

2020-2026年中国洗涤用品 行业前景展望与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国洗涤用品行业前景展望与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/180610.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

最早出现的洗涤用品是皂角类植物等天然产物，其中含有皂素，即皂角苷，有助于水的洗涤去污作用。此外，草木灰中含有钾碱，用水沥淋出来的水溶液，也有助于去除织物上的油污。这些天然的洗涤用品沿用甚久。

与发达国家相比，我国生产的洗涤用品普遍存在活性物含量低、非有效成分含量高以及浓缩化、液体化产品比例低等问题。不过，随着全球低碳时代的到来，国内洗涤剂工业与全球洗涤剂市场也在接轨。未来，中国洗涤用品行业发展将以液体化、浓缩化为主趋势。

美国液体洗衣剂的比例已经超过洗衣剂总量的80%。其他发达国家液洗在洗涤剂中的比例较低，其中日本衣用液体洗涤剂占洗衣产品市场的份额为40%，欧盟液体洗涤剂比例也已达30%以上。反观我国，这一比例只有13%，明显低于发达国家。因此，尽管近年来有关企业在液洗市场进行扩张的步伐较快，我国液体洗涤剂仍具有巨大的发展潜力。在我国，目前洗涤用品液体化进程最明显的特征是洗衣液已得到广大消费者的广泛认知，其市场地位已经逐步确立，对洗衣粉的传统地位构成一定程度的挑战。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国洗涤用品行业前景展望与行业竞争对手分析报告》共十四章。首先介绍了洗涤用品行业市场发展环境、洗涤用品整体运行态势等，接着分析了洗涤用品行业市场运行的现状，然后介绍了洗涤用品市场竞争格局。随后，报告对洗涤用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了洗涤用品行业发展趋势与投资预测。您若想对洗涤用品产业有个系统的了解或者想投资洗涤用品行业，本报告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：

第一部分 行业发展环境

第一章 洗涤用品行业概述

第一节 洗涤用品行业定义

第二节 洗涤用品行业发展历程

第三节 洗涤用品行业分类情况

第四节 洗涤用品产业链分析

第二章 2016-2019年中国洗涤用品行业发展环境分析

第一节 2016-2019年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 2016-2019年中国洗涤用品行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2016-2019年中国洗涤用品行业发展社会环境分析

一、居民消费水平分析

二、工业发展形势分析

第二部分 所属行业运行分析

第三章 2016-2019年中国洗涤用品行业总体发展状况

第一节 中国洗涤用品行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节 中国洗涤用品所属行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、所属行业产销情况分析

第三节 中国洗涤用品行业财务能力分析

一、行业盈利能力分析与预测

二、行业偿债能力分析与预测

三、行业营运能力分析与预测

四、行业发展能力分析与预测

第四章 中国洗涤用品市场供需分析

第一节 洗涤用品市场现状分析及预测

一、2016-2019年我国洗涤用品所属行业总产值分析

二、2020-2026年我国洗涤用品所属行业总产值预测

第二节 洗涤用品产品所属行业产量分析及预测

一、2016-2019年我国洗涤用品所属行业产量分析

二、2020-2026年我国洗涤用品所属行业产量预测

第三节 洗涤用品市场需求分析及预测

一、2016-2019年我国洗涤用品市场需求分析

二、2020-2026年我国洗涤用品市场需求预测

第四节 洗涤用品所属行业进出口数据分析

一、我国洗涤用品所属行业进出口数据分析

1、进口分析

2、出口分析

二、2020-2026年国内洗涤用品产品所属行业进出口情况预测

1、进口预测

2、出口预测

第三部分 市场发展形势

第五章 洗涤用品行业发展现状分析

第一节 全球洗涤用品行业发展分析

一、全球洗涤用品行业发展历程

二、全球洗涤用品行业发展现状

三、全球洗涤用品行业发展预测

第二节 中国洗涤用品行业发展分析

一、2016-2019年中国洗涤用品行业发展态势分析

二、2016-2019年中国洗涤用品行业发展特点分析

三、2016-2019年中国洗涤用品行业市场供需分析

第三节 中国洗涤用品产业特征与行业重要性

第四节 洗涤用品行业特性分析

第六章 中国洗涤用品市场规模分析

第一节 2019年中国洗涤用品市场规模分析

第二节 2019年中国洗涤用品区域市场规模分析

一、2019年东北地区市场规模分析

二、2019年华北地区市场规模分析

三、2019年华东地区市场规模分析

四、2019年华中地区市场规模分析

五、2019年华南地区市场规模分析

六、2019年西部地区市场规模分析

第三节 2020-2026年中国洗涤用品市场规模预测

第七章 洗涤用品国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2016-2019年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2020-2026年国内产品未来价格走势预测

第四部分 行业竞争策略

第八章 洗涤用品产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

第二节 产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第九章 洗涤用品行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 洗涤用品企业竞争策略分析

- 一、提高洗涤用品企业核心竞争力的对策
- 二、影响洗涤用品企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高洗涤用品企业竞争力的策略

第十章 洗涤用品行业重点企业竞争分析

第一节 西安开米股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、企业经营状况分析
- 五、企业主要经营数据指标
- 六、公司发展战略分析

第二节 四川春飞日化股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、企业经营状况分析
- 五、企业主要经营数据指标
- 六、公司发展战略分析

第三节 拜尔斯道夫日化（武汉）有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、企业经营状况分析
- 五、企业主要经营数据指标
- 六、公司发展战略分析

第四节 南京佳和日化有限公司

- 一、企业概况
- 二、市场定位情况
- 三、企业优劣势分析
- 四、企业经营状况分析
- 五、企业主要经营数据指标

六、公司发展战略分析

第五节 安徽全力集团有限公司

一、企业概况

二、市场定位情况

三、企业优劣势分析

四、企业经营状况分析

五、企业主要经营数据指标

六、公司发展战略分析

第五部分 行业前景预测

第十一章 洗涤用品行业投资与发展前景分析

第一节 洗涤用品行业投资机会分析

一、洗涤用品投资项目分析

二、可以投资的洗涤用品模式

三、2019年洗涤用品投资机会

第二节 2020-2026年中国洗涤用品行业发展预测分析

一、未来洗涤用品发展分析

二、未来洗涤用品行业技术开发方向

三、总体行业“十三五”整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、“十三五”行业发展趋势

第十二章 洗涤用品产业用户度分析

第一节 洗涤用品产业用户认知程度

第二节 洗涤用品产业用户关注因素

一、功能

二、质量

三、价格

四、外观

五、服务

第六部分 行业投资策略

第十三章 2020-2026年洗涤用品行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前洗涤用品存在的问题

第二节 洗涤用品未来发展预测分析

一、中国洗涤用品发展方向分析

二、2020-2026年中国洗涤用品行业发展规模预测

三、2020-2026年中国洗涤用品行业发展趋势预测

第三节 2020-2026年中国洗涤用品行业投资风险分析

一、出口风险分析

二、市场风险分析

三、管理风险分析

四、产品投资风险

第十四章 观点与结论（ ）

第一节 洗涤用品行业营销策略分析及建议

一、洗涤用品行业营销模式

二、洗涤用品行业营销策略

第二节 洗涤用品行业企业经营发展分析及建议

一、洗涤用品行业经营模式

二、洗涤用品行业生产模式

第三节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第四节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/180610.html>