



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国洗衣液市场运行态势及投资策略报告

一、调研说明

《2015-2020年中国洗衣液市场运行态势及投资策略报告》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/250665.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 洗衣液相关概述 19

1.1 洗涤剂简述 19

1.1.1 洗涤剂的主要成分 19

1.1.2 洗涤剂的种类 19

1.1.3 洗涤剂的去污原理 20

1.2 洗衣粉概述 21

1.2.1 洗衣粉的成份 21

1.2.2 洗衣粉的分类 22

1.2.3 洗衣粉的性能标志 23

1.2.4 洗衣粉生产工艺流程 23

1.3 洗衣液相关阐述 25

1.3.1 洗衣液的分类 25

1.3.2 洗衣液适用范围 26

1.3.3 洗衣液特点与功效 27

1.3.4 洗衣液与洗衣粉的区别 27

第二章 2013-2014年世界洗衣液行业整体运营状况分析 29

2.1 2013-2014年世界洗衣液行业运行环境分析 29

2.1.1 2013-2014年世界宏观经济环境分析 29

2.1.2 2013-2014年世界家庭护理用品市场状况 31

2.2 2013-2014年世界洗衣液行业市场运行格局 33

2.2.1 2014年世界衣物护理用品市场发展概况 33

2.2.2 2014年世界衣物护理品细分市场分析 34

2.2.3 2014年世界衣物洗涤剂市场概况 35

2.2.4 世界洗衣液市场特征分析 36

2.2.5 世界主要洗衣液品牌综述 36

2.3 2013-2014年世界主要国家洗衣液市场分析 37

2.3.1 2014年日本洗衣液市场发展分析 37

2.3.2 2014年美国洗衣液市场发展分析 39

2.3.3 2014年德国洗衣液市场发展分析 41

2.3.4 2014年意大利洗衣液市场发展分析 43

2.4 2015-2020年世界洗衣液行业发展趋势分析	45
第三章 2013-2014年中国洗衣液行业市场发展环境解析	47
3.1 2013-2014年中国宏观经济环境分析	47
3.1.1 2013-2014年中国GDP分析	47
3.1.2 2013-2014年中国CPI指数分析	47
3.1.3 中国居民消费与恩格尔系数分析	48
3.1.4 中国城镇居民家庭人均可支配收入分析	49
3.1.5 2014年中国社会消费品零售总额分析	49
3.2 2013-2014年中国洗衣液市场政策环境分析	50
3.2.1 行业主管部门和监管体制	50
3.2.2 洗衣液行业相关政策	51
3.2.3 洗衣液行业相关标准	52
3.3 2008-2013-2014年中国洗衣液市场社会环境分析	52
3.3.1 中国居民消费观念不断升级	52
3.3.2 庞大的人口孕育巨大消费潜力	53
3.3.3 社会环保意识增强	54
第四章 2013-2014年中国洗涤剂行业发展概况分析	56
4.1 2014世界洗涤剂市场发展概况	56
4.1.1 世界洗涤剂市场需求强劲	56
4.1.2 中东地区洗涤剂发展现状分析	56
4.1.3 瑞典立法禁止衣用洗涤剂使用磷酸盐	61
4.1.4 法国洗涤剂制造业发展现状分析	61
4.1.5 国际洗涤剂发展出现新趋势	66
4.1.6 世界液体洗洁剂市场发展新趋势	67
4.2 2014中国洗涤剂行业运行情况分析	68
4.2.1 2014年中国洗涤剂行业零售规模分析	68
4.2.2 2014年中国洗涤剂行业经济运行情况	68
4.2.3 洗涤剂生产技术进展状况	70
4.2.4 洗涤剂市场消费特点分析	71
4.3 2014中国洗涤剂行业的问题及对策分析	71
4.3.1 洗涤剂行业需关注的六大难题	71
4.3.2 中国洗涤剂行业存在的问题	72

