

2016-2022年中国洗洁精市场 监测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

《2016-2022年中国洗洁精市场监测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/rihua1511/U25104BLQF.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-11-03

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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《2016-2022年中国洗洁精市场监测及投资前景研究报告》共十四章。报告介绍了洗洁精行业相关概述、中国洗洁精产业运行环境、分析了中国洗洁精行业的现状、中国洗洁精行业竞争格局、对中国洗洁精行业做了重点企业经营状况分析及中国洗洁精产业发展前景与投资预测。您若想对洗洁精产业有个系统的了解或者想投资洗洁精行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

中国洗洁精市场比较集中，生产餐具洗涤剂的主要企业产品质量稳定，并能连续保持较高的市场占有率，如广州立白的“立白”洗洁精、浙江纳爱斯化工股份有限公司的“雕牌”洗洁精、上海白猫有限公司的“白猫”洗洁精、广州市浪奇实业股份有限公司的“高富力”牌洗洁精、北京日用化学二厂的“金鱼”牌洗涤灵及南风集团的“奇强”等，在市场上份额大且声誉好，深受消费者喜爱。

目前占据市场前10位的洗洁精品牌为立白、雕牌、白猫、奇强、榄菊、高富力、彩奇、红玫瑰、巧手和田七等。其中，前4大品牌的市场份额接近85%，而立白和雕牌纳爱斯2个企业的市场份额就达50%。这一特征反映，洗洁精行业在激烈的市场竞争中，集中度随竞争的加剧不断提高，少数几家占了行业和市场的绝大部分份额，“大强小弱”的格局始终居于主导地位。因此，其中一家价格和产量及销量发生变化，都可能对整个洗洁精行业的竞争格局产生不容忽视的影响。

报告目录：

第一章 洗涤剂相关概述 24

第一节 洗涤剂简介 24

一、洗涤用品的定义 24

二、洗涤用品的分类 24

三、洗涤剂的去污原理 24

四、超浓缩粉体洗涤剂 25

第二节 肥皂 26

一、构成及作用原理 26

二、肥皂的种类 26

三、制皂工艺 27

四、皂化反应 28

第三节 洗衣粉 29

一、洗衣粉的成份 29

二、洗衣粉的分类 30

三、洗衣粉的性能标志 31

四、洗衣粉生产工艺流程 32

第四节 洗发水 33

一、定义 33

二、分类 34

三、主要成分 36

第二章 2015年中国洗涤剂行业市场发展环境解析 38

第一节 2015年中国宏观经济发展环境分析 38

一、2015年中国GDP增长情况分析 38

二、2015年中国工业经济发展形势分析 39

三、2015年中国全社会固定资产投资分析 41

四、2015年中国社会消费品零售总额分析 43

五、2015年中国城乡居民收入与消费分析 45

六、2015年中国对外贸易发展形势分析 47

第二节 2015年中国洗涤剂行业政策环境分析 48

一、中国日化行业环境监管政策分析 48

二、2014年日化行业部分实施的国家标准 49

三、2014年中国化妆品命名政策分析 51

四、2014年中国化妆品包装标准开始实施 51

五、2015年中国洗涤剂洗涤用品安全技术规范 52

第三节 中国洗涤剂产业发展环境分析 52

一、中国日化产业发展进入转型期 52

二、中国日化市场发展面临的机遇 55

三、2014年中国日化市场销售规模 55

第三章 洗涤剂行业总体分析 57

第一节 国际洗涤剂市场发展概况 57

- 一、全球洗涤剂市场需求强劲增长 57
- 二、国外片状洗涤剂市场日益成熟 57
- 三、瑞典立法禁止衣用洗涤剂使用磷酸盐 58
- 四、俄罗斯合成洗涤剂市场概况 58
- 五、澳大利亚成功研制节水型洗涤剂 59

第二节 中国洗涤剂行业发展分析 59

- 一、中国洗涤剂行业零售规模分析 59
- 二、中国洗涤剂行业发展概况 60
- 三、2015年洗涤用品行业经济运行情况 62
- 四、洗涤剂行业主要专利技术发展状况 63
- 五、家用洗涤剂品种发展现状 63
- 六、未来的家用洗涤剂 64

