

# 2015-2020年中国商用生态 清洁剂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](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2015-2020年中国商用生态清洁剂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/qitahuagong1503/383827OX5O.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】2015-03-19

【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《2015-2020年中国商用生态清洁剂市场分析与投资前景研究报告》共十八章。报告介绍了商用生态清洁剂行业相关概述、中国商用生态清洁剂产业运行环境、分析了中国商用生态清洁剂行业的现状、中国商用生态清洁剂行业竞争格局、对中国商用生态清洁剂行业做了重点企业经营状况分析及中国商用生态清洁剂产业发展前景与投资预测。您若想对商用生态清洁剂产业有个系统的了解或者想投资商用生态清洁剂行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

我国中国生态清洁剂产量多年来持续稳定增长，规模扩张的粗放型发展方式对行业的早期发展壮大起到了重要作用。随着经济社会的进步和环保理念逐渐深入人心，以量的扩张为主要手段的发展模式已经无法适应新的市场环境的要求。在市场竞争异常激烈的今天，如何寻求新的发展契机，是国内中国生态清洁剂业界必须面对的问题。从目前形势来看，低碳将是中国生态清洁剂企业实现可持续发展的必由之路，具体而言，我国中国生态清洁剂行业未来的发展将以液体化、浓缩化和绿色安全为主调。

清洗作为一种古老而又新兴的活动和技术，正日益引起人们的兴趣和关注。清洗是一门技术，是一个新兴的多学科技术领域。清洗行业量大而面广，无处不有，与人类社会生产，生活各方面息息相关。清洗技术的发展是人类文明的一个重要标志，清洗技术水平反映了一个人，一个民族、一个国家的文明进步程度和科学技术的发展水平。

我国的清洁剂工业起步于1958年，经过多年年的发展，我国已进入世界清洁用品生产大行列，产品形态及产品品种日益丰富，专业化、功能化、个性化产品不断涌现，形成个人清洁护理用品、家庭清洁护理用品、工业和公共设施清洁用品三大品类体系。现已具有一定的规模，成为我国轻工行业的支柱产业之一，目前，我国清洁用品行业有合成洗涤剂生产厂100家，年生产能力290万吨。其中商用合成洗涤剂产量占比超过47%。

与“传统常规”形成对比，“现代专业”越来越多地成为新时代清洁的前缀，随着健康环保理念的加强，有着特殊内涵与深义的“清洁”正在被越来越多的人所重视。2013年，面对诸多不确定性因素的影响，国内经济环境呈现出保守甚至沉闷的气氛，然而清洁产业，尤其是现代专业清洁产业却迈出了另一种的步伐——大多数具有活力和潜力的企业营业额增长率依然保持着增长态势。其中国内清洁“航母”白云清洁集团的增长率达到24%，德国凯驰也保持着高速增长态势，分析个中原因，最主要是市场的刚性需求没有变，人们对“清洁”的需求在加大。清洁剂属于消耗品，市场需求不仅不会缩小，反而会不断扩大。

