

2016-2022年中国商用生态清洁剂市场专项调查与 十三五投资规划研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国商用生态清洁剂市场专项调查与十三五投资规划研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/huaxuechangpin/240456240456.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

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进行列，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。

中国报告网发布的《2016-2022年中国商用生态清洁剂市场专项调查与十三五投资规划研究报告》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、市场前景、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。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。

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。

【报告大纲】

第一部分 商用生态清洁剂产业环境透视

第一章 商用生态清洁剂行业国内外发展概述

第一节 全球商用生态清洁剂行业发展概况

一、全球商用生态清洁剂行业发展现状

二、主要国家和地区发展状况

三、全球商用生态清洁剂行业发展趋势

第二节 中国商用生态清洁剂行业发展概况

一、中国商用生态清洁剂行业发展历程与现状

二、中国商用生态清洁剂行业发展中存在的问题

第二章 2014-2015年中国商用生态清洁剂行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境

第二节 国际贸易环境

第三节 宏观政策环境

第四节 商用生态清洁剂行业政策环境

一、行业主要政策法规分析

二、行业相关规划

三、行业标准分析

第五节 商用生态清洁剂行业技术环境

第三章 商用生态清洁剂行业市场分析

第一节 市场规模

一、2014-2015年商用生态清洁剂行业市场规模及增速

二、商用生态清洁剂行业市场饱和度

三、影响商用生态清洁剂行业市场规模的因素

四、2014-2018年商用生态清洁剂行业市场规模及增速预测

第二节 市场结构

第三节 市场特点

一、商用生态清洁剂行业所处生命周期

二、技术变革与行业革新对商用生态清洁剂行业的影响

第二部分 商用生态清洁剂行业深度分析

第四章 区域市场分析

第一节 区域市场分布状况

第二节 上海地区市场分析

一、上海地区清洁行业市场分析

二、上海保洁公司从业人员分析

三、上海地区清洁行业市场规模及预测分析

第三节 重点区域市场需求分析（需求规模、需求特征等）

第五章 商用生态清洁剂行业生产分析

第一节 产能产量分析

一、2014-2015年商用生态清洁剂行业生产总量及增速

二、2014-2015年商用生态清洁剂行业产能及增速

三、影响商用生态清洁剂行业产能产量的因素

四、2014-2018年商用生态清洁剂行业生产总量及增速预测

第二节 区域生产分析

一、商用生态清洁剂企业区域分布情况

二、重点省市商用生态清洁剂行业生产状况

第三节 行业供需平衡分析

一、行业供需平衡现状

二、影响商用生态清洁剂行业供需平衡的因素

三、商用生态清洁剂行业供需平衡趋势预测

第六章 细分行业分析

第一节 主要商用生态清洁剂细分行业

第二节 各细分行业需求与供给分析

第三节 细分行业发展趋势

第七章 商用生态清洁剂行业竞争分析

第一节 商用生态清洁剂行业市场集中度

第二节 行业竞争群组

第三节 潜在进入者

第四节 替代品威胁

第五节 供应商议价能力

第六节 下游用户议价能力

第八章 商用生态清洁剂行业产品价格分析

第一节 商用生态清洁剂产品价格特征

第二节 国内商用生态清洁剂产品当前市场价格评述

第三节 影响国内市场商用生态清洁剂产品价格的因素

第四节 主流厂商商用生态清洁剂产品价位及价格策略

第五节 商用生态清洁剂产品未来价格变化趋势

第九章 下游用户分析

第一节 下游行业发展现状

一、酒店业

二、商用建筑

三、保洁服务公司

四、学校

五、医院

第二节 用户结构（用户分类及占比）

第三节 用户需求特征及需求趋势

第四节 用户的其它特性

第十章 替代品分析

第一节 替代品种类

第二节 替代品对商用生态清洁剂行业的影响

第三节 替代品发展趋势

第十一章 互补品分析

第一节 互补品种类

第二节 互补品对商用生态清洁剂行业的影响

第三节 互补品发展趋势

第三部分 商用生态清洁剂行业竞争格局

第十二章 商用生态清洁剂行业主导驱动因素分析

第一节 国家政策导向

第二节 关联行业发展

第三节 行业技术发展

第四节 行业竞争状况

第五节 社会需求的变化

第十三章 商用生态清洁剂行业渠道分析

第一节 商用生态清洁剂产品主流渠道形式

第二节 各类渠道要素对比

第三节 行业销售渠道变化趋势

第十四章 中国商用生态清洁剂行业财务指标总体分析

第一节 行业盈利能力分析

第二节 行业偿债能力分析

第三节 行业营运能力分析

第四节 行业发展能力分析

第十五章 商用生态清洁剂行业重点企业分析

第一节 重点商用生态清洁剂企业市场份额

一、行业主要竞争者

二、各品牌的运营模式

第二节 白云清洁集团

一、企业简介

二、企业经营状况分析

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第三节 上海白猫股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况分析

三、企业竞争优势

四、企业发展战略

第四节 上海白猫股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略

第十六章 商用生态清洁剂行业进出口现状与趋势

第一节 出口分析

第二节 进口分析

第四部分 商用生态清洁剂行业发展前景

第十七章 商用生态清洁剂行业风险分析

第一节 商用生态清洁剂行业政策风险及防范

第二节 商用生态清洁剂行业技术风险及防范

第三节 商用生态清洁剂行业供求风险及防范

第四节 商用生态清洁剂行业宏观经济波动风险及防范

第五节 商用生态清洁剂行业环境保护风险

第六节 商用生态清洁剂行业宏观经济风险

第十八章 有关建议

第一节 商用生态清洁剂企业营销策略

一、产品定位策略

二、产品开发策略

三、渠道销售策略

四、品牌经营策略

五、服务策略

第二节 商用生态清洁剂行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、竞争战略规划

七、企业信息化战略规划

第三节 对我国商用生态清洁剂品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、我国企业的品牌战略

四、品牌战略管理的策略

第四节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第五节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

