

2011-2015年中国衣服柔顺 剂行业市场分析与投资前景研究报告

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

《2011-2015年中国衣服柔顺剂行业市场分析与投资前景研究报告》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/rihua1111/H827161DHI.html>

【报告价格】纸介版7800元 电子版8300元 纸介+电子8800元

【出版日期】2011-11-30

【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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

→报告说明

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国衣服柔顺剂行业市场分析与投资前景研究报告》共九章。介绍了衣服柔顺剂行业相关概述、中国衣服柔顺剂产业运行环境、分析了中国衣服柔顺剂行业的现状、中国衣服柔顺剂行业竞争格局、对中国衣服柔顺剂行业做了重点企业经营状况分析及中国衣服柔顺剂产业发展前景与投资预测。您若想对衣服柔顺剂产业有个系统的了解或者想投资衣服柔顺剂行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

→内容简介

衣物柔顺剂的作用就好像是为织物纤维的表面均匀地上一层保护膜，纤维表面由于吸附了柔顺剂，纤维间的摩擦系数降低了、可移动性增强了，纤维固有的平滑、延伸、压缩性能也得到了恢复，所以织物变得更加柔软、蓬松、有弹性。同样的道理，由于柔顺剂“保护膜”的作用减少了纤维间的摩擦，也就在一定程度上改善了棉、毛、蚕丝，特别是化纤织物带静电的现象。柔顺剂大都有香味，芳香剂、染料大都是石油衍生物，含有苯类。目前市场的衣物柔顺剂品牌多达20多个，有金纺、兰诺等国际性品牌，也有扇牌、开米、威洁士、奇强、开米Kaimi、威纳邦、蓝月亮、等本地品牌。品牌的多样性说明衣物柔顺剂市场的繁荣，同时也满足不同消费者对产品的不同需求。与洗衣粉和肥皂的年产量相比，柔顺剂的产量相对较少，仅为洗衣粉的百分之几。但其年增长率约为洗衣粉增长率的几倍，市场存在巨大的增长潜力。同时，从产品的市场普及率来看，在北京、上海和广州三大城市的普及率仅为30%左右，全国范围内普及率更低。柔顺剂作为织物的常规后整理助剂，应用至今已有半个多世纪，发展非常迅速，它从最早的表面活性剂类柔软剂发展为高分子聚合物类柔软剂，又从高分子聚乙烯蜡发展为有机硅聚合物，又从聚二甲基硅氧烷乳液发展为端羟基聚硅氧烷乳液、亲水性有机硅柔软剂、氨基聚硅氧烷乳液、氨基聚硅氧烷微乳、低黄变氨基改性有机硅柔软剂、亲水性氨基有机硅柔软剂和超平滑氨基改性聚硅氧烷等。

目前国内衣物柔顺剂中使用量最大的阳离子表面活性剂是二烷基二甲基季铵盐(DHTDMAC)，虽然其使用效果尚可，但也存在一些问题。如：它的生物降解性较差，可能会造成对环境的影响。目前在欧洲和北美地区，DHTDMAC已基本被淘汰，代之以生物降解性更好的阳离子表面活性剂如DEEDMAC，HEQ，TEA-Q等。在中国，环境问题很受到重视，生物降解性更好的阳离子表面活性剂如雨后春笋般地被开发出来，被应用到衣物柔顺剂中。中国衣物柔顺剂市场在快速增长，但是市场总容量有限。按照市场规律，多品牌的竞争必然导致整个柔顺剂市场的重新洗牌。方便、快捷、环保、浓缩化、多功能将是柔顺剂发展

的方向，一方面要求生产商应用新原料开发高性价比的产品，满足消费者需求；另一方便要求生产商加强对消费者培训，使消费者正确认识与使用柔顺剂，使更多的消费人群使用并支持使用衣物柔顺剂，只有这样才能把中国柔顺剂市场这块总蛋糕做大、做强。

