

洗手洗浴用品 - 中国 - 2016年2月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“现代生活节奏的压力以及对污染的顾虑均预示着中国消费者将愈加渴望天然产品。主打高端天然产品的公司有望吸引该市场的主力军——女性消费者。除了天然成分，具有护肤功效的产品也可以鼓励消费者趋优购买。然而，高端成分也有相应的成本。”

— 陈文文，高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 香皂制造商需要“重塑”品类形象
- 在洗浴用品市场，足浴产品是未来的“曙光”
- 节水型产品将受到消费者和政府的一致好评

截至2015年年底，中国洗手洗浴用品市场零售额突破242亿元人民币，年同比增长2%左右。

中国经济放缓促使消费者在日常开销中更加精打细算。由于消费者日用品预算紧缩，这直接影响洗浴市场的表现，造成市场增速放缓。

放眼未来，市场放缓将持续进行，而消费者趋优购买（而不是销量的增长）将拉动市场发展。含有更多天然成分和护肤功效的产品拥有巨大的发展潜力，同样天然产品也是鼓励消费者趋优购买的最佳选择。

购买这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+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

邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

洗手洗浴用品 - 中国 - 2016年2月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

该报告所讨论的品类

综述

市场

市场增速放缓

数据1: 洗手洗浴用品市场零售额预测的最好和最坏预测, 2010-2020年

重点企业

消费者

消费者拥有固定的洗澡淋浴习惯

数据2: 洗澡淋浴习惯 (按人口特征区分), 2015年10月

节水型产品在北方地区拥有巨大的发展潜力

数据3: 每天洗澡淋浴的消费者比例 (按城市区分), 2015年10月

男士香皂

数据4: 洗澡淋浴使用产品, 2015年10月5

数据6: 香皂的使用情况 (按人口统计区分), 2015年10月

较少的消费者频繁泡澡

数据7: 不在家泡澡原因, 2015年10月

足浴的商机

具有护肤功效且添加天然成分的产品吸引女性消费者

数据8: 产品优化机会 (按性别区分), 2015年10月

环保型和节水型产品倍受欢迎

数据9: 产品优化机会 (按收入区分), 2015年10月

我们的观点

关键议题和洞察

香皂制造商需要“重塑”品类形象

现状

启示

在洗浴用品市场, 足浴产品是未来的“曙光”

现状

启示

节水型产品将受到消费者和政府的一致好评

现状

启示

市场——您所需要了解的

中国沐浴露市场疲软

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

洗手洗浴用品 - 中国 - 2016年2月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

水资源匮乏迫在眉睫，将影响泡澡产品市场的整体局势
沐浴露将继续取代香皂，争夺市场份额

市场 增长动力

环境问题和安全顾虑将决定产品研发方向...
聚合物微球监管规定影响产品研发
水资源匮乏将影响泡澡产品市场
欣欣向荣的在线市场要求品牌进行包装创新
健身热将拉动随身携带沐浴液销量的增长

市场规模和预测

增速放缓...
数据10: 中国洗手洗浴用品市场零售额，2010-2015年
...未来五年，市场发展平缓
数据11: 洗手洗浴用品市场零售额预测的最好和最坏预测，2010-2020年

市场细分

沐浴液主导市场发展...
数据12: 中国洗手洗浴用品市场零售额 (按细分市场区分)，2015-2016年
...2016-2017年，市场价值有望实现5%的发展
数据13: 中国沐浴露市场零售额的市场预测 (最好和最差情形)，2010-2020年
香皂市场将平稳发展
数据14: 中国香皂市场零售额的市场预测 (最好和最差情形)，2010-2020年
数据15: 洗澡淋浴使用产品，2015年10月
消费者卫生习惯的改变拉动洗手产品的销量
数据16: 中国液体香皂市场零售额的市场预测 (最好和最差情形)，2010-2020年
泡澡逐渐失去人气，泡澡产品销售遭遇难题
数据17: 泡澡习惯，2015年10月
数据18: 中国泡澡产品市场零售额的市场预测 (最好和最差情形)，2010-2020年

重要企业——您所需要了解的

联合利华——“收购”的一年
宝洁公司继续重组
蓝月亮和威露士做出大胆决策，终止与各大超市巨头的合作

市场份额

上海家化增长得益于消费者对国产品牌信心的增长
数据19: 中国洗手洗浴用品市场零售额 (按公司区分)，2013-2015年

谁在创新？

洗浴产品创新
针对沐浴用品品类，天然宣称主导全球新产品上市
数据20: 沐浴用品和香皂新品上市 (按宣称和部分国家区分)，2015年1月-2016年1月21

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

洗手洗浴用品 - 中国 - 2016年2月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

纯天然

数据22: Orgânica Chá Branco & Gengibre Sabonete Líquido Puro Vegetal, 2015年第4季度

数据23: Janice护肤羊奶&阿甘油沐浴液 (Janice Skincare Goat's Milk & Argan Oil Body Wash), 2015年第4季度

