



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国工业清洁洗涤剂行业 市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国工业清洁洗涤剂行业市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/44932.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

目前，我国民用和工业清洗市场每年的需求高达3000亿。3000亿主要以民用清洗为绝大多数，工业清洗仅能占10%左右，工业清洗市场每年的需求300亿，而工业清洗剂市场还不足60亿。我国清洗行业起步较晚，虽然不乏蓝星清洗这样的国际知名企业，但是整体实力还是比较弱，存在的问题也比较多。由于目前国内清洗行业存在有多头管理、条块分割现象，因此行业保护、无序竞争、工程服务质量良莠不齐现象比比皆是，准入门槛亟待提高。2008年在北京奥运会的经济背景下，这种状况将有所好转，2009年行业也将保持良好发展态势。

在过去十年间，环境问题对清洗技术的影响十分深远。尤其是蒙特利尔议定书的签订、洁净水条例和洁净气条例的颁布以及环保方面日益强化的努力，使清洗手段发生了深刻的变化。这一切刺激了新的清洗剂、新的使用方法和设备的发展。而且随着社会发展的进步，人类生产对自然环保的日益重视，工业清洗正成为一个绿色产业，这也刺激着工业清洁洗涤剂产品的成长。未来一段时期，洗涤企业将继续面临较大的成本压力，实行规模化经营来降低成本是必由之路；同时，通过产品系列化，在原有优势产品的基础上，进行品牌延伸，推出新产品作为原有产品的补充，延长产品价值链。

目前，国内已经拥有世界上最先进的清洗装备、仪器、清洗剂，其中包括有化学清洗技术、PIG管道清洗技术、高压水射流清洗技术、气动弹清洗技术、气脉冲清洗技术、微生物清洗技术、管道干燥、防腐技术及装备，拥有闭塞解析仪、管道测漏仪、PIG跟踪仪等装备及相应的自动分析、检测、控制仪器，并且国内工业清洗的创始人蓝星清洗还独立开发、研制了世界领先的“全自动多功能清洗工程车”及“三合一常温清洗剂”，工业清洗的产业队伍壮大到近1000家。随着全球环境的恶化，开发新型环保、无污染、低成本的绿色清洗技术已经成为清洗业必然发展趋势和竞争条件，环保型清洗技术亟待开发。我国现阶段是传统清洁方式与专业清洁模式并存的时期。2008年，工业清洁洗涤剂行业会呈现怎样的发展态势呢？

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国务院发展研究中心、国家环境保护部、中国清洁组织、中国石化行业协会、中国行业研究网、国内外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对我国工业清洗剂行业的市场规模与前景、从业企业以及国家相关产业政策进行了全面分析。并重点分析了我国工业清洗剂行业技术、应用领域的发展与现状，以及我国工业清洗剂行业淘

汰ODS的进展与策略，并对工业清洗剂行业投资前景作了分析研判，是工业清洗剂生产企业、科研单位、经销企业等单位准确了解目前行业发展动态，把握市场机遇、企业定位和发展方向等不可多得的决策参考。

