

洗手洗浴用品 - 中国 - 2018年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



"普通沐浴露仍然主导市场，男性在使用专用沐浴露方面仍处于初期阶段。市场未来的竞争将围绕香味和附加值功效，如感官体验。线下渠道值得品牌加码，特别是美容产品垂直渠道。"

— 周文棋，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 吸引男性客群
- 如何把握高端化机遇？
- 线下渠道值得关注

2018年，洗手洗浴用品市场保持稳定增长。英敏特预测该市场在2018-2023年将以2.2%的年均复合增长率增长。随着消费者卫生意识增强，品牌不断培养男性市场，加之消费者对香味和自我纵享的需求升级和监管趋于标准化——这些因素都促进了市场的增长。

普通沐浴露/沐浴乳是消费者最常购买的产品，其次是洗手液和香皂。相比普通沐浴露/沐浴乳，男性沐浴露/沐浴乳和沐浴慕斯/泡沫的客群基础明显更小，因此品牌仍需要加大此类产品的消费者教育力度。消费者对香味和舒缓功效的需求正在提高。就购买渠道来看，线下渠道（尤其是普通超市/大卖场）仍占主导地位，但线上渠道显示出更大潜力，尤其是触及年轻客群的潜力。

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@intel.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 - 2018年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

报告定义

不包括

细分群体定义（按个人月收入区分）：

综述

市场

数据1: 中国洗手洗浴用品市场销售额预测（最好和最差情形），2013-2023年

公司与品牌

数据2: 洗手洗浴用品市场领先企业的市场份额，中国，2016-2017年

消费者

沐浴露使用率胜过香皂

数据3: 过去6个月内购买的洗手洗浴产品，2018年9月

90%以上的消费者仍从实体店购买

数据4: 过去6个月内购买洗手洗浴产品的渠道，2018年9月

但网上口碑大有影响力

数据5: 洗手洗浴产品的购买因素，2018年9月

有舒缓和助眠功效的产品具有市场潜力

数据6: 会为之支付溢价的功能或宣称，2018年9月

清新香、丝滑肤感和乳状质地更受欢迎

数据7: 偏爱的沐浴露特性，2018年9月

一瓶500毫升的沐浴露最优价格点是50元人民币

数据8: 价格敏感度——一瓶500毫升的沐浴露的最优价格点，2018年9月

我们的观点

议题与洞察

吸引男性客群

现状

启示

数据9: 突出男性气息的罗曼诺男性沐浴露，中国

数据10: 和风雨沐浴露产品的营销沟通，中国

数据11: DeOu沐浴露广告，日本，2018年

如何把握高端化机遇？

现状

启示

数据12: 有舒缓放松功效的沐浴露实例

数据13: 瑰柏翠薰衣草意式浓缩咖啡香味沐浴露（Crabtree & Evelyn Lavender & Espresso Body Wash）

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 - 2018年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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14: 多芬沐浴慕斯产品，打出“情感牌”

线下渠道值得关注

现状

启示

数据15: 威露士香氛展，中国，2017年

市场——您需要了解的

保持稳定发展

更健康的宏观因素和更大的客群为市场注入活力

市场规模与预测

数据16: 中国洗手洗浴用品市场销售额预测（最好和最差情形），2013-2023年

市场增长动力

监管更加标准化

加大对男性专用产品的市场培养

卫生意识的提高带动液体香皂/洗手液市场增长

对泡澡沐浴产品的情感需求升级

市场细分

四大市场细分概述

数据17: 洗手洗浴用品市场的总销售额（按细分区分），中国，2013-2018年（预估）

沐浴露/沐浴乳

数据18: 沐浴产品市场总销售额预测（最好和最差情形），中国，2013-2023年

香皂

数据19: 香皂市场总销售额预测（最好和最差情形），中国，2013-2023年

液体香皂/洗手液

数据20: 液体香皂/洗手液市场总销售额预测（最好和最差情形），中国，2013-2023年

泡澡产品

数据21: 泡澡产品市场总销售额预测（最好和最差情形），中国，2013-2023年

重点企业——您需要了解的

联合利华和宝洁表现突出

加码感官体验，携手线上平台

市场份额

国际品牌引领市场

数据22: 洗手洗浴用品市场领先企业的市场份额，中国，2016-2017年

高端品牌兴起

本土品牌奋力追赶

竞争策略

加码香氛

数据23: 含有前、中、后调的洗手洗浴用品实例

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 - 2018年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

