

2013 年 中国公共设施清洁市场 研究报告

2013 Chinese Institutional Cleaning Market Research Report (Public Version)

2014 年 5 月 30 日

中国洗涤用品工业协会 发布



目录

1 简介	3
1.1 研究背景和目标	3
1.2 定义和研究范围	3
1.3 清洗分类和工艺、制剂介绍	4
1.4 报告内容摘要	4
2 中国公共设施清洁市场分析	5
2.1 市场发展阶段分析	5
2.2 市场现状和规模预测	6
2.3 市场价值链分析	8
2.4 行业监管、政策法规与行业标准	9
2.5 市场驱动因素和发展趋势	11
3 中国和国际市场的差距分析	12
4 市政公共场所清洁市场重要发现	13
5 星级酒店清洁市场重要发现	16
6 中国公共设施清洁市场的发展建议	18
6.1 市场发展的挑战和机遇	18
6.2 发展建议	20
6.3 清洁状况评估的建议	21
7 附录	22
7.1 研究方法介绍	22
7.2 合作调研机构介绍	23
8 致谢	23
9 中国洗涤用品工业协会简介	24

1 简介

1.1 研究背景和目标

研究背景和意义

公共设施是除个人家庭住宅以外市民日常生活的主要活动场所，从市政广场、娱乐场所，到百货公司、商业写字楼、酒店、餐饮店，乃至学校、医院，个人日常生活都离不开这些场所。尤其在最近十年，大量的中青年劳动力不断涌入较发达城市，不仅加重了城市运转的压力，也对密集人群下的环境清洁卫生状况提出了更高要求。类似公共场所中的地面、座椅、扶手，以及卫生间、后厨等都会滋生、传播病菌。

因此，发展公共设施清洁市场的重要意义在于：首先，不规范的公共设施清洁直接影响人体健康、安全，而卫生清洁的公共场所对控制、改善病菌的传播和感染具有积极作用。其次，公共场所的清洁程度是城市清洁状况的直接反映，同时也直接影响国家的清洁卫生形象。特别在中国发达城市中的常住外国公民和外籍旅客，他们对中国清洁程度的第一印象便来源于公共设施。再者，成熟的清洁市场有利于行业的专业化发展，一方面可使竞争格局稳定，另一方面使企业更好地专注研发、提升品牌知名度。另外，从行业监管角度考虑，专业化的公共设施清洁有助于卫生部门对公共场所清洁度的检测、监管。

研究内容和目标

鉴于此，中国洗涤用品工业协会在会员单位的支持下，组织并委托迈哲华咨询公司对中国公共设施清洁市场进行了较全面的调研，研究内容包括市场规模和现状、发展趋势和预测、产品需求分析、行业挑战和机遇等。旨在通过这次研究，让行业人士和大众都能进一步认识到发展公共设施清洁的重要性，促进市场监管机构和行业标准的建立完善，加强市场信息和统计数据的统筹，并通过后续调研逐步提升行业的信息透明度和市场成熟度，助力我国公共设施清洁市场跻身世界发达国家水平。同时，报告最后基于市场现状，提出了若干发展建议。

1.2 定义和研究范围

目前，国内还没有对公共设施清洁进行权威定义，在参考国内外关于民用清洁和工业清洁的定义后，此次研究中将公共设施清洁定义为：**针对公共设施中影响个人卫生和环境卫生所实施的一种专业清洁体系，这种清洁体系包括采用清洁剂、清洁设备和清洁耗材用具对公共场所中的地面、墙面、相关设施和设备的表面污染物或覆盖层进行专业化的清洁、消毒和养护。**

公共设施清洁中的公共场所到底包含哪些？此次研究中，综合考虑现有一些国家标准和清洁市场特点，将公共设施范围划分到以下五大类：

- ✓ 市政公共场所：政府和商业办公楼、商业百货、文娱科教体育场所、道路交通设施场所
- ✓ 星级酒店：五星级至三星级酒店及经济连锁酒店
- ✓ 餐饮场所：规模以上餐饮店
- ✓ 商业洗衣：即洗衣工厂，不含零售洗衣店
- ✓ 医院：二级和三级医院

以上从下游用户角度分类，若从上游供应商角度划分，可分为产品市场和服务市场。产品市场含清洁剂、清洁设备和清洁耗材用具等三大类，服务市场是即由保洁公司构成的市场。

1.3 清洗分类和工艺、制剂介绍

清洗分类介绍

清洗分类可根据清洗技术原理、清洗媒介、清洗精度等进行多种方式分类，有些分类方式适用于各种清洁领域，不管是民用清洁还是专业清洁，有些则适用于特定清洁领域。

首先，按清洗技术原理可分为物理清洗和化学清洗。物理清洗是指利用力学、声学、热力学等技术原理，依靠这些能量的作用力去除物体表面的污垢。相对而言，采用物理清洗的特点是对物体无腐蚀和污染、操作容易。化学清洗是指通过采用化学剂和物体表面产生化学反应来去除表面污垢，如锈迹、水垢、油渍、色斑等。采用化学清洗的清洗速度更快、除垢率更高，并且应用领域也更为广泛。除了物理和化学方式外，目前还有通过微生物作用达到清洗效果，但应用并不广泛。其次，也可按清洗媒介分为湿式清洗和干式清洗。如使用清洁剂这种通过在液体介质中进行的清洗就是湿式清洗，而类似吸尘器的物理方式则属于干式清洗。此外，通过激光、紫外线、等离子等物理方式的都归为干式清洗。再者，在工业清洗领域也可按清洗精度进行清洗分类，分为一般工业清洗、精密工业清洗和超精密工业清洗。

目前还没有特别针对公共设施清洁领域的清洗分类。

清洗工艺和制剂介绍

关于清洗工艺和相关技术，大体来讲，中国从上世纪 60 年代开始发展用于清洁领域的化学制剂起，其清洗工艺由完全手动清洗逐步过渡到手动和自动并用阶段，目前离大部分实现自动清洗还需一定时间，即便发达国家也有一定的清洁领域使用手动清洗。具体的自动清洗技术包括高压水射流清洗、水汽空气搅动清洗、机械刮削、超声清洗等。从工艺特点看，中国清洗工艺正迈向环保型化学清洗和高效型物理清洗阶段。

常用的清洁化学制剂分为清洁主剂和助剂。前者包括离子型表面活性剂、非离子型表面活性剂以及两性表面活性剂，后者包括增泡剂、增溶剂、乳化剂、漂白剂、抗氧化剂、抗静电剂、灭茵剂等。这些化学制剂由各种生产原料经过一定的化学工艺制成，生产原料主要有氯碱、各类溶剂（酒精、烃类溶剂、烯类溶剂、乙醚、二氯甲烷、全氯乙烯）、磷酸盐、苯酚、二氧化氯等。国际上知名的氯碱生产企业有陶氏、PPG工业、西方石油公司、台塑石化等。

1.4 报告内容摘要

目前，我国公共设施清洁市场处于快速发展期，主要特点是市场增长率较高、供应商数量众多、整体清洁程度较低、价格是主要竞争因素。

2013 年我国公共设施清洁产品总市场规模约 420 亿元，其中规模以上（即仅含市政公共场所、三星至五星及经济连锁酒店、规模以上餐饮店、商业洗衣房、二三级医院）的清洁产品市场约 178 亿元，产品包括清洁剂、清洁设备和清洁耗材用具。三大类产品中，清洁剂占比最高，达到近 83 亿元。此外，保洁服务市场约 202 亿元。预计到 2017 年，我国规模以上的公共设施清洁市场能达到 626 亿元，其中清洁产品和保洁服务规模各占一半。从清洁产品看，增长率最高的是清洁设备。

产量方面，2013 年我国公共设施领域的清洁剂产量约 135 万吨，预计到 2017 年能达到约 231 万吨。粗略估计，我国公共设施清洁产品市场年产值超 500 亿元，利税接近 50 亿元。保洁服务行业每年为社会提供超过 2,000 万个工作岗位。

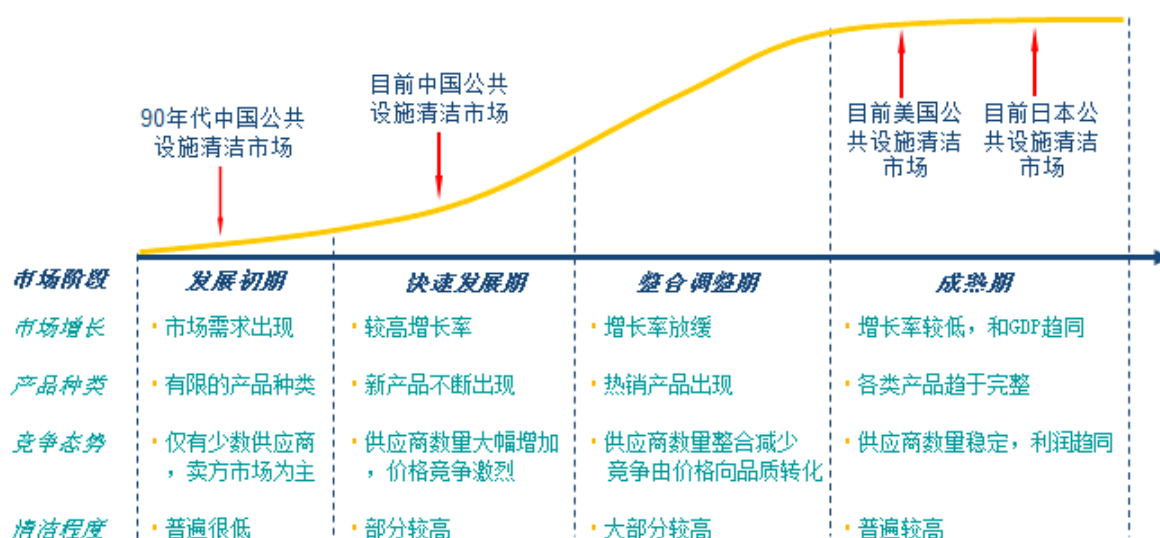
大部分用户对清洁的要求停留在除尘去灰，少部分如高端餐饮和酒店的用户对消毒、杀菌、养护有更高要求。价格是大多数用户首要采购因素，其次是清洁效果。