【 目录 】

第一部分 行业基本概述

第一章 工业清洁洗涤剂概况 1

第一节 工业清洁洗涤剂的定义 1

一、工业清洗与工业洗涤剂 1

二、工业清洁洗涤剂的定义 2

第二节 工业清洁洗涤剂的分类与应用 3

一、工业清洁洗涤剂的应用 3

二、工业清洗剂的技术要求 5

三、工业清洗技术与清洗剂 6

四、各类清洁洗涤剂介绍 9

第三节 工业清洁洗涤剂行业相关特性分析 13

一、工业清洁清洗行业分析 13

二、工业洗涤剂的发展特性 15

三、工业清洁洗涤剂的投资特性 16

第二章 行业宏观发展环境分析 18

第一节 经济环境分析 18

一、2007年我国宏观经济发展分析 18

二、2008年一季度我国宏观经济发展分析 26

第二节 政策环境分析 30

第二部分 工业清洗行业现状

第三章 中国工业清洗行业现状 33

第一节 国内外清洁行业的发展分析 33

一、国际清洁市场概况 33

二、国内清洁市场概况	33
第二节 中国清洗行业的发展现状	34
一、清洁市场前景与市场分析	34
二、中国清洗行业的发展趋势	36
三、2008、2010年清洁行业的发展预测	39
第三节 国内外洗涤设备市场分析	39
一、国外洗涤设备市场状况	39
二、国内洗涤设备市场状况	41
三、等离子体清洗设备市场占有率分析	45
第四节 中央空调清洗产业发展分析	46
一、中央空调清洗分析	46
二、中央空调风道清洗业现状分析	46
三、中国空调清洗产业的发展现状	49
四、国外管道清洗市场分析	52
五、2007年我国中央空调清洗市场分析	55
六、我国空调清洗产业发展形势及前景	57
第五节 先进工业清洁技术分析	58
一、PHI空气净化技术	58
二、PIG管道清洗技术	59
三、中央空调清洁技术	62
四、高压水射流清洗技术	63
五、机器人清洗技术	64
六、干冰清洗技术	65
七、超声波清洗技术	67
八、光触媒清洗技术	78
九、电路板的乳化清洗技术	80
十、石化设备化学清洗技术	84
十一、IC制造中清洗技术	92
十二、带电清洗技术	99
十三、碳氢真空技术	105
第四章 中国工业清洗行业发展分析	114

第一节 工业清洗行业发展前景分析	114
一、国内工业清洗市场潜力分析	114
二、中国工业清洗行业的发展趋势	115
第二节 工业清洗行业发展状况	118
一、国内油管常温清洗线发展状况	118
二、国内工业清洗剂原料生产状况	118
三、水性金属清洗剂的现状和趋势	119
四、电子仪器清洗行业的发展状况	121
第三节 我国工业清洗行业所面临的问题	122
一、亟待提高准入门槛	122
二、品牌企业不多	122
三、行业标准落后	122
四、亟待开发环保型清洗技术	122
五、应采取的对策	122
第三部分 行业淘汰现状及相关产业分析	
第五章 淘汰ODS清洗工业发展状况	125
第一节 清洗行业ODS淘汰概况	125
一、消耗臭氧层物质ODS分析	125
二、清洗行业ODS淘汰项目分析	127
三、2008-2010年ODS清洗剂淘汰时间表	128
四、ODS清洗剂淘汰计划分析	128
第二节 ODS清洗替代技术分析	130
一、水清洗技术分析	130
二、半水清洗技术分析	131
三、溶剂清洗技术分析	132
四、免清洗技术分析	134
五、LCD替代ODS清洗技术分析	134
第三节 ODS淘汰现状分析	137
一、全国淘汰ODS现状	137
二、2007年淘汰ODS状况	138
三、清洗业淘汰ODS的策略	140

第六章 我国工业清洁洗涤剂相关产业分析	142
第一节 2007-2008年洗涤剂产业分析	142
一、2007-2008年洗涤剂进口分析	142
二、2007-2008年洗涤剂出口分析	147
三、我国合成洗涤剂行业稳定发展	152
四、消费者更看重洗涤剂品牌	153
五、洗涤剂行业主要专利技术及其发展分析	154
六、洗涤用品行业发展趋势	160
七、洗涤行业向规模化方向发展	161
八、2008-2010年国内合成洗涤剂行业发展展望	162
第二节 表面活性剂产业分析	163
一、天然表面活性剂分类及应用现状	163
二、表面活性剂的特点、作用因素	166
三、皮革制造用表面活性剂发展分析	167
四、造纸工业中表面活性剂的发展及趋势	169
五、表面活性剂的发展趋势	176
第三节 2008年无机化工原料市场分析	177
一、2008年纯碱行业发展分析	177
二、2008年纯碱行业价格分析	197
三、2008年烧碱行业需求分析	223
四、2008年中国氯碱企业发展分析	224
五、“十一五”我国无机化工产业发展方向	227
第四节 其他原料及相关产品市场分析	230
一、洗涤助剂层硅酸钠应开发现状	230
二、合成洗涤剂助剂的发展与应用	233
三、杀菌剂的分类及其应用	235
第七章 机械清洗中常用清洗剂分析	237
第一节 溶剂类清洗剂	237
一、石油系溶剂清洗剂	237
二、有机溶剂清洗剂	238

