



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国洗衣液产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2016-2022年中国洗衣液产业发展现状及市场监测报告》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/280144.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

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。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。

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。

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家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 洗衣液相关概述 27

1.1 洗涤剂简述 27

1.1.1 洗涤剂的主要成分 27

1.1.2 洗涤剂的种类 27

1.1.3 洗涤剂的去污原理 29

1.2 洗衣粉概述 30

- 1.2.1 洗衣粉的成份 30
- 1.2.2 洗衣粉的分类 32
- 1.2.3 洗衣粉的性能标志 33
- 1.2.4 洗衣粉生产工艺流程 33
- 1.3 洗衣液相关阐述 35
- 1.3.1 洗衣液的分类 35
- 1.3.2 洗衣液适用范围 35
- 1.3.3 洗衣液特点与功效 36
- 1.3.4 洗衣液与洗衣粉的区别 36

第二章 2014-2015年世界洗衣液行业整体运营状况分析 38

- 2.1 2014-2015年世界洗衣液行业运行环境分析 38
 - 2.1.1 2014-2015年世界宏观经济环境分析 38
 - 2.1.2 2014-2015年世界家庭护理用品市场状况 47
- 2.2 2014-2015年世界洗衣液行业市场运行格局 50
 - 2.2.1 2015年世界衣物护理用品市场发展概况 50
 - 2.2.2 2015年世界衣物护理品细分市场分析 51
 - 2.2.3 2015年世界衣物洗涤剂市场概况 51
 - 2.2.4 世界洗衣液市场特征分析 52
 - 2.2.5 世界主要洗衣液品牌综述 52
- 2.3 2014-2015年世界主要国家洗衣液市场分析 53
 - 2.3.1 2015年日本洗衣液市场发展分析 53
 - 2.3.2 2015年美国洗衣液市场发展分析 53
 - 2.3.3 2015年德国洗衣液市场发展分析 54
 - 2.3.4 2015年意大利洗衣液市场发展分析 54
- 2.4 2016-2022年世界洗衣液行业发展趋势分析 54

第三章 2014-2015年中国洗衣液行业市场发展环境解析 58

- 3.1 2014-2015年中国宏观经济环境分析 58
 - 3.1.1 2014-2015年中国gdp分析 58
 - 3.1.2 2014-2015年中国cpi指数分析 60
 - 3.1.3 中国居民消费与恩格尔系数分析 64
 - 3.1.4 中国城镇居民家庭人均可支配收入分析 64

- 3.1.5 2015年中国社会消费品零售总额分析 65
- 3.2 2014-2015年中国洗衣液市场政策环境分析 67
 - 3.2.1 行业主管部门和监管体制 67
 - 3.2.2 洗衣液行业相关政策 67
 - 3.2.3 洗衣液行业相关标准 68
- 3.3 2008-2014-2015年中国洗衣液市场社会环境分析 69
 - 3.3.1 中国居民消费观念不断升级 69
 - 3.3.2 庞大的人口孕育巨大消费潜力 72
 - 3.3.3 社会环保意识增强 76

第四章 2014-2015年中国洗涤剂行业发展概况分析 77

- 4.1 2014世界洗涤剂市场发展概况 77
 - 4.1.1 世界洗涤剂市场需求强劲 77
 - 4.1.2 中东地区洗涤剂发展现状分析 77
 - 4.1.3 瑞典立法禁止衣用洗涤剂使用磷酸盐 77
 - 4.1.4 法国洗涤剂制造业发展现状分析 78
 - 4.1.5 国际洗涤剂发展出现新趋势 82
 - 4.1.6 世界液体洗洁剂市场发展新趋势 83
- 4.2 2014中国洗涤剂行业运行情况分析 84
 - 4.2.1 2015年中国洗涤剂行业零售规模分析 84
 - 4.2.2 2015年中国洗涤剂行业经济运行情况 84
 - 4.2.3 洗涤剂生产技术进展状况 85
 - 4.2.4 洗涤剂市场消费特点分析 85
- 4.3 2014中国洗涤剂行业的问题及对策分析 86
 - 4.3.1 洗涤剂行业需关注的六大难题 86
 - 4.3.2 中国洗涤剂行业存在的问题 87
 - 4.3.3 国产洗涤剂面临的包装问题 88
 - 4.3.4 洗涤剂行业的突破创新之路 89
- 4.4 2016-2022年中国洗涤剂行业发展趋势预测 90
 - 4.4.1 科技创新成为洗涤行业发展的驱动力 90
 - 4.4.2 技术领先成为行业竞争的新趋势 91
 - 4.4.3 环保要求加快无磷洗涤剂发展 92

