



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国洗衣粉行业市场分析 及发展趋势预测报告

一、调研说明

《2008年中国洗衣粉行业市场分析及发展趋势预测报告》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/58603.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

2008年中国洗衣粉行业市场分析与发展趋势市场分析与发展趋势研究报告

目录

CONTENTS

第一部分 行业概况分析

第一章 洗衣粉行业发展概况 1

第一节 洗衣粉行业概念 1

一、洗衣粉定义 1

二、洗衣粉成分 1

三、洗衣粉去污机理 15

四、洗衣粉分类 18

五、中性洗衣粉分析 19

第二节 洗衣粉组成原料分析 24

一、表面活性剂 24

二、烷基苯 26

三、丙烯酸 27

四、助洗剂 28

第三节 洗衣粉行业技术分析 30

一、洗衣粉生产技术 30

二、洗衣粉行业主要专利技术 30

三、洗衣粉技术变革 34

四、国内合成洗衣粉生产技术 36

五、煤矸石转化为洗衣粉代磷助剂 39

第四节 国外洗衣粉行业发展 40

一、南非洗衣粉新型包装分析 40

二、阿联酋洗衣粉市场情况 40

三、中国洗衣粉在俄国销售情况 41

四、瑞典禁售含磷洗衣粉情况 42

第二部分 行业发展环境及相关行业

第二章 洗衣粉行业发展环境分析 43

第一节 宏观环境分析 43

- 一、2007年国民经济发展状况 43
- 二、2008年1-5月份国民经济运行状况 47
- 三、2008年1-5月国民经济运行分析 66

第二节 政策环境 69

- 一、洗衣粉国家标准标志 69
- 二、洗衣粉新标准 70
- 三、立法禁磷提案分析 72
- 四、我国织物等洗涤剂全面禁磷情况分析 73
- 五、环保洗衣粉标准分析 74
- 六、江西洗涤业首部地方性政策法规 78
- 七、2008年质检总局专项整治洗涤用品情况 78
- 八、2008年上海洗涤用品禁磷地方标准颁布情况 80

第三章 相关行业发展分析 82

第一节 石油市场分析及发展趋势研究报告 82

- 一、2008年国际市场石油价格现状 82
- 二、中国石油产业国际竞争力分析 97
- 三、2007-2008年石油进出口统计 99
- 四、中国石油发展战略规划 111
- 五、2008年油价对洗衣粉行业影响分析 114
- 六、2008年7月石油对洗衣粉影响 115

第二节 日化用品行业发展分析 116

- 一、2007年我国洗涤用品出口情况 116
- 二、2008年1季度我国洗涤用品出口情况 118
- 三、我国日化用品市场格局 118
- 四、中国日用化工行业发展趋势 122
- 五、2008年日化业标志性品牌情况 123
- 六、中国洗涤行业发展战略分析 124

第三部分 行业发展分析

第四章 中国洗衣粉行业发展状况 129

第一节 中国洗衣粉行业发展状况 129

- 一、洗衣粉行业特点分析 129
- 二、中国洗衣粉行业发展概况 130
- 三、洗衣粉行业发展现状 136
- 四、2008年洗衣粉列入中国名牌评价目录情况 137

第二节 我国洗衣粉包装分析 138

- 一、洗衣粉包装问题 138
- 二、洗衣粉包装材料变化趋势分析 141

第五章 中国洗衣粉市场发展概况 144

第一节 洗衣粉市场发展情况 144

- 一、洗衣粉市场发展状况 144
- 二、洗衣粉市场机遇分析 147
- 三、洗衣粉市场挑战分析 148

第二节 2008年洗衣粉发展现状分析 152

- 一、2008年洗衣粉市场发展现状 152
- 二、2008年洗衣粉换装减量策略 154
- 三、2008年6月洗衣粉价格走势分析 155

第六章 洗衣粉市场消费者分析 156

第一节 洗衣粉消费情况分析 156

- 一、消费者洗涤习惯调查 156
- 二、我国洗衣粉消费行为分析 161
- 三、洗衣粉消费者对洗衣粉认知分析 163
- 四、江浙沪洗衣粉消费联动情况 164
- 五、洗衣粉涨价对消费者影响 165