→报告目录

目 录

CONTENTS

第一部分 行业发展分析

第一章 衣物柔顺剂产品概述 1

第一节 产品定义 1

第二节 产品用途与特点 3

第三节 行业生命周期分析 4

第二章 衣物柔顺剂行业环境分析 5

第一节 我国经济发展环境分析 5

一、中国GDP分析 5

二、固定资产投资 7

三、城镇人员从业状况 15

四、恩格尔系数分析 30

五、2011-2015年我国宏观经济发展预测 35

第二节 我国衣物柔顺剂行业政策环境分析 52

一、产业政策分析 52

二、相关产业政策影响分析 61

第三节 国家“十二五”规划解读 63

一、加快转变经济发展方式，开创科学发展新局面 63

二、坚持扩大内需战略，保持经济平稳较快发展 67

三、推进农业现代化，加快社会主义新农村建设 68

四、发展现代产业体系，提高产业核心竞争力 69

五、促进区域协调发展，积极稳妥推进城镇化 71

第四节 我国衣物柔顺剂行业技术环境分析 73

一、我国衣物柔顺剂技术发展概况 73

二、我国衣物柔顺剂产品工艺特点或流程 91

三、我国衣物柔顺剂行业技术发展趋势 100

第三章 衣物柔顺剂行业上、下游产业链分析 113

第一节 衣物柔顺剂产业链分析 113

一、产业链模型介绍 113

二、衣物柔顺剂产业链模型分析 113

第二节 上游行业发展状况分析 115

第三节 下游产业发展情况分析 136

第二部分 市场发展分析

第四章 中国衣物柔顺剂市场分析 141

第一节 衣物柔顺剂市场现状分析及预测 141

一、2006-2011年我国衣物柔顺剂市场规模分析 141

二、2011-2015年我国衣物柔顺剂市场规模预测 154

第二节 衣物柔顺剂产品产量分析及预测 154

一、2006-2011年我国衣物柔顺剂产量分析 154

二、2011-2015年我国衣物柔顺剂产量预测 155

第三节 衣物柔顺剂市场需求分析及预测 155

一、2006-2011年我国衣物柔顺剂市场需求分析 155

二、2011-2015年我国衣物柔顺剂市场需求预测 155

第四节 衣物柔顺剂进出口数据分析 156

一、2006-2010年我国衣物柔顺剂进出口数据分析 156

二、2011-2015年国内衣物柔顺剂产品未来进出口情况预测 156

第五章 衣物柔顺剂价格趋势分析 157

第一节 2006-2011年我国衣物柔顺剂市场价格分析 157

第二节 国内产品当前市场价格及评述 157

第三节 国内产品价格影响因素分析 162

第四节 2011-2015年我国衣物柔顺剂市场价格预测 166

第三部分 行业竞争分析

第六章 衣物柔顺剂主要生产厂商介绍 169

第一节 联合利华公司 169

- 一、企业基本概述 169
- 二、企业产品 171
- 三、企业在中国发展 173
- 四、2010年企业经营状况 174

第二节 宝洁公司 175

- 一、企业基本概述 175
- 二、企业品牌状况 177
- 三、企业营销策略 177
- 四、宝洁在中国的广告策略 180
- 五、2010年企业经营状况 183