第三节 洗涤剂与环境保护 65

- 一、洗涤剂对环境的影响 65
- 二、合成洗涤剂污染及影响 65
- 三、含磷洗涤剂对水体的不良影响 66
- 四、洗衣粉的污染及对策 68

第四节 洗涤剂行业面临的挑战及发展对策 70

- 一、洗涤剂行业需关注的六大难题 70
- 二、国产洗涤剂包装存在的难题 71
- 三、洗涤剂行业的发展对策 72
- 四、立法推进洗涤剂全面禁磷 74
- 五、洗涤剂行业的突破创新之路 75

第四章 2013-2015年中国洗涤用品行业经济运行状况 79

第一节 2014-2015年中国洗涤用品行业发展分析 79

- 一、2014年中国洗涤用品行业发展概况 79
- 二、2015年中国洗涤用品行业发展概况 81

第二节 2013-2015年中国洗涤用品行业总体运行情况 84

- 一、2013-2015年中国洗涤用品行业企业数量统计 84
- 二、2013-2015年中国洗涤用品行业资产负债分析 87
- 三、2013-2015年中国洗涤用品行业销售收入分析 92

四、2013-2015年中国洗涤用品行业利润总额分析	96
第三节 2013-2015年中国洗涤用品行业投资价值分析	100
一、2013-2015年中国洗涤用品行业销售毛利率分析	100
二、2013-2015年中国洗涤用品行业销售利润率分析	102
三、2013-2015年中国洗涤用品行业资产利润率分析	103
第四节 2013-2015年中国洗涤用品行业经济效益分析	105
一、2013-2015年中国洗涤用品行业盈利能力分析	105
二、2013-2015年中国洗涤用品行业偿债能力分析	106
三、2013-2015年中国洗涤用品行业运营能力分析	108
第五节 2013-2015年洗涤用品行业成本费用结构分析	112
一、2013-2015年中国洗涤用品行业成本结构分析	112
二、2013-2015年中国洗涤用品行业销售成本分析	113
三、2013-2015年中国洗涤用品行业销售费用分析	114
四、2013-2015年中国洗涤用品行业管理费用统计	115
五、2013-2015年中国洗涤用品行业财务费用统计	115

第五章 2013-2015年中国洗涤剂主要产品产量分析 117

第一节 2013-2015年中国肥(香)皂产量分析 117

- 一、2013-2015年中国肥(香)皂产量总体情况 117
- 二、2015年全国及主要省份肥(香)皂产量分析 118
- 三、2015年中国肥(香)皂产量集中度分析 119

第二节 2013-2015年中国合成洗涤剂产量分析 120

- 一、2013-2015年中国合成洗涤剂产量总体情况 120
- 二、2013-2015年全国及主要省份合成洗涤剂产量分析 121
- 三、2013-2015年中国合成洗涤剂产量集中度分析 123

第三节 2013-2015年中国合成洗衣粉产量分析 124

- 一、2013-2015年中国合成洗衣粉产量总体情况 124
- 二、2013-2015年全国及主要省份合成洗衣粉产量分析 126
- 三、2013-2015年中国合成洗衣粉产量集中度分析 127

