



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年中国浓缩洗衣液行业 业市场监测及投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2017年中国浓缩洗衣液行业市场监测及投资前景预测报告》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/226918.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

目前，浓缩洗涤剂已成为全球洗涤剂市场的主流。和发达国家相比，我国市场尚处于起步阶段。中国洗涤用品工业协会数据显示，2011年全国规模以上企业洗衣粉产量达到374万吨，洗衣液产量超过100万吨，其中浓缩洗衣粉只占洗衣粉总量的4%左右，浓缩洗衣液所占比例更小。

艾凯集团报告网发布的《2013-2017年中国浓缩洗衣液行业市场监测及投资前景预测报告》共十三章。首先介绍了中国浓缩洗衣液行业的概念，接着分析了中国浓缩洗衣液行业发展环境，然后对中国浓缩洗衣液行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国浓缩洗衣液行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国浓缩洗衣液行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

第一章 浓缩洗衣液产品概述及其上下游分析 15

第一节 浓缩洗衣液介绍 15

一、浓缩洗衣液的定义 15

二、浓缩洗衣液产品的性能 15

三、浓缩洗衣液的主要用途 15

四、浓缩洗衣液的包装与储运 16

第二节 浓缩洗衣液的上游产品 17

第三节 浓缩洗衣液的下游产品 18

第四节 浓缩洗衣液行业产业链分析 19

第二章 2013-2017年中国浓缩洗衣液外部发展环境展望 20

第一节 中国宏观经济历史运行情况 20

一、GDP历史变动轨迹 20

二、固定资产投资历史变动轨迹 21

三、进出口贸易历史变动轨迹 23

第二节 2013-2017年中国宏观经济发展环境展望 25

第三节	2011-2012年中国浓缩洗衣液产业社会环境分析	27
第四节	中国浓缩洗衣液行业相关政策、法规标准分析	28
一、	近年来国家以及政府颁布的相关政策法规	28
二、	相关政策法规对市场的影响程度	33
第三章	中外浓缩洗衣液发展状况比较	35
第一节	中国浓缩洗衣液行业发展状况	35
一、	中国浓缩洗衣液行业发展历程	35
二、	中国浓缩洗衣液行业发展面临的问题	37
第二节	国际浓缩洗衣液行业发展轨迹综述	37
一、	国际浓缩洗衣液行业发展历程	37
二、	国际浓缩洗衣液行业发展面临的问题	40
第四章	浓缩洗衣液的生产工艺及技术进展	41
第一节	浓缩洗衣液主要生产方法	41
第二节	浓缩洗衣液工艺技术进展和发展趋势	41
第五章	国内浓缩洗衣液生产现状分析	43
第一节	浓缩洗衣液行业总体规模	43
第二节	浓缩洗衣液产能概况	43
第三节	浓缩洗衣液产量概况	44
一、	产量变动	44
二、	产能配置与产能利用率调查	44
第四节	浓缩洗衣液产业的生命周期分析	45
第六章	浓缩洗衣液原材料供应情况分析	49
第一节	浓缩洗衣液主要原材料	49
第二节	浓缩洗衣液主要原材料产量变动情况	49
第三节	浓缩洗衣液主要原材料价格情况	50
第四节	浓缩洗衣液主要原材料供应情况	51
第五节	影响原材料供应的因素	52

第七章 浓缩洗衣液销售市场分析	53
第一节 浓缩洗衣液国内营销模式分析	53
第二节 浓缩洗衣液国内分销商形态分析	56
第三节 浓缩洗衣液国内销售渠道分析	58
第四节 浓缩洗衣液行业国际化营销模式分析	59
第五节 浓缩洗衣液重点销售区域分析	60
第六节 浓缩洗衣液内部与外部流通量分析	61
第八章 浓缩洗衣液市场价格及价格走势分析	62
第一节 浓缩洗衣液年度价格变化分析	62
第二节 浓缩洗衣液月度价格变化分析	62
第三节 浓缩洗衣液各厂家价格分析	63
第四节 浓缩洗衣液市场价格驱动因素分析	64
第五节 2013-2017年我国浓缩洗衣液市场价格预测	64
第九章 2009-2012年浓缩洗衣液制造行业数据监测分析（2661）	66
第一节 2009-2012年浓缩洗衣液制造行业规模分析	66
一、企业数量增长分析	66
二、从业人数增长分析	66
三、资产规模增长分析	67
第二节 2012年中国浓缩洗衣液制造行业结构分析	67
一、企业数量结构分析	67
（一）、不同类型分析	67
（二）、不同所有制分析	68
二、销售收入结构分析	69
（一）、不同类型分析	69
（二）、不同所有制分析	69
第三节 2009-2012年中国浓缩洗衣液制造行业产值分析	70
一、产成品增长分析	70
二、工业销售产值分析	71
三、出口交货值分析	71
第四节 2009-2012年中国浓缩洗衣液制造行业成本费用分析	72