## 第一部分 产业环境透视

### 第一章 商用生态清洁剂行业国内外发展概述 1

#### 第一节 全球商用生态清洁剂行业发展概况 1

##### 一、全球商用生态清洁剂行业发展现状 1

##### 二、主要国家和地区发展状况 1

##### 三、全球商用生态清洁剂行业发展趋势 2

#### 第二节 中国商用生态清洁剂行业发展概况 2

##### 一、中国商用生态清洁剂行业发展历程与现状 2

##### 二、中国商用生态清洁剂行业发展中存在的问题 2

### 第二章 2013-2014年中国商用生态清洁剂行业发展环境分析 4

#### 第一节 宏观经济环境 4

#### 第二节 国际贸易环境 31

#### 第三节 宏观政策环境 33

#### 第四节 商用生态清洁剂行业政策环境 40

##### 一、行业主要政策法规分析 40

##### 二、行业相关规划 41

##### 三、行业标准分析 41

#### 第五节 商用生态清洁剂行业技术环境 48

### 第三章 商用生态清洁剂行业市场分析 50

#### 第一节 市场规模 50

##### 一、2013-2014年商用生态清洁剂行业市场规模及增速 50

##### 二、商用生态清洁剂行业市场饱和度 51

##### 三、影响商用生态清洁剂行业市场规模的因素 52

##### 四、2015-2020年商用生态清洁剂行业市场规模及增速预测 52

#### 第二节 市场结构 53

#### 第三节 市场特点 55

##### 一、商用生态清洁剂行业所处生命周期 55

##### 二、技术变革与行业革新对商用生态清洁剂行业的影响 56

## 第二部分 行业深度分析

### 第四章 区域市场分析 58

#### 第一节 区域市场分布状况 58

#### 第二节 上海地区市场分析 58

##### 一、上海地区清洁行业市场分析 58

##### 二、上海保洁公司从业人员分析 59

##### 三、上海地区清洁行业市场规模及预测分析 60

#### 第三节 重点区域市场需求分析（需求规模、需求特征等） 61

### 第五章 商用生态清洁剂行业生产分析 63

#### 第一节 产能产量分析 63

##### 一、2013-2014年商用生态清洁剂行业生产总量及增速 63

##### 二、2013-2014年商用生态清洁剂行业产能及增速 64

##### 三、影响商用生态清洁剂行业产能产量的因素 64

##### 四、2015-2020年商用生态清洁剂行业生产总量及增速预测 65

#### 第二节 区域生产分析 66

##### 一、商用生态清洁剂企业区域分布情况 66

##### 二、重点省市商用生态清洁剂行业生产状况 67

#### 第三节 行业供需平衡分析 67

##### 一、行业供需平衡现状 67

##### 二、影响商用生态清洁剂行业供需平衡的因素 67

##### 三、商用生态清洁剂行业供需平衡趋势预测 68

### 第六章 细分行业分析 69

#### 第一节 主要商用生态清洁剂细分行业 69

#### 第二节 各细分行业需求与供给分析 69

#### 第三节 细分行业发展趋势 70

### 第七章 商用生态清洁剂行业竞争分析 71

#### 第一节 商用生态清洁剂行业市场集中度 71

#### 第二节 行业竞争群组 71

#### 第三节 潜在进入者 73

#### 第四节 替代品威胁 74

#### 第五节 供应商议价能力 74

#### 第六节 下游用户议价能力 75

### 第八章 商用生态清洁剂行业产品价格分析 76

#### 第一节 商用生态清洁剂产品价格特征 76

#### 第二节 国内商用生态清洁剂产品当前市场价格评述 76

#### 第三节 影响国内市场商用生态清洁剂产品价格的因素 76

#### 第四节 主流厂商商用生态清洁剂产品价位及价格策略 76

#### 第五节 商用生态清洁剂产品未来价格变化趋势 77

### 第九章 下游用户分析 78

#### 第一节 下游行业发展现状 78

##### 一、酒店业 78

##### 二、商用建筑 137

##### 三、保洁服务公司 172

##### 四、学校 173

##### 五、医院 173

#### 第二节 用户结构（用户分类及占比） 203

#### 第三节 用户需求特征及需求趋势 204

#### 第四节 用户的其它特性 204

### 第十章 替代品分析 205

#### 第一节 替代品种类 205

#### 第二节 替代品对商用生态清洁剂行业的影响 206

#### 第三节 替代品发展趋势 207

### 第十一章 互补品分析 210

#### 第一节 互补品种类 210

#### 第二节 互补品对商用生态清洁剂行业的影响 210

#### 第三节 互补品发展趋势 210

### 第三部分 行业竞争格局

## 第十二章 商用生态清洁剂行业主导驱动因素分析 213

### 第一节 国家政策导向 213

### 第二节 关联行业发展 215

### 第三节 行业技术发展 218

### 第四节 行业竞争状况 220

### 第五节 社会需求的变化 220

## 第十三章 商用生态清洁剂行业渠道分析 221

### 第一节 商用生态清洁剂产品主流渠道形式 221

### 第二节 各类渠道要素对比 