- 三、不燃氯化烃类清洗剂 239
- 四、溶剂类清洗剂的去污机理 241
- 第二节 水基碱性清洗剂 242
 - 一、水基碱性清洗剂的组份与金属种类的关系 242
 - 二、水基碱性清洗剂与清洗油污性质的关系 243
 - 三、水基碱性清洗剂的去污机理 243
- 第三节 水基表面活性剂清洗剂 247
 - 一、水基表面活性剂清洗剂的组份及其作用 247
 - 二、表面活性剂清洗剂内的辅助添加剂及其作用 251
 - 三、含有表面活性剂的水基清洗剂的选择 253

第四部分 行业重点企业发展分析

第八章 主要工业洗涤剂企业分析 255

第一节 蓝星清洗股份有限公司 255

- 一、公司概况 255
- 二、2007-2008年公司经营状况 257
- 三、公司动态 264

第二节 南风化工集团股份有限公司 265

- 一、公司概况 265
- 二、2007-2008年公司经营状况 266
- 三、公司动态 269

第三节 河南恒生源科技有限公司 270

- 一、公司概况 270
- 二、主要产品 272

第四节 中南应用科学技术研究院 272

- 一、企业概况 272
- 二、经营项目分析 273
- 三、经营实例 280

第五节 上海开纳杰化工研究所 283

第六节 中国石化集团金陵石化公司研究院 284

第五部分 行业发展前景趋势分析

第九章 工业清洁洗涤行业发展趋势	287
第一节 工业清洗技术发展状况	287
一、超声波清洗技术的新进展	287
二、电子清洗的变迁及若干革新办法	288
第二节 工业清洁洗涤行业发展趋势	293
一、中国工业清洗行业的发展趋势	293
二、空调清洗市场发展趋势与前景	295
第三节 工业清洁洗涤行业投资前景	296
一、无尘清洗的投资分析	296
二、空调清洗的投资前景	297

附录

附录：工业设备清洗质量标准	300
---------------	-----

图表目录

图表：2007年我国GDP增长11.4%	18
图表：2007年我国农业生产稳定发展	19
图表：2007年全国社会消费品零售总额同比增长16.8%	19
图表：2007年我国CPI上涨4.8%	20
图表：2007年各月CPI指数	20
图表：2007年全国居民收入快速增长就业增加较多	21
图表：2007年我国货币供应量增长较快	21
图表：2007年我国工业生产增长加快企业效益提高	22
图表：2007年我国固定资产投资快速增长	22
图表：国内外综合因素推动2007年CPI涨幅创11年新高	23
图表：2007年各月消费者信心指数	23
图表：2007年1季度-2008年1季度我国GDP变化情况	27
图表：2007年7月-2008年3月我国居民消费价格指数变化	27
图表：2008年1季度我国GDP增长变化	28
图表：2008年1季度分类别工业品出厂价格增长率	28
图表：2004-2008年1季度全社会固定资产投资情况	28
图表：2008年1季度我国税收收入及增长	29

