣液行业供给情况分析

图表：2013-2015年我国洗衣液行业需求情况分析

图表：2013-2015年我国主流洗衣液品牌产品均价走势分析

图表：2013-2015年洗衣液行业市场规模分析

图表：2013-2015年我国洗衣液行业净资产增长率分析

图表：2013-2015年我国洗衣液行业营业利润率分析

图表：2013-2015年我国洗衣液行业存货周转率分析

图表：2013-2015年我国洗衣液行业资产负债率分析

图表：2015年我国洗涤剂市场结构分析

图表：消费者对行业品牌认知度宏观调查

图表：消费者对行业产品的品牌偏好调查

图表：消费者对行业品牌的首要认知渠道

图表：洗衣液行业品牌忠诚度调查

图表：洗衣液行业品牌市场占有率调查

图表：消费者购买洗衣液时主要的考虑因素

图表：消费者购买洗衣液产品的功能偏好

图表：我国线上洗衣液零售消费者城市等级分布

图表：我国洗衣液网络零售消费者地区分布

图表：消费者对洗衣液产品最高价格接受度

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xitiao/U72719WGEG.html>