4.4.4 中国洗涤剂市场发展预测 94

第五章 2014-2015年中国洗衣液行业市场运行态势剖析 95

5.1 2014-2015年中国洗衣液行业运行总况 95

5.1.1 洗涤产品进入"液洗"时代 95

5.1.2 洗衣液冲击洗涤用品领域 96

5.1.3 洗衣液市场的价格战分析 99

5.1.4 日化企业扎堆洗衣液 101

5.1.5 洗衣液市场三足鼎立 109

5.2 2014-2015年中国洗衣液市场动态分析 110

5.2.1 2015年洗衣液市场规模分析 110

5.2.2 2015年宝洁推出洗衣液产品 111

5.2.3 2015年宝洁推出碧浪洗衣液 112

5.2.4 2015年蓝月亮大力倡导环保洗衣 112

5.3 2014-2015年中国洗衣液市场消费情况分析 113

5.3.1 洗衣液价格高消费额度偏低 113

5.3.2 洗衣液市场"合炒"现象严重 114

5.3.3 洗衣液价高成市场瓶颈 117

第六章 2014-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业经济运行状况 119

6.1 2014-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业发展分析 119

6.1.1 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业发展概况 119

6.1.2 2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业发展概况 120

6.1.3 2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业发展概况 121

6.2 2014-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业总体运行情况 121

6.2.1 2004-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业企业数量统计 121

6.2.2 2004-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业从业人员统计 122

6.2.3 2004-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业销售收入分析 122

6.2.4 2004-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业利润总额分析 123

6.2.5 2004-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业亏损情况分析 124

6.3 2014-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业资产负债状况 125

6.3.1 2004-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业应收账款分析 125

6.3.2 2004-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业流动资产状况	126
6.3.3 2004-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业负债总额分析	127
6.4 2014-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业经营效益分析	128
6.4.1 2004-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业盈利能力分析	128
6.4.2 2004-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业偿债能力分析	128
6.4.3 2004-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业营运能力分析	129
6.5 2014-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业投资状况分析	129
6.5.1 2014-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业资产增长分析	129
6.5.2 2014-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业资产区域分布	130
6.5.3 2014-2015年肥皂及合成洗涤剂行业主要省区投资增速	131
6.6 2014-2015年肥皂及合成洗涤剂行业成本费用结构分析	131
6.6.1 2004-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业销售成本分析	131
6.6.2 2004-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业销售费用分析	132
6.6.3 2004-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业管理费用统计	133
6.6.4 2004-2015年中国肥皂及合成洗涤剂行业财务费用统计	134

第七章 2014-2015年中国洗衣液市场消费调研分析 136

7.1 2014-2015年中国洗衣液消费人群构成情况分析	136
7.1.1 洗衣液消费人群性别构成情况	136
7.1.2 洗衣液消费人群年龄构成情况	136
7.1.3 洗衣液消费人群教育程度构成	136
7.1.4 洗衣液消费人群收入构成情况	137
7.2 2014-2015年中国洗衣液行业消费者整体质量感知分析	137
7.2.1 消费者对洗衣液品牌形象的感知对比	137
7.2.2 消费者对洗衣液产品质量的感知对比	138
7.2.3 消费者对洗衣液性价比的感知对比	138
7.2.4 消费者对洗衣液购买渠道分析	139
7.3 2014-2015年影响消费者购买洗衣液的因素调查	139
7.3.1 洗衣液消费者使用率分析	139
7.3.2 影响消费者购买洗衣液的因素调查	140

第八章 2014-2015年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂(2)进出口贸易分析 141

8.1 2014-2015年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等进出口总体情况	141
8.1.1 2014-2015年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等进口情况	141
8.1.2 2014-2015年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等出口情况	141
8.2 2014-2015年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等进出口省市情况	142
8.2.1 2014-2015年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等主要进口省市情况	142
8.2.2 2014-2015年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等主要出口省市情况	142
8.3 2014-2015年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等进出口流向情况	143
8.3.1 2014-2015年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等进口来源国家或地区情况	143
8.3.2 2014-2015年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等出口国家或地区情况	144
8.4 2014-2015年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等进出口均价分析	144