4.3.3 国产洗涤剂面临的包装问题	73
4.3.4 洗涤剂行业的突破创新之路	73
4.4 2015-2020年中国洗涤剂行业发展趋势预测	76
4.4.1 科技创新成为洗涤行业发展的驱动力	76
4.4.2 技术领先成为行业竞争的新趋势	77
4.4.3 环保要求加快无磷洗涤剂发展	78
4.4.4 中国洗涤剂市场发展预测	79
第五章 2013-2014年中国洗衣液行业市场运行态势剖析	80
5.1 2013-2014年中国洗衣液行业运行总况	80
5.1.1 洗涤产品进入"液洗"时代	80
5.1.2 洗衣液冲击洗涤用品领域	81
5.1.3 洗衣液市场的价格战分析	82
5.1.4 日化企业扎堆洗衣液	83
5.1.5 洗衣液市场三足鼎立	84
5.2 2013-2014年中国洗衣液市场动态分析	85
5.2.1 2014年洗衣液市场规模分析	85
5.2.2 2014年宝洁推出洗衣液产品	86
5.2.3 2014年宝洁推出碧浪洗衣液	86
5.2.4 2014年蓝月亮大力倡导环保洗衣	87
5.3 2013-2014年中国洗衣液市场消费情况分析	87
5.3.1 洗衣液价格高消费额度偏低	87
5.3.2 洗衣液市场"合炒"现象严重	88
5.3.3 洗衣液价高成市场瓶颈	89
第六章 2013-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业经济运行状况	91
6.1 2008-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业发展分析	91
6.1.1 2008年中国肥皂及合成洗涤剂行业发展概况	91
6.1.2 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业发展概况	94
6.1.3 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业发展概况	97
6.2 2013-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业总体运行情况	100
6.2.1 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业企业数量统计	100
6.2.2 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业从业人员统计	103
6.2.3 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业销售收入分析	103

6.2.4	2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业利润总额分析	107
6.2.5	2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业亏损情况分析	111
6.3	2013-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业资产负债状况	112
6.3.1	2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业应收账款分析	112
6.3.2	2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业流动资产状况	112
6.3.3	2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业负债总额分析	113
6.4	2013-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业经营效益分析	114
6.4.1	2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业盈利能力分析	114
6.4.2	2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业偿债能力分析	118
6.4.3	2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业营运能力分析	120
6.5	2013-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业投资状况分析	124
6.5.1	2013-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业资产增长分析	124
6.5.2	2013-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业资产区域分布	126
6.5.3	2013-2014年肥皂及合成洗涤剂行业主要省区投资增速	128
6.6	2013-2014年肥皂及合成洗涤剂行业成本费用结构分析	130
6.6.1	2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业销售成本分析	131
6.6.2	2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业销售费用分析	132
6.6.3	2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业管理费用统计	133
6.6.4	2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业财务费用统计	134
	第七章 2013-2014年中国洗衣液市场消费调研分析	136
7.1	2013-2014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	137
7.1.4	洗衣液消费人群收入构成情况	137
7.2	2013-2014年中国洗衣液行业消费者整体质量感知分析	138
7.2.1	消费者对洗衣液品牌形象的感知对比	138
7.2.2	消费者对洗衣液产品质量的感知对比	139
7.2.3	消费者对洗衣液性价比的感知对比	140
7.2.4	消费者对洗衣液购买渠道分析	140
7.3	2013-2014年影响消费者购买洗衣液的因素调查	141
7.3.1	洗衣液消费者使用率分析	141