第六章 洗衣粉行业 129

第一节 中国洗衣粉行业发展概况 129

- 一、洗衣粉的定义及分类特点 129
- 二、中国洗衣粉行业的发展阶段 131
- 三、中国洗衣粉行业运行状况 137
- 四、2015年中国洗衣粉市场规模分析 139
- 五、洗衣粉包装存在的问题及发展策略 140
- 六、环保洗衣粉标准制订存在的难点 143
- 七、中国洗衣粉企业的发展策略分析 144
- 第二节 洗衣粉市场分析 145
 - 一、中国传统洗衣粉主导主流市场 145
 - 二、日化巨头推动洗衣粉产业升级 147
 - 三、中国洗衣粉市场消费调研分析 147
 - 四、浓缩洗衣粉市场发展分析 149
- 第三节 洗衣粉行业竞争分析 154
 - 一、中国洗衣粉市场品牌发展历程 154
 - 二、中国洗衣粉品牌竞争概况 155
 - 三、中国洗衣粉主要品牌竞争手段分析 156
 - 四、外企品牌强势扩张 158
 - 五、洗衣粉企业的竞争策略分析 159
- 第四节 洗衣粉行业营销案例 160
 - 一、雕牌洗衣粉的情感营销策略 160
 - 二、立白洗衣粉的特色营销策略 163
 - 三、联合利华针对性的市场定位策略 166

第七章 洗发水行业 171

- 第一节 洗发水行业发展概况 171
 - 一、中国洗发水行业发展的历程 171
 - 二、中国洗发水行业发展的现状 172
 - 三、2015年中国洗发水市场规模 174
 - 四、洗发水市场营销分析 174
 - 五、本土洗发水企业发展现状 181
- 第二节 洗发水市场的中外品牌竞争 182
 - 一、洗发水总体市场竞争格局 182

- 二、洗发水市场竞争趋势分析 182
- 三、本土企业挑战外资品牌的策略 183
- 四、国内洗发水企业发展误区及对策 185
- 第三节 中国洗发水细分市场分析 188
 - 一、去屑洗发水 188
 - 二、防脱洗发水 193
 - 三、中草药洗发水 197
- 第四节 洗发水行业三种典型商业模式分析 203
 - 一、宝洁模式 203
 - 二、丝宝模式 205
 - 三、拉芳模式 206
 - 四、三种模式的启示 207

第八章 沐浴露行业 209

- 第一节 中国沐浴露行业发展概况 209
 - 一、中国沐浴露行业总体状况 209
 - 二、2015年中国沐浴露市场规模 209
 - 三、中国沐浴露市场竞争分析 210
 - 四、沐浴露产品定位分类分析 210
 - 五、中国宠物沐浴露市场现状 211
 - 六、中国茶籽沐浴露企业及产品 212
- 第二节 沐浴露消费市场分析 212
 - 一、中国沐浴露市场消费群体分析 212
 - 二、沐浴露市场需求进入急剧上攻阶段 213
 - 三、零售终端沐浴露品牌的价格战分析 213
 - 四、沐浴露替代装和折扣装成市场新宠 214
- 第三节 沐浴露市场品牌分析 214
 - 一、沐浴露制造商品牌策略分析 214
 - 二、飘柔沐浴露面临市场难题 215
 - 三、解析强生婴儿沐浴露的越位现象 217
 - 四、六神沐浴露深耕本土成效显著 220
- 第四节 沐浴露市场存在的问题及对策 224

- 一、中国沐浴露新市场开发建议 224
- 二、国产沐浴露市场竞争策略分析 224

第九章 其他洗涤剂市场 226

第一节 肥（香）皂 226

- 一、中国香皂市场发展简述 226
- 二、国内市场香皂分类及发展方向 229
- 三、消费者对香皂的使用及购买习惯 230
- 四、未来香皂的发展方向 231

第二节 洗手液市场 231

- 一、中国洗手液市场发展现状 231
- 二、中国洗手液的价格和市场定位 235
- 三、国内洗手液市场有待进一步发展 238
- 四、“洗手液未来发展趋势 238

第三节 洗洁精 240

- 一、2015年中国洗洁精市场规模 240
- 二、中国洗洁精市场结构分析 240
- 三、洗洁精行业市场竞争战略 241
- 四、洗洁精的销售渠道特点 243
- 五、洗洁精未来发展趋势 244

第四节 清洁剂市场 245

- 一、2015年中国表面清洁剂市场规模 245
- 二、电脑清洁剂市场空间广阔 245
- 三、饮水机清洗热带动清洁剂市场 246
- 四、洗衣机槽专业清洁剂将成家庭常备品 247

