

衣物洗护用品 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 中国衣物洗护用品市场概览以及细分市场表现。
- 中国衣物洗护用品市场的竞争格局以及市场赢家/颠覆者分析。
- 2022-2023年的产品使用情况以及热门产品类型的用户画像变化。
- 按产品区分的香味类型偏好。
- 按照使用情况和购买兴趣分析助洗产品。
- 家庭成员的衣物分开单独洗涤的情况。

后疫情时代社交活动迅速增长的背景下，衣物洗护产品的使用率却普遍下滑（仅除单腔洗衣凝珠、衣物留香珠和洗衣皂）。由于消费者的支付能力和信心受挫，他们抱着审慎的消费态度。这导致他们简化其洗衣流程、减少所使用的衣物洗护产品种类。

面对重视价值的消费者，品牌纷纷利用打折促销手段以抢占市场份额，这助推了抖音渠道的崛起，单腔洗衣凝珠的表现也因价格因素胜过多腔洗衣凝珠。不过，这也说明市场参与者可能会陷入价格战，进而导致利润率降低。这对衣物洗护用品市场（尤其是无力卷入价格战的小规模企业）而言是最大的威胁。

消费者预计会保持对价值的重视程度，但他们对简单、高效的解决方案的兴趣依旧高涨（只要其价格是可负担的）。这提醒品牌留意小众但蕴藏潜力的衣物洗护辅助产品细分（即助洗产品，如衣领净、彩漂剂），以此作为着力点提振市场表现，发掘新的增长机遇。



“后疫情时代，消费者普遍持有保守的消费态度。为了在其洗衣流程中继续保有一席之地，衣物洗护产品务必优先发展便于使用、高效能和高性价比的产品特征。从消费者的角度来看，瞄准功效方面的市场空白（如针对老年人衣物和室内晾晒场景的祛味功能）以及协调产品香味类型是在激烈的市场竞争中赢得消费者青睐的切入点。”

— 何雨婷，研究分析师

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 报告定义
- 细分群体定义（按家庭月收入区分）：

综述

- 市场
 - 数据1: 衣物洗护用品市场零售额预测（最好和最差情形），中国，2018-2028年
- 公司与品牌
- 消费者
 - 在后疫情时代审慎消费的风气下，仅有单腔洗衣凝珠和衣物留香珠的使用率出现增长
 - 数据2: 产品使用情况，2022 vs 2023年
 - 消费者对淡香且有中和异味功能的衣物洗护产品偏好明显
 - 数据3: 产品的香味类型偏好，2023年
 - 清洁不彻底、衣物变皱/变形和护色问题是消费者常见的洗衣烦恼
 - 数据4: 洗衣烦恼，2023年
 - 衣领净、彩漂剂、洗衣机清洁剂和漂白剂是高潜力的助洗产品
 - 数据5: 助洗产品的使用和购买兴趣，2023年
 - 数据6: 助洗产品分析图（按试用率和复购率区分），2023年
 - 消费者最常将婴幼儿和儿童的衣物分开单独洗涤，分开洗涤的概念最受18-29岁消费者的欢迎
 - 数据7: 家庭内部分开洗涤，2023年
 - 消费者在试用兴趣和预算之间寻求平衡点
 - 数据8: 洗衣行为——新品试用和花费变化，2023年
- 我们的观点

议题与洞察

- 协调不同类型衣物洗护产品的香味以促进产品使用
- 匹配旗下产品组合的香味类型
 - 数据9: 品牌推出带有同样香味的不同类型衣物洗护产品示例，中国，2023年
- 划分香味浓度等级以迎合不同的洗衣流程和人群需求
- 有效解决老年人衣物的异味问题
 - 数据10: 社交媒体上围绕“老人味”的讨论示例，中国，2022和2023年
 - 数据11: 通过去除壬醛解决“老人味”的衣物洗涤产品和身体护理用品示例，韩国和日本，2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 适合室内晾晒和雨季的衣物洗护产品值得品牌关注
数据12: 适合室内晾干的衣物洗涤产品示例，中国，2022年
数据13: 在回南天期间推广祛味产品的示例，中国，2023年

市场规模与预测

- 保守的消费态度导致市场增长乏力
数据14: 衣物洗护用品市场零售额预测（最好和最差情形），中国，2018-2028年

市场因素

- 消费者在后疫情时代简化其洗衣流程
- 消费者的试用意愿强但预算有限
- 具备高功能性的助洗产品展现韧性
- 抖音跃升为新兴线上购买渠道

市场细分

- 衣物洗涤产品以及护理液和柔顺剂增速温和
数据15: 整体衣物洗护用品市场销售额（按细分区分），中国，2018-2023年
数据16: 整体衣物洗护用品市场增长率（按细分区分），中国，2019-2023年
- 衣物洗护辅助产品于2023年提高增速

市场份额

- 在产品形态升级方面领先的品牌表现更为出色
数据17: 衣物洗护用品市场头部生产商销售额市场份额，中国，2021和2022年
- 抖音的崛起助推蔬果园等市场颠覆者的发展
- 激烈的竞争使老牌国货在产品创新方面承压

营销活动

- 从浓缩和多功能的角度宣传洗衣凝珠的高性价比
数据18: 品牌突显洗衣凝珠高性价比的特点示例，中国，2023年
- 突显衣物洗护产品的香味作为香水的功能
数据19: 香氛博主宣传带有香气的衣物洗涤产品示例，中国，2023年
数据20: 将衣物留香珠的香味和香水做比较的营销示例，中国，2023年
- 在后疫情时代将衣物消毒日常化
数据21: 在后疫情时代推广衣物除菌的示例，中国，2022和2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