221

### 第三节 行业销售渠道变化趋势 221

## 第十四章 中国商用生态清洁剂行业财务指标总体分析 223

### 第一节 行业盈利能力分析 223

### 第二节 行业偿债能力分析 224

### 第三节 行业营运能力分析 225

### 第四节 行业发展能力分析 226

## 第十五章 商用生态清洁剂行业重点企业分析 229

### 第一节 重点商用生态清洁剂企业市场份额 229

#### 一、行业主要竞争者 229

#### 二、各品牌的运营模式 230

### 第二节 白云清洁集团 231

#### 一、企业简介 231

#### 二、企业经营状况分析 232

#### 三、企业竞争优势 233

#### 四、企业发展战略 233

### 第三节 上海白猫股份有限公司 233

#### 一、企业简介 233

#### 二、企业经营状况分析 233

#### 三、企业竞争优势 234

#### 四、企业发展战略 235

#### 第四节 上海白猫股份有限公司 236

##### 一、企业简介 236

##### 二、企业经营状况分析 236

##### 三、企业发展战略 237

#### 第十六章 商用生态清洁剂行业进出口现状与趋势 238

##### 第一节 出口分析 238

##### 第二节 进口分析 239

#### 第四部分 行业发展前景

#### 第十七章 商用生态清洁剂行业风险分析 240

##### 第一节 商用生态清洁剂行业政策风险及防范 240

##### 第二节 商用生态清洁剂行业技术风险及防范 242

##### 第三节 商用生态清洁剂行业供求风险及防范 244

##### 第四节 商用生态清洁剂行业宏观经济波动风险及防范 247

##### 第五节 商用生态清洁剂行业环境保护风险 251

##### 第六节 商用生态清洁剂行业宏观经济风险 252

#### 第十八章 博思数据投资建议 257

##### 第一节 商用生态清洁剂企业营销策略 257

##### 一、产品定位策略 257

##### 二、产品开发策略 259

##### 三、渠道销售策略 260

##### 四、品牌经营策略 262

##### 五、服务策略 271

##### 第二节 商用生态清洁剂行业发展战略研究 273

##### 一、战略综合规划 273

##### 二、技术开发战略 275

##### 三、业务组合战略 278

##### 四、区域战略规划 280

##### 五、产业战略规划 289

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 六、竞争战略规划              | 290 |
| 七、企业信息化战略规划           | 291 |
| 第三节 对我国商用生态清洁剂品牌的战略思考 | 293 |
| 一、企业品牌的重要性            | 293 |
| 二、实施品牌战略的意义           | 294 |
| 三、我国企业的品牌战略           | 295 |
| 四、品牌战略管理的策略           | 296 |
| 第四节 市场的重点客户战略实施       | 300 |
| 一、实施重点客户战略的必要性        | 300 |
| 二、合理确立重点客户            | 303 |
| 三、重点客户战略管理            | 304 |
| 四、重点客户管理功能            | 305 |
| 第五节 行业应对策略            | 307 |
| 一、把握国家投资的契机           | 307 |
| 二、竞争性战略联盟的实施          | 309 |
| 三、企业自身应对策略            | 310 |
| 四、投资策略                | 311 |
| 第六节 商用生态清洁剂企业投资机会     | 313 |
| 一、子行业投资机会             | 313 |
| 二、区域市场投资机会            | 314 |

## 图表目录

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 图表：2013-2014年我国GDP增长率                 | 9  |
| 图表：2014年我国规模以上工业增加值同比增长速度             | 10 |
| 图表：2014年我国规模以上企业主营业务收入与利润总额增速         | 12 |
| 图表：2014年我国规模以上企业各月累计利润率与每百元主营业务收入中的成本 | 13 |
| 图表：2014年我国规模以上企业经济类型主营业务收入与利润总额同比增速   | 13 |
| 图表：2014年我国房地产开发企业土地购置面积增速             | 14 |
| 图表：2014年我国商品房销售面积及销售额增速               | 15 |
| 图表：2014年我国房地产企业本年到位资金增速               | 16 |
| 图表：2014年我国社会消费品零售额分月同步增长速度            | 16 |
| 图表：2014年我国居民消费价格涨跌幅                   | 17 |