第五节 洗衣液市场 247

- 一、中国洗涤产品进入“液洗”时代 247
- 二、中国洗衣液冲击洗涤用品领域 248
- 三、2015年洗衣液市场规模分析 249
- 四、中国洗衣液市场的价格战分析 250
- 五、日化企业扎堆洗衣液 251
- 六、中国洗衣液市场消费情况分析 252

七、中国洗衣液市场三足鼎立 254

第十章 主要原料行业发展分析 256

第一节 表面活性剂概述 256

一、表面活性剂基本概念 256

二、表面活性剂的结构及分类方法 256

三、表面活性剂在洗衣粉中的应用 259

第二节 表面活性剂行业发展状况 260

一、国际表面活性剂行业竞争格局 260

二、合成洗涤剂工业对表面活性剂需求大 260

三、中国表面活性剂行业发展方向分析 262

四、中国成为全球表面活性剂新兴市场 263

第三节 洗涤剂助剂行业发展分析 265

一、洗涤助剂的作用分析 265

二、洗涤助剂市场的发展趋势 267

三、合成洗涤助剂的发展及应用 268

四、洗涤助剂过碳酸钠概述 269

五、洗涤助剂层硅酸钠概述 271

第十一章 国际重点企业 274

第一节 宝洁 274

一、公司简介 274

二、宝洁公司全球经营情况分析 275

三、宝洁在华迅速发展的成功经验 277

四、宝洁公司多品牌策略的分析 279

五、宝洁品牌广告的四大绝招 280

六、宝洁公司“4C”营销策略 282

第二节 联合利华 285

一、公司简介 285

二、联合利华在中国的发展情况 285

三、联合利华全球经营情况分析 287

四、联合利华在华发展策略分析 289

五、联合利华多品牌营销战略优势 296

六、联合利华品牌战略提升竞争力 297

七、联合利华圈地加大产品投入 300

第三节 高露洁-棕榄 302

一、公司简介 302

二、高露洁全球经营情况分析 302

三、高露洁公司持续发展探析 304

四、高露洁公司供应链应用分析 306

五、高露洁收购联合利华Sanex业务 308

六、高露洁口腔卫生服务项目落户青海 308

第四节 德国汉高 309

一、公司简介 309

二、公司经营情况分析 310

三、德国汉高的并购扩张模式 312

四、2011年德国汉高继续剥离旗下品牌 313

五、德国汉高日化集团将大举扩张中国市场 313

第十二章 国内重点企业 314

第一节 南风化工集团股份有限公司 314

一、企业基本情况 314

二、企业经营情况分析 315

三、企业经济指标分析 316

四、企业盈利能力分析 317

五、企业偿债能力分析 317

六、企业运营能力分析 317

七、企业成本费用分析 318

第二节 广州市浪奇实业股份有限公司 319

一、企业基本情况 319

二、企业经营情况分析 320

三、企业经济指标分析 322

四、企业盈利能力分析 322

五、企业偿债能力分析 323

六、企业运营能力分析 323

七、企业成本费用分析 323

第三节 浙报传媒集团股份有限公司 324

一、企业基本情况 324

二、企业经营情况分析 325

三、企业经济指标分析 326

四、企业盈利能力分析 327

五、企业偿债能力分析 327

六、企业运营能力分析 327

