

2014-2018年中国洗手液市 场竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2018年中国洗手液市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/rihua1312/T128536L80.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-12-05

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国洗手液市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了全球洗手液市场运行、中国洗手液行业市场发展环境等，接着分析了中国洗涤剂制造业运行的现状，然后介绍了中国洗手液市场竞争格局。随后，报告对中国洗手液做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国洗手液市场发展前景与投资预测。您若想对洗手液产业有个系统的了解或者想投资洗手液行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

洗手液作为新兴的洁手物品，近几年来得到了越来越多人的认可，销量一路攀升。手作为人的第二张脸，洗手液以其养护功能成功地获取了广大女性消费者的青睐。洗手液的主要消费群体也由刚开始的高收入白领、公务员家庭开始向广大普通家庭用户普及。公共场所也由一二线城市的星级酒店、宾馆、写字楼向普通餐馆、招待所等蔓延。

洗手液应用领域还有待挖掘。虽然洗手液已经得到了越来越多人的认可，但是香皂等洁手用品还是占据着我国主要的消费市场。长久以来养成的香皂洁手的习惯并非一朝一夕所能改变。洗手液作为化妆品细分之下的新产品，从开始推广到普及需要一段漫长时间的等待。其消费群体主要为接受过高等教育容易接受新鲜观念的一代，并未普及到各个年龄层次。作为一种日常生活用品，其市场生命周期长，市场潜力巨大，市场普及也只是时间上的问题而已。这同时也是其市场推广方面存在的劣势，科技发展迅速，市场竞争激烈，每时每刻都会有新产品的产生。也许下一刻其他类型的产品会将之取代，因而洗手液的推广工作应抓紧抓实。

“十二五”期间我国洗手液行业将迎来其市场扩张高峰期，高质量产品及高投入做大量普及工作将决定企业在其领域所占份额。

第一章 2013年全球洗手液市场运行透析

第一节 2013年全球洗手液市场运行环境分析

- 一、全球经济环境对日化业的影响
- 二、全球流感疫情肆虐对消费意识的拉动

第二节 2013年全球洗手液市场剖析

- 一、全球洗手液亮点分析
- 二、全球洗手液研发分析
- 三、全球洗手液需求与消费形势分析
- 四、全球洗手液品牌市场分析

第三节 2013年全球部分国家洗手液市场分析

- 一、美国
- 二、欧洲
- 三、日本
- 四、韩国

第二章中国洗涤剂制造业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
 - 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
 - 三、2013年中国宏观经济发展预测分析
- ### 第二节 中国洗涤剂制造业政策环境分析

第三章 2013年中国洗涤剂制造业运行态势分析

第一节 2013年国际洗涤剂市场运行概况

- 一、全球洗涤剂市场需求强劲增长
- 二、国外片状洗涤剂市场日益成熟
- 三、瑞典立法禁止衣用洗涤剂使用磷酸盐
- 四、国外品牌主导俄罗斯合成洗涤剂市场
- 五、澳大利亚成功研制节水型洗涤剂

第二节 2013年中国洗涤剂行业发展情况分析

- 一、中国洗涤剂市场基本特征
- 二、中国洗涤剂行业发展概况
- 三、我国合成洗涤剂产量平稳增长
- 四、洗涤剂行业主要专利技术发展状况
- 五、家用洗涤剂品种发展现状

第三节 2013年中国洗涤剂对环境保护的影响分析

- 一、洗涤剂对环境的影响
- 二、合成洗涤剂污染及影响
- 三、含磷洗涤剂对水体的不良影响
- 四、洗衣粉的污染及对策

第四节 2013年中国洗涤剂行业面临的挑战及发展对策分析

- 一、中国洗涤剂洗涤效果有待改进

- 二、国产洗涤剂包装存在的难题
- 三、洗涤剂行业的发展对策
- 四、立法推进洗涤剂全面禁磷

第四章2010-2012年国内洗手液行业（所属行业）数据监测分析

第一节 2010-2012年中国洗手液行业（所属行业）总体数据分析

- 一、2010年中国洗手液行业全部企业（所属行业）数据分析
- 二、2011年中国洗手液行业全部企业（所属行业）数据分析
- 三、2012年中国洗手液行业全部企业（所属行业）数据分析

第二节 2010-2012年中国洗手液行业（所属行业）不同规模企业数据分析

- 一、2010年中国洗手液行业（所属行业）不同规模企业数据分析
- 二、2011年中国洗手液行业（所属行业）不同规模企业数据分析
- 三、2012年中国洗手液行业（所属行业）不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国洗手液行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