第九章 2014-2015年中国洗衣粉市场运行分析 145

9.1 2015中国浓缩洗衣粉运行总况	145
9.1.1 洗涤巨头推动洗衣粉产业升级	145
9.1.2 中国积极推进洗衣粉浓缩化进程	146
9.1.3 中国发布超浓缩洗衣粉识别标志	149
9.1.4 中国浓缩洗衣粉技术推广分析	150
9.1.5 超浓缩洗衣粉将成国内发展新方向	152
9.1.6 传统洗衣粉仍主导主流市场	153
9.1.7 国产洗衣粉因价廉物美赢得市场	154
9.2 2014-2015年中国合成洗衣粉产量分析	157
9.2.1 2014-2015年中国合成洗衣粉产量情况	157
9.2.2 2014-2015年中国合成洗衣粉区域产量分析	157
9.2.3 2014-2015年中国合成洗衣粉产量增长性分析	158
9.3 2015年洗衣粉消费者市场调查分析	159
9.3.1 消费者购买洗衣粉基本情况	159
9.3.2 消费者对洗衣粉品牌评价综述	159
9.3.3 洗衣粉企业针对消费者需求的市场开发战略	160
9.4 2009中国洗衣粉品牌格局分析	160
9.4.1 洗衣粉中国市场品牌发展历程	160
9.4.2 品牌竞争格局与竞争手段分析	161

9.4.3 洗衣粉多品牌瓜分市场版图	161
9.5 2009中国洗衣粉多品牌瓜分市场版图分析	162
9.5.1 汰渍	162
9.5.2 立白	162
9.5.3 雕牌	162
9.5.4 奥妙	163
9.5.5 奇强	163
9.5.6 白猫	164

第十章 2014-2015年中国洗衣液其综相关产品运行分析 166

10.1 肥皂	166
10.1.1 肥皂品牌的发展	166
10.1.2 肥皂与洗衣粉特点对比分析	167
10.1.3 肥皂仍有一定市场需求	168
10.1.4 肥皂皂行业发展趋势	168
10.2 不用洗衣粉的洗衣机	170
10.2.1 不用洗衣粉的洗衣机发展迅速	170
10.2.2 不用洗衣粉洗衣机成行业热点	171
10.2.3 不用洗衣粉洗衣机国家标准实施	173

第十一章 2014-2015年中国洗衣液市场竞争新格局透析 175

11.1 2014-2015年中国洗衣液市场竞争概述	175
11.1.1 洗衣液市场竞争态势分析	175
11.1.2 洗衣液主要竞争手段分析	176
11.1.3 洗衣液渠道竞争特点分析	176
11.2 2014-2015年中国洗衣液重点品牌竞争分析	177
11.2.1 宝洁与联合利华	177
11.2.2 先锋洗衣液	180
11.2.3 立白高调枪挑蓝月亮	181
11.2.4 威露士与蓝月亮	182
11.3 2014-2015年中国洗衣液产业集中度分析	182
11.3.1 市场集中度分析	182