四、投资策略

第七节 商用生态清洁剂企业投资机会

一、子行业投资机会

二、区域市场投资机会

图表目录

图表：2014-2015年我国GDP增长率

图表：2014年1-9月我国规模以上工业增加值同比增长速度

图表：2014年1-9月我国规模以上企业主营业务收入与利润总额增速

图表：2014年1-9月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

图表：2014年1-9月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

图表：2014年1-9月我国房地产开发企业土地购置面积增速

图表：2014年1-9月我国商品房销售面积及销售额增速

图表：2014年1-9月我国房地产企业本年到位资金增速

图表：2014年1-9月我国社会消费品零售额分月同步增长速度

图表：2014年1-9月我国居民消费价格涨跌幅

图表：2014-2015年8我国出口情况

图表：2014年1-10月全国固定资产投资（不含农户）同比增长

图表：2014年1-10月固定资产投资到位资金同比增长

图表：2014年1-10月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表：2014年1-10月民间固定资产投资增速

图表：2014年1-10月份民间固定资产投资主要数据

图表：2001-2013年中国单位GDP增速吸纳的城镇就业人数走势图

图表：2011-2015年我国CPI

图表：2014-2015年1-10月国内商用清洁市场规模

图表：2014-2015年1-10月商用生态清洁剂行业市场规模

图表：2014-2018年商用清洁市场规模

图表：2014-2018年商用生态清洁剂行业市场规模

图表：2014年前三季度清洁产品成交区域分析

图表：2014-2015年1-10月上海地区清洁行业市场规模

图表：2014-2018年上海地区清洁行业市场规模

图表：2014年前三季度重点省市商用生态清洁剂在各领域需求占比

图表：2014年前三季度重点省市清洁市场规模

图表：2014-2015年1-10月商用生态清洁剂行业合成洗涤剂产量

图表：2014-2015年1-10月商用生态清洁剂行业合成洗涤剂产能

图表：2014-2018年商用生态清洁剂行业合成洗涤剂产量

图表：2014年前三季度重点省市清洁市场规模以上企业数量

图表：2014年前三季度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

图表：2013年全国酒店行业发展情况

图表：2013年全国星级酒店发展情况

图表：2010-2011年我国星级酒店数量情况对比

图表：2010-2011年我国每家星级酒店平均利润总额情况对比

图表：2010-2011年我国星级酒店RevPAR平均水平情况对比

图表：2012年全国星级饭店规模结构情况

图表：2012年全国星级饭店登记注册类型情况

图表：2012年全国星级饭店基本指标统计

图表：2013年3季度全国星级饭店经营情况统计

图表：2012年全国星级饭店主要指标统计

图表：2013年3月酒店品牌风云榜

图表：2013年7月经济型酒店品牌风云榜

图表：全国房地产商品房销售面积及销售额

图表：全国房地产企业本年到位资金增速

图表：2013年东中西部地区房地产开发投资情况

图表：2013年东中西部地区房地产销售情况

图表：2014-2015年全国医疗卫生机构数量

图表：2013年我国医院数量

图表：全国三甲医院总数量1431家

图表：全国三乙医院总数量578家

图表：全国三丙医院总数量59家

图表：全国二甲医院总数量6685家

图表：全国二乙医院总数量2322家

图表：全国二丙医院总数量154家

图表：2014-2015年中国医院、卫生院数量

图表：农村和城市60岁以上老龄人口数预测

图表：我国60岁以上老龄人群医疗总费用预测（低方案）

图表：我国农村60岁以上老龄人群医疗总费用预测（低方案）

图表：我国城市60岁以上老龄人群医疗总费用预测（低方案）

图表：我国60岁以上老龄人群医疗总费用预测（高方案）

图表：我国农村60岁以上老龄人群医疗总费用预测（高方案）

图表：我国城市60岁以上老龄人群医疗总费用预测（高方案）

图表：用户结构

图表：用户需求特征

图表：卖方因素分析

图表：商用生态清洁剂行业竞争状况

图表：各类渠道要素对比

图表：2014-2015年1-10月中国商用生态清洁剂行业销售利润率

图表：2014-2015年1-10月我国商用生态清洁剂行业成本费用利润率分析

图表：2014-2015年1-10月中国商用生态清洁剂行业亏损面

图表：2014-2015年1-10月中国商用生态清洁剂行业负债率

图表：2014-2015年1-10月中国商用生态清洁剂行业利息保障倍数

图表：2014-2015年1-10月中国商用生态清洁剂行业应收帐款周转率

图表：2014-2015年1-10月中国商用生态清洁剂行业流动资产周转率

图表：2014-2015年1-10月中国商用生态清洁剂行业资产增长率

图表：2014-2015年1-10月中国商用生态清洁剂行业利润总额增长率

图表：2014-2015年1-10月中国商用生态清洁剂行业销售收入增长率

图表：2014-2015年1-10月中国商用生态清洁剂行业应收账款增长率

图表：2014年前三季度商用生态清洁剂企业市场份额

图表：2014-2015年1-10月商用生态清洁剂行业出口额

图表：2014-2015年1-10月商用生态清洁剂行业进口额

图表：四种基本的品牌战略

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险（GY zm）。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huaxuechangpin/240456240456.html>