

2014-2018年中国家务清洁市场分析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《2014-2018年中国家务清洁市场分析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/201407/267649.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

家务清洁产业最早兴起于欧美等发达国家。该等发达国家家务清洁产业的发展经历了漫长的历史进程，其家务清洁产业可以追溯到工业化革命以前。随着经济的稳步发展，19世纪末是美国社会、经济、科学技术进步突飞猛进，工业迅速发展的时期。

大工业生产使得劳动场所从中分离出来，中产阶级妇女的解放运动把新女性们从家庭的束缚中解脱了出来，她们摆脱了家务、踏入了社会、进入了各个行业，由此迅速出现了大量家务清洁从业人员的需求缺口。

在21世纪这个各方面都追求更快更高发展的时代，第三产业更是在迅速的发展与创新，经济的高速发展为家务清洁行业的发展奠定了物质基础。在企业不断向国际化趋势发展的同时，全球主要国家更是实施了很多强有力的措施，为家务清洁行业的稳步发展提供了良好的生存环境。

全球城镇化水平超过52%

资料来源：世界银行

家务清洁（家政服务）是由社会存在的一些专业机构，例如专业的家务清洁（家政服务）公司，家务清洁（家政服务）中介机构提供和承担的一种服务产品，它必然具有服务性特征。对于每个家庭和家庭成员来说，繁琐的家庭事务一直存在并困扰着他们。如买菜、做饭、洗衣、打扫卫生、教育子女、照顾老人、保养维修等，都需要每个家庭成员付出一定的体力和时间去完成。虽然现在生活中已有很多自动化的家庭电器，使得人们大大减轻了劳动强度。但是，只要家庭存在，家庭事务就不可避免的存在，只是劳动强度的大小不同而已。由于家庭事务的复杂多样，需要专业的家庭服务员为家庭提供多样化、高质量的家务清洁（家政服务），以能够基本满足家庭的服务需求。

2007-2012年我国家政服务行业企业数量情况

资料来源：智研数据研究中心整理

家政服务企业现状。我国的家政服务企业基本上都是“中介型”，“非法小中介”数量偏多。大众对其安全感普遍缺乏，甚至出现家政中介与家政服务员联手骗取中介费，家政市场比较混乱，运行秩序普遍较差。在我国家政服务企业，没有树立起较大的品牌企业，具有自己品牌的正规家政企业也少之又少。

智研咨询发布的《2014-2018年中国家务清洁市场分析及发展趋势研究报告》对我国家务清洁的市场环境、生产经营、产品市场、品牌竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

本研究咨询报告由北京智研咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要

依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、中国人民银行、中国上市公司资讯、国内外相关刊物的基础信息以及家务清洁专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，立足于当前世界金融危机整体发展局势，对我国家务清洁行业的生产发展状况、市场情况、消费变化、重点企业以及市场发展机会进行了详细的分析，并对家务清洁行业市场品牌及市场销售渠道等着重进行了调查和研究。

报告目录：

第一章 2014年世界家务清洁行业市场运行形势分析 1

第一节 2013年全球家务清洁行业发展概况 1

第二节 世界家务清洁行业发展走势 2

一、全球家务清洁行业市场分布情况 2

二、全球家务清洁行业发展趋势分析 3

第三节 全球家务清洁行业重点国家和地区分析 3

一、北美 3

1、北美地区人口老龄化及城镇化现状

1970-2012年北美地区城镇化率

资料来源：世界银行

北美地区是全球城镇化水平最高的区域，截至2012年底该区域城镇化水平达到82.44%。

2008-2012年北美国家城镇化现状：% 美国 加拿大 墨西哥 2008年 81.5782 80.3812 77.2182 2009年 81.8606 80.4676 77.5216 2010年 82.143 80.554 77.825 2011年 82.384 80.6618 78.1058 2012年 82.625 80.7696 78.3866

资料来源：世界银行

1991年以来北美地区人口老龄化现状

资料来源：世界银行

2、北美地区家务清洁市场概况

2012年北美地区家务清洁服务市场规模达到63亿美元，占全球市场总量的21.4%，近年来该区域家务清洁服务市场规模年均增速在4.5%左右，与全球市场规模增速基本持平。

2010-2012年北美地区家务清洁市场规模

资料来源：智研数据中心整理

家政起源于美国，美国家政业从启蒙到成熟经过了四个阶段：第一阶段是从原始家政到家政服务；第二阶段是从家政研究到家政教育培训；第三阶段是家政实业公司；第四阶段是从政府关注到建立行政机构制定一系列法规，使家政产业走上规范和成熟。

美国地域广，人口较多，目前美国传统家政企业正处于互联网转型时期，但是相对走在中国等发展中国家前面，已经出现比较成熟的家政企业，其中有的企业已经成功上市，资本市

场也乐于投资家政创新型企业。

据统计美国63%的家庭男女双方有正式工作，或单亲家庭有正式工作，60%的家庭因此需要家政服务人员为家庭提供服务。目前美国需要家政服务人员提供服务的家庭数在5000万左右。