七、企业成本费用分析 328

第四节 浙江传化股份有限公司 328

一、企业基本情况 328

二、企业经营情况分析 329

三、企业经济指标分析 330

四、企业盈利能力分析 331

五、企业偿债能力分析 331

六、企业运营能力分析 332

七、企业成本费用分析 332

第五节 安徽全力集团有限公司 333

一、公司基本概况 333

二、企业主要经济指标 334

三、企业偿债能力分析 334

四、企业盈利能力分析 335

五、企业运营能力分析 336

第六节 广州立白(番禺)有限公司 336

一、公司基本概况 336

二、企业主要经济指标 336

三、企业偿债能力分析 337

四、企业盈利能力分析 338

五、企业运营能力分析 339

第七节 湖南丽臣实业有限责任公司 340

一、公司基本概况 340

二、企业主要经济指标 341

三、企业偿债能力分析 341

四、企业盈利能力分析 342

五、企业运营能力分析 343

第八节 江苏洁丽莱日化有限公司 343

一、公司基本情况 343

二、企业主要经济指标 344

三、企业偿债能力分析 345

四、企业盈利能力分析 345

五、企业运营能力分析 346

第九节 利洁时家化（中国）有限公司 347

一、公司基本情况 347

二、企业主要经济指标 347

三、企业偿债能力分析 348

四、企业盈利能力分析 348

五、企业运营能力分析 349

第十节 南京佳和日化有限公司 350

一、公司基本情况 350

二、企业主要经济指标 350

三、企业偿债能力分析 351

四、企业盈利能力分析 352

五、企业运营能力分析 353

第十一节 强生（中国）有限公司 354

一、公司基本情况 354

二、企业主要经济指标 355

三、企业偿债能力分析 356

四、企业盈利能力分析 357

五、企业运营能力分析 358

第十二节 山东九鑫日用化工有限公司 359

一、公司基本情况 359

二、企业主要经济指标 360

三、企业偿债能力分析 360

四、企业盈利能力分析	361
五、企业运营能力分析	362
第十三节 上海和黄白猫有限公司	363
一、公司基本情况	363
二、企业主要经济指标	364
三、企业偿债能力分析	365
四、企业盈利能力分析	365
五、企业运营能力分析	366
第十四节 四川春飞日化股份有限公司	367
一、公司基本情况	367
二、企业主要经济指标	368
三、企业偿债能力分析	369
四、企业盈利能力分析	370
五、企业运营能力分析	371
第十五节 西安开米股份有限公司	371
一、公司基本情况	371
二、企业主要经济指标	372
三、企业偿债能力分析	373
四、企业盈利能力分析	374
五、企业运营能力分析	375
第十六节 威莱(广州)日用品有限公司	376
一、公司基本情况	376
二、企业主要经济指标	377
三、企业偿债能力分析	378
四、企业盈利能力分析	378
五、企业运营能力分析	378
第十七节 广州蓝月亮生物工程有限公司	379
一、公司基本情况	379
二、企业主要经济指标	379
三、企业偿债能力分析	380
四、企业盈利能力分析	380
五、企业运营能力分析	380