我国公共设施清洁市场从竞争角度可分为三大梯队，第一梯队是以艺康、泰华施及国内白猫、日光精细、万恩等构成的中高端市场。第二梯队是以区域性或地方性的清洁企业构成的中低端市场。第三梯队是主要流通于批发市场的小规模生产企业。

2 中国公共设施清洁市场分析

2.1 市场发展阶段分析

图 2.1——中外公共设施清洁市场发展阶段



我国市场现已处于快速发展期，增长率高、供应商多，但清洁程度较低

中国公共设施清洁的市场需求出现于上世纪 90 年代初，当时仅有少数几家供应商能提供专业清洁用品，产品种类也很有限。除国际五星级酒店外，几乎所有公共场所的清洁程度都很低。I&I 清洁的全球知名企业艺康和泰华施也在那时刚进入中国市场。随着 1992 年南巡讲话后，中国经济发展正式迈入正轨，高档酒店和餐馆、百货公司、商务写字楼等公共场所林立而起，正是这些公共场所的大量兴起催生了对专业清洁用品的需求。

相比之下，早在上世纪二十年代，美国就已出现一批研发、生产专业清洁剂的公司，用于宾馆、餐饮、食品工业领域，其中全球性跨国公司如艺康公司、泰华施公司，还有横跨北美地区的知名公司如 Fuller Commercial Products 公司、DuBois Chemicals 公司、Arrow-Magnolia International 公司等。这些公司对专业清洁剂的分类已非常专业化，仅从产品用途分类就多达上百种。此外，那个时代美国就已成立全国性的行业协会，如美国国际清洁卫生协会。可见发达国家在公共设施清洁领域的发展远早于中国，经过几十年的发展积累，目前已进入市场成熟期。

中国公共设施清洁市场经过近 20 年的成长，目前也已进入快速发展期。和国外成熟市场相比，目前中国市场的阶段特点是呈现出较高的增长率，其增长率通常比 GDP 高出一倍，供应商数量众多，且以价格为主要竞争因素。整体清洁程度较低，唯有部分高端用户市场有着较高的清洁要求。利润水平方面，高端市场的利润最高，中端市场则要低很多。美国、日本和欧洲发达国家也曾经经历过这个阶段，进而迈入市场调整期，最终步入市场成熟期。日本是目前公共设施清洁最发达的国家。

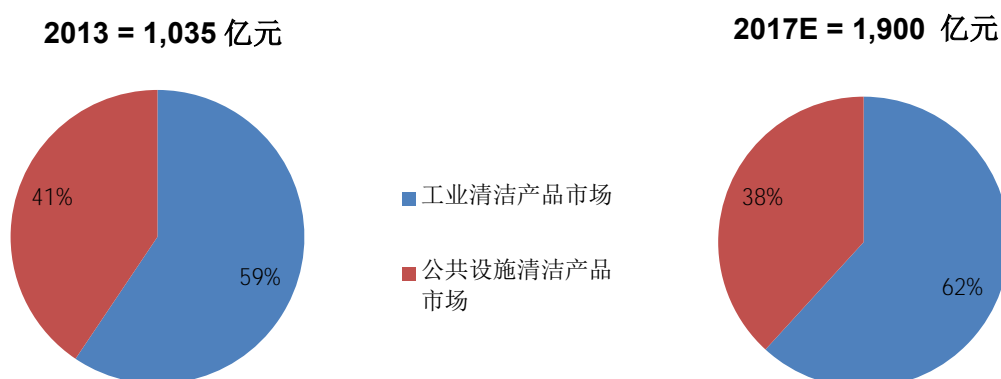
此外，公共设施清洁作为清洁行业的细分市场，其目前所处的发展阶段要慢于民用清洁市场和工业清洁市场。在我国，民用清洁市场发展较早，目前已处于整合调整期，而工业清洁市场虽和公共设施清洁市场处于同一市场阶段，但相对更为成熟。

2.2 市场现状和规模预测

历经 20 余年发展已渐成规模，相比民用清洁产品，未来增长潜力巨大

中国从上世纪 90 年代初开始出现一批专业生产宾馆、餐饮用的清洁剂生产商，国际公共设施清洁巨头如艺康、泰华施等企业也在那时刚进入中国。当时国内清洁用品厂家很少有生产专业清洁产品面向类似酒店、餐饮行业。经过 20 余年的发展，如今国内 I&I 清洁行业（institutional and industrial）年销售额过亿元的国内专业清洁剂生产企业已接近 10 家，拥有专业研发、生产和全国性销售渠道的企业也越来越多。部分国内品牌已有能力和外企在同一高端市场上竞争。相比最初市场发展阶段，目前中国的公共设施清洁市场已渐成规模。

中国专业清洁产品市场份额分析，2013&2017E



数据来源：Martec 访谈和统计分析

目前我国专业清洁（I&I）产品市场规模不及民用清洁的三分之一，但在国外，专业清洁市场规模基本和民用清洁相当。2013 年，中国专业清洁产品市场规模为 1,035 亿元，公共设施清洁占 41%，预计到 2017 年能达 1,900 亿元，年复合增长率 16.4%。粗略估计，我国 I&I 清洁产品市场每年产值已超千亿元，利税过百亿元。因此，离发达国家还有很大增长空间和发展潜力。

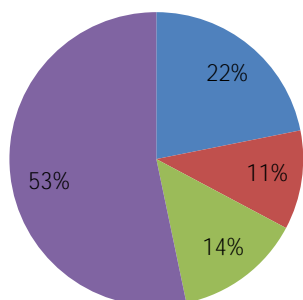
厂家数量众多，低端产品占主流，市场集中度有待提升

我国公共设施清洁产品的生产厂家众多，保守估计超过 5,000 家，大部分是小规模企业，市场集中度较低。相比之下，美国市场的生产厂家要少得多，但市场规模却远比中国大。以清洁剂为例，2013 年，用于我国公共设施清洁的清洁剂市场（规模以上）达 83 亿元，仅为美国的四分之一，市场集中度有待提升。

从另一面讲，目前也是我国公共设施清洁的快速发展时期。如下图所示，若考虑清洁产品和保洁服务在内，我国公共设施清洁市场规模（规模以上）在 2013 年达 380 亿元，预计到 2017 年能达 626 亿元。受人力成本上涨的影响，增长最快的是清洁设备，年复合增长率约为 19.7%。

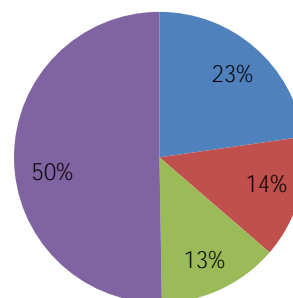
中国公共设施清洁市场份额分析（规模以上*） - 按产品/服务分类，2013&2017E

2013 = 380 亿元



- 清洁剂
- 清洁设备
- 清洁耗材用具
- 保洁服务

2017E = 626 亿元



数据来源：Martec 访谈和统计分析

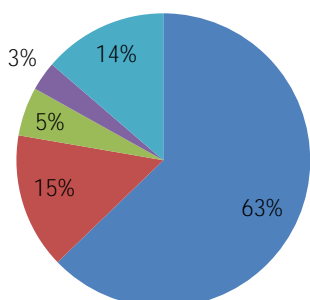
***注：** 此处统计不包括规模以下用户，如酒店仅包括三星至五星及经济连锁酒店，餐饮仅包括规模以上餐饮店，医院仅包括二三级医院。以下报告分析中提及市场规模均指规模以上市场。

市政场所份额最高，但产品需求档次较低，星级酒店增长最快，需求档次差异大

如下图表所示，市政公共场所占据整体市场 63% 的份额，但需求档次最低，因绝大多数写字楼、商业百货、机场等用户选择外包清洁，而清洁公司普遍使用低端清洁产品。受经济连锁酒店高达 30% 左右的年扩张速度，以及高档酒店对清洁设备和保洁服务的越加青睐，星级酒店增长最快，预计到 2017 年，市政公共场所份额会有所下降，取而代之是酒店份额上升。但星级酒店的需求档次分化明显，其中四五星级酒店普遍以使用国际清洁品牌为主。

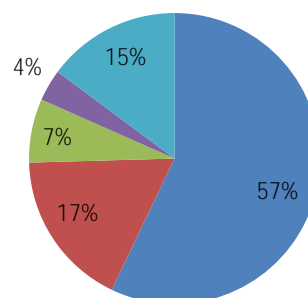
中国公共设施清洁市场份额分析（规模以上*） - 按用户类型，2013&2017E

2013 = 380 亿元



- 市政公共场所
- 星级酒店
- 餐饮（规模以上）
- 商业洗衣房
- 医院（二三级）

2017E = 626 亿元



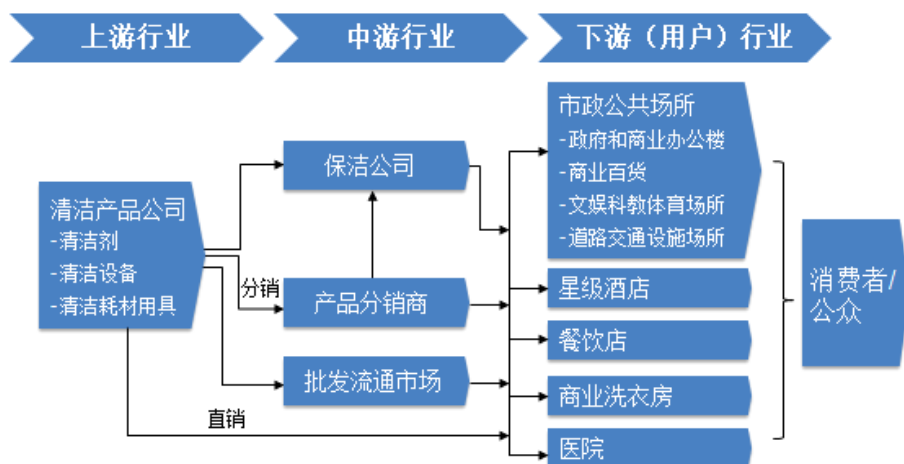
数据来源：Martec 访谈和统计分析

***注：** 此处统计不包括规模以下企业用户，如酒店仅包括三星至五星及经济连锁酒店，餐饮仅包括规模以上餐饮店，医院仅包括二三级医院。以下报告分析中提及市场规模均指规模以上市场。

其他市场中，医院仅考虑三级和二级医院，仅此也多达上万个，医院在公共设施清洁中也占据不小份额，在 2013 年达到 14%。医院清洁不含医院专业器材、手术用具等。最后是餐饮店和商业洗衣房，分别占据 3% 左右份额。洗衣市场不包括洗衣机，仅含洗衣用清洁剂和耗材。