7.3.2 影响消费者购买洗衣液的因素调查 142

第八章 2013-2014年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等进出口贸易分析 143

8.1 2013-2014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 143

8.1.1 2013-2014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 143

8.1.2 2013-2014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 145

8.2 2013-2014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 147

8.2.1 2013-2014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 147

8.2.2 2013-2014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 149

8.3 2013-2014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 150

8.3.1 2013-2014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
150

8.3.2 2013-2014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 152

8.4 2013-2014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 153

第九章 2013-2014年中国洗衣粉市场运行分析 155

9.1 2009中国浓缩洗衣粉运行总况 155

9.1.1 洗涤巨头推动洗衣粉产业升级 155

9.1.2 中国积极推进洗衣粉浓缩化进程 155

9.1.3 中国发布超浓缩洗衣粉识别标志 156

9.1.4 中国浓缩洗衣粉技术推广分析 156

9.1.5 超浓缩洗衣粉将成国内发展新方向 159

9.1.6 传统洗衣粉仍主导主流市场 160

9.1.7 国产洗衣粉因价廉物美赢得市场 160

9.2 2007-2014年中国合成洗衣粉产量分析 161

9.2.1 2013-2014年中国合成洗衣粉产量情况 161

9.2.2 2013-2014年中国合成洗衣粉区域产量分析 162

9.2.3 2013-2014年中国合成洗衣粉产量增长性分析 164

9.3 2014年洗衣粉消费者市场调查分析 164

9.3.1 消费者购买洗衣粉基本情况 165

9.3.2 消费者对洗衣粉品牌评价综述 165

9.3.3 洗衣粉企业针对消费者需求的市场开发战略 166

9.4 2009中国洗衣粉品牌格局分析 167

9.4.1 洗衣粉中国市场品牌发展历程 167

9.4.2 品牌竞争格局与竞争手段分析	168
9.4.3 洗衣粉多品牌瓜分市场版图	169
9.5 2009中国洗衣粉多品牌瓜分市场版图分析	169
9.5.1 汰渍	169
9.5.2 立白	170
9.5.3 雕牌	171
9.5.4 奥妙	171
9.5.5 奇强	172
9.5.6 白猫	173
第十章 2013-2014年中国洗衣液其综相关产品运行分析	174
10.1 肥皂	174
10.1.1 肥皂品牌的发展	174
10.1.2 肥皂与洗衣粉特点对比分析	175
10.1.3 肥皂仍有一定市场需求	175
10.1.4 肥皂皂行业发展趋势	175
10.2 不用洗衣粉的洗衣机	176
10.2.1 不用洗衣粉的洗衣机发展迅速	176
10.2.2 不用洗衣粉洗衣机成行业热点	177
10.2.3 不用洗衣粉洗衣机国家标准实施	177
第十一章 2013-2014年中国洗衣液市场竞争新格局透析	178
11.1 2013-2014年中国洗衣液市场竞争概述	178
11.1.1 洗衣液市场竞争态势分析	178
11.1.2 洗衣液主要竞争手段分析	178
11.1.3 洗衣液渠道竞争特点分析	179
11.2 2013-2014年中国洗衣液重点品牌竞争分析	179
11.2.1 宝洁与联合利华	179
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	181
11.3 2013-2014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	182

11.4 2015-2020年中国洗衣液竞争趋势探析	182
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	185
12.1.5 企业运营能力分析	186
12.1.6 企业成本费用分析	186
12.2 广州立白(番禺)有限公司	187
12.2.1 企业基本概况	187
12.2.2 企业主要经济指标分析	187
12.2.3 企业盈利能力分析	188
12.2.4 企业偿债能力分析	188
12.2.5 企业运营能力分析	188
12.2.6 企业成本费用分析	189
12.3 联合利华(中国)有限公司	189
12.3.1 企业基本概况	189
12.3.2 企业主要经济指标分析	190
12.3.3 企业盈利能力分析	191
12.3.4 企业偿债能力分析	191
12.3.5 企业运营能力分析	191
12.3.6 企业成长能力分析	192
12.3.7 企业成本费用分析	192
12.4 杭州传化花王有限公司	193
12.4.1 企业基本概况	193
12.4.2 企业主要经济指标分析	193
12.4.3 企业盈利能力分析	194
12.4.4 企业偿债能力分析	195
12.4.5 企业运营能力分析	195
12.4.6 企业成本费用分析	195
12.5 汕头市飘影洗涤用品有限公司	196

- 12.5.1 企业基本概况 196
- 12.5.2 企业主要经济指标分析 197
- 12.5.3 企业盈利能力分析 197
- 12.5.4 企业偿债能力分析 198
- 12.5.5 企业运营能力分析 198
- 12.5.6 企业成本费用分析 198
- 12.6 安利（中国）日用品有限公司 199
- 12.6.1 企业基本概况 199
- 12.6.2 企业主要经济指标分析 199
- 12.6.3 企业盈利能力分析 200
- 12.6.4 企业偿债能力分析 201
- 12.6.5 企业运营能力分析 201
- 12.6.6 企业成本费用分析 201
- 12.7 北京洛娃日化有限公司 202
- 12.7.1 企业基本概况 202
- 12.7.2 企业主要经济指标分析 202
- 12.7.3 企业盈利能力分析 203
- 12.7.4 企业偿债能力分析 203
- 12.7.5 企业运营能力分析 2004
- 12.7.6 企业成本费用分析 2004
- 12.8 北京绿伞化学股份有限公司 205
- 12.8.1 企业基本概况 205
- 12.8.2 企业主要经济指标分析 205
- 12.8.3 企业盈利能力分析 206
- 12.8.4 企业偿债能力分析 206
- 12.8.5 企业运营能力分析 207
- 12.8.6 企业成本费用分析 207
- 12.9 西安开米股份有限公司 208
- 12.9.1 企业基本概况 208
- 12.9.2 企业主要经济指标分析 208
- 12.9.3 企业盈利能力分析 209
- 12.9.4 企业偿债能力分析 210

