

2015-2020年中国净洗剂市场分析预测与发展趋势 研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国净洗涤剂市场分析预测与发展趋势研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201411/293053.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

净洗剂具有优异的润湿、抗静电、净洗、乳化、耐硬化、脱脂去油污等性能，是良好的泡沫稳定剂，泡沫细，手感好，并具有显著的增稠悬浮污垢粒子的作用。用于织物洗涤，可使织物具有柔软手感。用作配制金属清洗剂，具有防锈作用。净洗剂对皮肤刺激性小，也是各种日用化妆品中不可缺少的成份。

产业信息网发布的《2015-2020年中国净洗剂市场分析预测与发展趋势研究报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

产业信息网是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一章中国净洗剂行业发展环境与渠道研究

第一节全国经济发展背景分析

- 一、2014年宏观经济指标数据分析
- 二、2014年宏观政策环境分析
- 三、“十二五”发展规划分析

第二节主要城市发展背景分析

- 一、主要城市区域市场特点分析
- 二、主要城市社会经济现状分析
- 三、未来主要城市经济发展预测

第三节竞争对手渠道模式

- 一、净洗剂市场渠道情况
- 二、净洗剂竞争对手渠道模式
- 三、净洗剂直营代理分布情况

第四节主要商圈发展趋势分析

- 一、各城市主要商圈渠道分布情况
- 二、各城市主要商圈销售规模分析
- 三、各城市主要商圈发展趋势分析

第二章 2014年中国净洗剂产品市场实地调查研究

第一节 2014年中国净洗剂产品市场价格走势

- 一、价格形成机制分析
- 二、净洗剂产品平均价格趋势分析
- 三、2015-2020年中国净洗剂产品价格走势预测

第二节 影响中国净洗剂产品价格因素分析

- 一、消费税调整对净洗剂产品价格的影响
- 二、零售环境的变化对净洗剂产品价格的影响

第三节 2014年中国净洗剂产品市场消费状况分析

- 一、2014年中国净洗剂产品市场消费结构
- 二、2014年中国净洗剂产品市场消费特点
- 三、2014年影响中国净洗剂产品市场消费因素

第三章 2014年全国净洗剂主要代理分销与市场份额状况

第一节 中国净洗剂主要代理销量及变化趋势

- 一、国代商销量及变化
- 二、国代商市场份额及占比
- 三、主要分销商销量及变化
- 四、主要国代商销量变动趋势
- 五、主要分销商销售额

第二节 主要分销商代理品牌结构变化

- 一、分销商一
- 二、分销商二
- 三、分销商三

第四章 2014年中国净洗剂品牌分销商渠道评估研究

第一节 中国净洗剂品牌有效铺货率分析

第二节 主要净洗剂品牌有效铺货率比较

第三节 不同城市级别主要品牌有效铺货率

第四节 我国主要分销商有效铺货率比较

第五章 新产品及热销产品分销模式

第一节 热销产品分销模式探讨

第二节 主要新产品（新款）分销渠道调查

第六章 2014年中国净洗剂渠道调研及4P分析

第一节 中国净洗剂渠道等级划分研究

第二节 中国净洗剂渠道4P分析

- 一、产品
- 二、价格
- 三、渠道
- 四、促销

第七章 2015-2020年全国净洗剂分销渠道调研综述

第一节 全国代理商

- 一、渠道份额
- 二、零售销量
- 三、销量增长率

第二节 区域分销商

- 一、渠道份额
- 二、零售销量
- 三、销量增长率

第三节 FD/NFD

- 一、渠道份额
- 二、零售销量
- 三、销量增长率

第四节 直供

- 一、渠道份额
- 二、零售销量
- 三、销量增长率

第五节 捆绑

- 一、渠道份额
- 二、零售销量
- 三、销量增长率

第八章 净洗剂全国重点省份渠道结构变化及占比监测

第一节 长三角区域市场情况分析

- 一、净洗剂市场消费环境
- 二、净洗剂市场容量
- 三、净洗剂市场需求规模

四、渠道选择及拓展

五、渠道结构变化及占比分析

第二节珠三角区域市场情况分析

一、净洗涤剂市场消费环境

二、净洗涤剂市场容量

三、净洗涤剂市场需求规模

四、渠道选择及拓展

五、渠道结构变化及占比分析

第三节环渤海区域市场情况分析

一、净洗涤剂市场消费环境

二、净洗涤剂市场容量

三、净洗涤剂市场需求规模

四、渠道选择及拓展

五、渠道结构变化及占比分析

第四节主要省市集中度及竞争力模式分析

第五节净洗涤剂行业主要市场大区发展状况及竞争力研究

一、华北大区市场分析

二、华中大区市场分析

三、华南大区市场分析

四、华东大区市场分析

五、东北大区市场分析

六、西南大区市场分析

七、西北大区市场分析

第九章全国净洗涤剂品牌厂商重点渠道结构变动及占比数据分析（企业可自选）

第一节品牌一

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道建设对销售市场的影响

四、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

五、品牌渠道利润设计

第二节品牌二

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道建设对销售市场的影响

四、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

五、品牌渠道利润设计

第三节品牌三

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道建设对销售市场的影响

四、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