2.3 市场价值链分析

图 2.3——中国公共设施清洁市场价值链



中国公共设施清洁市场价值链如上图所示，上游产品供应商包含清洁剂、清洁设备和清洁耗材用具厂家。保洁公司和分销体系构成中游领域，分销商也会将产品销售至保洁公司，此外，部分清洁产品通过批发市场等流通渠道最终到达百货公司、酒店、餐饮店等用户。

以下是清洁剂和清洁设备的分类：

清洁剂分类	
按化学机理分类	酸碱清洁剂、表面活性剂、水和非水溶剂、氧化还原剂、吸附剂等
按酸碱度分类	酸性、碱性、中性
按应用领域分类	通用清洁系列、酒店清洁系列、餐饮清洁系列、卫生间清洁系列、洗衣清洁系列
按化学功能分类	主剂（常用的表面活性剂）和助剂（增泡剂、增溶剂、乳化剂、漂白剂、抗氧化剂、抗静电剂、灭菌剂等）

清洁设备分类	
按功能分类	洗地机、吸尘机、吸水机、地毯清洗机、吹干机、抛光机等
按动力原理分类	气相机、液压清洗机、冷水高压清洗机、热水高压清洗机、汽油驱动清洗机等

上中游市场中，清洁剂份额最大，分销商和批发流通是主要渠道

上游市场中，清洁剂市场规模在清洁产品中占最大比重。清洁耗材用具作为易耗品，种类繁多，国内厂家主要分布在浙江、广东、河北三地，其中不少经营出口贸易，内销则占据全国半壁江山。从宏观经济环境分析，未来清洁产品市场的增长取决于商业地产的发展，包括商业写字楼、购物中心、星级酒店和餐饮店。另外，机场、地铁等新建及扩建项目也会加大保洁公司的采购量。

清洁产品的流通方式有四种，通过批发流通市场和依靠分销渠道合作伙伴是主要的两种形式，其次也会直接销售给保洁公司和终端用户。中高端产品通过分销商和直销为主，低端产品则通过批发流通市场或销售给保洁公司。

得益于高效率 and 成本优势，清洁设备在未来几年的增长最快

2013 年，用于国内公共设施清洁的清洁设备市场规模约为 41 亿元，预计到 2017 年能达到 85 亿元，年复合增长率为 19.7%，增长率在各类清洁产品中最快。

保洁公司、星级酒店、零售行业是清洁设备在公共设施领域最重要的用户，特别在高档酒店大堂、市政广场等超大面积的硬表面清洁时，专业清洗设备的优势无疑更明显。运用清洁设备能节省人力、改善清洁效率，并在一定程度上提升清洁效果。随着直接和间接人力成本不断上升（如培训、管理和缴纳保洁人员险金等），未来几年内更多酒店、餐厅及保洁公司会逐渐选择用清洁设备替代人力劳动。

保洁人员数量众多，集中在一二线城市，市场规范有待改善

据不完全统计，目前国内约有 10 万家保洁公司，保洁人员超过 2,000 万人，主要集中在一线和二线城市，服务于商业百货、政府及商务写字楼、轨道交通、机场、酒店大堂等公共设施清洁领域。虽然国内保洁服务公司总数众多，但清洁操作规范以及清洁程度均不相同，导致整个国内保洁市场处于较为混乱的状态。主要原因有三点：其一、由于该行业市场准入门槛较低，企业间低价无序竞争现象突出。其二、保洁项目的利润率较低。为了低价竞争，整个行业都会一定程度上压榨保洁员的待遇和劳动保障等福利。其三、行业监管缺失。虽然地方部门制定了相关的标准规范，这些标准规范还不够全面，在执行时更没有得到有效落实，在监管上存在管理漏洞。

下游市场中，市政公共场所份额最大，多数外包保洁，酒店和餐饮呈现更多机会

在五大下游用户市场中，市政公共场所占一半以上份额，但绝大多数外包保洁，保洁公司多数从分销商或批发市场采购清洁产品。星级酒店和餐饮对高品质清洁产品的需求量日益增长，呈现出更多的市场机会，主要从分销商或直接从厂家采购。

2.4 行业监管、政策法规与行业标准

相关组织多达数十个，但缺乏权威的、全国性的沟通、协调和监管组织

全国还没有独立行业监管机构负责公共设施清洁，涉及公共设施清洁的相关组织有以下几类，下表列举了有关的组织机构。

- ✓ 地方环境卫生管理处或市容管理局，涉及市政场所如步行街、公共广场的日常清洁；
- ✓ 地方质检局、卫生局及下属的疾病防控中心，部分政策涉及到公共设施清洁；
- ✓ 部分清洁行业协会，如中国洗涤用品工业协会、地方洗染行业协会等；

北京市市政市容管理委员会

上海市市容环境卫生管理局

广州市市容环境卫生局

深圳市环境卫生管理处

南京市市容清洗管理处

天津市市容和园林管理委员会

中国洗涤用品工业协会

中国贸促会建设行业分会建筑物清洁委员会

北京清洁行业协会

上海市市容环境卫生协会

北京市工商联清洗保洁业商会

深圳市清洁卫生协会

天津市保洁协会

上海洗染业行业协会

独立、权威的行业监管机构的存在是体现市场成熟度的重要指标。在欧美国家的公共设施清洁市场，行业协会是具有高度公信力的行业指导、监督和管理机构，负责行业发展规划、标准起草和发布、建立行业监管机制等，权责分明。对比之下，国内还缺乏独立、权威、直属的市场监管机构，特别是政府机构暂无明确规定负责管理公共设施清洁的相关部门。虽然存在一些社会性行业协会，但由于缺乏政策制定、发布和监管的权力，这些组织在帮助企业 and 行业发展时起到的作用依然有限。缺乏强有力的沟通、协调和监管组织，会使得行业陷入长期的无序、恶性发展。

除此之外，下游各个用户行业也没有相关组织负责本行业的清洁卫生管理和监督。名不正则言不顺，唯有上下游行业创建统筹性的引导机制才能让行业健康发展。

现有政策法规的地区差异性大，且偏重三废治理，较少涉及环境卫生清洁

我国和公共设施清洁有关的政策法规具有覆盖行业领域大、地区实施差异性大的特点。不管是国务院还是地方政府出台的政策法规，这些规定或多或少涉及公共设施清洁，但内容偏重对废水、固废等污染物治理，对于公共场所的卫生清洁要求则较少。还有各地方的保洁服务法规并存现象，如深圳市清洁卫生协会发布《深圳市清洁服务企业资格等级评审》、北京清洁行业协会发布《北京清洁服务企业资质等级评定办法》等，由于各地方的参考资质和评定方法不同，会导致大型保洁公司难以跨区域发展。

此外，我国公共设施清洁市场在法规层面还缺乏必要惩罚机制，一些恶性竞争最终伤害消费者人身安全，比如洗涤服务行业。行业的政策激励和法规建设是反映市场环境的重要方面，应有相关部门主导，杜绝出现此类现象，创造一个良好的市场运营环境。

不能仅参考民用清洁标准，需有针对公共设施清洁的专业标准

如下表所示，国内现前只能参考民用标准，最多的是民用洗涤剂和表面活性剂标准，整体上还没有针对公共设施清洁的行业标准。建立行业标准是推动市场有序成长和完善市场环境的重要举措，如果缺乏公共设施清洁行业统筹性的标准，则很难将相关用户行业纳入监管范畴，以此提升整个行业的产品、服务品质。

另外，从现有这些标准的内容看，对各类公共场所清洁剂、清洁设备和耗材的质量、效果以及具体适用范围没有明确规定，不少标准中仅要求使用清洁用品而已。因此，进一步明确清洁产品的使用规范是现有标准亟需改善的。

标准类别	标准号	标准名称
洗涤剂 and 表面活性剂	GB 14930.1-1994	食品工具、设备用洗涤剂卫生标准
	GB/T 15816-1995	洗涤剂和肥皂中总二氧化硅含量的测定重量法
	GB/T 15817-1995	洗涤剂中无机硫酸盐含量的测定重量法
	GB/T 5173-1995	表面活性剂和洗涤剂阴离子活性物的测定直接两相滴定法
	GB/T 5174-2004	表面活性剂洗涤剂阳离子活性物含量的测定
	GB/T 7380-1995	表面活性剂和洗涤剂含水量测定卡尔·费休法
	GB/T 13173-2008	表面活性剂洗涤剂试验方法
	GB/T 13174-2008	衣料用洗涤剂去污力及循环洗涤性能的测定
餐饮洗涤剂、卫生洁具清洗剂	GB/T 26398-2011	衣料用洗涤剂耗水量与节水性能评估指南
	GB 9985-2000	手洗餐具用洗涤剂
	GB-T 17220-1998	公共场所卫生监测技术规范
	GBT 21241-2007	卫生洁具清洗剂
	GBT 26396-2011	洗涤用品安全技术规范

酒店、餐饮、洗衣等 场所卫生	HJ 514-2009	清洁生产标准 宾馆饭店业
	GB 9663-1996	旅店业卫生标准
	GB 14934-94	食（饮）具消毒卫生标准
	GB 15982-2010	医院消毒卫生标准
	DB11/662-2009	医院布草洗涤卫生规范
	GB/T18204 -2000	公共场所卫生标准检验方法
	GB/T18883-2002	室内空气质量标准
	GB/T 18205-2000	学校卫生监督综合评价
	GB 4287-2012	纺织染整工业水污染物排放标准

2.5 市场驱动因素和发展趋势

市场驱动因素及影响程度

主要市场驱动因素	影响程度	
	2014 - 2016	2017 - 2019
因素 1: 经济结构转型催生更多清洁需求	较高	较高
因素 2: 生活质量改善下的更高清洁要求	较高	高
因素 3: 高效、环保、智能的清洁技术趋势	中等	较高
因素 4: 城市发展政策提升城市清洁标准	中等	中等