数据24: Moist Diane Chardonnay沐浴精油 (Chardonnay Oil in Body Soap), 2016年第1季度

环保产品存在市场发展空间

提升美容效果：超温和沐浴油

数据25: Sukin Derma平衡沐浴露 (Sukin Derma Sukin Oil Balancing Wash), 2016年第1季度

数据26: 依泉沐浴精油 (Eau Thermale Xémose Huile Lavante Apaisante), 2016年第1季度

数据27: H&M Revelation系列推出沐浴精油 (Huile Douche), 2015年第4季度

数据28: OGX推出奇迹阿甘油沐浴精油 (Hydrate + Repair Argan Oil of Morocco Miracle In-Shower Oil), 2015年第4季度

生态管理：可降解配方以及环保包装

数据29: Cottage滋养珍贵沐浴精油 (Cottage Shea Extra Nourishing Precious Shower Oil), 2015年第2季度

数据30: Annemarie Börlind Natural Beauty Body Lind Fresh Duschgel, 2015年第2季度

数据31: Apple & Bears葡萄柚&海藻沐浴液, 2016年第1季度

数据32: 清净海环保沐浴乳, 2015年第4季度

泡澡产品创新

高端浴油

数据33: 欧舒丹香熏舒缓沐浴油

数据34: 高丝沐浴精油 (Prédia Oil in Bath Essence), 2016年第1季度

数据35: Bamford茉莉沐浴精油, 2016年第1季度

数据36: RNC沐浴乳 (RNC Huile d'Açai Bagno & Doccia Olio-Crema), 2015年第4季度

形状和形式的创新

数据37: 美体小铺苹果香沐浴果冻 (The Body Shop Glazed Apple Bath Jelly)

数据38: 欧舒丹入浴皂块 (Bath Cube), 2015年第4季度

数据39: 美体小铺香薰泡泡蛋 (Prune Givrée Bath Fizzer), 2015年第4季度

数据40: White Castle Amido di Riso Very Pure Rice Starch, 2016年第1季度

消费者——您所需要了解的

大多数城市消费者每天淋浴

节水型沐浴露在北方地区拥有巨大的发展潜力

特别在中国南方，大多数消费者使用沐浴露，而不是香皂

男士香皂

泡澡日益成为偶尔的享受

具有护肤功效且添加天然成分的产品吸引女性消费者

有益男性健康

环保产品是未来的发展所在

洗澡淋浴习惯

大多数城市消费者每天淋浴...

数据41: 洗澡淋浴习惯, 2015年10月

...但鼓励大学生勤洗澡有一定的发展空间

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

洗手洗浴用品 - 中国 - 2016年2月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据42: 洗澡淋浴习惯 (按年龄区分), 2015年10月

年轻女性比年轻男性更关心个人卫生

数据43: 洗澡淋浴习惯 (按人口特征区分), 2015年10月

节水型沐浴露在北方地区拥有巨大的发展潜力

数据44: 每天洗澡淋浴的消费者, 2015年10月

数据45: Muc-Off干洗喷雾, 2015年第2季度

洗澡淋浴产品使用行为

特别在中国南方, 大多数消费者使用沐浴露, 而不是香皂

数据46: 洗澡淋浴使用产品, 2015年10月

数据47: 洗澡淋浴使用产品 (按城市区分), 2015年10月

男士香皂

数据48: 香皂使用产品 (按人口特征区分), 2015年10月

数据49: dr.squatch松焦油香皂, 2015年第1季度50

沐浴露渗透率将会继续增加

数据51: 洗澡淋浴习惯 (按洗澡淋浴使用产品区分), 2015年10月

泡澡习惯

仅有31%的消费者在过去6个月曾泡澡

数据52: 泡澡习惯, 2015年10月

数据53: 过去6个月没有泡澡的受访者比例 (按性别和年龄区分), 2015年10月

泡澡的阻碍因素

在中国, 泡澡产品增长潜力受限

数据54: 不在家泡澡原因, 2015年10月

促进良好睡眠的足浴

没时间泡澡: 足浴如何?

数据55: 过去6个月没有泡澡的受访者比例 (按城市级别区分), 2015年10月

数据56: 更青睐足浴的受访者比例 (按城市级别区分), 2015年10月

泡澡使用产品

液体泡澡产品以及泡澡精油均受到大众的喜爱

数据57: 泡澡使用产品, 2015年10月

为送礼场合设计的泡澡产品组合

数据58: 泡澡使用产品的频度分析, 2015年10月

数据59: 丝芙兰“Let It Snow”礼品装, 2015年第4季度

高端化——为心情买单

产品优化机会

具有护肤功效且添加天然成分的产品吸引女性消费者

数据60: 产品优化机会 (按性别区分), 2015年10月

手工产品的不同形状

数据61: Lush 93,000沐浴果冻, 2016年第1季度

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

洗手洗浴用品 - 中国 - 2016年2月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

有益男性健康

数据62: 产品优化机会 (按性别区分), 2015年10月

环保产品将成为主流

数据63: 产品优化机会 (按收入区分), 2015年10月

让我们一起回收

英敏特城市精英人群

为什么要定义“英敏特城市精英人群”？

他们是谁？

更多产品加入护肤功效，推出更多环保型创新

数据64: 产品优化机会 (按英敏特城市精英人群和其他群体区分), 2015年10月

附录——研究方法和定义

研究方法

扇形图预测

缩写词

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com