第十八节 广州高露洁有限公司 381

一、公司基本情况 381

二、企业主要经济指标 382

三、企业偿债能力分析 382

四、企业盈利能力分析 383

五、企业运营能力分析 384

第十九节 广州宝洁有限公司 385

一、公司基本情况 385

三、企业主要经济指标 387

四、企业偿债能力分析 388

五、企业盈利能力分析 388

六、企业运营能力分析 389

第二十节 联合利华(中国)有限公司 390

一、公司基本情况 390

二、企业主要经济指标 391

三、企业偿债能力分析 392

四、企业盈利能力分析 393

五、企业运营能力分析 394

第二十一节 纳爱斯集团有限公司 394

一、公司基本情况 394

二、企业主要经济指标 396

三、企业偿债能力分析 396

四、企业盈利能力分析 397

五、企业运营能力分析 398

第十三章 2013-2015年中国洗涤剂产品进出口数据分析 400

第一节 2013-2015年中国鞋靴、家具等的光洁剂、擦洗膏、去污粉等进出口分析（3405） 400

一、2013-2015年中国鞋靴、家具等的光洁剂、擦洗膏、去污粉等进口分析 400

二、2013-2015年中国鞋靴、家具等的光洁剂、擦洗膏、去污粉等出口分析 401

三、2013-2015年中国鞋靴、家具等的光洁剂、擦洗膏、去污粉等进出口均价分析 402

四、2015年中国鞋靴、家具等的光洁剂、擦洗膏、去污粉等进出口流向分析 403

五、2015年中国鞋靴、家具等的光洁剂、擦洗膏、去污粉等进出口省市分析 405

六、2015年中国鞋靴、家具等的光洁剂、擦洗膏、去污粉等进出口关区分析	407
第二节 2013-2015年中国肥皂及作肥皂或洁肤用的有机表面活性产品进出口分析（3401）	410
一、2013-2015年中国肥皂及作肥皂或洁肤用的有机表面活性产品进口分析	410
二、2013-2015年中国肥皂及作肥皂或洁肤用的有机表面活性产品出口分析	411
三、2013-2015年中国肥皂及作肥皂或洁肤用的有机表面活性产品进出口均价分析	412
四、2015年中国肥皂及作肥皂或洁肤用的有机表面活性产品进出口流向分析	413
五、2015年中国肥皂及作肥皂或洁肤用的有机表面活性产品进出口省市分析	415
六、2015年中国肥皂及作肥皂或洁肤用的有机表面活性产品进出口关区分析	417
第三节 2013-2015年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等进出口分析（3402）	420
一、2013-2015年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等进口分析	420
二、2013-2015年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等出口分析	421
三、2013-2015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	422
四、2015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分析	423
五、2015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分析	425
六、2015年中国有机表面活性剂；表面活性剂制品、洗涤剂等进出口关区分析	427
第十四章 博思数据对洗涤剂行业前景展望	430
第一节 2016-2022年洗涤剂行业发展趋势及前景	430
一、国际洗涤剂行业发展方向	430
二、中国洗涤剂产业前景广阔	431
三、中国合成洗涤剂市场发展趋势	432
第二节 2016-2022年各类别洗涤剂发展趋势及前景	433
一、洗衣粉行业技术与产品革新方向	433
二、洗发水行业发展趋势	433
三、香皂行业发展趋势	434
四、高浓缩洗衣液发展前景	435
第三节 2016-2022年中国洗涤剂市场规模预测	436
一、2016-2022年中国日化行业市场规模预测	436
二、2016-2022年中国洗涤剂市场规模预测	437

图表目录：

图表 1 超浓缩粉体洗涤剂（成品）使用效果	26
图表 2 2013-2014年中国人均国内生产总值变化趋势图	38
图表 3 2013-2015年中国国内生产总值及增长速度趋势图	39
图表 4 2011-2014年中国规模以上工业企业经济指标统计	40
图表 5 2013-2014年中国全部工业增加值及增长速度趋势图	40
图表 6 2014年各月度中国规模以上工业增加值增长趋势图	41
图表 7 2013-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图	42
图表 8 2014年中国城镇固定资产投资规模及增长速度统计	42
图表 9 2014年各月度固定资产投资（不含农户）增长趋势图	43
图表 10 2013-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图	44
图表 11 2014年社会消费品零售总额环比增长趋势图	45
图表 12 2013-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图	46
图表 13 2013-2015年农村居民纯收入及增长情况统计	47
图表 14 2013-2015年中国进出口总额增长趋势图	47
图表 15 2014年日化行业部分实施的国家标准	49
图表 16 中国《洗涤用品安全技术规范》等5项国家标准	52
图表 17 2013-2014年中国日化市场销售规模变化趋势图	56
图表 18 2010-2014年中国日化行业竞争集中度	56
图表 19 2013-2014年中国洗涤剂零售规模变化趋势图	60
图表 20 2013-2014年中国细分洗涤剂零售规模情况	60
图表 21 生产1t洗衣粉与洗衣液节能减排数据对比	75
图表 22 2013年中国洗涤用品行业经济指标统计	79
图表 23 2013年中国洗涤用品行业前五省区企业数量排名	80
图表 24 2013年中国洗涤用品行业前五省区资产总计排名	81
图表 25 2013年中国洗涤用品行业前五省区销售收入排名	81
图表 26 2013年中国洗涤用品行业前五省区利润总额排名	81
图表 27 2014年中国洗涤用品行业经济指标统计	82
图表 28 2014年中国洗涤用品行业前五省区企业数量排名	83
图表 29 2014年中国洗涤用品行业前五省区资产总计排名	83
图表 30 2014年中国洗涤用品行业前五省区销售收入排名	84
图表 31 2014年中国洗涤用品行业前五省区利润总额排名	84
图表 32 2013-2015年中国洗涤用品企业数量增长趋势图	85