12.9.5 企业运营能力分析	210
12.9.6 企业成本费用分析	210
12.10 威莱（广州）日用品有限公司	211
12.10.1 企业基本概况	211
12.10.2 企业主要经济指标分析	212
12.10.3 企业盈利能力分析	213
12.10.4 企业偿债能力分析	213
12.10.5 企业运营能力分析	213
12.10.6 企业成本费用分析	214
12.11 广州宝洁有限公司	214
12.11.1 企业基本概况	214
12.11.2 企业主要经济指标分析	214
12.11.3 企业盈利能力分析	215
12.11.4 企业偿债能力分析	216
12.11.5 企业运营能力分析	216
12.11.6 企业成长能力分析	216
12.11.7 企业成本费用分析	217
12.12 纳爱斯集团有限公司	217
12.12.1 企业基本概况	217
12.12.2 企业主要经济指标分析	219
12.12.3 企业盈利能力分析	220
12.12.4 企业偿债能力分析	220
12.12.5 企业运营能力分析	220
12.12.6 企业成长能力分析	221
12.12.7 企业成本费用分析	221
第十三章 2013-2014年中国洗衣粉原料市场运行现状分析	222
13.1 表面活性剂	222
13.1.1 表面活性剂相关介绍	222
13.1.2 表面活性剂在洗衣粉中的应用	222
13.1.3 表面活性剂供应商瞄准新兴市场	223
13.1.4 中国表面活性剂/洗涤剂领域技术发展分析	224
13.1.5 中国表面活性剂行业集中度分析	232

13.1.6 表面活性剂未来研发重点	233
13.1.7 表面活性剂的发展趋势	235
13.2 丙烯酸	236
13.2.1 全球丙烯酸行业发展情况	236
13.2.2 国内丙烯酸行业发展概况	236
13.2.3 亚洲将引领全球丙烯酸需求稳增	237
13.2.4 国内丙烯酸企业双管齐下开拓市场	238
13.2.5 丙烯酸最新技术进展情况分析	239
13.2.6 中国丙烯酸（酯）市场仍将高速发展	239
13.3 纯碱	240
13.3.1 中国纯碱工业成就卓著	240
13.3.2 2014年国内纯碱行业发展分析	243
13.3.3 2014年纯碱行业回暖值得期待	244
13.3.4 中国纯碱行业问题及发展建议	244
13.3.5 "十二五"纯碱工业发展新主题	247
第十四章 2015-2020年中国洗衣液行业发展趋势与前景展望	249
14.1 2015-2020年中国洗衣液行业发展前景分析	249
14.1.1 洗衣液替代洗衣粉是大势所趋	249
14.1.2 洗衣液刚性需求使得其有大前景	249
14.1.3 洗衣液OEM发展前景展望	251
14.1.4 高浓缩洗衣液市场有待开发	252
14.2 2015-2020年中国洗衣液行业发展趋势分析	253
14.2.1 洗衣液市场发展趋势分析	253
14.2.2 国外洗衣液技术发展趋势分析	253
14.2.3 洗衣液技术与产品发展趋势	255
14.3 2015-2020年中国洗衣液行业市场预测分析	256
14.3.1 2015-2020年洗涤剂市场规模预测分析	256
14.3.2 2015-2020年洗衣液市场规模预测分析	256
14.3.3 2015-2020年洗衣液进出口贸易预测分析	257
14.4 2015-2020年中国洗衣液市场盈利预测分析	258
第十五章 2015-2020年中国洗衣液行业投资机会与风险规避指引	259
15.1 2013-2014年中国洗衣液行业投资概况	259

15.1.1 洗衣液投资特性分析	259
15.1.2 洗衣液投资经济环境	259
15.2 2015-2020年中国洗衣液行业投资机会分析	260
15.2.1 洗衣液行业吸引力分析	260
15.2.2 洗衣液区域投资潜力分析	261
15.2.3 洗衣液渠道市场投资机会	261
15.3 2015-2020年中国洗衣液行业投资风险预警	262
15.3.1 经济波动风险	262
15.3.2 市场竞争风险	262
15.3.3 产品开发风险	263
15.3.4 原材料的风险	263
15.3.5 市场运营风险	263
15.4 2015-2020年中国洗衣液行业投资策略及建议	264
附：报告说明	266

图表目录：

图表 1 2008-2014年世界发达经济体季度GDP增长比较及走势预测	30
图表 2 2007-2014年世界新兴经济体经济增长及走势预测	30
图表 3 2004-2014年世界家庭护理品市场规模	32
图表 4 2004-2014年世界家庭护理用品各细分市场增长情况	32
图表 5 2002-2014年世界衣物护理用品零售规模增长趋势	33
图表 6 2014年世界衣物护理用品细分市场状况	34
图表 7 2014年世界衣物护理用品市场格局	34
图表 8 2014年世界衣物护理品市场品牌格局	35
图表 9 2014年世界衣物洗涤剂细分市场零售规模统计	35
图表 10 2014年世界衣物洗涤剂市场结构	36
图表 11 2004-2014年日本衣物护理品零售规模统计	37
图表 12 2014年日本衣物护理品零售规模增长趋势	38
图表 13 2014年日本衣物洗涤剂零售规模增长趋势	38
图表 14 2004-2014年日本洗衣液零售规模增长趋势	38
图表 15 2004-2014年日本洗衣液零售额占比示意图	39
图表 16 2004-2014年美国衣物护理品零售规模统计	39
图表 17 2014年美国衣物护理品零售规模增长趋势	40

