



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国洗衣粉行业市场分析 及发展前景预测报告

一、调研说明

《2009年中国洗衣粉行业市场分析及发展前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/10488.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 2009年我国洗衣粉行业生存环境分析

一、2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2009年我国洗衣粉行业政策环境分析

- (一) 2009年我国政府出台相关政策分析
- (二) 2009年我国进出口关税分析
- (三) 2009年我国洗衣粉行业准则分析

三、2009年我国洗衣粉行业社会环境分析

- (一) 外资的介入给我国洗衣粉市场带来的机遇和挑战
- (二) 调查显示：洗衣粉作为通常使用的主要的洗涤产品
- (三) 我国具有空前的洗衣粉消费规模、但是洗衣粉市场还有盲点

四、2009年我国洗衣粉行业技术环境

- (一) 2009年我国洗涤技术专利申请情况
- (二) 活性物替代的可能 (LAS、AOS、MES、AES、AEO、APE)
- (三) 功能全、概念新的产品能够引导市场

第二章 2009年全球洗衣粉行业发展现状浅析

一、2009年全球洗衣粉行业市场概况

- (一) 全球洗衣粉行业市场特征
- (二) 全球洗衣粉行业市场供给
- (三) 全球洗衣粉行业市场需求

二、2009年全球洗衣粉行业存在问题分析

三、主要国家运行分析

- (一) 美国
- (二) 英国
- (三) 德国
- (四) 日本

第三章 2009年中国洗衣粉市场结构特征深度分析

一、2009年中国洗衣粉企业规模分析

（一）中国洗衣粉企业产能分析

（二）中国洗衣粉企业销售额同比

二、2009年中国洗衣粉市场市场集中度

三、2009年中国洗衣粉市场供给分析

（一）中国洗衣粉供应能力分析

（二）中国洗衣粉消费能力分析

四、2009年中国洗衣粉行业进出口贸易情况分析

第四章 2009年中国洗衣粉市场有关消费者行为、认知的调研分析

一、2009年洗衣粉消费情况调查分析

（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

二、2009年洗衣粉行业目标客户群体调查分析

（一）不同收入水平消费者对产品功能的侧重偏好调查

（二）不同年龄的消费者对产品功能的侧重偏好调查

（三）不同地区的消费者对产品功能的侧重偏好调查

三、2009年洗衣粉行业品牌市场调查分析

（一）消费者对洗衣粉品牌认知度宏观调查

（二）消费者对洗衣粉品牌偏好调查

（三）消费者对洗衣粉的首要认知渠道

（四）消费者经常购买的品牌调查

（五）洗衣粉品牌忠诚度调查

（六）洗衣粉品牌市场占有率调查

（七）消费者的消费理念调研

四、2009年中国洗衣粉重度消费者人口分布调查

（一）不同性别重度消费者的年龄分布

（二）不同性别重度消费者的收入分布

(三) 重度消费者选择该类商品的考虑因素

(四) 重度消费者对产品功能的侧重方面

五、2009年中国洗衣粉行业影响客户购买因素分析

(一) 价格敏感程度

(二) 品牌的影响

(三) 购买方便的影响

(四) 广告的影响程度

(五) 包装的影响程度

第五章 2009年中国洗衣粉行业市场竞争格局透析

一、2009年中国洗衣粉行业竞争现状分析

(一) 技术竞争分析

(二) 品牌竞争分析

(三) 价格竞争分析

二、2009年中国洗衣粉行业集中度分析

(一) 区域集中度分析

(二) 市场集中度分析

三、2009年中国洗衣粉竞争存在的问题分析

第六章 全球洗衣粉行业知名企业分析

一、美国宝洁公司

(一) 公司简介

(二) 宝洁在中国市场竞争策略的选择

(三) 宝洁公司营销策略

二、联合利华

(一) 公司简介

(二) 联合利华在中国的发展

(三) 联合利华的创新策略

(四) 以创新保持竞争优势

三、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

四、德国汉高

(一) 公司简介

(二) 德国汉高难进中国家庭

(三) 德国汉高中国合资出乱

(四) 汉高洗衣粉边缘化趋势明显

第七章 中国洗衣粉行业重点企业分析

一、纳爱斯正定有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

二、成都蓝风集团股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

三、白猫(重庆)有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

四、东莞市威亮实业有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

五、山东嘉祥县创洁洗涤日化有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

六、杭州传化花王有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

第八章 2009年洗衣粉原料市场运行态势分析

一、表面活性剂

- (一) 表面活性剂相关介绍
- (二) 中国表面活性剂 / 洗涤剂领域技术发展分析
- (三) 中国表面活性剂行业集中度分析
- (四) 中国表面活性剂行业发展趋势

二、丙烯酸

- (一) 全球丙烯酸市场分析
- (二) 中国丙烯酸市场发展回顾
- (三) 中国丙烯酸及酯市场供需分析
- (四) 丙烯酸最新技术进展
- (五) 中国丙烯酸(酯)市场未来仍将高速发展

二、纯碱

- (一) 全球纯碱市场发展趋势分析
- (二) 国内纯碱市场现状分析
- (三) 2009年影响中国纯碱市场的因素分析

第九章 2009年中国洗衣粉替代品市场态势分析

一、洗衣液

- (一) 洗衣液介绍
- (二) 洗衣液挑战洗衣粉
- (三) 洗衣液产品发展趋势

二、肥皂

- (一) 肥皂品牌的发展
- (二) 洗涤剂品牌的发展历程
- (三) 国外厂商品牌战略
- (四) 肥皂行业发展趋势

三、不用洗衣粉的洗衣机

- (一) 不用洗衣粉的洗衣机发展迅速
- (二) 不用洗衣粉洗衣机又成行业热点
- (三) 中国已着手制定不用洗衣粉洗衣机国家标准

第十章 2009-2012年中国洗衣粉行业市场发展及投资分析

一、2009-2012年中国洗衣粉行业运行趋势

- (一) 科技创新成为洗涤行业发展的驱动力
- (二) "竞合"将成为市场主流
- (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

二、2009-2012年中国洗衣粉产品发展趋势

- (一) 全效功能型洗衣用品仍是市场主流
- (二) 超强单功能型洗衣粉有相当的市场
- (三) 洗衣粉向天然、无刺激方向发展

三、2009-2012年中国洗衣粉市场运营预测

- (一) 中国洗衣粉供给能力预测
- (二) 中国洗衣粉需求能力预测

四、2009-2012年中国洗衣粉行业规模企业经营建议

- (一) 规模扩张：提高行业进入壁垒
- (二) 提升品牌增加产品的差异化
- (三) 制定产品鉴别标准，排挤质量低劣的小品牌
- (四) 以技术引领行业发展，通过产品开发对竞争者进行广泛的压制
- (五) 加强粉销终端建设，增强市场控制力
- (六) 向生产的上游产业延伸

五、2009-2012年中国洗衣粉行业中小企业经营建议

- (一) 提高产品品牌的知名度
- (二) 集中某一细粉市场
- (三) 拓宽粉销网络，增强经销商的推荐力
- (四) 中小企业强强联合，优势互补提高企业竞争力

六、2009-2012年中国洗衣粉行业投资分析

- (一) 中国洗衣粉行业投资环境分析
- (二) 中国洗衣粉行业投资机会分析
- (三) 中国洗衣粉行业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2006-2009年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2009年中国工业增加值增长率

图表：2005-2009年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2009年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/10488.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。