第二节 洗衣市场发展情况分析 166

- 一、洗衣革命对洗涤行业影响分析 166
- 二、2008年洗衣市场流行情况 168

第四部分 竞争格局分析

第七章 洗衣粉行业竞争状况分析 169

第一节 洗衣粉行业竞争状况 169

一、洗衣粉品牌竞争情况分析 169

二、外资与本土企业竞争分析 171

三、洗涤用品行业价格战分析 174

四、洗衣粉市场竞争状况分析 179

第二节 洗衣粉替代品发展状况 180

一、肥皂 180

二、改性二硅酸钠 182

三、2008年洗衣液发展状况分析 186

第三节 不用洗衣粉洗衣机发展分析 195

一、2009年不用洗衣粉洗衣机国标开始实施 195

二、不用洗衣粉洗衣机原理 198

三、不用洗衣粉洗衣机对洗衣粉行业影响 200

第四节 企业竞争状况分析 201

一、2008年威亮向中国大陆扩张情况 201

二、纳爱斯与立白竞争分析 204

三、宝洁与欧莱雅在华竞争分析 205

四、奇强与雕牌洗衣粉竞争分析 208

五、雕牌与奥妙洗衣粉对比分析 209

六、宝洁与联合利华在华竞争分析 211

七、联合利华与本土品牌竞争状况 220

第八章 我国洗衣粉重点企业分析 225

第一节 广州市浪奇实业股份有限公司 225

一、公司概况 225

二、2007-2008年公司经营状况 226

三、2008年公司动态 231

第二节 上海白猫股份有限公司 233

一、公司概况 233

二、2007-2008年公司经营状况 234

三、2008年白猫股份动向分析	239
四、公司品牌战略	240
第三节 山西南风化工集团股份有限公司	243
一、公司概况	243
二、2007-2008年公司经营状况	244
三、奇强品牌战略分析	249
四、2008年公司动态	256
第四节 浙江传化股份有限公司	261
一、公司概况	261
二、2007-2008年公司经营状况	263
三、公司动态	267
第五节 广州宝洁洗涤用品有限公司	268
一、公司概况	268
二、2008年公司洗衣粉动态	270
三、宝洁洗衣粉低端化策略分析	275
第六节 联合利华公司	277
一、公司概况	277
二、2008年1季度公司经营状况	279
三、奥妙价格策略分析	281
四、2008年公司动态	287
第七节 纳爱斯集团	288
一、公司概况	288
二、2008年公司发展动向分析	290
三、公司营销策略	291
四、雕牌发展战略分析	301
第八节 广州立白企业集团有限公司	309
一、企业概况	309
二、公司获得北京奥运日化供应商	310
三、2008年立白欲入洗衣粉高端市场	311
第九节 广西奥奇丽集团股份有限公司	312
一、公司概况	312
二、奥奇丽多元化扩张策略	313