图表 18 2014年美国衣物洗涤剂零售规模增长趋势 40

图表 19 2004-2014年美国洗衣液零售规模增长趋势 40

图表 20 2004-2014年美国洗衣液零售额占比示意图 41

图表 21 2004-2014年德国衣物护理品零售规模统计 41

图表 22 2014年德国衣物护理品零售规模增长趋势 42

图表 23 2014年德国衣物洗涤剂零售规模增长趋势 42

图表 24 2004-2014年德国洗衣液零售规模增长趋势 42

图表 25 2004-2014年德国洗衣液零售额占比示意图 43

图表 26 2004-2014年意大利衣物护理品零售规模统计 43

图表 27 2014年意大利衣物护理品零售规模增长趋势 44

图表 28 2014年意大利衣物洗涤剂零售规模增长趋势 44

图表 29 2004-2014年意大利洗衣液零售规模增长趋势 44

图表 30 2004-2014年意大利洗衣液零售额占比示意图 45

图表 31 2005-2014年中国国内生产总值及增长速度 47

图表 32 2005-2014年中国CPI指数走势分析 48

图表 33 2004-2014年中国城镇居民消费与恩格尔系数 48

图表 34 2004-2014年中国农村居民家庭恩格尔系数 49

图表 35 2004-2014年中国城镇居民人均可支配收入及增长率 49

图表 36 2004-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度 50

图表 37 洗涤剂相关行业标准 52

图表 38 我国居民消费经历的三次升级转型情况 53

图表 39 2014年中国人口数及其构成情况 54

图表 40 2004-2014年中国城市人口及所占比例趋势图 54

图表 41 中东部分国家衣物洗涤剂和肥皂消费量统计 57

图表 42 中东部分国家的洗衣习惯统计 59

图表 43 法国肥皂、洗涤剂和维护保养用品制造行业经营数据 62

图表 44 法国肥皂、洗涤剂和维护保养用品行业五大家族产品情况 64

图表 45 法国肥皂、洗涤剂和维护保养用品制造行业进出口情况 64

图表 46 2004-2014年中国洗涤剂零售规模 68

图表 47 2014年上半年中国洗涤行业主要产品产量情况 69

图表 48 生产1t洗衣粉与洗衣液节能减排数据对比 74

图表 49 2006-2014年中国日化企业洗衣液产品的推出 84

图表 50 洗衣液品牌竞争格局 85

图表 51 2004-2014年中国洗衣液零售规模统计 85

图表 52 2004-2014年中国洗衣液零售规模增长趋势图 86

图表 53 2008年中国肥皂及合成洗涤剂行业经济指标统计 91

图表 54 2008年中国肥皂及合成洗涤剂行业前五省区企业数量排名 93

图表 55 2008年中国肥皂及合成洗涤剂行业前五省区工业总产值排名 93

图表 56 2008年中国肥皂及合成洗涤剂行业前五省区资产总计排名 93

图表 57 2008年中国肥皂及合成洗涤剂行业前五省区销售收入排名 94

图表 58 2008年中国肥皂及合成洗涤剂行业前五省区利润总额排名 94

图表 59 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业经济指标统计 95

图表 60 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业前五省区企业数量排名 96

图表 61 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业前五省区资产总计排名 96

图表 62 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业前五省区销售收入排名 96

图表 63 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业前五省区利润总额排名 97

图表 64 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业经济指标统计 97

图表 65 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业前五省区企业数量排名 98

图表 66 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业前五省区资产总计排名 99

图表 67 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业前五省区销售收入排名 99

图表 68 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业前五省区利润总额排名 99

图表 69 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂企业数量增长趋势图 100

图表 70 2014年中国不同规模的肥皂及合成洗涤剂企业数量所占份额 100

图表 71 2014年中国不同性质的肥皂及合成洗涤剂企业数量所占份额 101

图表 72 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂企业数量比较 101

图表 73 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂企业数量比较 102

图表 74 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业从业人员统计 103

图表 75 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业销售收入统计 104

图表 76 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业销售收入增长趋势图 104

图表 77 2013-2014年中国不同规模肥皂及合成洗涤剂企业销售收入比较 104

图表 78 2014年中国不同规模肥皂及合成洗涤剂企业销售收入所占份额 105

图表 79 2013-2014年中国不同性质肥皂及合成洗涤剂企业销售收入比较 105

图表 80 2014年中国不同性质肥皂及合成洗涤剂企业销售收入所占份额 105

图表 81 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂行业销售收入比较 106

图表 82 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂行业销售收入比较 107

图表 83 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业利润总额统计 108

图表 84 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业利润增长趋势图 108

图表 85 2013-2014年中国不同规模肥皂及合成洗涤剂企业利润总额比较 108

图表 86 2014年中国不同规模肥皂及合成洗涤剂企业利润总额所占份额 109

图表 87 2013-2014年中国不同性质肥皂及合成洗涤剂企业利润总额比较 109

图表 88 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂行业利润总额比较 109

图表 89 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂行业利润总额比较 110

图表 90 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业亏损面统计 111

图表 91 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业亏损总额统计 112

图表 92 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业应收账款统计 112

图表 93 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业流动资产统计 113