五、品牌渠道利润设计

第四节品牌四

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道建设对销售市场的影响

四、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

五、品牌渠道利润设计

第五节品牌五

一、品牌渠道结构

二、品牌渠道建设及管理

三、品牌渠道建设对销售市场的影响

四、品牌厂商重点渠道结构变动及占比分析

五、品牌渠道利润设计

第十章净洗剂国内外知名品牌渠道政策对比分析

第一节净洗剂国外品牌渠道政策研究

一、净洗剂国外品牌一

二、净洗剂国外品牌二

三、净洗剂国外品牌三

四、净洗剂国外品牌四

五、净洗剂国外品牌五

第二节净洗剂国内品牌渠道政策研究及展望

第三节净洗剂国内品牌渠道政策研究及展望

一、净洗剂国内品牌一

二、净洗剂国内品牌二

三、净洗剂国内品牌三

四、净洗剂国内品牌四

五、净洗剂国内品牌五

第四节研究观点与结论

第十一章中国净洗涤剂市场竞争格局分析

第一节净洗涤剂行业竞争结构分析

- 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

第二节净洗涤剂行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节净洗涤剂行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第四节净洗涤剂竞争力优势分析

- 一、整体产品竞争力评价
- 二、产品竞争力评价结果分析
- 三、竞争优势评价及构建建议

第五节中国净洗涤剂行业竞争格局分析

- 一、2014年净洗涤剂行业竞争分析
- 二、2014年国内外净洗涤剂竞争分析
- 三、2014年中国净洗涤剂市场竞争分析
- 四、2014年中国净洗涤剂市场集中度分析
- 五、2014年中国净洗涤剂竞争对手市场份额
- 六、2014年中国净洗涤剂主要品牌企业梯队分布

第十二章 2014年中国净洗涤剂行业产业结构

第一节净洗涤剂产业结构分析

- 一、市场细分充分程度的分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节净洗剂产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节净洗剂产业结构发展预测

一、产业结构调整的方向政府产业政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国净洗剂行业参与国际竞争的战略市场定位

第十三章 2015-2020年中国净洗剂渠道销售动向及策略探讨

第一节中国净洗剂渠道建设及管理

第二节中国净洗剂渠道销售手段

一、远景掌控

二、品牌掌控

三、服务掌控

四、终端掌控

五、利益掌控

第三节净洗剂渠道销售要点解析

一、强调市场需求

二、善于利用销售道具

三、善于利用竞争对手做比较

四、善于利用调查数据

五、善于抓住机会表达利益点

第四节净洗剂品牌渠道营销经典案例分析

第五节 2015-2020年中国净洗剂分销商应对渠道冲击的策略

一、分销商在分销渠道中的角色

二、渠道成员功能执行能力

三、渠道的价值增加能力

四、分销渠道受到冲击

五、上、下游经销商对分销商的冲击

第十四章 2015-2020年年中国净洗剂行业投资价值与投资策略研究

第一节中国净洗剂行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节中国净洗剂行业投资价值分析

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业发展能力

第三节 2015-2020年年中国净洗剂行业投资风险预警

一、金融危机风险预警

二、行业竞争风险预警

三、技术风险预警

四、经营管理风险预警

第四节中国净洗剂行业投资策略研究

一、重点投资品牌研究

二、重点投资地区分析

第五节中国净洗剂项目行业可行性分析研究

图表目录：（部分）

图表：2009-2013年净洗剂国代商销量及变化趋势图

图表：2009-2013年净洗剂国代商市场份额及占比分布图

图表：2009-2013年净洗剂主要分销商销量及变化分布图

图表：2009-2013年净洗剂主要国代商销量变动趋势图

图表：2009-2013年净洗剂主要分销商销售额分布图

图表：2009-2013年净洗剂品牌有效铺货率趋势图

图表：2009-2013年净洗剂主要品牌有效铺货率对比分布图

图表：2009-2013年不同城市级别净洗剂主要品牌有效铺货率对比图

图表：2009-2013年净洗剂主要分销商有效铺货率分布图

图表：2009-2013年全国代理商渠道份额对比图

图表：2009-2013年全国代理商零售销量趋势图

图表：2009-2013年全国代理商销量增长率趋势图

图表：2009-2013年区域分销商渠道份额分布图

图表：2009-2013年区域分销商零售销量趋势图

图表：2009-2013年区域分销商销量增长率趋势图

图表：2009-2013年中国FD/NFD渠道份额对比图

图表：2009-2013年中国FD/NFD零售销量趋势图

图表：2009-2013年中国FD/NFD销量增长率趋势图

图表：2009-2013年中国直供渠道份额分布图

图表：2009-2013年中国直供零售销量趋势图

图表：2009-2013年中国直供销量增长率趋势图

图表：2009-2013年中国捆绑渠道份额分布图

图表：2009-2013年中国捆绑零售销量趋势图

图表：2009-2013年中国捆绑销量增长率趋势图

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201411/293053.html>