11.3.2 区域集中度分析 183

11.4 2016-2022年中国洗衣液竞争趋势探析 183

第十二章 中国洗衣液重点品牌企业运行分析 184

12.1 广州蓝月亮生物工程有限公司 184

12.1.1 企业基本概况 184

12.1.2 企业主要经济指标分析 184

12.1.3 企业盈利能力分析 185

12.1.4 企业偿债能力分析 186

12.1.5 企业运营能力分析 188

12.1.6 企业成本费用分析 190

12.2 广州立白（番禺）有限公司 191

12.2.1 企业基本概况 191

12.2.2 企业主要经济指标分析 191

12.2.3 企业盈利能力分析 192

12.2.4 企业偿债能力分析 193

12.2.5 企业运营能力分析 195

12.2.6 企业成本费用分析 197

12.3 联合利华（中国）有限公司 198

12.3.1 企业基本概况 198

12.3.2 企业主要经济指标分析 198

12.3.3 企业盈利能力分析 200

12.3.4 企业偿债能力分析 201

12.3.5 企业运营能力分析 202

12.3.6 企业成长能力分析 204

12.4 杭州传化花王有限公司 205

12.4.1 企业基本概况 205

12.4.2 企业主要经济指标分析 205

12.4.3 企业盈利能力分析 206

12.4.4 企业偿债能力分析 207

12.4.5 企业运营能力分析 209

12.4.6 企业成本费用分析 211

12.5 汕头市飘影洗涤用品有限公司 212

12.5.1 企业基本概况 212

12.5.2 企业主要经济指标分析 213

12.5.3 企业盈利能力分析 213

12.5.4 企业偿债能力分析 214

12.5.5 企业运营能力分析 216

12.5.6 企业成本费用分析 218

12.6 安利（中国）日用品有限公司 219

12.6.1 企业基本概况 219

12.6.2 企业主要经济指标分析 219

12.6.3 企业盈利能力分析 225

12.6.4 企业偿债能力分析 226

12.6.5 企业运营能力分析 228

12.6.6 企业成本费用分析 230

12.7 北京洛娃日化有限公司 231

12.7.1 企业基本概况 231

12.7.2 企业主要经济指标分析 231

12.7.3 企业盈利能力分析 232

12.7.4 企业偿债能力分析 233

12.7.5 企业运营能力分析 235

12.7.6 企业成本费用分析 236

12.8 北京绿伞化学股份有限公司 237

12.8.1 企业基本概况 237

12.8.2 企业主要经济指标分析 238

12.8.3 企业盈利能力分析 238

12.8.4 企业偿债能力分析 239

12.8.5 企业运营能力分析 241

12.8.6 企业成本费用分析 243

12.9 西安开米股份有限公司 244

12.9.1 企业基本概况 244

12.9.2 企业主要经济指标分析 244

12.9.3 企业盈利能力分析 245

12.9.4 企业偿债能力分析	246
12.9.5 企业运营能力分析	248
12.9.6 企业成本费用分析	250
12.10 威莱（广州）日用品有限公司	251
12.10.1 企业基本概况	251
12.10.2 企业主要经济指标分析	251
12.10.3 企业盈利能力分析	252
12.10.4 企业偿债能力分析	253
12.10.5 企业运营能力分析	255
12.10.6 企业成本费用分析	256
12.11 广州宝洁有限公司	257
12.11.1 企业基本概况	257
12.11.2 企业主要经济指标分析	257
12.11.3 企业盈利能力分析	259
12.11.4 企业偿债能力分析	260
12.11.5 企业运营能力分析	262
12.11.6 企业成长能力分析	264
12.12 纳爱斯集团有限公司	265
12.12.1 企业基本概况	265
12.12.2 企业主要经济指标分析	265
12.12.3 企业盈利能力分析	266
12.12.4 企业偿债能力分析	267
12.12.5 企业运营能力分析	269
12.12.6 企业成长能力分析	271

第十三章 2014-2015年中国洗衣粉原料市场运行现状分析 272

13.1 表面活性剂	272
13.1.1 表面活性剂相关介绍	272
13.1.2 表面活性剂在洗衣粉中的应用	277
13.1.3 表面活性剂供应商瞄准新兴市场	278
13.1.4 中国表面活性剂/洗涤剂领域技术发展分析	280
13.1.5 中国表面活性剂行业集中度分析	288

13.1.6 表面活性剂未来研发重点	289
13.1.7 表面活性剂的发展趋势	290
13.2 丙烯酸	292
13.2.1 全球丙烯酸行业发展情况	292
13.2.2 国内丙烯酸行业发展概况	293
13.2.3 亚洲将引领全球丙烯酸需求稳增	295
13.2.4 国内丙烯酸企业双管齐下开拓市场	296
13.2.5 丙烯酸最新技术进展情况分析	298
13.2.6 中国丙烯酸（酯）市场仍将高速发展	299
13.3 纯碱	300
13.3.1 中国纯碱工业成就卓著	300
13.3.2 2015年国内纯碱行业发展分析	301
13.3.3 2015年纯碱行业回暖值得期待	301
13.3.4 中国纯碱行业问题及发展建议	304
13.3.5 "十三五"纯碱工业发展新主题	306
第十四章 2016-2022年中国洗衣液行业发展趋势与前景展望	308
14.1 2016-2022年中国洗衣液行业发展前景分析	308
14.1.1 洗衣液替代洗衣粉是大势所趋	308
14.1.2 洗衣液刚性需求使得其有大前景	308
14.1.3 洗衣液oem发展前景展望	309
14.1.4 高浓缩洗衣液市场有待开发	309
14.2 2016-2022年中国洗衣液行业发展趋势分析	309
14.2.1 洗衣液市场发展趋势分析	309
14.2.2 国外洗衣液技术发展趋势分析	310
14.2.3 洗衣液技术与产品发展趋势	311
14.3 2016-2022年中国洗衣液行业市场预测分析	311
14.3.1 2016-2022年洗涤剂市场规模预测分析	311
14.3.2 2016-2022年洗衣液市场规模预测分析	312
14.3.3 2016-2022年洗衣液进出口贸易预测分析	314
14.4 2016-2022年中国洗衣液市场盈利预测分析	314