新产品趋势

- 手洗洗涤剂迎合了中国消费者的洗衣习惯，织物清新剂和去污剂存在市场空白
数据22: 衣物洗护用品市场新品（按子品类区分），中国、日本、韩国、美国和英国，2023年（1-7月）
- 手洗洗涤剂以及护理液和柔顺剂在后疫情时代呈温和增长
数据23: 衣物洗护用品市场新品（按子品类区分），中国，2019-2023年
- 在自动洗洁剂方面，中和气味以及PH值中性是逐渐增长的宣称
数据24: 自动洗洁剂新品的主要形态，中国，2019-2023年
数据25: 液体形态自动洗洁剂新品的热门宣称，中国，2019-2023年
数据26: 带有“PH值中性”宣称以及添加亲肤成分的自动洗洁剂示例，中国，2023年
- 洗衣凝珠形态的自动洗洁剂迅速增长且发力于功效
数据27: 洗衣凝珠形态自动洗洁剂新品的热门宣称，中国，2019-2023年
数据28: 多腔洗衣凝珠新品示例，中国，2023年
- 手洗洗涤剂强调天然配方，并突显中和气味功能
数据29: 手洗洗涤剂/洗涤剂新品的热门宣称，中国，2019-2023年
- 护理液和柔顺剂在抗菌和中和气味宣称方面紧跟趋势
数据30: 护理液和柔顺剂新品中的热门宣称，中国，2019-2023年
- 青香的整体受欢迎程度有所提升，而内衣专用洗护产品倾向于无香
数据31: 衣物洗护新品的热门香型构成组，中国，2019-2023年
数据32: 带有青香/草本/木香的衣物洗护新品示例，中国，2023年
数据33: 无香味的手洗洗洁剂/洗涤剂产品示例，中国，2023年
- 带有细致香气的祛味喷雾
数据34: 利用香水的概念以招揽用户的衣物护理喷雾示例，中国，2023年

产品使用情况

- 整体增长迟滞，仅有单腔洗衣凝珠和衣物留香珠在**2022-2023年**实现增长
数据35: 产品使用情况，2022 vs 2023年
数据36: 频度分析——产品使用情况，2022 vs 2023年
数据37: 带有衣物护理功效的衣物留香珠示例，2022年
- 洗衣凝珠的用户拓展至年长消费者、低收入家庭以及一、二线城市消费者
数据38: 单腔洗衣凝珠的用户画像，2022 vs 2023年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 衣物留香珠凭借更实惠的产品吸引更广泛的受众
数据39: 衣物留香珠的用户画像，2022 vs 2023年
数据40: 衣物留香珠销售量占比（按每单位价格区间区分），2022 vs 2023年（1-7月）

产品的香味类型偏好

- 淡香是消费者的主要偏好，对浓香和无香的偏好因产品类型而异
数据41: 产品的香味类型偏好，2023年
- 男性更偏好无香产品
- 对于普通洗衣液、洗衣皂和洗衣粉，年轻消费者偏好有香味的产品，而年长消费者喜欢无香产品
数据42: 部分产品的香味类型偏好（按年龄区分），2023年
- 衣物留香珠的用户更偏好使用无香或淡香的其他衣物洗护用品
数据43: 部分产品的香味类型偏好——衣物留香珠用户 vs 非用户，2023年

洗衣烦恼

- 难以彻底清洁是主要烦恼，与衣形和护色相关的问题紧随其后
数据44: 洗衣烦恼，2023年
- 25-29岁消费者面临最多洗衣烦恼
数据45: 洗衣烦恼（按年龄区分），2023年
- 女性担忧衣物洗后变皱，而男性对霉味感到烦恼
- 有小孩的家庭更关注产品安全和异味相关问题
数据46: 洗衣烦恼（按家庭中孩子的年龄区分），2023年

助洗产品的使用和购买兴趣

- 衣领净和漂白剂是最受欢迎的助洗产品，消费者对没使用过的助洗产品展现出广泛兴趣
数据47: 助洗产品的使用和购买兴趣，2023年
数据48: 助洗产品分析图（按试用率和复购率区分），2023年
- 女性以及拥有中高家庭收入的消费者是助洗产品的积极用户
数据49: 助洗产品的使用和购买兴趣——用过，未来还会买（按家庭月收入区分），2023年

家庭内部分开洗涤

- 消费者广泛采用分开洗涤的方式，且最常用于婴幼儿和儿童的衣物
数据50: 家庭内部分开洗涤，2023年
- 18-29岁的年轻消费者对分开清洗衣物抱持更开放的态度
数据51: 家庭内部分开洗涤部分做法（按年龄区分），2023年

洗衣行为

- 消费者非常愿意试用新产品类型，但其预算有限

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据52: 洗衣行为——新品试用和花费变化，2023年

- 持久留香是重要特点，且消费者更偏好不同产品类型的香味一致

数据53: 洗衣行为——持久留香，2023年

数据54: 洗衣行为——香味类型，2023年

- 针对老年人衣物的祛除异味功能获得关注，特别是在25-29岁的年轻消费者之中

数据55: 洗衣行为——为不同家庭成员购买不同的产品，2023年

数据56: 洗衣行为——清洗老年人衣物的功能性需求，2023年

附录——市场规模与预测

数据57: 衣物洗护用品市场总销售额与预测，中国，2018-2028年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。