美国家政企业呈金字塔型分布，分为三个层级。处于塔顶第一层级的是以玛莎·斯图尔特为代表的方案提供商；第二层级为Care.com等为代表的家政服务平台；金字塔最底端的第三层级是传统家政企业。

第一层，方案提供商。最具代表性的是玛莎·斯图尔特，玛莎·斯图尔特通过电视或杂志的形式，为有家政服务需求的家庭提供解决方案。此外，该方案提供商也为家庭介绍相应的家政企业提供家政服务。

第二层，家政服务平台。至今美国出现了不少家政服务平台。如Homejoy、Care.com、Handybook已获得多轮风险投资，商业模式比较成熟，成长良好。这些平台借助互联网，以O2O的模式，连接需要家政服务的家庭与家政服务提供者，令用户与服务人员对接更为高效。

第三层，传统家政企业。传统家政企业积累有最原始的服务人员资源，是三个层级中企业数量最多的。传统家政企业为部分区域提供家政服务，但模式陈旧效率低下等问题长期存在，随着家政行业信息化转型与服务平台的出现，传统家政企业正逐步缩减。

三个层级的家政企业协同合作，方案提供商与家政服务平台、传统家政企业之间都有合作，家政服务平台通过部分传统家政企业寻找服务人员，传统家政企业则借助家政服务平台带来用户。可预见的时间内，三个层级的家政企业还将并存并保持合作共赢，但三者企业数的占比将出现变化，传统家政企业会逐步缩减，家政服务平台则会在达到一定数量后稳定下来，最终在细分领域形成强者越强的局面。

二、亚洲 6

三、欧盟 8

第二章 2014年中国家务清洁产业发展环境分析 11

第一节 2013年中国宏观经济环境分析 11

一、GDP历史变动轨迹分析 11

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 12

三、2012年中国宏观经济发展预测分析 16

第二节 家务清洁行业主管部门、行业监管体 19

第三节 中国家务清洁行业主要法律法规及政策 20

第四节 2013年中国家务清洁产业社会环境发展分析 20

一、人口环境分析 20

二、教育环境分析 21

三、文化环境分析 23

四、生态环境分析	25
五、中国城镇化率	26
六、居民的各种消费观念和习惯	27
第三章 2014年中国家务清洁产业发展现状	34
第一节 家务清洁行业的有关概况	34
一、家务清洁的定义	34
二、家务清洁的特点	34
第二节 家务清洁的产业链情况	34
一、产业链模型介绍	34
二、家务清洁行业产业链分析	36
第三节 上下游行业对家务清洁行业的影响分析	37
第四章 2014年中国家务清洁行业技术发展分析	45
第一节 中国家务清洁行业技术发展现状	45
第二节 家务清洁行业技术特点分析	46
第三节 家务清洁行业技术发展趋势分析	47
第五章 2014年中国家务清洁产业运行情况	49
第一节 中国家务清洁行业发展状况	49
一、2007-2013年家务清洁行业市场供给分析	49

家务清洁行业属于我国三大产业中的服务产业，随着经济的发展，我国第三产业在国民经济中的比重逐渐增加，成为我国经济发展的重要组成部分。近十年来，我国家务清洁行业呈现出“老行业新发展”的特点，成为城市生活不可或缺的一部分。

家务清洁（家政服务）是由社会存在的一些专业机构，例如专业的家务清洁（家政服务）公司，家务清洁（家政服务）中介机构提供和承担的一种服务产品，它必然具有服务性特征。对于每个家庭和家庭成员来说，繁琐的家庭事务一直存在并困扰着他们。如买菜、做饭、洗衣、打扫卫生、教育子女、照顾老人、保养维修等，都需要每个家庭成员付出一定的体力和时间去完成。虽然现在生活中已有很多自动化的家庭电器，使得人们大大减轻了劳动强度。但是，只要家庭存在，家庭事务就不可避免的存在，只是劳动强度的大小不同而已。由于家庭事务的复杂多样，需要专业的家庭服务员为家庭提供多样化、高质量的家务清洁（家政服务），以能够基本满足家庭的服务需求。

2007-2012年我国家政服务行业企业数量情况

资料来源：智研数据研究中心整理

家政服务企业现状。我国的家政服务企业基本上都是“中介型”，“非法小中介”数量偏多。大众对其安全感普遍缺乏，甚至出现家政中介与家政服务员联手骗取中介费，家政市场比较混乱，运行秩序普遍较差。在我国家政服务企业中，没有树立起较大的品牌企业，具有自己品牌的正规家政企业也少之又少。

二、2007-2013年家务清洁行业市场需求分析 50

三、2007-2013年家务清洁行业市场规模分析 50

随着中国经济的长足发展，人民生活水平的不断提高，中国城市居民已慢慢脱离传统思维模式的束缚，生活方式也正在慢慢地转变，简单的生存型生活模式已不再满足大众的要求。在此基础上，必然追求高质量的生活，以期改善生活状态，追求生活方式的丰富多彩。但是，又不得不面对生存与发展的巨大压力，不允许把更多精力投放在家庭生活方面，一方面渴望高质量的家庭生活，另一方面又工作生活之外的时间有限，理想生活与现实生活之间产生了冲突。只有家政服务业的长足发展，使其有效服务于居民日常生活，这一矛盾才能最终解决，才能使人们的生活质量和生活品质不断提高。