第十五章 2016-2022年中国洗衣液行业投资机会与风险规避指引 315

15.1 2014-2015年中国洗衣液行业投资概况 315

15.1.1 洗衣液投资特性分析 315

15.1.2 洗衣液投资经济环境 316

15.2 2016-2022年中国洗衣液行业投资机会分析 316

15.2.1 洗衣液行业吸引力分析 316

15.2.2 洗衣液区域投资潜力分析 316

15.2.3 洗衣液渠道市场投资机会 317

15.3 2016-2022年中国洗衣液行业投资风险预警 317

15.3.1 经济波动风险 317

15.3.2 市场竞争风险 318

15.3.3 产品开发风险 318

15.3.4 原材料的风险 319

15.3.5 市场运营风险 319

15.4 2016-2022年中国洗衣液行业投资策略及建议 319 (AK HT)

图表目录：

图表 1 2005年 季度—2015年 季度国内生产总值季度累计同比增长率（%） 58

图表 2 2015年12月居民消费价格主要数据 60

图表 3 2005年12月—2015年12月居民消费价格指数（上年同月=100） 62

图表 4 2011-2015年全国居民人均可支配收入及其增长速度 64

图表 5 2005年12月—2015年12月社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 65

图表 6 《中国洗涤用品行业"十二五"规划》目标 68

图表 7 2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业产成品及增长情况 119

图表 8 2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业产成品及增长对比 119

图表 9 2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业工业总产值及增长情况 120

图表 10 2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业工业总产值及增长对比 120

图表 11 2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业工业销售产值及增长情况 121

图表 12 2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业工业销售产值及增长对比 121

图表 13 2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业规模企业个数 121

图表 14 2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业从业人员 122

图表 15 2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业销售收入及增长情况 122

图表 16	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业销售收入及增长对比	123
图表 17	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业利润总额及增长情况	123
图表 18	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业利润总额及增长对比	123
图表 19	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业亏损企业亏损总额及增长情况	124
图表 20	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业亏损企业亏损总额及增长对比	124
图表 21	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业应收账款及增长情况	125
图表 22	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业应收账款及增长对比	125
图表 23	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业流动资产合计及增长情况	126
图表 24	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业流动资产合计及增长对比	126
图表 25	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业负债总额及增长情况	127
图表 26	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业负债总额及增长对比	127
图表 27	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业销售利润率	128
图表 28	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业资产负债率	128
图表 29	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业流动资产周转率	129
图表 30	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业资产合计及增长情况	129
图表 31	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业资产合计及增长对比	130
图表 32	2014-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业不同地区资产合计分布占比	130
图表 33	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业主营业务成本及增长情况	131
图表 34	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业主营业务成本及增长对比	132
图表 35	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业销售费用及增长情况	132
图表 36	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业销售费用及增长对比	132
图表 37	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业管理费用及增长情况	133
图表 38	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业管理费用及增长对比	133
图表 39	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业财务费用及增长情况	134
图表 40	2010-2015年我国肥皂及合成洗涤剂行业财务费用及增长对比	134
图表 41	各个年龄阶段洗衣产品的使用情况	136
图表 42	不同教育水平洗衣产品的使用情况	137
图表 43	消费者品牌偏好	138
图表 44	2013-2015年我国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等进口金额	141
图表 45	2013-2015年我国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等出口金额	141
图表 46	2014-2015年我国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等进口省市占比	142
图表 47	2014-2015年我国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等出口省市占比	142