图表 33 2014年中国不同规模的洗涤用品企业数量所占份额	85
图表 34 2014年中国不同性质的洗涤用品企业数量所占份额	85
图表 35 2013年中国各省区洗涤用品企业数量比较	86
图表 36 2014年中国各省区洗涤用品企业数量比较	87
图表 37 2013-2015年中国洗涤用品行业资产总额统计	88
图表 38 2013-2015年中国洗涤用品行业资产总额增长趋势图	88
图表 39 2013-2015年中国不同规模的洗涤用品企业资产总额比较	88
图表 40 2014年中国不同规模的洗涤用品企业资产总额所占份额	89
图表 41 2013-2015年中国不同性质的洗涤用品企业资产总额比较	89
图表 42 2014年中国不同性质的洗涤用品企业资产总额所占份额	89
图表 43 2013年中国各省区洗涤用品行业资产总额比较	90
图表 44 2014年中国各省区洗涤用品行业资产总额比较	91
图表 45 2013-2015年中国洗涤用品行业负债总额统计	92
图表 46 2013-2015年中国洗涤用品行业负债总额增长趋势图	92
图表 47 2013-2015年中国洗涤用品行业销售收入统计	93
图表 48 2013-2015年中国洗涤用品行业销售收入增长趋势图	93
图表 49 2013-2015年中国不同规模的洗涤用品企业销售收入比较	93
图表 50 2014年中国不同规模的洗涤用品企业销售收入所占份额	94
图表 51 2013-2015年中国不同性质的洗涤用品企业销售收入比较	94
图表 52 2014年中国不同性质的洗涤用品企业销售收入所占份额	94
图表 53 2013年中国各省区洗涤用品行业销售收入比较	95
图表 54 2014年中国各省区洗涤用品行业销售收入比较	96
图表 55 2013-2015年中国洗涤用品行业利润总额统计	97
图表 56 2013-2015年中国洗涤用品行业利润总额增长趋势图	97
图表 57 2013-2015年中国不同规模的洗涤用品企业利润总额比较	97
图表 58 2014年中国不同规模的洗涤用品企业利润总额所占份额	98
图表 59 2013-2015年中国不同性质的洗涤用品企业利润总额比较	98
图表 60 2014年中国不同性质的洗涤用品企业利润总额所占份额	98
图表 61 2013年中国各省区洗涤用品行业利润总额比较	99
图表 62 2014年中国各省区洗涤用品行业利润总额比较	99
图表 63 2013-2015年中国洗涤用品行业毛利率情况	100
图表 64 2013-2015年中国不同规模洗涤用品企业销售毛利率比较	101

