

# 2024-2030年中国家用洗洁 精市场深度评估与行业前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2024-2030年中国家用洗洁精市场深度评估与行业前景预测报告》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/202310/418220.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国家用洗洁精市场深度评估与行业前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：第一章 家用洗洁精相关概述 21 第一节 洗洁精成份 21 第二节 粉体洗洁精 22 一、粉体洗洁精特点 22 二、粉体洗洁精应用 22 三、粉体洗洁精市场优势 23 四、超浓缩粉体洗洁精 23 第三节 液体洗洁精 24 一、液体洗洁精特点 24 二、洗洁精的选择误区 24 三、洗洁精的危害 25 第二章 中国家用洗洁精市场运行环境解析 26 第一节 中国家用洗洁精政策环境分析 26 一、洗涤剂环境标志产品认证技术要求 26 二、餐具洗涤剂生产许可证换（发）证实施细则 28 三、洗衣粉标准技术要求 36 四、合成洗涤剂工业污染物排放标准 36 第二节 中国宏观经济环境分析 38 一、国民经济运行情况GDP(季度更新) 38 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新） 39 三、全国居民收入情况（季度更新） 40 四、工业发展形势（季度更新） 41 五、固定资产投资情况（季度更新） 41 六、社会消费品零售总额 41 七、对外贸易&进出口 42 第三节 中国家用洗洁精社会环境分析 42 一、居民消费观念 42 二、居民环保意识提高分析 42 三、人口环境分析 43 四、生态环境分析 44 第三章 国内外洗洁精(清洁剂)产业运行态势分析 46 第一节 中国洗涤剂市场运行概况 46 一、国外片状洗涤剂市场日益成熟 46 二、中国洗涤剂市场需求情况 46 三、瑞典立法禁止衣用洗涤剂使用磷酸盐 48 四、国外品牌主导俄罗斯合成洗涤剂市场 48 五、澳大利亚成功研制节水型洗涤剂 49 第二节 中国洗涤剂产业动行总况 49 一、我国合成洗涤剂产量平稳增长 49 二、洗涤剂行业主要专利技术发展状况 49 三、家用洗涤剂品种发展现状 56 四、洗涤剂与环境保护 58 第四章 中国家用洗洁精市场深度剖析 62 第一节 中国家用洗洁精销售情况 62 一、家用洗洁精品牌企业动态分析 62 二、家用洗洁精包装及市场销售的影响 63 三、家用洗洁精新产品研发情况 64 第二节 中国家用洗洁精市场细分领域透析 65 一、餐具洗洁精 65 二、饮水机清洗热带动清洁剂市场 66 三、洗衣机槽专业清洁剂将成家庭常备品 69 第三节 中国家用洗洁精存在的问题分析 70 一、成本问题 70 二、成份问题 71 三、禁限磷问题 72 四、质量问题 73 五、包装问题 74 第五章 中国洗洁精制造行业资料监测分析（2671） 75 第一节 中国洗洁精制造行业规模分析 75 一、企业数量增长分析 75 二、从业人数增长分析 76 三、资产规模增长分析 76 第二节 中国洗洁精制造行业结构分析 77 一、企业数量结构分析 77 二、销售收入结构分析 78 第三节 中国洗洁精制造行业产值分析 79 一、产成品增长分析 79 二、工业总产值/销售产值分析 79 三、出口交货值分析 81 第四节 中国洗洁精制造行业成本费用分析 81 一、销售成本统计 81 二、费用统计

82 第五节 中国洗洁精制造行业盈利能力分析 82 一、主要盈利指标分析 82 二、主要盈利能力指标分析 83 第六章 中国洗洁精相关产量资料统计分析 83 第一节 中国洗涤剂产量资料分析 83 一、洗涤剂产量资料分析 83 二、洗涤剂重点省市数据分析 84 第二节 中国洗涤剂产量资料分析 85 一、全国洗涤剂产量资料分析 85 二、洗涤剂重点省市数据分析 85 第三节 中国洗涤剂产量增长性分析 85 一、产量增长 85 二、集中度变化 87 第七章 中国家用洗洁精市场运行态势分析 87 第一节 中国家用洗洁精市场亮点聚焦 87 一、醋离子洗洁精热销市场 87 二、茶叶原料洗洁精亮相市场 88 三、生姜洗洁精市场动态分析 89 第二节 中国家用洗洁精市场剖析 90 一、品牌市场份额 90 二、洗洁精销量情况 90 三、餐具用洗洁精占市场比重 91 第三节 中国家用洗洁精市场价格分析 92 一、品牌产品价格分析 92 二、影响价格的因素分析 93 第八章 中国洗洁精(清洁剂)消费者行为分析 93 第一节 我国洗洁精(清洁剂)消费情况分析 93 一、洗涤用品是习惯性消费 93 二、品牌消费存在地域差异 93 三、使用与否与年龄相关 94 四、功效和价格影响消费 94 五、主要功效需求分析 94 六、消费者看中的促销方式 95 第二节 我国洗洁精常用品牌 95 第三节 我国四城市消费者偏好分析 97 第九章 中国家用洗洁精消费情况调研 97 第一节 受访者基本情况 97 一、性别占比 97 二、年龄分布 98 三、家族收入情况 98 四、家中是否常备用洗洁精 99 第二节 中国洗洁精消费行业调研 99 一、消费者最常使用洗洁精品牌分布 99 二、选购洗洁精时关注要素 99 三、消费者对洗洁精香型偏好 101 四、消费者对洗洁精状态偏好 101 五、消费者对洗洁精颜色偏好 102 六、消费者对浓缩型洗洁精认知情况 102 七、消费者对洗洁精价格敏感度 102 八、消费者对洗洁精包装关注度分析 103 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 103 第十章 中国洗洁精市场营销策略分析 104 第一节 中国洗洁精市场营销概况 104 一、散装洗洁精销售中存在失误 104 二、洗洁精新营销管道的开发 105 第二节 我国洗洁精行业营销案例分析 106 一、立白 106 二、雕牌 111 三、白猫 116 第三节 中国家用洗洁精市场营销策略分析 119 一、巩固老客户、发展新客户 119 二、广告策略 119 三、品牌带动 120 第十一章 中国洗洁精(清洁剂)行业市场新格局透析 120 第一节 我国洗洁精行业总体竞争局势分析 120 一、进入者的威胁和机会 120 二、内资品牌占主导 120 三、国产品牌锐意进取 120 四、臭氧洗涤技术在洗涤行业的应用 120 第二节 中国家用洗洁精竞争力分析 122 一、品牌竞争力分析 122 二、价格、成本竞争力分析 123 三、洗洁精在不同城市竞争的特点 123 第三节 中国家用洗洁精市场集中度分析 123 第四节 中国洗洁精与洗衣片的替代竞争分析 124 一、洗洁精与洗衣液竞争概况分析 124 二、洗洁精与“不用洗洁精的洗衣机”间的异业竞争分析 125 第五节 中国洗洁精市场竞争趋势分析 125 第十二章 中国洗洁精生产优势企业关键性财务资料分析(企业可自选) 128 第一节 南风化工集团股份有限公司 128 一、企业概况 128 二、企业主要经济指标分析 129 三、企业盈利能力分析 130 四、企业偿债能力分析 130 五、企业运