图表 94 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业负债合计统计 113

图表 95 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业负债增长趋势图 114

图表 96 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业成本费用利润率情况 114

图表 97 2013-2014年中国不同规模肥皂及合成洗涤剂企业盈利能力比较 115

图表 98 2013-2014年中国不同性质肥皂及合成洗涤剂企业盈利能力比较 115

图表 99 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂企业盈利能力比较 115

图表 100 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂企业盈利能力比较 116

图表 101 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业毛利率情况 117

图表 102 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业销售利润率情况 117

图表 103 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业资产利润率情况 118

图表 104 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业资产负债率情况 118

图表 105 2013-2014年中国不同规模肥皂及合成洗涤剂企业偿债能力比较 118

图表 106 2013-2014年中国不同性质肥皂及合成洗涤剂企业偿债能力比较 118

图表 107 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂企业偿债能力比较 119

图表 108 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂企业偿债能力比较 120

图表 109 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业应收账款周转率情况 121

图表 110 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业流动资产周转率情况 121

图表 111 2013-2014年中国不同规模肥皂及合成洗涤剂企业营运能力比较 121

图表 112 2013-2014年中国不同性质肥皂及合成洗涤剂企业营运能力比较 121

图表 113 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂企业营运能力比较 122

图表 114 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂企业营运能力比较 123

图表 115 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业总资产周转率情况 124

图表 116 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业资产总额统计 124

图表 117 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业资产增长趋势图 125

图表 118 2013-2014年中国不同规模肥皂及合成洗涤剂企业资产总额比较 125

图表 119 2014年中国不同规模的肥皂及合成洗涤剂企业资产总额所占份额 125

图表 120 2013-2014年中国不同性质肥皂及合成洗涤剂企业资产总额比较 125

图表 121 2014年中国不同性质的肥皂及合成洗涤剂企业资产总额所占份额 126

图表 122 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂行业资产总额比较 126

图表 123 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业资产地区分布比例 127

图表 124 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂行业资产总额比较 127

图表 125 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业资产地区分布比例 128

图表 126 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂行业资产增速对比 129

图表 127 2014年中国各省区肥皂及合成洗涤剂行业资产增速对比 130

图表 128 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业成本费用结构构成情况 131

图表 129 2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业成本费用结构构成图 131

图表 130 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业销售成本统计 132

图表 131 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业销售成本趋势图 132

图表 132 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业销售费用统计 133

图表 133 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业销售费用趋势图 133

图表 134 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业管理费用统计 134

图表 135 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业管理费用趋势图 134

图表 136 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业财务费用统计 135

图表 137 2004-2014年中国肥皂及合成洗涤剂行业财务费用趋势图 135

图表 138 洗衣液消费人群性别构成 136

图表 139 洗衣液消费人群年龄构成 137

图表 140 洗衣液消费人群受教育程度构成 137

图表 141 洗衣液消费人群收入构成 138

图表 142 消费者对洗衣液品牌偏好情况 138

图表 143 消费者对洗衣液品牌的关注程度 139

图表 144 消费者使用主要品牌洗衣液的比例统计 139

图表 145 消费者对洗衣液洗涤效果的关注程度 140

图表 146 消费者对洗衣液性价比关注程度 140

图表 147 消费者的洗衣液购买渠道 141

图表 148 洗衣液消费者使用率示意图 141

图表 149 消费者使用洗衣液的原因 142

图表 150 2001-2014年有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂进口数量 143

图表 151 2001-2014年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂进口数量增长趋势图 144

图表 152 2001-2014年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂进口金额统计 144

图表 153 2001-2014年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂进口金额增长趋势图 145

图表 154 2001-2014年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂出口数量统计 145