第三节 广州蓝月亮实业有限公司 184

- 一、企业概况 184
- 二、企业产品 188

第四节 南风化工集团股份有限公司 188

- 一、企业概况 188
- 二、2010-2011年企业经营状况 200
- 三、2010-2011年财务分析 201

第五节 高露洁棕榄（中国）有限公司 205

- 一、企业概况 205
- 二、企业发展分析 216

第六节 开米股份有限公司 217

- 一、企业概况 217
- 二、企业产品与服务 217

第七节 石家庄威纳邦日化有限公司 218

- 一、企业概况 218
- 二、企业发展优势 219

第八节 上海制皂(集团)有限公司 220

- 一、企业概况 220
- 二、企业经营品牌 220

第七章 衣物柔顺剂行业竞争格局分析 222

第一节 2008-2011年中国衣物柔顺剂行业集中度分析 222

第二节 衣物柔顺剂国内外SWOT分析 237

第三节 2011-2015年中国衣物柔顺剂行业竞争格局预测分析 241

第四部分 行业投资分析

第八章 2008-2011年中国衣物柔顺剂行业总体发展状况 255

第一节 中国衣物柔顺剂行业规模情况分析 255

一、行业单位规模情况分析 255

二、行业人员规模状况分析 256

三、行业资产规模状况分析 256

四、行业市场规模状况分析 257

第二节 中国衣物柔顺剂行业产销情况分析 257

一、行业生产情况分析 257

二、行业销售情况分析 258

三、行业产销情况分析 258

第三节 中国衣物柔顺剂行业财务能力分析 258

一、行业盈利能力分析 258

二、行业偿债能力分析 259

三、行业营运能力分析 260

四、行业发展能力分析 261

第九章 业内专家对中国衣物柔顺剂行业投资的建议及观点 263

第一节 2011-2015年中国衣物柔顺剂行业投资风险分析 263

一、市场竞争风险 263

二、原材料压力风险分析 264

三、技术风险分析 264

四、政策和体制风险 264

五、外资进入现状及对未来市场的威胁 267

第二节 行业应对策略 267

一、把握国家投资的契机 267

二、竞争性战略联盟的实施 268

三、企业自身应对策略 268

第三节 市场的重点客户战略实施 301

一、实施重点客户战略的必要性 301

二、合理确立重点客户 301

三、重点客户战略管理 301

四、重点客户管理功能 302

图表目录

图表：2010年我国国内生产总值 6

图表：2007-2010年我国国内生产总值 7

图表：2010年2月中国固定资产投资完成额 11

图表：2010年3月中国固定资产投资完成额 11

图表：2010年4月中国固定资产投资完成额 12

图表：2010年5月中国固定资产投资完成额 12

图表：2010年6月中国固定资产投资完成额 12

图表：2010年7月中国固定资产投资完成额 12

图表：2010年8月中国固定资产投资完成额 12

图表：2010年9月中国固定资产投资完成额 13

图表：2010年10月中国固定资产投资完成额 13

图表：2010年11月中国固定资产投资完成额 13

图表：2010年12月中国固定资产投资完成额 13

图表：2011年2月中国固定资产投资完成额 13

图表：2011年3月中国固定资产投资完成额 14

图表：2011年4月中国固定资产投资完成额 14

图表：2011年5月中国固定资产投资完成额 14

图表：2011年6月中国固定资产投资完成额 14

图表：2011年7月中国固定资产投资完成额 14

图表：2011年8月中国固定资产投资完成额 15

图表：2011年9月中国固定资产投资完成额 15

图表：2010年1月中国居民消费价格指数 31

图表：2010年2月中国居民消费价格指数 31

图表：2010年3月中国居民消费价格指数 31

图表：2010年4月中国居民消费价格指数 32

图表：2010年5月中国居民消费价格指数 32

图表：2010年6月中国居民消费价格指数 32

图表：2010年7月中国居民消费价格指数 32

图表：2010年8月中国居民消费价格指数 32

图表：2010年9月中国居民消费价格指数 33

图表：2010年10月中国居民消费价格指数 33

图表：2010年11月中国居民消费价格指数 33

图表：2010年12月中国居民消费价格指数 33

图表：2011年1月中国居民消费价格指数 33

图表：2011年2月中国居民消费价格指数 34

图表：2011年3月中国居民消费价格指数 34

图表：2011年4月中国居民消费价格指数 34

图表：2011年5月中国居民消费价格指数 34

图表：2011年6月中国居民消费价格指数 34

图表：2011年7月中国居民消费价格指数 35

图表：2011年8月中国居民消费价格指数 35

图表：2011年9月中国居民消费价格指数 35

图表：“十一五”规划产量指标执行情况 53

图表：2006-2010年我国洗涤用品产品结构变化情况 54

图表：2005-2009年产品抽检情况 55

图表：烷基胺内酯型结构 87

图表：烷基酰胺丙基羟丙基磷酸甜菜碱 88

图表：咪唑啉表面活性剂单体MA结构式 89

图表：2010年1月中国化工原料购进价格指数 116

图表：2010年2月中国化工原料购进价格指数 116

图表：2010年3月中国化工原料购进价格指数 116

图表：2010年4月中国化工原料购进价格指数 116

图表：2010年5月中国化工原料购进价格指数 116

图表：2010年6月中国化工原料购进价格指数 117

图表：2010年7月中国化工原料购进价格指数 117

图表：2010年8月中国化工原料购进价格指数 117

图表：2010年9月中国化工原料购进价格指数 117

图表：2010年10月中国化工原料购进价格指数 117

图表：2010年11月中国化工原料购进价格指数 117

图表：2010年12月中国化工原料购进价格指数 118

图表：2011年1月中国化工原料购进价格指数 118

图表：2011年2月中国化工原料购进价格指数 118

图表：2011年3月中国化工原料购进价格指数 118

图表：2011年4月中国化工原料购进价格指数 118

图表：2011年5月中国化工原料购进价格指数 118

图表：2011年6月中国化工原料购进价格指数 119

图表：2011年7月中国化工原料购进价格指数 119

图表：2011年8月中国化工原料购进价格指数 119

图表：市售柔软剂产品测试结果 128

图表：改性有机硅提高织物柔软性和亲水性机理 130

图表：WACKER-SLM21200柔软性评估结果 130

图表：添加WACKER-SLM21200的织物护理剂配比 131

图表：WACKER-FC202柔软性评估结果 132

图表：WACKER-SLM21200消光测试 133

图表：WACKER-FC202消光测试结果 133

图表：WACKER-SLM21200润湿测试结果 133

图表：WACKER-FC202润湿测试结果 134

图表：WACKER-FC202类毛效测试结果 134

图表：WACKER-SLM21200类毛效测试结果 134

图表：柔顺剂购买者调查情况 137

图表：柔顺剂消费调查情况 138

图表：2006-2011年中国衣物柔顺剂市场规模 141

图表：消费者使用情况分析 143

图表：改性有机硅油功能基团及应用性能 148

图表：2011-2015年中国衣物柔顺剂市场规模预测 154

图表：2006-2011年中国衣物柔顺剂产量 154

图表：2011-2015年中国衣物柔顺剂产量预测 155

图表：2006-2011年中国衣物柔顺剂市场需求量 155

图表：2011-2015年中国衣物柔顺剂需求量 155

图表：2010年1月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 158

图表：2010年2月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 158

图表：2010年3月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 158

图表：2010年4月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 158

图表：2010年5月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 159

图表：2010年6月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 159

图表：2010年7月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 159

图表：2010年8月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 159

图表：2010年9月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 159

图表：2010年10月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 160

图表：2010年11月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 160

图表：2010年12月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 160