营能力分析 130 六、企业成长能力分析 131 第二节 广州市浪奇实业股份有限公司 131 一、企业概况 131 二、企业主要经济指标分析 131 三、企业盈利能力分析 132 四、企业偿债能力分析 133 五、企业运营能力分析 133 六、企业成长能力分析 133 第三节 浙江传化股份有限公司 134 一、企业概况 134 二、企业主要经济指标分析 135 三、企业盈利能力分析 136 四、企业偿债能力分析 136 五、企业运营能力分析 137 六、企业成长能力分析 137 第四节 纳爱斯集团有限公司 138 一、企业概况 138 二、企业主要经济指标分析 138 三、企业盈利能力分析 139 四、企业偿债能力分析 139 五、企业运营能力分析 139 六、企业成长能力分析 139 第五节 广州立白(番禺)有限公司 140 一、企业概况 140 二、企业主要经济指标分析 140 三、企业盈利能力分析 140 四、企业偿债能力分析 140 五、企业运营能力分析 141 六、企业成长能力分析 141 第六节 北京宝洁洗涤用品有限公司 141 一、企业概况 141 二、企业主要经济指标分析 142 三、企业盈利能力分析 142 四、企业偿债能力分析 142 五、企业运营能力分析 143 六、企业成长能力分析 143 第七节 联合利华(中国)有限公司 143 一、企业概况 143 二、企业主要经济指标分析 145 三、企业盈利能力分析 145 四、企业偿债能力分析 145 五、企业运营能力分析 145 六、企业成长能力分析 146 第八节 大连爱华迪清洁剂有限公司 146 一、企业概况 146 二、企业主要经济指标分析 146 三、企业盈利能力分析 147 四、企业偿债能力分析 147 五、企业运营能力分析 147 六、企业成长能力分析 147 第九节 宁安市天源化工有限公司 148 一、企业概况 148 二、企业主要经济指标分析 148 三、企业盈利能力分析 149 四、企业偿债能力分析 149 五、企业运营能力分析 149 六、企业成长能力分析 150 第十节 上海来今化工有限公司 150 一、企业概况 150 二、企业主要经济指标分析 151 三、企业盈利能力分析 151 四、企业偿债能力分析 151 五、企业运营能力分析 152 六、企业成长能力分析 152 第十三章 中国洗洁精上游产业运行透析 152 第一节 表面活性剂概述 152 一、表面活性剂基本概念 152 二、表面活性剂的结构及分类方法 153 三、表面活性剂洗涤剂的成分及性能 154 第二节 中国表面活性剂行业发展状况 155 一、国际表面活性剂行业发展势头良好 155 二、中国表面活性剂产业发展概况 155 三、合成洗涤剂工业对表面活性剂需求大 156 四、中国表面活性剂产业绿色化进程加快 157 第三节 中国助洗剂行业发展情况分析 157 一、助洗剂概述 157 二、烷基苯概述 159 三、丙烯酸概述 159 第十四章 中国洗洁精市场发展策略及建议分析 161 第一节 中国洗洁精企业面临的危机分析 161 一、真正的战争尚未开始 161 二、低价竞争造成企业发展困难 161 三、技术创新能力有待进一步提升 162 四、功能型表面活性剂短缺 162 五、节能减排任务艰巨 162 六、产能过剩,低水平重复建设严重 163 第二节 中国洗洁精企业发展战略 163 一、以战略思维避免恶性价格战 163 二、洗洁精规模企业经营建议 163 第三节 我国洗洁精中小企业经营建议分析 165 一、中小企业的竞争战略问题 165 二、汰渍现象的启示 166 第四节 我国洗洁精市场品牌发展建议分析 171 一

、品牌的发展情况分析 171 二、提升品牌价值策略 172 第十五章 中国洗洁精行业发展趋势  
预测分析 173 第一节 中国洗洁精行业战略发展趋势分析 173 第二节 中国洗洁精市场竞争趋势  
分析 178 第三节 中国洗洁精市场发展预测分析 180 第四节 中国家用洗洁精新品研究方向 182

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/418220.html>