图表 48	2014-2015年我国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂进口来源	143
图表 49	2014-2015年我国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂出口流向	144
图表 50	2015年1-10月全国合成洗衣粉产量分省市统计表	157
图表 51	2015年1-10月全国合成洗衣粉产量增长率	158
图表 52	近3年广州蓝月亮生物工程有限公司销售毛利率变化情况	185
图表 53	近3年广州蓝月亮生物工程有限公司资产负债率变化情况	186
图表 54	近3年广州蓝月亮生物工程有限公司产权比率变化情况	187
图表 55	近3年广州蓝月亮生物工程有限公司固定资产周转次数情况	188
图表 56	近3年广州蓝月亮生物工程有限公司流动资产周转次数变化情况	189
图表 57	近3年广州蓝月亮生物工程有限公司总资产周转次数变化情况	190
图表 58	近3年广州立白（番禺）有限公司销售毛利率变化情况	192
图表 59	近3年广州立白（番禺）有限公司资产负债率变化情况	193
图表 60	近3年广州立白（番禺）有限公司产权比率变化情况	194
图表 61	近3年广州立白（番禺）有限公司固定资产周转次数情况	195
图表 62	近3年广州立白（番禺）有限公司流动资产周转次数变化情况	196
图表 63	近3年广州立白（番禺）有限公司总资产周转次数变化情况	197
图表 64	近3年联合利华（中国）有限公司销售毛利率变化情况	200
图表 65	近3年联合利华（中国）有限公司资产负债率变化情况	201
图表 66	近3年联合利华（中国）有限公司产权比率变化情况	202
图表 67	近3年联合利华（中国）有限公司固定资产周转次数情况	203
图表 68	近3年联合利华（中国）有限公司流动资产周转次数变化情况	204
图表 69	近3年联合利华（中国）有限公司总资产周转次数变化情况	204
图表 70	近3年杭州传化花王有限公司销售毛利率变化情况	206
图表 71	近3年杭州传化花王有限公司资产负债率变化情况	207
图表 72	近3年杭州传化花王有限公司产权比率变化情况	208
图表 73	近3年杭州传化花王有限公司固定资产周转次数情况	209
图表 74	近3年杭州传化花王有限公司流动资产周转次数变化情况	210
图表 75	近3年杭州传化花王有限公司总资产周转次数变化情况	211
图表 76	近3年汕头市飘影洗涤用品有限公司销售毛利率变化情况	213
图表 77	近3年汕头市飘影洗涤用品有限公司资产负债率变化情况	214
图表 78	近3年汕头市飘影洗涤用品有限公司产权比率变化情况	215
图表 79	近3年汕头市飘影洗涤用品有限公司固定资产周转次数情况	216

图表 80	近3年汕头市飘影洗涤用品有限公司流动资产周转次数变化情况	217
图表 81	近3年汕头市飘影洗涤用品有限公司总资产周转次数变化情况	218
图表 82	近3年安利（中国）日用品有限公司销售毛利率变化情况	226
图表 83	近3年安利（中国）日用品有限公司资产负债率变化情况	227
图表 84	近3年安利（中国）日用品有限公司产权比率变化情况	227
图表 85	近3年安利（中国）日用品有限公司固定资产周转次数情况	228
图表 86	近3年安利（中国）日用品有限公司流动资产周转次数变化情况	229
图表 87	近3年安利（中国）日用品有限公司总资产周转次数变化情况	230
图表 88	近3年北京洛娃日化有限公司销售毛利率变化情况	232
图表 89	近3年北京洛娃日化有限公司资产负债率变化情况	233
图表 90	近3年北京洛娃日化有限公司产权比率变化情况	234
图表 91	近3年北京洛娃日化有限公司固定资产周转次数情况	235
图表 92	近3年北京洛娃日化有限公司流动资产周转次数变化情况	236
图表 93	近3年北京洛娃日化有限公司总资产周转次数变化情况	237
图表 94	近3年北京绿伞化学股份有限公司销售毛利率变化情况	238
图表 95	近3年北京绿伞化学股份有限公司资产负债率变化情况	239
图表 96	近3年北京绿伞化学股份有限公司产权比率变化情况	240
图表 97	近3年北京绿伞化学股份有限公司固定资产周转次数情况	241
图表 98	近3年北京绿伞化学股份有限公司流动资产周转次数变化情况	242
图表 99	近3年北京绿伞化学股份有限公司总资产周转次数变化情况	243
图表 100	近3年西安开米股份有限公司销售毛利率变化情况	246
图表 101	近3年西安开米股份有限公司资产负债率变化情况	246
图表 102	近3年西安开米股份有限公司产权比率变化情况	247
图表 103	近3年西安开米股份有限公司固定资产周转次数情况	248
图表 104	近3年西安开米股份有限公司流动资产周转次数变化情况	249
图表 105	近3年西安开米股份有限公司总资产周转次数变化情况	250
图表 106	近3年威莱（广州）日用品有限公司销售毛利率变化情况	252
图表 107	近3年威莱（广州）日用品有限公司资产负债率变化情况	253
图表 108	近3年威莱（广州）日用品有限公司产权比率变化情况	254
图表 109	近3年威莱（广州）日用品有限公司固定资产周转次数情况	255
图表 110	近3年威莱（广州）日用品有限公司流动资产周转次数变化情况	256
图表 111	近3年威莱（广州）日用品有限公司总资产周转次数变化情况	257