图表 155 2001-2014年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂出口数量增长趋势图 146

图表 156 2001-2014年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂出口金额统计 146

图表 157 2001-2014年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂出口金额增长趋势图 147

图表 158 2014年中国主要省市（分海关）有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂进口统计 148

图表 159 2014年1-10月中国主要省市（分海关）有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂进口统计 148

图表 160 2014年中国主要省市（分海关）有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂出口统计 149

图表 161 2014年1-10月中国主要省市（分海关）有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂出口统计 150

图表 162 2014年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂进口来源地情况 151

图表 163 2014年1-10月中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂进口来源地情况 151

图表 164 2014年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂出口流向情况 152

图表 165 2014年1-10月中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂出口流向情况 153

图表 166 2001-2014年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂进出口均价情况 154

图表 167 2001-2014年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂进出口均价趋势图 154

图表 168 首批获得“浓缩洗衣粉标志”的企业名单及品牌 159

图表 169 2005-2014年中国合成洗衣粉产量统计 161

图表 170 2014年中国合成洗衣粉产量月度统计表 161

图表 171 2013-2014年中国合成洗衣粉区域产量统计 162

图表 172 2014年中国各地区合成洗衣粉产量统计 162

图表 173 2014年中国各地区合成洗衣粉产量统计 163

图表 174 2005-2014年中国合成洗衣粉产量增长趋势图 164

图表 175 国内洗衣液主要品牌区域竞争分析 182

图表 176 2014年度广州蓝月亮生物工程有限公司收入及利润统计 184

图表 177 2014年度广州蓝月亮生物工程有限公司产值表 185

图表 178 2014年度广州蓝月亮生物工程有限公司资产负债统计 185

图表 179 2014年度广州蓝月亮生物工程有限公司盈利能力统计 185

图表 180 2014年度广州蓝月亮生物工程有限公司偿债能力分析 186

图表 181 2014年度广州蓝月亮生物工程有限公司运营能力分析 186

图表 182 2014年度广州蓝月亮生物工程有限公司成本费用统计 186

图表 183 2014年度广州立白（番禺）有限公司收入及利润统计 187

图表 184 2014年度广州立白（番禺）有限公司产值表 187

图表 185 2014年度广州立白（番禺）有限公司资产负债统计 187

图表 186 2014年度广州立白（番禺）有限公司盈利能力 188

图表 187 2014年度广州立白（番禺）有限公司偿债能力分析 188

图表 188 2014年度广州立白（番禺）有限公司运营能力分析 189

图表 189 2014年度广州立白（番禺）有限公司成本费用统计 189

图表 190 2006-2014年联合利华（中国）有限公司收入及利润统计 190

图表 191 2014年度联合利华（中国）有限公司资产负债统计 190

图表 192 2014年度联合利华（中国）有限公司盈利能力 191

图表 193 2014年度联合利华（中国）有限公司偿债能力分析 191

图表 194 2014年度联合利华（中国）有限公司运营能力分析 191

图表 195 2006-2014年联合利华（中国）有限公司收入增长趋势图 192

图表 196 2014年度联合利华（中国）有限公司成本费用统计 192

图表 197 2014年度联合利华（中国）有限公司成本费用比例图 193

图表 198 2014年度杭州传化花王有限公司收入及利润统计 194

图表 199 2014年度杭州传化花王有限公司产值表 194

图表 200 2014年度杭州传化花王有限公司资产负债统计 194

图表 201 2014年度杭州传化花王有限公司盈利能力 195

图表 202 2014年度杭州传化花王有限公司偿债能力分析 195

图表 203 2014年度杭州传化花王有限公司运营能力分析 195

图表 2004 2014年度杭州传化花王有限公司成本费用统计 196

图表 205 2014年度汕头市飘影洗涤用品有限公司收入及利润统计 197

图表 206 2014年度汕头市飘影洗涤用品有限公司产值表 197

图表 207 2014年度汕头市飘影洗涤用品有限公司资产负债统计 197

图表 208 2014年度汕头市飘影洗涤用品有限公司盈利能力 198