经济结构转型催生更多清洁需求

经济结构转型发展直接拉动对公共场所的清洁需求。十二五规划及未来 10 年中国经济发展的核心任务就是转变经济结构，从过重的第二产业调整到以第三产业为核心，尤其是零售、旅游、酒店、餐饮、文化娱乐等服务业。公共设施清洁的服务主体正是这些服务业用户。经济结构转型的步伐加快后，这些用户需求将成为市场的核心驱动力。

生活质量改善下的更高清洁要求

在个人或家庭清洁领域，消费者不再把清洁当作是简单的除尘去灰，而是含消毒、杀菌、抛光保养等深层次清洁。这一理念随消费者生活质量的普遍提升将会影响到其对公共场所的清洁要求。比如餐具不经严格消毒的餐饮店会越来越失去顾客青睐。再有，消费者收入水平提高会提振四星、五星酒店的需求，进而也迫使三星和经济连锁酒店提高清洁标准。因此，居民生活质量改善会对公共场所清洁提出更高要求。

高效、环保、智能的清洁技术趋势

不管是清洁剂还是清洁设备，高效、环保逐渐成为应用发展的方向。强去污力、环保型的清洁剂会受更多用户青睐。对于清洁设备，自动辨污和处理的智能自动化是技术发展的长远目标。此外，医院、高端写字楼、会议中心等对噪音有要求的倾向于使用有降噪设计的清洁设备。

城市发展政策提升城市清洁标准

近十年来，全国各级城市在城市发展规划上的举措有助于提升城市清洁标准，如申报“国家卫生城市”和“全国文明城市”，及“全国优秀旅游城市”等。再者，奥运会、世博会、世园会

等国际性大型博览会，还有全国性、大洲性的运动会、旅游节、电影节等，这些由地方政府主导的活动是提升城市卫生、清洁形象的重要刺激。

3 中国和国际市场的差距分析

以美国、日本为代表的发达国家市场未来发展更成熟、稳定和专业化

美国、日本和欧洲发达国家的公共清洁产业有着 40 年到 90 年不等的深厚发展基础，在这过程中不管是产品研发能力、细分市场分化还是社会对公共清洁的关注度都逐渐积累起来，并引领了全球公共清洁市场的发展方向。

美国公共设施清洁市场经历 90 多年的发展，市场呈现出稳定、发达、技术领先的格局，并且在世界上仍然是清洁产业最发达的国家之一。在市政领域衍生出诸多专业保洁服务公司（楼宇清洁、杀菌消毒服务等）。现阶段美国公共设施清洁市场最大的推动力就是老龄化社会，其社会格局的变化增加了政府对各个场所卫生条件的关注，并且对公共场所消毒、预防疾病传播增加力度。其次的推动力就是市民对环境友好型产品的喜爱，这种消费意识推动了各生产厂家对产品质量效果环境危害的多重考虑，不断加大研发力度，促成良性循环。

日本发展公共设施清洁也有着 40 多年的历史，是公共设施清洁行业在亚洲最早也是现今亚洲最发达的市场，其人均清洁产值为世界最高。在日本，公共设施清洁行业是高度自动化，一方面来源于人们对公共、办公私人空间高度清洁的需求，促进了日本公共设施清洁的发展。另一方面基于其高端清洗设备是高精度工业领域的必需品。

欧洲的清洁产业发展也有 60 年的历史，并且基于其完善的环保教育体系，市民对环境的保护意识更是世界领先的。和美国面临同样的问题，人口老龄化的加剧促使政府兴建更多医院和公共活动场所，并且确保这些场所的清洁卫生。

整体来看，这些发达国家的市场增长率虽然远低于中国，但在市场成熟度、产品和服务专业化水平方面依然会主导整个全球公共设施清洁市场的发展。通过对国际市场的分析得出中国之于发达国家市场的差距主要在于：

市场规模、消费水平和市场份额占比均远低于发达国家水平

就整体发展水平而言，中国还远低于发达国家水平。首先，以清洁剂规模为例，中国用于公共设施清洁的清洁剂规模（规模以上）不足 100 亿元，美国则接近 400 亿元。其次，人均市场消费水平还很低，日本人均年公共设施的清洁剂投入约 30 美元，中国仅为 3 美元。再者，公共设施清洁市场占整体清洁市场份额还较低。以清洁产品为例，美国、欧洲和日本的公共设施清洁市场大概占据整体清洁市场 40% 份额，而粗略估算，中国公共设施清洁产品市场只占整体清洁市场 10% 份额。

最终用户对专业清洁产品的需求和认识均不足

发达国家对公共设施清洁的投入和认识都高于中国。在美国，得益于近百年的清洁市场发展和市民的环保意识教育，不管是写字楼、酒店、餐饮店还是机场、车站，整个社会对公共场所的清洁卫生要求都很高，普通消费者也很在意场所的消毒、杀菌效果。但我国在这方面仍处于起步阶段，对专业清洁产品的需求和认识都有待提升。

缺乏全国性、权威性的行业引导机构和监管组织

纵观美国、日本和欧洲，均存在多个超过 50 多年历史的国际性清洁协会，如国际清洁卫生协会（ISSA）、英国清洁用品工业协会（UKCPI）等。这些机构在编写行业发展规划、制定行业标准和政策法规及监管行业自律的过程中起到了重要作用。中国目前还缺乏类似组织机构。

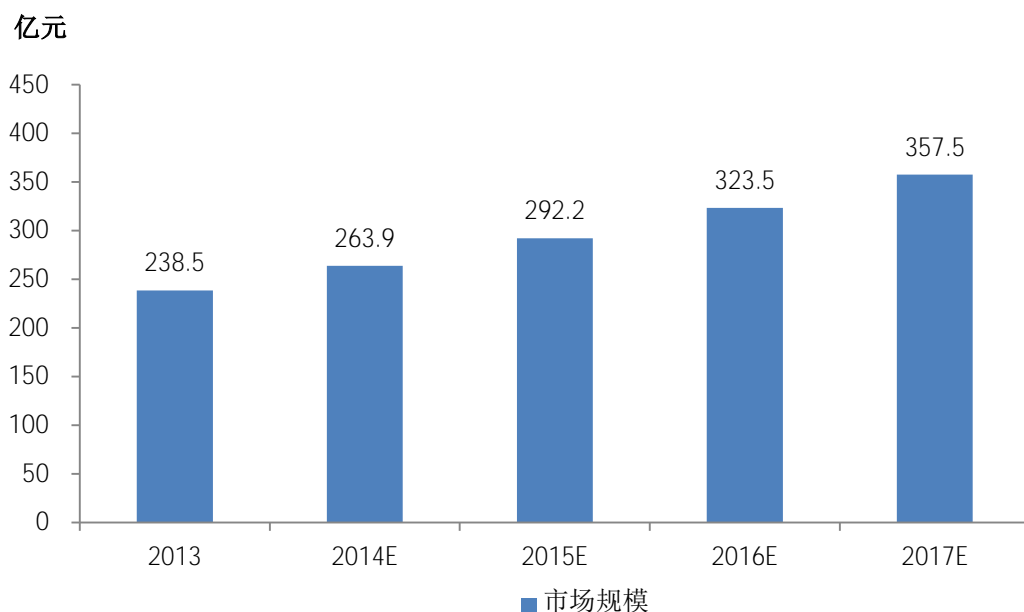
针对公共设施清洁的专业行业标准匮乏

针对公共设施清洁，发达国家市场具有完善的标准制定机制和监管机构。如英国清洁用品工业协会（UKCPI）的成员覆盖 98% 的清洁用品制造商和 60% 的工业和公共设施清洁制造商，负责监管英国清洁用品达到欧盟标准，配合执行和宣传相关政策法规。目前，我国暂无针对公共设施清洁的行业标准。

以上章节对中国公共设施清洁市场的整体情况，从市场规模和发展趋势、行业标准政策到中外清洁状况比较等作了全面分析。下面两个章节是关于市政公共场所和星级酒店清洁研究的一些重要发现。

4 市政公共场所清洁市场重要发现

中国市政公共场所清洁市场规模（清洁产品&保洁服务）， 2013-2017E



数据来源：Martec 访谈和统计分析

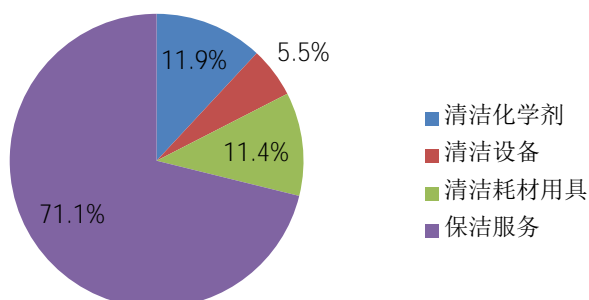
从上图可了解到，在 2013 年中国市政公共场所清洁市场规模（清洁用品及保洁服务）在 238.5 亿人民币，根据预计分析，未来 5 年内，总体市场还会以 10.6% 年增长率的幅度增加，预计到 2016 年将突破 300 亿大关。

保洁占据七成份额，清洁剂和设备不足两成，办公楼占据主导市场

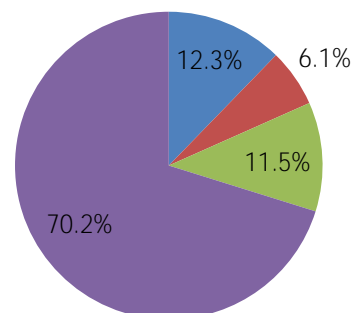
如下图所示，保洁服务占据其主要的比重达到 71%，其次是化学清洁剂和清洁耗材用具，清洁设备占据份额最小。主要原因是劳动力成本较高，加上目前国内主要清洁方式都为人工作业。从长远角度考虑，科技会逐步代替劳动力，但预计主要会运用在一些大型场所如机场、高档百货公司等。