图表 112	近3年广州宝洁有限公司销售毛利率变化情况	259
图表 113	近3年广州宝洁有限公司资产负债率变化情况	260
图表 114	近3年广州宝洁有限公司产权比率变化情况	261
图表 115	近3年广州宝洁有限公司固定资产周转次数情况	262
图表 116	近3年广州宝洁有限公司流动资产周转次数变化情况	263
图表 117	近3年广州宝洁有限公司总资产周转次数变化情况	264
图表 118	近3年纳爱斯集团有限公司销售毛利率变化情况	266
图表 119	近3年纳爱斯集团有限公司资产负债率变化情况	267
图表 120	近3年纳爱斯集团有限公司产权比率变化情况	268
图表 121	近3年纳爱斯集团有限公司固定资产周转次数情况	269
图表 122	近3年纳爱斯集团有限公司流动资产周转次数变化情况	270
图表 123	近3年纳爱斯集团有限公司总资产周转次数变化情况	271
图表 124	表面活性剂在高新技术领域中的应用	288
图表 125	2015-2022年全球表面活性剂市场规模预测	290
图表 126	2016-2022年我国肥皂及合成洗涤剂行业销售收入预测图	311
图表 127	2016-2022年我国肥皂及合成洗涤剂行业工业总产值预测图	313
图表 128	2016-2022年我国肥皂及合成洗涤剂行业利润总额预测图	314
图表 129	2016-2022年洗衣液行业同业竞争风险及控制策略	318

表格目录：

表格 1	近4年广州蓝月亮生物工程有限公司销售毛利率变化情况	185
表格 2	近4年广州蓝月亮生物工程有限公司资产负债率变化情况	186
表格 3	近4年广州蓝月亮生物工程有限公司产权比率变化情况	187
表格 4	近4年广州蓝月亮生物工程有限公司固定资产周转次数情况	188
表格 5	近4年广州蓝月亮生物工程有限公司流动资产周转次数变化情况	189
表格 6	近4年广州蓝月亮生物工程有限公司总资产周转次数变化情况	190
表格 7	近4年广州立白（番禺）有限公司销售毛利率变化情况	192
表格 8	近4年广州立白（番禺）有限公司资产负债率变化情况	193
表格 9	近4年广州立白（番禺）有限公司产权比率变化情况	194
表格 10	近4年广州立白（番禺）有限公司固定资产周转次数情况	195
表格 11	近4年广州立白（番禺）有限公司流动资产周转次数变化情况	196
表格 12	近4年广州立白（番禺）有限公司总资产周转次数变化情况	197

表格 13 近4年联合利华（中国）有限公司销售毛利率变化情况	200
表格 14 近4年联合利华（中国）有限公司资产负债率变化情况	201
表格 15 近4年联合利华（中国）有限公司产权比率变化情况	202
表格 16 近4年联合利华（中国）有限公司固定资产周转次数情况	202
表格 17 近4年联合利华（中国）有限公司流动资产周转次数变化情况	203
表格 18 近4年联合利华（中国）有限公司总资产周转次数变化情况	204
表格 19 近4年杭州传化花王有限公司销售毛利率变化情况	206
表格 20 近4年杭州传化花王有限公司资产负债率变化情况	207

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/280144.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提供专业投资咨询报告、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。