图表：2008年1-4月CPI指数图	29
图表：国内PIG水平式发射器尺寸	61
图表：焦油去除剂组成	87
图表：槽车残油清洗剂组成	88
图表：发动机除炭与脱漆剂组成	88
图表：发动机除灰与脱漆组成	89
图表：300mm硅片表面清洗要求	94
图表：常用清洗溶剂沸点和闪点比较	107
图表：碳氢清洗方案效益分析	113
图表：主要ODS气体在大气中的存在寿命、ODP值和GWP值	126
图表：中国ODS清洗剂消费量分年度控制目标（ODP吨）	128
图表：LCD替代ODS清洗技术	135
图表：LCD替代清洗技术的成本比较	136
图表：环保清洗剂Fisher2000系列产品在LCD上的应用	136
图表：2007年1月洗涤剂进口统计	142
图表：2007年2月洗涤剂进口统计	142
图表：2007年3月洗涤剂进口统计	142
图表：2007年1季度洗涤剂进口统计	143
图表：2007年4月洗涤剂进口统计	143
图表：2007年5月洗涤剂进口统计	143
图表：2007年6月洗涤剂进口统计	143
图表：2007年2季度洗涤剂进口统计	144
图表：2007年7月洗涤剂进口统计	144
图表：2007年8月洗涤剂进口统计	144
图表：2007年9月洗涤剂进口统计	144
图表：2007年3季度洗涤剂进口统计	145
图表：2007年10月洗涤剂进口统计	145
图表：2007年11月洗涤剂进口统计	145
图表：2007年12月洗涤剂进口统计	145
图表：2007年4季度洗涤剂进口统计	146
图表：2008年1月洗涤剂进口统计	146
图表：2008年2月洗涤剂进口统计	146

图表：2008年3月洗涤剂进口统计	146
图表：2008年1季度洗涤剂进口统计	147
图表：2008年4月洗涤剂进口统计	147
图表：2007年1月洗涤剂出口统计	147
图表：2007年2月洗涤剂出口统计	147
图表：2007年3月洗涤剂出口统计	148
图表：2007年1季度洗涤剂出口统计	148
图表：2007年4月洗涤剂出口统计	148
图表：2007年5月洗涤剂出口统计	148
图表：2007年6月洗涤剂出口统计	149
图表：2007年2季度洗涤剂出口统计	149
图表：2007年7月洗涤剂出口统计	149
图表：2007年8月洗涤剂出口统计	149
图表：2007年9月洗涤剂出口统计	150
图表：2007年3季度洗涤剂出口统计	150
图表：2007年10月洗涤剂出口统计	150
图表：2007年11月洗涤剂出口统计	150
图表：2007年12月洗涤剂出口统计	151
图表：2007年4季度洗涤剂出口统计	151
图表：2008年1月洗涤剂出口统计	151
图表：2008年2月洗涤剂出口统计	151
图表：2008年3月洗涤剂出口统计	152
图表：2008年1季度洗涤剂出口统计	152
图表：2008年4月洗涤剂出口统计	152
图表：2000-2007年11月我国氧化铝生产规模变动轨迹	153
图表：我国纯碱工业的展望	178
图表：2007年世界纯碱产能分布	179
图表：2003-2010年我国纯碱产量、表观消费量及增长率	180
图表：2005-2007年化工行业累计销售纯碱总额比较	181
图表：2005-2007年化工行业累计利润总额比较	181
图表：我国纯碱下游消费构成	182
图表：2003-2007年纯碱产能增速与下游行业增速对比	183