图表 65 2013-2015年中国不同性质洗涤用品企业销售毛利率比较 101

图表 66 2014年中国各省区洗涤用品企业销售毛利率比较 101

图表 67 2013-2015年中国洗涤用品行业销售利润率情况 102

图表 68 2014年中国各省区洗涤用品企业销售利润率比较 103

图表 69 2013-2015年中国洗涤用品行业资产利润率情况 104

图表 70 2014年中国各省区洗涤用品企业总资产利润率比较 104

图表 71 2013-2015年中国洗涤用品行业成本费用利润率情况 105

图表 72 2014年中国各省区洗涤用品企业盈利能力比较 105

图表 73 2013-2015年中国洗涤用品行业资产负债率情况 106

图表 74 2011-2014年中国不同规模的洗涤用品企业偿债能力比较 107

图表 75 2011-2014年中国不同性质的洗涤用品企业偿债能力比较 107

图表 76 2014年中国各省区洗涤用品企业偿债能力比较 107

图表 77 2013-2015年中国洗涤用品行业流动资产周转率情况 108

图表 78 2014年中国各省区洗涤用品企业流动资产周转率比较 109

图表 79 2013-2015年中国洗涤用品行业应收账款周转率情况 110

图表 80 2014年中国各省区洗涤用品企业应收账款周转率比较 110

图表 81 2013-2015年中国洗涤用品行业总资产周转率情况 111

图表 82 2014年中国各省区洗涤用品企业总资产周转率比较 111

图表 83 2013-2015年中国洗涤用品行业成本费用结构构成情况 112

图表 84 2014年中国洗涤用品行业成本费用结构构成图 113

图表 85 2013-2015年中国洗涤用品行业销售成本统计 113

图表 86 2013-2015年中国洗涤用品行业销售成本趋势图 114

图表 87 2013-2015年中国洗涤用品行业销售费用统计 114

图表 88 2013-2015年中国洗涤用品行业销售费用趋势图 114

图表 89 2013-2015年中国洗涤用品行业管理费用统计 115

图表 90 2013-2015年中国洗涤用品行业管理费用趋势图 115

图表 91 2013-2015年中国洗涤用品行业财务费用统计 116

图表 92 2013-2015年中国洗涤用品行业财务费用趋势图 116

图表 93 2013-2014年中国肥(香)皂产量统计 117

图表 94 2013-2014年中国肥(香)皂产量增长趋势图 117

图表 95 2013年中国肥(香)皂产量月度统计表 118

图表 96 2013年中国各地区肥(香)皂产量统计 118

图表 97 2013年中国肥(香)皂区域产量统计 119

图表 98 2013年中国肥(香)皂产量集中度 120

图表 99 2013-2015年中国合成洗涤剂产量统计 120

图表 100 2013-2015年中国合成洗涤剂产量增长趋势图 121

图表 101 2014年中国合成洗涤剂产量月度统计表 121

图表 102 2013年中国各地区合成洗涤剂产量统计 122

图表 103 2014年中国各地区合成洗涤剂产量统计 123

图表 104 2013-2015年中国合成洗涤剂区域产量统计 124

图表 105 2014年中国合成洗涤剂产量集中度 124

图表 106 2013-2015年中国合成洗衣粉产量统计 125

图表 107 2013-2015年中国合成洗衣粉产量增长趋势图 125

图表 108 2014年中国合成洗衣粉产量月度统计表 125

图表 109 2013年中国各地区合成洗衣粉产量统计 126

图表 110 2015年中国各地区合成洗衣粉产量统计 127

图表 111 2013-2015年中国合成洗衣粉区域产量统计 128

图表 112 2015年中国合成洗衣粉产量集中度 128

图表 113 2013-2015年中国洗衣粉市场规模统计 139

图表 114 2013-2015年中国洗衣粉市场规模趋势图 140

图表 115 中国30大中城市洗衣粉消费调研主要指标情况 148

图表 116 中国30大中城市洗衣粉消费品牌渗透率 (TOP10) 149

图表 117 中国30大中城市洗衣粉消费最经常使用品牌比例 (TOP10) 149

图表 118 2013-2015年中国浓缩洗衣粉产量趋势图 150

图表 119 2015年中国首批获准使用“浓缩洗衣粉标志”企业及品牌 154

图表 120 2013-2015年中国洗发水市场规模统计 174

图表 121 2013-2015年中国洗发水零售销售额趋势图 174

图表 122 中国茶籽洗发水生产企业及产品 200

图表 123 2013-2015年中草药洗发水零售市场份额统计 (TOP10) 201

图表 124 2013-2015年中国中草药洗发液市场规模统计 202

图表 125 2013-2015年中国中草药洗发液零售销售额趋势图 202

图表 126 2013-2015年中国沐浴露市场规模趋势图 210

图表 127 中国主要茶籽沐浴露主要企业及产品 212

图表 128 2013-2015年中国餐具洗洁精市场规模趋势图 240

图表 129 2013-2015年中国表面清洁剂市场规模趋势图 245

图表 130 2013-2015年中国洗衣液零售规模统计 249

图表 131 2013-2015年中国洗衣液零售规模增长趋势图 250

图表 132 2013-2015年中国日化企业洗衣液产品的推出 252

图表 133 洗衣液品牌竞争格局 255

图表 134 表面活性剂中常见的亲水基团 256

略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1511/U25104BLQF.html>