- 一、2010年中国洗手液行业（所属行业）不同所有制企业数据分析
- 二、2011年中国洗手液行业（所属行业）不同所有制企业数据分析
- 三、2012年中国洗手液行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

第五章 2013年中国洗手液市场运行透析

第一节 2013年中国洗手液市场亮点分析

第二节 2013年中国洗手液市场运行现状综述

- 一、洗手液质量抽检及合格情况
- 二、消费者杀菌消毒类需求增加
- 三、洗手液市场发展所处阶段
- 四、中国洗手液品牌市场分析
- 五、杀菌型洗手液市场销售情况

第三节 2013年中国洗手液市场消费结构分析

- 一、家庭（特定收入）
- 二、公共场所（主流城市）
 - 1、北京
 - 2、广州
 - 3、上海

第六章 2013年中国洗手液市场深度剖析

第一节 2013年中国洗手液市场供给情况分析

- 一、洗手液成份对比
- 二、洗手液市场供给指标分析
- 三、影响市场供给的因素分析

第二节 2013年中国洗手液市场需求情况分析

- 一、洗手液市场消费意识形态
- 二、洗手液市场需求指标分析
- 三、影响市场需求的因素分析

第三节 2013年中国洗手液市场价格分析

- 一、国产品牌价格分析
- 二、外资品牌价格分析
- 三、性价比分析

第七章 2013年中国洗手液消费市场分析

第一节 受访者基本情况

- 一、性别占比
- 二、年龄分布
- 三、收入情况
- 四、家中及工作场所是否使用洗手液
- 五、不使用洗手液的因素

第二节 消费者消费行为调研

- 一、消费者选用洗手液的因素分析
- 二、消费者对洗手液的认知情况
- 三、消费者对洗手液使用频率
- 四、消费者选购洗手液的关注点
- 五、消费者对洗手液价格敏感度分析
- 六、洗手液品牌忠诚度分析

第三节 洗手液的价格与市场定位

第四节 洗手液包装与容量

- 一、消费群体考虑包装
- 二、从审美观点来考虑包装

第八章 2013年中国洗手液市场竞争格局分析

第一节 2013年中国洗手液市场竞争现状

一、洗手液品牌竞争分析

二、洗手液价格竞争分析

第二节 2013年中国洗手液集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2014-2019年中国洗手液市场竞争趋势

第九章 2013年中国洗手液品牌企业关键性竞争指标分析（企业可自选）

第一节 开米洗手液(西安开米股份有限公司)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 蓝月亮Bluemoon(广州蓝月亮实业有限公司)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 滴露洗手液(利洁时家化(中国)有限公司)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 祖丝洗手液(广州市诗维娅化妆品有限公司)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 威露士洗手液 (威莱(广州)日用品有限公司)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 安利Amway (安利(中国)日用品有限公司)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 恩威抗菌洗手液 (成都恩威集团)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 舒肤佳洗手液 (广州宝洁有限公司)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 滋采洗手液 (中山市美日洁宝有限公司)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 立白除菌洗手液 (广州立白公司)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十章 2013年中国洗手液替代品竞争分析——香皂

第一节 2013年中国香皂市场动态

一、香皂产品质量基本保持稳定

二、上海家化历史品牌双妹卖天价

三、宝洁公司持续下乡路线

第二节 2008-2013年中国香皂产量统计分析

一、2007-2012年全国香皂产量分析

二、2013年9月全国及主要省份香皂产量分析

三、2013年9月香皂产量集中度分析

第三节 2013年中国香皂市场销售分析

一、中国香皂市场销售优势

二、中国品牌香皂市场销售分析

第四节 2014-2019年中国香皂市场前景预测

第十一章 2014-2019年中国洗手液市场前景预测

第一节 2014-2019年中国洗涤剂行业前景预测

一、国际洗涤剂行业未来发展方向

二、中国洗涤剂产业前景广阔

三、洗手液技术与产品革新方向

四、洗手液产品成份多元化

第二节 2014-2019年中国洗手液市场前景预测

一、中国洗手液市场供需预测分析

二、中国洗手液进出口贸易预测分析

第三节 2014-2019年中国洗手液市场发展战略分析

一、品牌战略

二、市场销售策略分析

第十二章 2014-2019年中国洗手液产业投资前景预测

第一节 2014-2019年中国洗手液行业投资概况

一、洗手液行业投资环境

二、洗手液具有良好的投资价值

第二节 2014-2019年中国洗手液投资机会分析

一、洗手液区域投资潜力分析

二、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2014-2019年中国洗手液投资风险及防范

一、技术风险分析

二、金融风险分析

三、政策风险分析

四、竞争风险分析

第四节 博思数据投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1312/T128536L80.html>