中国市政公共场所清洁市场份额分析 - 按产品/服务类型, 2013&2017E

2013 = 238.5 亿元



2017E = 357.5 亿

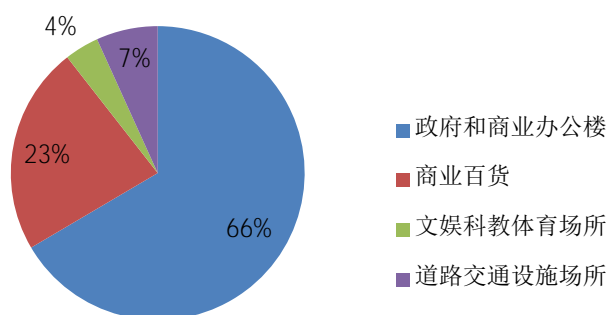


数据来源: Martec 访谈和统计分析

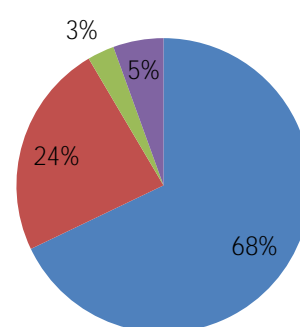
通过下图可知, 目前政府及商业办公楼是清洁产品的重要细分市场, 份额达 60% 以上, 主要原因是其占据较大面积; 其次是商业百货, 将近 25%。文娱科教场所和道路交通设施场由于经费有限, 所以占据较少份额。预计到 2017 年这一细分市场格局不会有明显变化。

中国市政公共场所清洁产品市场份额分析 - 按用户类型, 2013&2017E

2013 = 68.8 亿元



2017E = 105.5 亿元



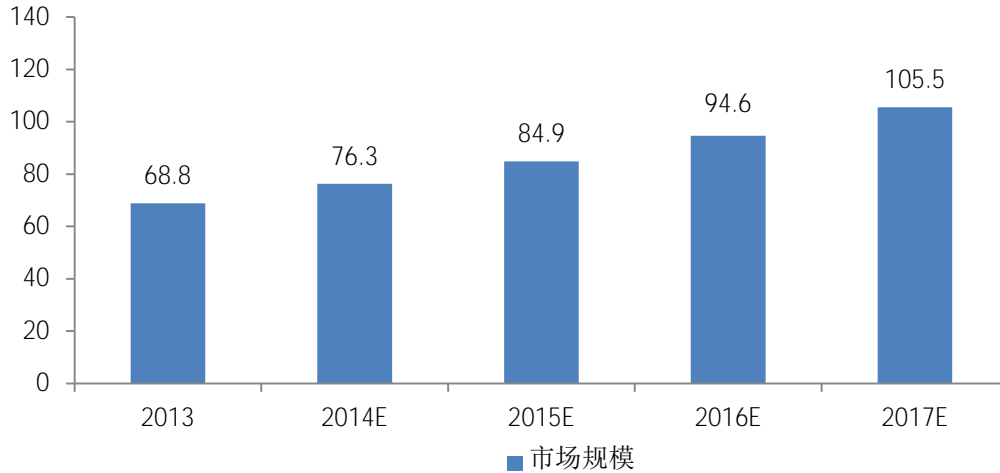
数据来源: Martec 访谈和统计分析

市政公共场所清洁用品以中低端为主, 高端清洁产品仅会用于高端百货公司

从产品档次来看, 目前市政公共场所因清洁费用有限, 主要使用国内品牌的清洁产品, 国外品牌产品只会有一些高端的百货公司, 奢侈品品牌专卖店以及办公楼中使用, 因为这些场所业务任务其清洁效果会和场所的档次有直接联系。其他市政场所因预算有限, 故采用性价比较高的清洁产品。特别是文娱科教类场所, 主要采用内保服务。就需求趋势而言, 大部分市政公共场所对于保洁档次的意识较弱, 加上其预算有限, 所以目前不会投入大量经费在保洁服务上。

中国市政公共场所清洁产品市场规模，2013-2017E

亿元



数据来源: Martec 访谈和统计分析

从上图可知，预计近几年来中国市政公共场所清洁产品的市场规模保留在一个稳步向上的格局，年增长率大约在 11%，预计总体市场规模到 2017 年会突破 100 亿元。

市政公共场所用户普遍对性价比较为重视

从下表可看出，产品价格和产品效果是大部分市政公共场所用户购买产品的两大因素，特别在一些预算较有限的应用场所，产品价格是其首先关注因素。商业百货与其他市政场所相比，预算较宽裕且由于其清洁效果和商场档次直接挂钩，所以对产品效果最关注，产品价格其次。通常交货时间和售后服务被大部分市政公共场所用户所忽略，因为一般都会选择较为熟悉的品牌，以及用户一般都会有一定库存，故交货时间不是其关注要素。除了交通设施的用户外，其余类型用户几乎都没有足够的品牌意识，对品牌几乎没有要求。

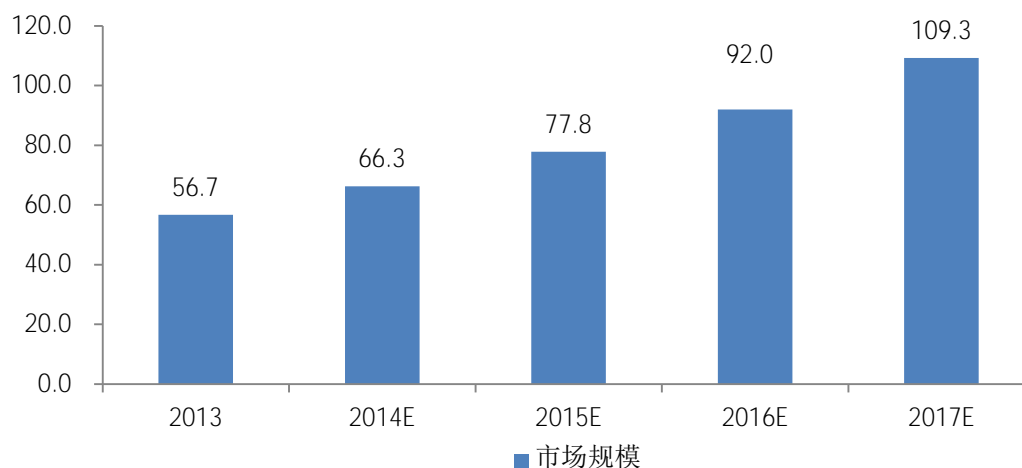
用户采购因素评估 - 市政公共场所用户

	产品价格	产品效果	品牌知名度	折扣幅度	售后服务	交货时间
政府和商务写字楼	3	2	4	1	5	6
交通道路设施	1	3	2	4	5	6
商业百货	2	1	6	3	5	4
文娱科教体育场所	1	2	6	3	4	5

(1 表示最关注，6 表示最不关注)

5 星级酒店清洁市场重要发现

中国星级酒店清洁市场规模（清洁产品&保洁服务）， 2013-2017E
亿元



数据来源: Martec 访谈和统计分析

注: 部分酒店的公共区域外包算在酒店保洁服务中, 但酒店外包洗衣部分暂不涵盖在此份报告中, 我们会在 2015 年报告中作为洗衣房深度研究中涵盖此部分。

从上图了解到, 2013 年中国酒店清洁市场规模在 56.7 亿元, 根据预计和分析, 未来 5 年内, 总体市场还会以 17.5% 年增长率的幅度上升, 预计到 2017 年将突破 100 亿元大关。

清洁剂和设备占七成份额, 而保洁不足一成, 经济连锁酒店增长迅猛

由下图可知, 不同于市政清洁市场, 酒店外包保洁服务的很少, 只占 5% 份额。比重最大的是清洁化学剂, 其次是清洁设备。酒店有多个领域需用到清洁剂, 且清洁精度要求高。高档酒店是清洁设备的主要客户, 设备更换率也较高。随着人力成本的增加, 清洁设备代替劳动力是必然趋势。因此, 清洁设备份额预计从 2013 年的 32% 增长到 2017 年的 36%。

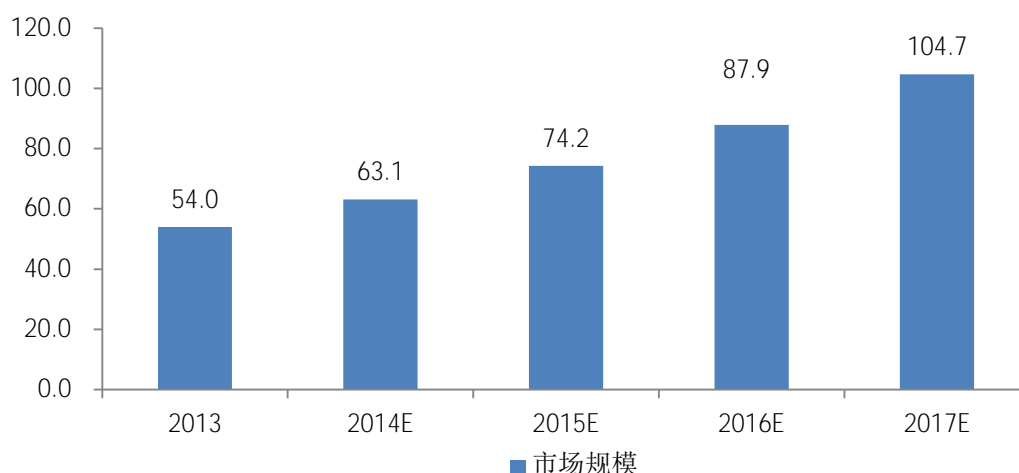
中国星级酒店清洁市场份额分析 - 按产品/服务类型, 2013&2017E



数据来源: Martec 访谈和统计分析

中国星级酒店清洁产品市场规模，2013-2017E

亿元



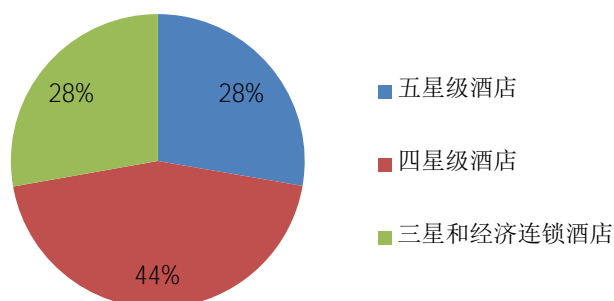
数据来源: Martec 访谈和统计分析

从上图可知, 预计近几年来中国星级酒店清洁产品的市场规模会保持较高水平增长, 年增长率大约在 17.4%, 预计总体市场规模到 2017 年会突破 100 亿元。

