



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](mailto: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&hellip;&hellip;

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](http://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。