一、销售成本统计 72

二、费用统计 72

第五节 2009-2012年中国浓缩洗衣液制造行业盈利能力分析 73

一、主要盈利指标分析 73

二、主要盈利能力指标分析 73

第十章 2013-2017年浓缩洗衣液竞争格局展望 75

第一节 浓缩洗衣液行业的发展周期 75

一、浓缩洗衣液行业的经济周期 75

二、浓缩洗衣液行业的增长性与波动性 75

三、浓缩洗衣液行业的成熟度 76

第二节 浓缩洗衣液行业历史竞争格局综述 76

一、浓缩洗衣液行业集中度分析 76

二、浓缩洗衣液行业竞争程度 77

第三节 中国浓缩洗衣液市行业SWOT分析与对策 80

一、优势 80

二、劣势 80

三、威胁 80

四、机遇 81

五、发展我国浓缩洗衣液市工业的建议 81

第十一章 浓缩洗衣液国内重点生产厂家分析 83

第一节 广州立白企业集团有限公司 83

一、企业介绍及其发展历程 83

二、企业产品介绍 85

三、企业经营状况 85

(一) 企业偿债能力分析 87

(二) 企业运营能力分析 89

(三) 企业盈利能力分析 92

四、未来发展战略 93

第二节 广州蓝月亮实业有限公司 93

一、企业介绍及其发展历程 93

二、企业产品介绍	94
三、企业经营状况	94
(一) 企业偿债能力分析	95
(二) 企业运营能力分析	97
(三) 企业盈利能力分析	100
四、未来发展战略	101
第三节 纳爱斯集团	102
一、企业介绍及其发展历程	102
二、企业产品介绍	103
三、企业经营状况	103
(一) 企业偿债能力分析	103
(二) 企业运营能力分析	105
(三) 企业盈利能力分析	108
四、未来发展战略	109
第四节 宝洁	110
一、企业介绍及其发展历程	110
二、企业产品介绍	110
三、企业经营状况	111
(一) 企业偿债能力分析	112
(二) 企业运营能力分析	114
(三) 企业盈利能力分析	117
四、未来发展战略	118
第五节 北京绿伞化学股份有限公司	120
一、企业介绍及其发展历程	120
二、企业产品介绍	120
三、企业经营状况	121
(一) 企业偿债能力分析	121
(二) 企业运营能力分析	123
(三) 企业盈利能力分析	126
四、未来发展战略	127

第十二章 2013-2017年浓缩洗衣液未来发展趋势及投资风险分析	129
-----------------------------------	-----

第一节 当前浓缩洗衣液市存在的问题	129
第二节 2013-2017年浓缩洗衣液市未来发展预测分析	129
第三节 2013-2017年浓缩洗衣液市投资前景分析	130
第四节 2013-2017年浓缩洗衣液行业投资风险展望	131
一、宏观调控风险	131
二、行业竞争风险	135
三、供需波动风险	135
四、经营管理风险	136
五、其他风险	137

第十三章 2013-2017年浓缩洗衣液企业经营战略建议 140

第一节 2013-2017年浓缩洗衣液企业的标杆管理	140
一、国内企业的经验借鉴	140
二、国外企业的经验借鉴	142
第二节 2013-2017年浓缩洗衣液企业的资本运作模式	144
一、浓缩洗衣液企业国内资本市场的运作建议	144
二、浓缩洗衣液企业海外资本市场的运作建议	144
第三节 2013-2017年浓缩洗衣液企业营销模式建议	147
一、浓缩洗衣液企业的国内营销模式建议	147
二、浓缩洗衣液企业海外营销模式建议	149

图表目录

图表 1 2002年 季度—2012年 季度国内生产总值季度累计同比增长率(%)	20
图表 2 2002年1-12月—2012年1-12月固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%)	21
图表 3 2002年12月—2012年12月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%)	23
图表 4 洗衣液生产工艺	41
图表 5 我国浓缩洗衣液行业所处生命周期示意图	45
图表 6 行业生命周期、战略及其特征	47
图表 7 浓缩洗衣液渠道策略示意图	54
图表 8 区域消费差异	60
图表 9 2009-2012年我国浓缩洗衣液制造行业规模企业个数及增长情况	66