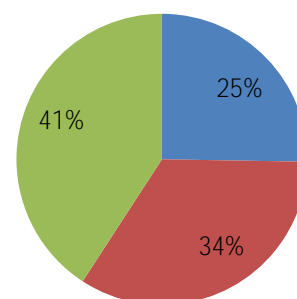
如下图所示, 在不同星级酒店中, 随着经济连锁酒店的扩张, 其数量将有所增加, 带动着清洁产品市场份额提升, 未来几年需求增长最快, 清洁产品份额将从 2013 年的 28% 增长到 2017 年的 41%。五星和四星酒店的份额均会有所下降。

中国星级酒店清洁产品市场份额分析 - 按用户类型, 2013&2017E

2013 = 54 亿元



2017E = 104 亿元



数据来源: Martec 访谈和统计分析

国际和国内四五星级酒店在产品需求特点上差异明显

就产品档次而言, 国际五星酒店绝大多数使用外资品牌, 国际四星则会考虑部分国内一线品牌, 因国际酒店极其注重品牌形象, 以给顾客带来最舒适、干净的清洁体验。国内四五星级酒店对

要求虽不如国际四五星酒店那么高，但集团管理层也注重硬件设施的折旧坏损更新问题，从而采取更灵活的清洁方案，一方面控制成本，一方面保证酒店设施在整体上不会过快老旧。因此，国内一线品牌和中端的清洁品牌是主要选择。三星和经济连锁酒店由于整体布局和档次不同，对清洁产品的用量和品质要求要低很多。

从需求趋势上看，四五星级酒店的收入严重受到政府对公务费用压缩影响，进而影响到酒店的采购预算，波及到清洁产品预算。三星酒店的设施不少已很老旧，翻新成本投入大，很少有酒店愿意花钱翻新，只要表面上看起来是干净的就可以，因此，三星级酒店的需求增长不明显。

星级酒店普遍重视产品效果，除国际四五星级酒店外都在意产品价格

从下表可看出，不管是四五星级酒店还是中档酒店都重视清洁产品效果，其中四五星级酒店最重视清洁产品效果。国际四五星酒店由于遵循全球统一的管理标准，顾客忠诚度高，不少是全球商务旅客、政客，绝不会因城市经济发展水平不同就降低酒店清洁卫生品质。对于国内四五星级酒店，确保产品的基本品质是首要采购因素，同时成本控制也在他们的考虑之中。选择适当中端或中高端品牌，是大多数这些用户的选择。但对于售后服务，除了国际四五星级酒店外，其余类型酒店均认为不重视，他们并不认为目前的售后服务对他们有实际价值。

用户采购因素评估 - 星级酒店用户

	产品价格	产品效果	品牌知名度	折扣幅度	售后服务	交货时间
国际四五星级	4	1	2	6	3	5
国内四五星级	2	1	3	4	6	5
三星级和经济连锁	1	3	4	2	6	5

(1 表示最关注，6 表示最不关注)

对三星酒店来说，一线城市相比三四线城市对产品品质要求高得多，这和城市整体公共清洁意识有关。对连锁酒店来说，虽不能和国际四五星级酒店相比，但至少会确保绝大多数门店在酒店形象上保持在同一水平，保证各门店之间的设施、服务的标准化。这些用户对品牌知名度和售后服务的要求是最弱的。

6 中国公共设施清洁市场的发展建议

6.1 市场发展的挑战和机遇

我国公共设施清洁市场要跨越到下一个市场发展阶段还面临一系列市场挑战，并需解决一系列问题，比较重要的市场挑战如下所述：

对违规的清洁产品和服务供应商亟待管理

国内部分不符合安全标准的清洁产品和服务供应商进入市场，已对人体和环境卫生产生极大危害。举例来说，酒店布草外包清洗严重不达标。酒店外包布草清洗，这对酒店来说可节省至少一半的洗衣成本，但清洗效果并不乐观。国内的社会洗衣房遍布各地，大量的洗衣房的洗涤条件

和状况都无法达到基本要求，但也在承接业务。这些布草使用低端甚至劣质洗涤剂会严重伤害皮肤，且消毒温度和含菌量均严重不达标。这种现状也存在于餐饮清洗外包，若没有第三方监管机构对此采取有效手段，很难靠正常市场竞争来改善，最终导致整个行业的发展举步维艰。

克服宏观政策对用户清洁产品采购的打击

新政府上台后推出的廉政方针对政府办公楼、高档酒店和餐饮业的打击最大，势必影响到业主对清洁产品的采购预算。国内高档酒店的一半收入来自于餐饮、会议，这些正是公款消费的主要方向。况且我国不少高档酒店常年处于盈利线附近，清洁产品作为日常采购的重要部分，在不能保证基本利润的情况下，难免会压缩采购预算来控制运营成本。作为酒店的经营者、管理方，他们倾向于在现有供应商名单中选择性价比更高的厂家，以尽可能减少运营收入大幅减少带来的损失。这一政策影响力度在未来两三年内很明显，这不仅对酒店业经营者，也是对清洁用品厂家提出的重要挑战。

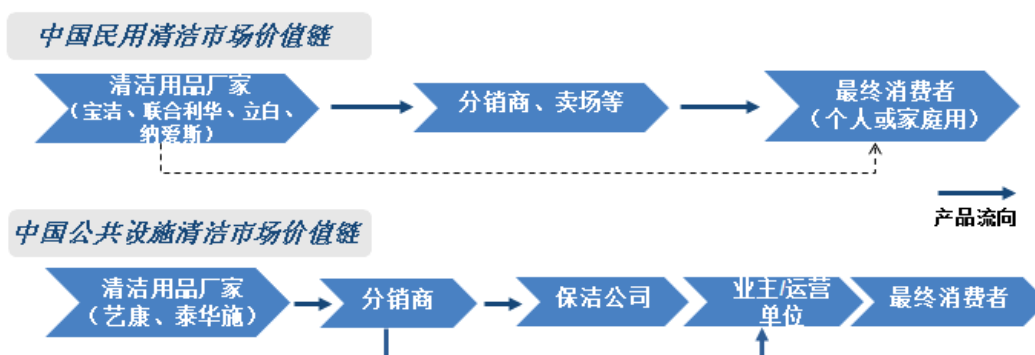
如何提高保洁服务行业的专业性

随着消费者公共清洁意识提升，用户定会对保洁公司的服务质量和专业管理有更高要求，但国内大多数保洁公司的专业化程度低，保洁人员专业素养普遍低下，从业人员的高流动性，并时常发生消极怠工现象。国内保洁公司业务主要在写字楼、商场，这些场所对清洁要求大大低于高档酒店。因此在应对高档酒店用户的需求时，其专业性更显不足。保洁服务在中国公共设施清洁市场中占近一半份额，保洁服务行业若不能成功应付此挑战，将直接影响整个保洁市场的发展。

核心挑战是普遍不足的消费者公共清洁意识

但解决以上这些重要挑战的前提在于了解市场面临的核心挑战。从上述市场发展阶段以及中外市场的差距分析中可知，我国市场面临的核心挑战是普遍不足的消费者公共清洁意识。

通过比较民用和公共设施清洁市场的产业价值链，可了解此问题的根源所在。如下图所示，民用清洁产品的直接受用者个人或家庭消费者，厂家必须对消费者进行清洁教育和推广。反之，公共设施清洁产品的直接受用者是公共场所的业主单位。消费者只能通过肉眼观察公共场所的清洁程度，致使业主单位为经济因素驱动，对于消毒等深层次清洁普遍不重视，并在选择清洁产品和服务时往往更重视价格，而不是对清洁产品性能和清洁效果的关注，最终导致价格为主要竞争因素。因此，如何提升消费者公共清洁意识，并帮助消费者识别清洁程度，这是行业目前亟待应对的挑战。



同时，我国公共设施清洁市场发展也面临以下几大机遇：

城镇化进程下涌现的清洁需求

城市基础公共设施的建设和城镇化进程的核心任务之一，类似高档酒店、机场、顶级写字楼和高档购物广场的清洁需求对中高档清洁产品和专业保洁公司是重大机会。清洁产品供应商若能

提供专业化、多元化和有针对性的清洁产品，将在这个可观的潜在市场中占尽先机。同时，城镇化也推动了三四五线城市市民的清洁观念，这将极大促进了市民对公共环境清洁程度的要求。

向清洁解决方案供应商的转型

国外发达市场发展表明，用户对清洁要求会从基本除尘向消毒、除菌、保养等功能转变。国内的中高端用户不满足于简单的清洁产品采购，而是希望供应商能提供定制化、专业化的深度清洁解决方案。举例来说，国内高档酒店用户已意识到环境污染会直接或间接地加大酒店卫生清洁负担，空气粉尘、鞋底污垢会加大清洁频率和难度。清洁产品供应商应深入分析用户需求，推出能提升用户清洁投资价值的解决方案。同时，这也是有助于提升用户公共清洁意识的有效方式。

连锁住宿餐饮业的清洁标准升级

虽然高档酒店和餐饮店会受到廉政政策的影响，但另一面，连锁餐饮店和连锁经济酒店的市场机遇才刚刚开始。随着连锁规模的上升，连锁餐饮店和连锁经济酒店的清洁形象好坏对品牌声誉的影响险越来越大。另外，国内主流经济型酒店集团也在发展准四星的品牌酒店，在酒店清洁用品的采购标准上会参考国外连锁酒店，逐步向更高标准靠拢。清洁产品厂家能推出具有性价比的产品将受到这些连锁用户的青睐。

保洁服务市场的专业分工趋势

劳动力招工难对保洁行业来说是不争事实，如何突破这一困局不单单是依靠清洁设备以代替人力，更重要的是抓紧细分市场带来的专业化保洁需求。以史伟莎为例，正因为专注于厕所清洁领域，不断挖掘用户的细致需求，在进入中国市场的短短四五年内，在国内发达城市已广泛获得写字楼、机场、餐饮店、酒店等用户的信任。如果我国保洁行业能有全国性、权威的服务标准，即能催生一批在全国范围内专注于某一细分领域的专业保洁公司。我们认为，未来国内保洁市场趋势将朝专业分工方向发展。

6.2 发展建议

结合报告上述内容对我国市场存在的挑战分析以及对中外差距比较分析，我们认为中国公共设施清洁市场要跻身发达国家市场的行列，走出目前整个行业相对无序发展、缺乏产品和服务创新、以价格战为主导的局面，必须从以下几个方面依次入手。