2012年我国家务清洁行业市场规模达到125亿元，同比2011年的104亿元增长了20.19%，近几年我国家务清洁行业市场规模情况如下图所示：

2007-2012年我国家务清洁行业市场规模情况

数据来源：中国家庭服务业协会

第二节 我国家务清洁行业集中度分析 51

一、行业市场区域分布情况 51

二、行业市场集中度情况 52

三、行业企业集中度分析 52

第六章 2014年中国家务清洁市场运行情况 53

第一节 行业最新动态分析 53

一、行业相关动态概述 53

二、行业发展热点聚焦 53

第二节 行业品牌现状分析 55

第三节 行业产品市场价格情况 59

第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁 59

第七章 2011-2013年中国家用清洁卫生电器具制造行业主要数据监测分析 61

第一节 2011-2013年中国家用清洁卫生电器具制造行业总体数据分析 61

一、2011年中国家用清洁卫生电器具制造行业全部企业数据分析 61

二、2012年中国家用清洁卫生电器具制造行业全部企业数据分析 63

三、2013年中国家用清洁卫生电器具制造行业全部企业数据分析 64

第二节 2011-2013年中国家用清洁卫生电器具制造行业不同规模企业数据分析 66

一、2011年中国家用清洁卫生电器具制造行业不同规模企业数据分析 66

二、2012年中国家用清洁卫生电器具制造行业不同规模企业数据分析 67

三、2013年中国家用清洁卫生电器具制造行业不同规模企业数据分析 67

第三节 2011-2013年中国家用清洁卫生电器具制造行业不同所有制企业数据分析 68

一、2011年中国家用清洁卫生电器具制造行业不同所有制企业数据分析 68

一、2012年中国家用清洁卫生电器具制造行业不同所有制企业数据分析 68

一、2013年中国家用清洁卫生电器具制造行业不同所有制企业数据分析 69

第八章 2014年中国家务清洁行业竞争情况 70

第一节 行业经济指标分析 70

一、赢利性 70

二、附加值的提升空间 70

三、进入壁垒 / 退出机制 70

四、行业周期 71

第二节 行业竞争结构分析 73

一、现有企业间竞争 73

二、潜在进入者分析 74

三、替代品威胁分析 74

四、供应商议价能力 74

五、客户议价能力 75

第三节 行业国际竞争力比较 75

第九章 2014年家务清洁行业重点生产企业分析 77

第一节 宝洁公司 77

一、企业简介 77

二、企业经营数据 77

三、企业产品分析 82

第二节 上海家化联合股份有限公司 82

一、企业简介 82

二、企业经营数据 83

三、企业产品分析 87

第三节 利洁时家化（中国）有限公司 87

一、企业简介 87

二、企业经营数据 88

三、企业产品分析 90

第四节 浙江一帆日用品有限公司 90

一、企业简介 90

二、企业经营数据 90

三、企业产品分析 92

第五节 东莞爱屋氏日用品有限公司 92

一、企业简介 92

二、企业经营数据 93

三、企业产品分析	94
第十章 2014-2018年家务清洁行业发展预测分析	95
第一节 2014-2018年中国家务清洁行业未来发展预测分析	95
一、中国家务清洁行业发展方向及投资机会分析	95
二、2014-2018年中国家务清洁行业发展规模分析	95
三、2014-2018年中国家务清洁行业发展趋势分析	96
第二节 2014-2018年中国家务清洁行业供需预测	97
一、2014-2018年中国家务清洁行业供给预测	97
二、2014-2018年中国家务清洁行业需求预测	98
第三节 2014-2018年中国家务清洁行业价格走势分析	99
第十一章 2014-2018年中国家务清洁行业投资风险预警	100
第一节 中国家务清洁行业存在问题分析	100
第二节 中国家务清洁行业政策投资风险	101
一、政策和体制风险	101
二、技术发展风险	101
三、市场竞争风险	102
四、原材料压力风险	102
五、经营管理风险	103
第十二章 2014-2018年中国家务清洁行业发展策略及投资建议	104
第一节 家务清洁行业发展策略分析	104
一、坚持产品创新的领先战略	104
二、坚持品牌建设的引导战略	104
三、坚持工艺技术创新的支持战略	104
四、坚持市场营销创新的决胜战略	105
五、坚持企业管理创新的保证战略	105
第二节 家务清洁行业市场重点客户战略实施	105
一、实施重点客户战略的必要性	105
二、合理确立重点客户	106
三、对重点客户的营销策略	107
四、强化重点客户的管理	107
五、实施重点客户战略要重点解决的问题	108
第三节 智研投资建议	110
一、重点投资区域建议	110
二、重点投资产品建议	110

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201407/267649.html>