三、2008年公司动态 315

第十节 南京佳和日化有限公司 316

第五部分 行业发展策略及趋势

第九章 市场发展策略分析 317

第一节 日化企业营销策略 317

一、日化品牌整合营销方式 317

二、日化企业终端包场模式 319

三、中小日化企业开拓卖场渠道策略 322

第二节 日化品牌终端运作策略 324

一、打造终端产品 324

二、终端布局 327

三、终端建设 331

四、促销策略 335

五、关系维护 337

第三节 日化行业经营策略 338

一、中小日化品牌发展策略 338

二、2008年国内日化企业突围策略 343

三、日化产品店中店操作要素 345

四、我国洗涤用品行业创新策略 347

第十章 洗衣粉发展趋势及策略 353

第一节 洗衣粉行业产品发展趋势 353

一、全球市场洗涤剂发展趋势 353

二、洗涤用品行业发展趋势 354

三、洗衣粉浓缩化趋势 355

四、洗衣粉最终发展趋势 360

第二节 洗衣粉行业发展策略 360

一、洗衣粉企业竞争策略 360

二、洗衣粉行业品牌策略 363

三、日化用品行业创新战略 366

图表目录

图表：洗衣粉配方例（1） 7

图表：洗衣粉配方例（2） 7

图表：2005-2007年国内生产总值季度环比图 43

图表：2007年各月份CPI涨幅 46

图表：2007年经济核心数据及政策 46

图表：2008年1月份居民消费价格指数变化 47

图表：2008年1月份国民经济运行情况 48

图表：2008年1月份居民消费价格总水平 49

图表：2007-2008年2月居民消费价格指数变化 52

图表：2008年2月国民经济运行情况 53

图表：2008年2月份居民消费价格总水平 54

图表：2008年2月我国经济及政策状况 55

图表：2006-2008年1月我国贷款状况 56

图表：2008年2月末广义货币供应量走势图 56

图表：2008年2月份全国房屋价格指数 57

图表：2008年2月份居民消费价格总水平走势图 57

图表：2008年2月工业品出厂价格环比图 58

图表：2007-2008年2月我国CPI走势图 58

图表：中国CPI各类产品和服务比重 59

图表：美国CPI各类产品和服务比重 59

图表：2008年1季度中国GDP数据 60

图表：2008年1季度中国CPI数据 60

图表：2008年1季度中国房价数据 60

图表：2008年1季度中国PPI数据 60

图表：2008年1季度中国固定资产投资数据 60

图表：2008年1季度中国就业数据 60

图表：2008年1季度中国居民收入数据 61

图表：2008年1季度中国金融数据 61

图表：2008年1季度中国外汇储备数据 61

图表：2008年1季度中国贸易顺差数据 61

图表：2008年1季度中国国内生产总值GDP走势图 61

图表：2008年3月全国物价指数走势图 62

图表：2008年1月央行下一步调控措施动向调查 62

图表：2008年央行加息次数调查 62

图表：2008年2月央行下一步调控措施动向调查 63

图表：2008年1月物价动向调查 63

图表：CPI上涨投资动向调查 63

图表：CPI上涨消费动向调查 64

图表：2008年5月份居民消费价格总水平 64

图表：2008年1-6月月主要经济数据及货币调控政策 65

图表：2007-2008年1季度进出口增速的反差 66

图表：工业增加值三个月环比增速 66

图表：2008年3月份不同价格的同比和环比涨幅 67

图表：2008年1季度石油加工、炼焦行业利润总额占比图 67

图表：2008年1季度石油加工、炼焦行业利润总额走势图 68

图表：2008年1季度准M2三个月环比增速 68

图表：1991-2015年日化产业发展趋势 69

图表：1993-2025年世界石油资源统计和预测 84

图表：2007-2011年世界石油供需统计及预测 85

图表：2007-2011年世界石油消费量统计及预测 85

图表：2007-2011年非OPEC国家石油产量统计及预测 86

图表：2007-2011年OPEC国家石油产量统计及预测 86

图表：2008年欧佩克国家原油剩余产能 92

图表：2006-2007年纽约市场原油期货（WTI）价格对比图 93

图表：2006-2007年纽约商品交易所原油期货净多持仓量与WTI价格走势图 93

图表：2008年世界石油需求量走势图 94

图表：2008年主要经济体经济增长预测表 96

图表：2001-2007年W T I 原油期货价格变化表 97

图表：国际机构对国际油价走势的预测表 97

图表：2007年1季度石油原油进口统计 100

图表：2007年2季度石油原油进口统计 100

图表：2007年3季度石油原油进口统计 100

图表：2007年10月石油原油进口统计 100

图表：2007年11月石油原油进口统计 100

图表：2007年12月石油原油进口统计 101

图表：2008年1月石油原油进口统计 101

图表：2008年2月石油原油进口统计 101

图表：2008年3月石油原油进口统计 101

图表：2008年4月石油原油进口统计 101

图表：2007年1季度石油出口统计 102

图表：2007年2季度石油出口统计 102

图表：2007年3季度石油出口统计 102

图表：2007年10月石油出口统计 102

图表：2007年11月石油出口统计 102

图表：2007年12月石油出口统计 103

图表：2008年1月石油出口统计 103

图表：2008年2月石油出口统计 103

图表：2008年3月石油出口统计 103

图表：2008年4月石油出口统计 103

图表：2007年1季度石油气进口统计 104

图表：2007年2季度石油气进口统计 104

图表：2007年3季度石油气进口统计 104

图表：2007年10月石油气进口统计 104

图表：2007年11月石油气进口统计 105

图表：2007年12月石油气进口统计 105

图表：2008年1月石油气进口统计 105

图表：2008年2月石油气进口统计 105

图表：2008年3月石油气进口统计 105

图表：2008年4月石油气进口统计 106

图表：2007年1季度石油焦、石油沥青等进口统计 106

图表：2007年2季度石油焦、石油沥青等进口统计 106

图表：2007年3季度石油焦、石油沥青等进口统计 106

图表：2007年10月石油焦、石油沥青等进口统计 107

图表：2007年11月石油焦、石油沥青等进口统计 107

图表：2007年12月石油焦、石油沥青等进口统计 107

图表：2008年1月石油焦、石油沥青等进口统计 107

图表：2008年2月石油焦、石油沥青等进口统计 107

图表：2008年3月石油焦、石油沥青等进口统计 108

图表：2008年4月石油焦、石油沥青等进口统计 108

图表：2007年1季度石油焦、石油沥青等出口统计 108

图表：2007年2季度石油焦、石油沥青等出口统计 109

图表：2007年3季度石油焦、石油沥青等出口统计 109

图表：2007年10月石油焦、石油沥青等出口统计 109

图表：2007年11月石油焦、石油沥青等出口统计 109

图表：2007年12月石油焦、石油沥青等出口统计 110

图表：2008年1月石油焦、石油沥青等出口统计 110

图表：2008年2月石油焦、石油沥青等出口统计 110

图表：2008年3月石油焦、石油沥青等出口统计 110

图表：2008年4月石油焦、石油沥青等出口统计 111

图表：2007-2009年中国日化市场规模统计和预测 147

图表：消费者洗衣服频率调查 156

图表：消费者是否分类洗衣服调查 157

图表：消费者关注洗衣效果调查 157

图表：消费者是否知道洗衣粉用量调查 157

图表：消费者确定洗衣粉用量方法调查 158

图表：消费者是否认为洗衣粉可杀菌调查 158

图表：消费者是否使用额外杀菌洗涤用品调查 158

图表：消费者是否担心洗衣机漂洗不干净调查 159

图表：消费者因洗衣机洗不干净而额外漂洗的几率调查 159

图表：消费者是否了解洗衣机用水量调查 159

图表：消费者是否采用节水洗涤方式调查 160

图表：消费者是否会对洗衣后污水再利用调查 160

图表：消费者使用洗衣机品牌调查 160

图表：消费者使用洗衣机类型调查结果 161