亟待建立统一、独立、权威的行业自律机构

国内外的经验表明，对中国市场来说，最为首要的是亟待建立一个统一的、独立的、权威的行业监管机构来引导行业自律发展。美国市场从一开始就有全国性的行业协会来引领整个行业的健康发展，而国内民用清洁市场也从始至终有一个全国性的、权威的行业协会在引导行业的有序发展。

强调统一性和全国性，是因为目前在一些细分清洁市场中地方性行业组织多达几十个，行业标准和监管均各自为据，阻碍一些优质企业全面开展业务，不利于行业的统筹、协调发展。强调独立性，是因为一旦协会在组织关系上和个别企业挂钩，在制定行业发展规划和起草行业标准上难以完全考虑到行业整体情况。强调权威性，是因为唯有富有行业经验的专业人士作为行业引导者才能获得行业参与者的支持和信任，这也是国外行业协会极具权威性的原因。

因此，建议相关政府部门在对我国公共设施清洁市场的调研基础上，尽快建立一个统一、独立、权威的行业自律机构，对行业发展进行有益指导和有效监督。没有这样一个可靠的引导性机构，类似行业发展规划、行业标准和政策以及行业监管都无从谈起。

由行业机构和龙头企业牵头制定标准

无杆则不立，中国绝大多数行业在快速发展阶段都会参考国外行业发展经验，而具体落实往往会先和国外行业标准进行对标。在行业标准章节已提及，国内一直缺乏针对各类公共设施清洁的产品标准，导致生产企业只能参考其他的通用清洁产品标准，更重要的是，没有针对性的产品标准在后期进行产品检测、监管时就失去了衡量准则。另外，产品标准的制定需要在全行业内最有专业性和权威性的企业技术专家参与。因此，建议由权威的行业协会和龙头企业共同牵头制定关于公共设施清洁的产品标准。更具体来说，可由协会立项并向上级部门申报、报备，标准起草后再由行业协会、国标委和相关的消费者协会共同审核通过。

用安全评估方式以提升消费者清洁意识

培养消费者的公共清洁意识要依靠有效的方式让消费者对外公共场所的清洁程度进行判断，否则，仅依靠个别清洁产品厂家或保洁公司去做推广工作是远远不够的。可效仿国外清洁行业协会设立类似消费者安全评估机制，而不是强制性对广大企业进行检测、惩处，后者面临着巨大的投入成本和执行难度。通过这种方式来逐渐改善消费者对公共场所清洁程度的认知能力，依靠消费者力量推动业主单位重视清洁投入。此过程中，更建议依靠第三方检测机构对主要城市的核心公共场所入手。

总而言之，我国公共设施清洁市场急需在一个权威的自律组织的引导下，制定一系列的行业标准，逐步规范市场运行。唯有在此基础上，再通过整个行业上下游的共同努力，提升消费者对公共场所的清洁意识，最终依靠消费者对清洁需求的驱动力促使业主单位改善清洁投入。

6.3 清洁状况评估的建议

评估目的：

如前文所述，影响中国公共设施清洁市场发展的根本因素来自于公众对自身所处环境清洁程度的意识。几乎大多数人每天都会接触到各类公共设施，尤其对于大城市中的白领阶层，办公楼、百货公司、餐饮店和酒店更是其白天主要活动场所，这其中给人体和环境卫生带来的危害还未得到广泛认识。因此，我们建议通过一定方法对中国目前的公共设施清洁状况给予综合的、科学的评估，以引起广大消费者和相关部门的警觉，逐步提高消费者对公共设施清洁的重视程度。

评估方法：

从客观方面来讲，最佳评估指标是对于公共设施场所清洁对象的含菌量、PH值、灰尘率等进行测量。但要获得涉及十几种大类场所的指标，并且还要考虑到不同城市、地区的差异，取样和实际操作皆存在很大困难。另外，仅得到国内数据还不能反映中国和国外发达国家的差异。因此，基于目前的调研手段，我们采取另一种抽样访谈的专家评估法，并结合现有的二手数据，对现前的清洁状况做出评估。虽然结果不一定能精确反映现状，但大体上能反映来自国内公共设施清洁行业的声音，给业界提供一个参考。

以下四个指标中，前两个指标主要根据现有的市场规模数据、用户访谈及二手资料得出，后两者数据主要根据对清洁市场的行业一线人士的测评结果。测评前会对被访者详细说明指标含义和参考基准，以期得出基于同一参考系的评分。

清洁状况评估指标	指标权重	单项评估值		
		日本	美国	中国
人均公共设施清洁投入（美元/人） （仅比较清洁剂投入）	20%	30-35	24-30	1.8-2
公共设施清洁支出 / 日常运营支出（%）	20%	20	15-20	6-8
公共设施清洗的清洁、消毒效果（1-10）	30%	9	8	5.7

公共设施清洗方法和规范 (1-10)	30%	9	8	4.2
评估结果		15.8	13.7	4.8

从上表可发现，中国在人均公共设施清洁投入上和发达国家的差距最大，主要因为中国用户普遍使用低端清洁产品，尤其是大量外包清洁服务的业主单位。清洁投入的支出占比相对于发达国家也少了一半。此外，在清洗规范和实际清洗效果上都和国外存在差距，因为保洁员工的专业素养、操作技能和工作态度都影响到清洗效果。

此评估方法在精确性和科学性上还有待改进，但大体能反应出中国和发达国家存在的差距。因此，我们建议相关部门采取更为科学的方法对我国公共设施清洁状况进行评估。

7 附录

7.1 研究方法介绍

研究方法

此次研究项目中，我们结合一手研究和案面研究方法来获得市场信息，并在此基础上进行数据处理、市场分析。一手研究即通过直接和被访者交流来获取市场信息。在项目前期，我们针对几大类被访者设计了相应的访谈问卷若干份，然后根据研究目的和内容对被访者样本框进行取样，确定访谈样本量、选定样本分布。在访谈技术上，结合使用电话访谈和面对面访谈，并保证四分之一的访谈量都通过面对面访谈完成。案面研究即通过现有的各类二手资料中进行数据收集、处理和市场分析，如学术研究论文、公司网站、公司年报和行业论坛信息等。

访谈对象、样本量和样本分布

此次研究的访谈对象有三大类：一类是第三方行业专家，如行业协会专家、政府政策制定者或市场监管人员、高校中相关行业的教授或企业界行业专家。第二类是清洁产品或服务供应商，如清洁剂生产商、清洁设备生产商、保洁公司等，具体被访者类型涵盖从销售人员、市场人员到技术人员。第三类是清洁产品的最终用户，这些用户包括市政公共场所如写字楼、购物中心、交通设施公共区域等，以及酒店、餐饮店、医院和商业洗衣房，具体被访者类型以运营人员、采购人员为主。

从访谈样本量和分布看，此次研究总共完成 120 多个一手访谈，12%的样本量为第三方行业专家，20%为保洁公司，18%为生产厂家，50%为最终用户。

市场规模和预测的计算方法

为确保市场数据的准确性，我们结合两种方法对市场规模进行数据核实和统计分析。一方面通过行业协会、统计局等的数据和来自行业专家的访谈，估算出相关市场规模数据 A。另一方面，运用我们的计算模型得出市场规模数据 B。举例来说，酒店客房清洁剂的年消耗规模需要在获得全国酒店数量、酒店客房数量、平均单个客房年清洁剂消耗量、清洁剂平均单价等的基础上进行统计分析。

对于市场规模的预测，我们主要采取德尔菲法(Delphi Method)，即采用背对背的通信方式征询专家小组成员的预测意见，经过几轮征询，使专家小组的预测意见趋于集中。此外，也参考相关协会、研究机构和统计局发布的预测数据。

7.2 合作调研机构介绍

迈哲华咨询公司是一家专业从事行业研究和战略咨询的美资合伙制企业。1984 年在美国芝加哥成立，目前在全球拥有 6 个办公室。公司一直致力于为化工、汽车、能源和医疗等行业的全球 500 强企业提供市场研究和咨询服务，帮助客户在全球的业务增长。自 2001 年进入中国以来，迈哲华为行业协会、跨国公司，以及在行业中领先的国营和民营企业提供定制的行业研究和战略咨询服务，帮助其更好地理解市场动态进而做出明确的市场决策。

8 致谢

本报告从调研初期到完稿前后总共花费近三个月时间，其中接近一半时间在全国各地访谈了相关的清洁行业专家，共超过 120 位从知名生产厂家、行业协会负责人到行业用户的被访者接受了我们的专家访谈。不仅如此，部分专家还在后期撰写报告的过程中给予了诸多指导。在此，我们特别感谢这些行业专家在整个调研项目过程中的大力支持！

以下是对本次报告做出重要贡献的被访单位，不含用户单位，排名不分先后，再次感谢！

被访类别	被访单位	被访类别	被访单位
清洁用品 生产厂家	艺康（中国）投资有限公司	保洁公司	上海至诚环境服务有限公司
	泰华施贸易（上海）有限公司		上海立章保洁服务有限公司
	上海和黄白猫有限公司		上海蓝云保洁有限公司
	上海白猫专用化学品公司		上海杰西保洁服务有限公司
	上海可卡清洁科技有限公司		北京首都机场物业管理公司
	北京日光精细化工有限公司		北京阿里山楼宇清洁服务公司
	北京万恩化学制品有限公司		北京诚信人清洗服务有限公司
	北京创新精细化工有限公司		深圳市洁亚清洁服务有限公司
	北京新美达工贸有限公司		河南圆方物业管理有限公司
	芳菲丽特清洁用品有限公司		海特斯洗涤服务有限公司
	广州科灵精细化工有限公司		北京东方泰悦洗涤有限公司
	大连爱华迪清洁剂有限公司		中国洗涤用品工业协会
	大连三达奥克化学有限公司		中国贸促会建筑物清洁委
	湖南丽臣实业股份有限公司		北京市政市容管理委员会
	凯驰清洁系统有限公司		北京清洁行业协会
	坦能清洁系统设备有限公司		北京工商联清洗保洁业商会
北京中雅汉洁清洗有限公司	上海市市容环境卫生协会		
	第三方专家		