图表：2011年1月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 160

图表：2011年2月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 160

图表：2011年3月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 161

图表：2011年4月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 161

图表：2011年5月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 161

图表：2011年6月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 161

图表：2011年7月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 161

图表：2011年8月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 162

图表：2011年9月中国柔顺剂等日用品零售价格指数 162

图表：2011年南风化工集团股份有限公司主营构成 201

图表：2010-2011年南风化工集团股份有限公司每股指标 201

图表：2010-2011年南风化工集团股份有限公司获利能力 202

图表：2010-2011年南风化工集团股份有限公司经营能力 202

图表：2010-2011年南风化工集团股份有限公司偿债能力 202

图表：2010-2011年南风化工集团股份有限公司资本结构 202

图表：2010-2011年南风化工集团股份有限公司发展能力 203

图表：2010-2011年南风化工集团股份有限公司现金流量 203

图表：2010-2011年南风化工集团股份有限公司主营业务收入 203

图表：2010-2011年南风化工集团股份有限公司主营业务利润 203

图表：2010-2011年南风化工集团股份有限公司营业利润 204

图表：2010-2011年南风化工集团股份有限公司利润总额 204

图表：2010-2011年南风化工集团股份有限公司净利润 204

图表：20世纪70年代我国开发的多种柔软剂 226

图表：改性有机硅的性能 235

图表：2010年1-5月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业单位规模 255

图表：2010年1-8月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业单位规模 255

图表：2010年1-11月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业单位规模 255

图表：2011年1-3月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业单位规模 255

图表：2011年1-6月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业单位规模 255

图表：2010年1-5月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业人员规模 256

图表：2010年1-8月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业人员规模 256

图表：2010年1-11月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业人员规模 256

图表：2011年1-3月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业人员规模 256

图表：2011年1-6月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业人员规模 256

图表：2010年1-5月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业资产规模 256

图表：2010年1-8月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业资产规模 257

图表：2010年1-11月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业资产规模 257

图表：2011年1-3月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业资产规模 257

图表：2011年1-6月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业资产规模 257

图表：2010年1-5月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业盈利能力 258

图表：2010年1-8月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业盈利能力 258

图表：2010年1-11月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业盈利能力 258

图表：2011年1-3月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业盈利能力 259

图表：2011年1-6月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业盈利能力 259

图表：2010年1-5月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业偿债能力 259

图表：2010年1-8月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业偿债能力 259

图表：2010年1-11月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业偿债能力 259

图表：2011年1-3月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业偿债能力 259

图表：2011年1-6月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业偿债能力 260

图表：2010年1-5月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业运营能力 260

图表：2010年1-8月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业运营能力 260

图表：2010年1-11月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业运营能力 260

图表：2011年1-3月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业运营能力 261

图表：2011年1-6月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业运营能力 261

图表：2010年1-5月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业发展能力 261

图表：2010年1-8月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业发展能力 261

图表：2010年1-11月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业发展能力 262

图表：2011年1-3月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业发展能力 262

图表：2011年1-6月中国柔顺剂等洗涤剂产品行业发展能力 262

图表：一级市场终端门店的匹配要求 279

图表：二级市场终端门店的匹配要求 279

图表：三级市场终端门店的匹配要求 279

图表：重点终端、资源的投入和控制 282

图表：导购终端、资源的投入和控制 282

图表：流通终端、资源的投入和控制 282

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、国务院发展研究中心、中国洗涤用品工业协会、中国日用化工协会、中国化学工业协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及衣物柔顺剂研究单位等公布和提供的大量资料，结合博思公司对衣物柔顺剂相关企业的实地调查，对我国衣物柔顺剂行业发展现状、市场竞争格局与形势、企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了衣物柔顺剂行业的前景与风险。报告揭示了衣物柔顺剂市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1111/H827161DHI.html>