图表 209 2014年度汕头市飘影洗涤用品有限公司偿债能力分析 198

图表 210 2014年度汕头市飘影洗涤用品有限公司运营能力分析 198

图表 211 2014年度汕头市飘影洗涤用品有限公司成本费用统计 199

图表 212 2014年度安利（中国）日用品有限公司收入及利润统计 200

图表 213 2014年度安利（中国）日用品有限公司产值表 200

图表 214 2014年度安利（中国）日用品有限公司资产负债统计 200

图表 215 2014年度安利（中国）日用品有限公司盈利能力 201

图表 216 2014年度安利（中国）日用品有限公司偿债能力分析 201

图表 217 2014年度安利（中国）日用品有限公司运营能力分析 201

图表 218 2014年度安利（中国）日用品有限公司成本费用统计 202

图表 219 2014年度北京洛娃日化有限公司收入及利润统计 202

图表 220 2014年度北京洛娃日化有限公司产值表 202

图表 221 2014年度北京洛娃日化有限公司资产负债统计 203

图表 222 2014年度北京洛娃日化有限公司盈利能力 203

图表 223 2014年度北京洛娃日化有限公司偿债能力分析 203

图表 224 2014年度北京洛娃日化有限公司运营能力分析 204

图表 225 2014年度北京洛娃日化有限公司成本费用统计 204

图表 226 2014年度北京洛娃日化有限公司成本费用比例图 204

图表 227 2014年度北京绿伞化学股份有限公司收入及利润统计 205

图表 228 2014年度北京绿伞化学股份有限公司产值表 206

图表 229 2014年度北京绿伞化学股份有限公司资产负债统计 206

图表 230 2014年度北京绿伞化学股份有限公司盈利能力 206

图表 231 2014年度北京绿伞化学股份有限公司偿债能力分析 207

图表 232 2014年度北京绿伞化学股份有限公司运营能力分析 207

图表 233 2014年度北京绿伞化学股份有限公司成本费用统计 207

图表 234 2014年度北京绿伞化学股份有限公司成本费用比例图 208

图表 235 2014年度西安开米股份有限公司收入及利润统计 209

图表 236 2014年度西安开米股份有限公司产值表 209

图表 237 2014年度西安开米股份有限公司资产负债统计 209

图表 238 2014年度西安开米股份有限公司盈利能力 210

图表 239 2014年度西安开米股份有限公司偿债能力分析 210

图表 240 2014年度西安开米股份有限公司运营能力分析 210

图表 241 2014年度西安开米股份有限公司成本费用统计 211

图表 242 2014年度西安开米股份有限公司成本费用比例图 211

图表 243 2014年度威莱（广州）日用品有限公司收入及利润统计 212

图表 244 2014年度威莱（广州）日用品有限公司资产负债统计 212

图表 245 2014年度威莱（广州）日用品有限公司盈利能力 213

图表 246 2014年度威莱（广州）日用品有限公司偿债能力分析 213

图表 247 2014年度威莱（广州）日用品有限公司运营能力分析 213

图表 248 2014年度威莱（广州）日用品有限公司成本费用统计 214

图表 249 2014年度广州宝洁有限公司收入及利润统计 215

图表 250 2014年度广州宝洁有限公司产值表 215

图表 251 2014年度广州宝洁有限公司资产负债统计 215

图表 252 2014年度广州宝洁有限公司盈利能力 216

图表 253 2014年度广州宝洁有限公司偿债能力分析 216

图表 254 2014年度广州宝洁有限公司运营能力分析 216

图表 255 2003-2014年广州宝洁有限公司收入规模增长趋势图 217

图表 256 2014年度广州宝洁有限公司成本费用统计 217

图表 257 2004-2014年纳爱斯集团有限公司主要产品 218

图表 258 2004-2014年纳爱斯集团有限公司洗衣粉产量统计 218

图表 259 2003-2014年纳爱斯集团有限公司收入统计 219

图表 260 2014年度纳爱斯集团有限公司产值表 219

图表 261 2014年度纳爱斯集团有限公司资产负债统计 219

图表 262 2014年度纳爱斯集团有限公司盈利能力 220

图表 263 2014年度纳爱斯集团有限公司偿债能力分析 220

图表 264 2014年度纳爱斯集团有限公司运营能力分析 221

图表 265 2014年度纳爱斯集团有限公司收入规模增长趋势图 221

图表 266 2014年度纳爱斯集团有限公司成本费用统计 221
图表 267 表面活性剂中常见的亲水基团 222
图表 268 2014年世界CAA生产商产能排名 236
图表 269 2014年我国丙烯酸及酯生产企业生产能力 237
图表 270 2002-2014年我国纯碱产量区域占比变化 241
图表 271 2002-2014年我国纯碱产业集中度演变 242
图表 272 2005-2014年三种纯碱生产工艺产能比例变化趋势 242
图表 273 洗衣液与标准粉的去污能力比较 251
图表 274 2015-2020年中国肥皂及合成洗涤剂行业销售收入趋势图 256
图表 275 2015-2020年中国洗衣液零售规模统计 257
图表 276 2005-2015年中国洗衣液零售规模增长趋势图 257
图表 277 2015-2020年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等进出口金额预测趋势图 258

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/250665.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。