广州市超宝清洁用品公司

广州市白云清洁用品公司

浙江洁驰家居制品有限公司

中国石材协会

深圳市清洁卫生协会

广东省酒店用品协会

9 中国洗涤用品工业协会简介

中国洗涤用品工业协会[简称:中国洗协,英文名称:China Cleaning Industry Association (CCIA)],创建于1983年9月,现处于第七届理事会期间,是经民政部批准登记注册的具有独立法人的国家一级社团组织,业务受国有资产监督管理委员会和民政部监督管理。

协会性质

中国洗涤用品工业协会是由洗涤用品、表面活性剂、油脂化工及相关领域内的生产企业、事业、科研、教育等单位、组织和个人自愿结成的全国性、行业性、非营利性社会组织。

协会宗旨

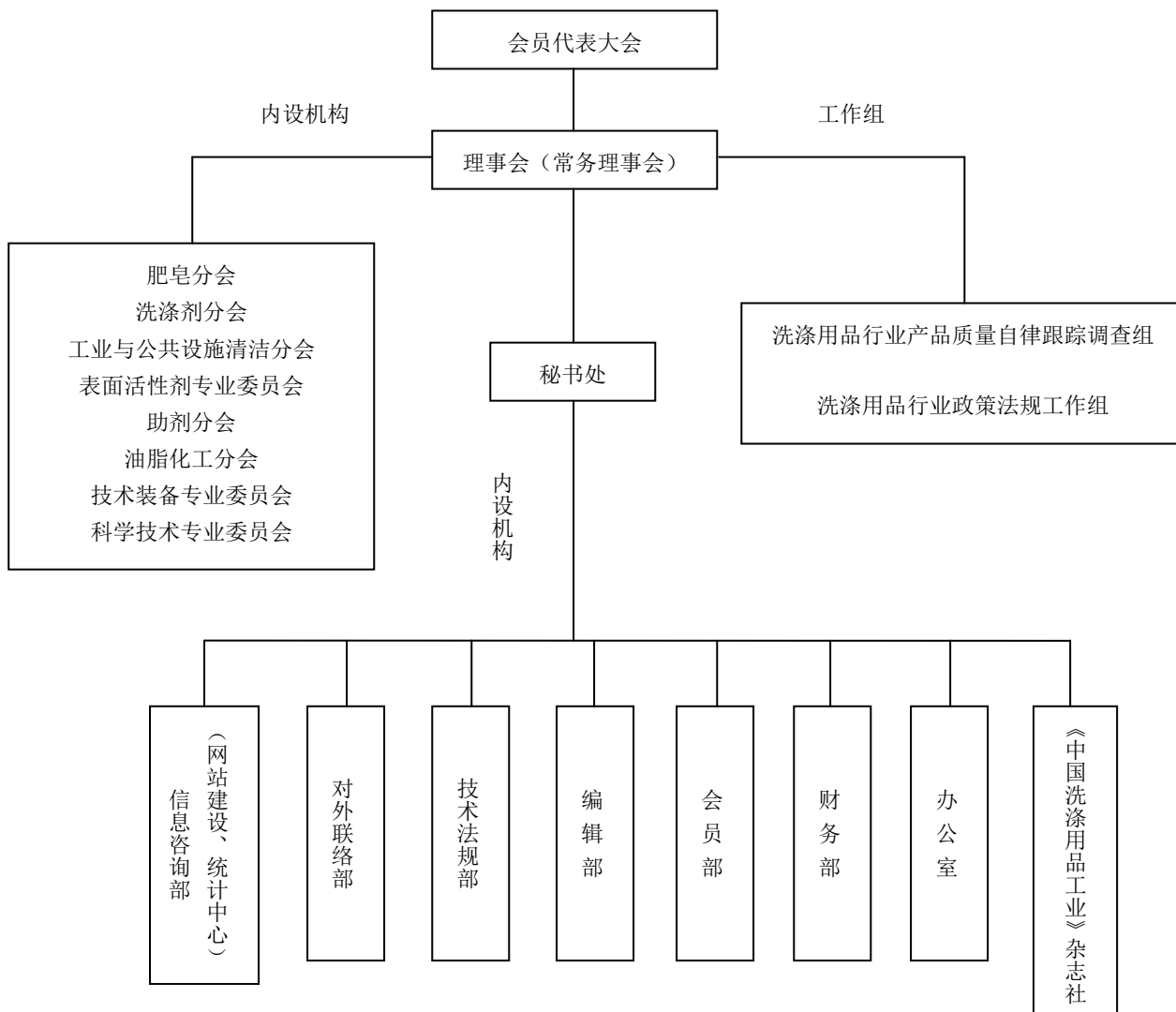
遵守宪法、法律、法规和国家政策,遵守社会道德风尚;做好政府部门的参谋助手,反映企业的愿望和要求,在政府、行业、企业、公众之间起好桥梁和纽带作用;着力于为会员服务,维护会员的合法权益,维护消费者合法权益;立足于行业发展,为振兴行业服务,为发展中国特色社会主义服务。

业务范围

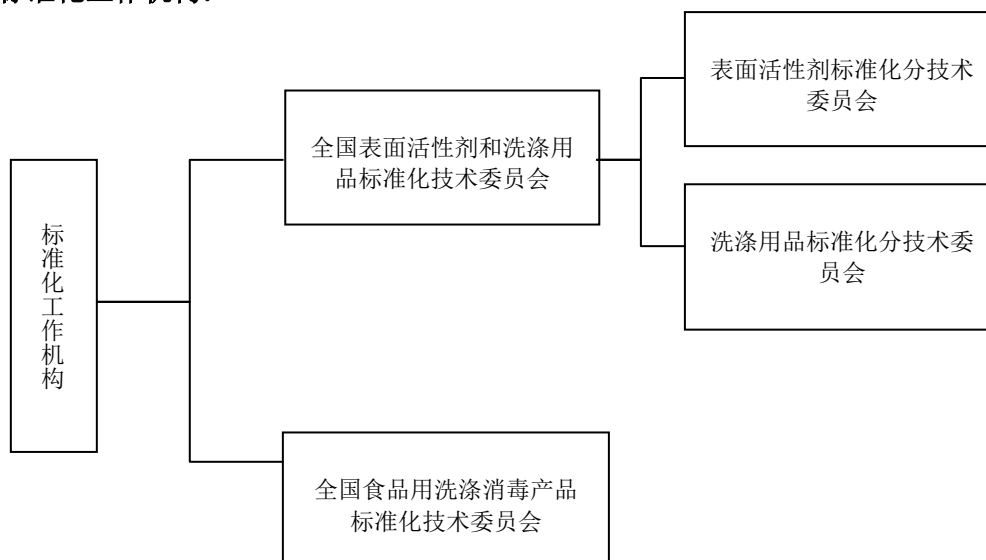
制订本行业的行规行约和管理规范,并组织实施;
向政府反映会员单位的愿望和要求,反映行业中有关问题,提出建议,维护会员的合法权益;
对行业发展中的问题进行调查研究,向政府部门提出有关行业政策和法规的建议;
组织并参与本行业技术标准、经济标准、管理标准的制订修改工作,组织标准的贯彻实施;
开展行业统计工作,做好信息的收集、分析、市场预测和发布工作,为政府部门制订产业政策提供依据,为行业提供信息指导与服务;
对本行业的产品质量和产品安全实行自律监督和评估,发布行业产品质量及产品安全信息,宣传推广优质产品和科技新技术、新产品;
组织行业的国内外技术交流、展览会、订货会、贸易洽谈会等;
组织行业技术培训、专业技术教育和受委托开展等级考核工作;
组织开展国内外新技术、新工艺、新产品的推广、应用、咨询等服务;
广泛开展行业、企业、科普知识的宣传活动;
编辑出版会刊、简讯等资料,建设行业信息网;
承办政府部门及其他团体委托事项;
发展本行业的公益事业,开展有益于本行业的其他活动。

机构设置

协会工作机构:



标准化工作机构：



各机构职能:

会员代表大会: 最高权力机构

理事会(常务理事会): 会员代表大会的执行机构, 领导协会各机构开展日常工作; 理事会闭幕期间, 常务理事行使职权, 对理事会负责。

秘书处: 办事机构, 完成协会日常工作, 以及每年度理事会决议的各项工作, 对理事会负责。

分支机构: 服务所属专业领域企业, 搭建沟通交流平台, 完成协会委托的各项工作。

产品质量自律跟踪调查组: 根据理事长办公会决议, 完成年度行业产品质量自律跟踪调查工作, 并将结果提交协会。

政策法规工作组: 贯彻执行国家和地方有关政策法规, 对正在制定中的相关法规提出合理化意见和建议, 研究探讨行业发展中有关政策法规方面的相关问题, 参与行业产业政策、规划、技术发展路线等行业引领性文件制(修)定工作。

中国洗涤用品工业杂志社: 主要负责《中国洗涤用品工业》、《中国油脂化工》期刊和《中国洗涤用品工业简讯》的编辑、广告、出版、发行等工作。

标准化工作机构: 按照国家标准化管理委员会要求和部署, 完成行业相关国家标准和行业标准的制订或修订工作。

信息服务平台

《中国洗涤用品工业》(月刊, 公开发行)

《中国油脂化工》(季刊, 内部资料)

中国洗涤用品行业信息网 (www.ccia-cleaning.org)

《中国洗涤用品工业简讯》(月刊, 内部资料)

《中国洗涤用品行业研究报告》(内部资料)

《中国公共设施清洁行业研究报告》(内部资料)

数据库服务平台

会展活动

中国洗涤用品行业年会(每年一届)

中国油脂化工行业年会(每年一届)

中国工业与公共设施清洁行业年会(每年一届)

国际表面活性剂和洗涤剂研讨会(每两年一届)

中国国际日化产品原料及设备包装展览会(每年一届)

中马油脂化工研讨会(每两年一届)

亚洲大洋洲肥皂和洗涤剂协会会议(每两年一届)

其它不定期国内外专题研讨、信息交流活动

协会秘书处联系方式

Contact us:

地 址: 北京市海淀区高粱桥斜街 59 号中坤大厦 1015 室

邮 编: 100044

电 话: 010-65271583 65262961

传 真: 010-65121880

Website: <http://www.ccia-cleanig.org>

E-mail: ccia@ccia-cleaning.org