图表：2013-2014年我国出口情况 18

图表：2014年全国固定资产投资（不含农户）同比增长 21

图表：2014年固定资产投资到位资金同比增长 23

图表：2014年份固定资产投资（不含农户）主要数据 24

图表：2014年民间固定资产投资增速 25

图表：2014年份民间固定资产投资主要数据 26

图表：2001-2013年中国单位GDP增速吸纳的城镇就业人数走势图 28

图表：2011-2015年我国CPI 29

图表：2013-2014年国内商用清洁市场规模 51

图表：2013-2014年商用生态清洁剂行业市场规模 51

图表：2015-2020年商用清洁市场规模 53

图表：2015-2020年商用生态清洁剂行业市场规模 53

图表：2014年清洁产品成交区域分析 58

图表：2013-2014年上海地区清洁行业市场规模 60

图表：2015-2020年上海地区清洁行业市场规模 61

图表：2014年重点省市商用生态清洁剂在各领域需求占比 61

图表：2014年重点省市清洁市场规模 62

图表：2013-2014年商用生态清洁剂行业合成洗涤剂产量 63

图表：2013-2014年商用生态清洁剂行业合成洗涤剂产能 64

图表：2015-2020年商用生态清洁剂行业合成洗涤剂产量 65

图表：2014年重点省市清洁市场规模以上企业数量 66

图表：2014年重点省市商用生态清洁剂行业合成洗涤剂规模以上企业产量情况 67

图表：2013年全国酒店行业发展情况 85

图表：2013年全国星级酒店发展情况 85

图表：2013-2014年我国星级酒店数量情况对比 86

图表：2013-2014年我国每家星级酒店平均利润总额情况对比 86

图表：2013-2014年我国星级酒店RevPAR平均水平情况对比 87

图表：2013年全国星级饭店规模结构情况 88

图表：2013年全国星级饭店登记注册类型情况 88

图表：2013年全国星级饭店基本指标统计 88

图表：2014年3季度全国星级饭店经营情况统计 89

图表：2013年全国星级饭店主要指标统计 89

图表：2014年3月酒店品牌风云榜 129

图表：2014年7月经济型酒店品牌风云榜 133

图表：全国房地产商品房销售面积及销售额 144

图表：全国房地产企业本年到位资金增速 145

图表：2014年东中西部地区房地产开发投资情况 146

图表：2014年东中西部地区房地产销售情况 146

图表：2013-2014年全国医疗卫生机构数量 178

图表：2014年我国医院数量 179

图表：全国三甲医院总数量1431家 180

图表：全国三乙医院总数量578家 180

图表：全国三丙医院总数量59家 181

图表：全国二甲医院总数量6685家 181

图表：全国二乙医院总数量2322家 182

图表：全国二丙医院总数量154家 182

图表：2013-2014年中国医院、卫生院数量 192

图表：农村和城市60岁以上老龄人口数预测 197

图表：我国60岁以上老龄人群医疗总费用预测（低方案） 198

图表：我国农村60岁以上老龄人群医疗总费用预测（低方案） 198

图表：我国城市60岁以上老龄人群医疗总费用预测（低方案） 199

图表：我国60岁以上老龄人群医疗总费用预测（高方案） 199

图表：我国农村60岁以上老龄人群医疗总费用预测（高方案） 200

图表：我国城市60岁以上老龄人群医疗总费用预测（高方案） 200

图表：用户结构 203

图表：用户需求特征 204

图表：卖方因素分析 204

图表：商用生态清洁剂行业竞争状况 220

图表：各类渠道要素对比 221

图表：2013-2014年中国商用生态清洁剂行业销售利润率 223

图表：2013-2014年我国商用生态清洁剂行业成本费用利润率分析 223

图表：2013-2014年中国商用生态清洁剂行业亏损面 224

图表：2013-2014年中国商用生态清洁剂行业负债率 224

图表：2013-2014年中国商用生态清洁剂行业利息保障倍数 225

图表：2013-2014年中国商用生态清洁剂行业应收帐款周转率 225

图表：2013-2014年中国商用生态清洁剂行业流动资产周转率 226

图表：2013-2014年中国商用生态清洁剂行业资产增长率 226

图表：2013-2014年中国商用生态清洁剂行业利润总额增长率 227

图表：2013-2014年中国商用生态清洁剂行业销售收入增长率 227

图表：2013-2014年中国商用生态清洁剂行业应收账款增长率 228

图表：2014年商用生态清洁剂企业市场份额 229

图表：2013-2014年商用生态清洁剂行业出口额 238

图表：2013-2014年商用生态清洁剂行业进口额 239

图表：四种基本的品牌战略 271

略&hellip;&hellip;

本报告利用博思数据长期对商用生态清洁剂行业市场跟踪搜集的一手市场数据，同时依据国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，采用与国际同步的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个商用生态清洁剂行业的市场走向和发展趋势。

报告对中国商用生态清洁剂行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国商用生态清洁剂行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助商用生态清洁剂企业、学术科研单位、投资企业准确了解商用生态清洁剂行业最新发展动向，及早发现商用生态清洁剂行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点&hellip;&hellip;准确把握商用生态清洁剂行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避商用生态清洁剂行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。形成企业良好的可持续发展优势。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitahuagong1503/383827OX5O.html>