图表：中外日化企业优劣势对比 174

图表：洗衣粉和洗衣液的比较 190

图表：雕牌与奥妙洗衣粉在质量、性价比方面的对比 209

图表：雕牌与奥妙洗衣粉使用情况的分析 210

图表：使用者对于雕牌与奥妙洗衣粉满意程度的分析 211

图表：2007年4季度广州市浪奇实业股份有限公司主营构成 226

图表：2007年4季度广州市浪奇实业股份有限公司人员构成 226

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司投资收益分析 227

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司资本结构 227

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司获利能力分析 227

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司经营能力分析 228

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司偿债能力分析 228

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司发展能力分析 228

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司现金流量分析 228

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司主营业务收入 229

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司主营业务利润 229

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司营业利润 229

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司利润总额 230

图表：2007-2008年广州市浪奇实业股份有限公司净利润 230

图表：2007年4季度上海白猫股份有限公司主营构成 234

图表：2007年4季度上海白猫股份有限公司人员构成 235

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司投资收益分析 235

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司资本结构 236

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司获利能力分析 236

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司经营能力分析 236

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司偿债能力分析 236

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司发展能力分析 237

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司现金流量分析 237

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司主营业务收入 237

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司主营业务利润 237

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司营业利润 238

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司利润总额 238

图表：2007-2008年上海白猫股份有限公司净利润 239

图表：2007年4季度山西南风化工集团股份有限公司主营构成 244

图表：2007年4季度山西南风化工集团股份有限公司人员构成 245

图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司投资收益分析 245

图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司资本结构 246

图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司获利能力分析 246

图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司经营能力分析 246

图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司偿债能力分析 246

图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司发展能力分析 247

图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司现金流量分析 247

图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司主营业务收入 247

图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司主营业务利润 247

图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司营业利润 248

图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司利润总额 248

图表：2007-2008年山西南风化工集团股份有限公司净利润 249

图表：2007年4季度浙江传化股份有限公司主营构成 263

图表：2007年4季度浙江传化股份有限公司人员构成 263

图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司投资收益分析 264

图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司资本结构 264

图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司获利能力分析 264

图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司经营能力分析 265

图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司偿债能力分析 265

图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司发展能力分析 265

图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司现金流量分析 265

图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司主营业务收入 266

图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司主营业务利润 266

图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司营业利润 266

图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司利润总额 267

图表：2007-2008年浙江传化股份有限公司净利润 267

图表：广州宝洁公司产品种类 269

图表：广州宝洁公司在中国发展情况 270

图表：一级市场终端门店的匹配要求 328

图表：二级市场终端门店的匹配要求 328

图表：三级市场终端门店的匹配要求 328

图表：重点终端、资源的投入和控制 331

图表：导购终端、资源的投入和控制 331

图表：流通终端、资源的投入和控制 331

B001

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/58603.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。