图表 10 2009-2012年我国浓缩洗衣液制造行业从业人员及增长情况 66

图表 11 2009-2012年我国浓缩洗衣液制造行业资产合计及增长情况 67

图表 12 2012年1-12月我国浓缩洗衣液制造行业不同规模企业数量对比 67

图表 13 2012年1-12月我国浓缩洗衣液制造行业不同所有制企业数量对比 68

图表 14 2012年1-12月我国浓缩洗衣液制造行业不同规模企业销售收入对比 69

图表 15 2012年1-12月我国浓缩洗衣液制造行业不同所有制企业销售收入对比 69

图表 16 2009-2012年我国浓缩洗衣液制造行业产成品及增长情况 70

图表 17 2009-2012年我国浓缩洗衣液制造行业工业销售产值及增长情况 71

图表 18 2009-2012年我国浓缩洗衣液制造行业出口交货值及增长情况 71

图表 19 2009-2012年我国浓缩洗衣液制造行业主营业务成本及增长情况 72

图表 20 2009-2012年我国浓缩洗衣液制造行业营业费用及增长情况 72

图表 21 2009-2012年我国浓缩洗衣液制造行业销售收入及增长情况 73

图表 22 2009-2012年我国浓缩洗衣液制造行业利润总额及增长情况 73

图表 23 洗衣液取代洗衣粉的机会 77

图表 24 近3年广州立白企业集团有限公司资产负债率变化情况 87

图表 25 近3年广州立白企业集团有限公司产权比率变化情况 88

图表 26 近3年广州立白企业集团有限公司固定资产周转次数情况 89

图表 27 近3年广州立白企业集团有限公司流动资产周转次数变化情况 90

图表 28 近3年广州立白企业集团有限公司总资产周转次数变化情况 91

图表 29 近3年广州立白企业集团有限公司销售毛利率变化情况 92

图表 30 近3年广州蓝月亮实业有限公司资产负债率变化情况 95

图表 31 近3年广州蓝月亮实业有限公司产权比率变化情况 96

图表 32 近3年广州蓝月亮实业有限公司固定资产周转次数情况 97

图表 33 近3年广州蓝月亮实业有限公司流动资产周转次数变化情况 98

图表 34 近3年广州蓝月亮实业有限公司总资产周转次数变化情况 99

图表 35 近3年广州蓝月亮实业有限公司销售毛利率变化情况 100

图表 36 近3年纳爱斯集团资产负债率变化情况 104

图表 37 近3年纳爱斯集团产权比率变化情况 105

图表 38 近3年纳爱斯集团固定资产周转次数情况 106

图表 39 近3年纳爱斯集团流动资产周转次数变化情况 106

图表 40 近3年纳爱斯集团总资产周转次数变化情况 107

图表 41 近3年纳爱斯集团销售毛利率变化情况 108

图表 42 近3年宝洁（中国）有限公司资产负债率变化情况 112
图表 43 近3年宝洁（中国）有限公司产权比率变化情况 113
图表 44 近3年宝洁（中国）有限公司固定资产周转次数情况 114
图表 45 近3年宝洁（中国）有限公司流动资产周转次数变化情况 115
图表 46 近3年宝洁（中国）有限公司总资产周转次数变化情况 116
图表 47 近3年宝洁（中国）有限公司销售毛利率变化情况 117
图表 48 近3年北京绿伞化学股份有限公司资产负债率变化情况 122
图表 49 近3年北京绿伞化学股份有限公司产权比率变化情况 122
图表 50 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 123
图表 51 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 124
图表 52 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 125
图表 53 近3年北京绿伞化学股份有限公司销售毛利率变化情况 126

表格目录

表格 1 近4年广州立白企业集团有限公司资产负债率变化情况 87
表格 2 近4年广州立白企业集团有限公司产权比率变化情况 88
表格 3 近4年广州立白企业集团有限公司固定资产周转次数情况 89
表格 4 近4年广州立白企业集团有限公司流动资产周转次数变化情况 90
表格 5 近4年广州立白企业集团有限公司总资产周转次数变化情况 91
表格 6 近4年广州立白企业集团有限公司销售毛利率变化情况 92
表格 7 近4年广州蓝月亮实业有限公司资产负债率变化情况 95
表格 8 近4年广州蓝月亮实业有限公司产权比率变化情况 96
表格 9 近4年广州蓝月亮实业有限公司固定资产周转次数情况 97
表格 10 近4年广州蓝月亮实业有限公司流动资产周转次数变化情况 98
表格 11 近4年广州蓝月亮实业有限公司总资产周转次数变化情况 99
表格 12 近4年广州蓝月亮实业有限公司销售毛利率变化情况 100
表格 13 近4年纳爱斯集团资产负债率变化情况 103
表格 14 近4年纳爱斯集团产权比率变化情况 104
表格 15 近4年纳爱斯集团固定资产周转次数情况 105
表格 16 近4年纳爱斯集团流动资产周转次数变化情况 106
表格 17 近4年纳爱斯集团总资产周转次数变化情况 107
表格 18 近4年纳爱斯集团销售毛利率变化情况 108
表格 19 近4年宝洁（中国）有限公司资产负债率变化情况 112

表格 20	近4年宝洁（中国）有限公司产权比率变化情况	113
表格 21	近4年宝洁（中国）有限公司固定资产周转次数情况	114
表格 22	近4年宝洁（中国）有限公司流动资产周转次数变化情况	115
表格 23	近4年宝洁（中国）有限公司总资产周转次数变化情况	116
表格 24	近4年宝洁（中国）有限公司销售毛利率变化情况	117
表格 25	近4年北京绿伞化学股份有限公司资产负债率变化情况	121
表格 26	近4年北京绿伞化学股份有限公司产权比率变化情况	122
表格 27	近4年北京绿伞化学股份有限公司固定资产周转次数情况	123
表格 28	近4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	124
表格 29	近4年北京绿伞化学股份有限公司总资产周转次数变化情况	125
表格 30	近4年北京绿伞化学股份有限公司销售毛利率变化情况	126

通过《2013-2017年中国浓缩洗衣液行业市场监测及投资前景预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/226918.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。