图表：2003-2010年纯碱产能增速与下游行业增速对比 183

图表：2003-2010年化学农药月产量及增速 184

图表：2003-2010年合成洗涤剂产量及增速 184

图表：2000-2007年全国商品住宅施工面积与平板玻璃产量 185

图表：2000-2007年商品住宅施工面积与平板玻璃产量增速 186

图表：2003-2010年平板玻璃产量及未来增速 186

图表：2003-2010年氧化铝未来产量及增速 187

图表：2003-2010年我国纯碱进出口量及增速 188

图表：2008-2010年纯碱总需求预测 189

图表：2005-2008年2月我国无机碱工业固定资产投资增速同纯碱价格对比 190

图表：2008年我国纯碱新增产能统计 191

图表：氨碱法主要成本构成 192

图表：2004-2008年1月纯碱价格和原盐价格比较走势 193

图表：2001-2007年燃料煤价格走势 194

图表：2004-2008年1月纯碱价格走势 195

图表：2003-2009年纯碱产量和需求预测 196

图表：2003-2010年我国纯碱表观消费量及产量增长 197

图表：2001-2007年中国纯碱产量及增长情况 197

图表：2007年中国纯碱消费结构 198

图表：2008年上半年纯碱供应偏紧已成定局 199

图表：2002-2008年1月纯碱价格加速上升 199

图表：2008年3月各地区纯碱价格情况 200

图表：2005-2008年1月原盐价格持续上升 200

图表：2003-2008年3月煤炭价格处与高位 201

图表：纯碱单位成本分析 203

图表：1985-2008年1月纯碱出口有所回暖 203

图表：纯碱出口国家及地区情况 203

图表：主要纯碱出口省市 204

图表：2003-2008年BDI指数走势 205

图表：2001-2008年2月纯碱产量平稳增长 205

图表：2008年来纯碱价格持续上涨 208

图表：2005年11月-2008年3月纯碱出口均价在一定程度上受到美元汇率疲软的影响 209

图表：1985-2008年3月纯碱产量销量稳步增长	210
图表：纯碱消费比例以及下游产量增速预测	210
图表：2005-2008年三友化工单季度财务情况	213
图表：2004年3月-2008年3月氯化铵价格分析	214
图表：2003年9月-2008年3月纯碱价格走势	215
图表：2005年1季度-2007年4季度玻璃、有色及纯碱产销情况	216
图表：两种主要原料价格变动对纯碱成本的影响	217
图表：2006年2月-2007年12月我国纯碱出口情况统计	217
图表：纯碱的分类及其特性和用途	218
图表：2005-2006年我国各种纯碱生产方法比例	218
图表：全球纯碱产量分布	219
图表：2006年世界纯碱产能分布	219
图表：世界纯碱消费构成	220
图表：美国纯碱消费构成	220
图表：西欧纯碱消费构成	221
图表：印度纯碱消费构成	221
图表：美国纯碱生产、消费与出口量	221
图表：我国纯碱行业受益下游景气	222
图表：我国纯碱主要产业用途和消费比例	222
图表：2007年纯碱出口呈现负增长	223
图表：1995-2007年我国氯碱产品的市场供求趋势	226
图表：我国氯碱工业的展望	226
图表：2006-2008年我国制盐、氯碱及纯碱生产能力展望	227
图表：蓝星清洗股份有限公司战略分析	256
图表：蓝星清洗股份有限公司竞争力分析	256
图表：2006-2012年蓝星清洗股份有限公司DCF模型	257
图表：2007年2、4季度蓝星清洗股份有限公司主营构成表	257
图表：2007-2008年蓝星清洗股份有限公司每股指标	258
图表：2007-2008年蓝星清洗股份有限公司获利能力表	258
图表：2007-2008年蓝星清洗股份有限公司经营能力表	259
图表：2007-2008年蓝星清洗股份有限公司偿债能力表	259
图表：2007-2008年蓝星清洗股份有限公司资本结构表	259

图表：2007-2008年蓝星清洗股份有限公司发展能力表	259
图表：2007-2008年蓝星清洗股份有限公司现金流量分析表	260
图表：2007-2008年蓝星清洗股份有限公司利润分配表	260
图表：2005-2009年蓝星清洗股份有限公司关键财务指标及预测	261
图表：2005-2009年蓝星清洗股份有限公司资产负债表	262
图表：2005-2009年蓝星清洗股份有限公司利润表	263
图表：2005-2009年蓝星清洗股份有限公司财务现金流量表	263
图表：2005-2009年蓝星清洗股份有限公司财务指标分析	264
图表：2007年2、4季度南风化工集团股份有限公司主营构成表	266
图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司每股指标	266
图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司获利能力表	267
图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司经营能力表	267
图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司偿债能力表	267
图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司资本结构表	268
图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司发展能力表	268
图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司现金流量分析表	268
图表：2007-2008年南风化工集团股份有限公司利润分配表	268
图表：河南恒生源科技有限公司组织架构	271
图表：GNG绿色中央空调水处理剂	277
图表：中央空调清洗技术对比表	278
图表：GNG电子清洗剂	279
图表：电子清洗剂对比表	279
图表：中南应用科学技术研究院部分工商、银行、税务实例	280
图表：中南应用科学技术研究院部分企事业单位实例	280
图表：中南应用科学技术研究院部分商业系统实例	282
图表：中南应用科学技术研究院部分宾馆、酒店、饭店实例	282

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44932.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。