定位放松时刻

数据24: Rever定位不同场合的转转浴爆

推出定制版产品

数据25: 采用定制版设计的上市产品

与线上平台携手，设计更好的产品

借助更先进的工具继续培养客群

数据26: 威露士AR洗手液

谁在创新？

中国市场在婴童专用产品上领先，在男性专用产品上也不落后

数据27: 洗手洗浴产品上市新品（按人群宣称和国家区分），2018年1月至10月

男性专用多功能沐浴露

数据28: 男性多功能沐浴露上市新品，中国，2018年

儿童专用的温和沐浴露

数据29: 儿童专用洗手洗浴用品上市新产品，中国，2017-2018年

宣称围绕滋润/保湿

数据30: 洗手洗浴产品上市新品（按部分功效宣称和国家区分），2018年1月至10月

探索产品成分，提高滋润/保湿功效

数据31: 对成分进行详细介绍的洗手洗浴用品上市新产品，中国，2017-2018年

中国市场值得关注的创新

采用香水包装

数据32: 采用香水包装风格的沐浴露上市新产品，中国，2018年

抗污染功效

数据33: 采用抗污染宣称的沐浴露上市新品，中国，2018年

定位儿童的免洗洗手液

数据34: 定位儿童的免洗洗手液新产品，中国，2018年

其他市场值得关注的创新

生物成分

数据35: 含有生物成分的沐浴新产品，英国和韩国，2017年

果汁趋势

数据36: 果汁/奶昔沐浴产品上市新品，韩国和美国，2017年

浓缩型产品

数据37: 浓缩型沐浴上市新产品，菲律宾和瑞典，2017-2018年

让泡澡时刻乐趣充盈

数据38: 趣味性泡澡和沐浴产品上市新品，英国，2018年

便捷产品

数据39: 采用便利包装的沐浴产品上市新品，韩国和美国，2017年

消费者——您所需要了解的

男性沐浴露需更大力提高渗透率

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 - 2018年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

店内体验值得加码

产品创新和制造线上热点十分重要

建立情感联系是品牌的下一个努力方向

清新香比花果香更受欢迎

500毫升的沐浴露最容易被接受的价格是50元

购买的产品

沐浴露是领先的洗浴产品，而非香皂

数据40: 过去6个月内购买的洗手洗浴产品，2018年9月

但香皂仍受富裕家庭的喜爱

数据41: 过去6个月（为自己）购买的香皂（按部分人口统计特征区分），2018年9月

男性仍使用更多普通沐浴露，而非男性专用沐浴露

数据42: 过去6个月内购买的男性专用沐浴露（按部分人口统计特征区分），2018年9月

收入（而非家庭结构）对男性专用沐浴露的购买影响更大

数据43: 过去6个月内购买的男性专用沐浴露(为自己买过)（按部分人口统计特征区分），2018年9月

25-29岁的男性对男性专用沐浴露更感兴趣

数据44: 过去6个月内购买的男性专用沐浴露（按部分人口统计特征区分），2018年9月

留香持久的特征更适合男性专用沐浴露

数据45: 为自己买过男性专用沐浴露的男性消费者决策树分析，2018年9月

沐浴慕斯更吸引男性，泡澡产品更吸引女性

数据46: 过去6个月内购买的沐浴慕斯/泡沫和泡澡产品（为自己买过）（按部分人口统计特征区分），2018年9月

25-29岁的男性更愿意使用身体护理产品

购买渠道

线下渠道占主导；消费者尤其喜欢从实体店购买香皂

数据47: 过去6个月内购买洗手洗浴产品的渠道，2018年9月

男性更喜欢实体店，女性更喜欢线上渠道

数据48: 过去6个月内购买普通沐浴露的渠道，2018年9月

男性沐浴露更多购自购物网站和个人护理用品连锁店

数据49: 过去6个月内购买普通沐浴露和男性专用沐浴露的渠道，2018年9月

高收入者更常光顾垂直渠道

购买因素

理性的消费者

数据50: 洗手洗浴产品的购买因素，2018年9月

线上渠道仍吸引年轻消费者

数据51: 洗手洗浴产品的购买因素（按部分人口统计特征区分），2018年9月

高收入者喜欢尝试新产品

数据52: 洗手洗浴产品的购买因素（按部分人口统计特征区分），2018年9月

线上热点也能带动高收入者购买

高端产品的特性

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 - 2018年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

助眠功效有吸引力.....

- 数据53: 会为之支付溢价的功能或宣称, 2018年9月
- 数据54: 有放松功效的泡澡产品实例
- 数据55: 力士植萃系列排浊清透香氛香皂, 中国, 2018年

.....而且能将消费者兴趣提升22%

- 数据56: 高端产品特性的TURF分析, 2018年9月

女性追求保湿功效, 男性追求专用产品

- 数据57: 会为之支付溢价的功能或宣称 (按部分人口统计特征区分), 2018年9月
- 数据58: 高优雅芙深层清爽祛痘沐浴露

20多岁的消费者担心痘痘问题, 30和40多岁的消费者追求抗污染功效

- 数据59: 会为之支付溢价的功能或宣称 (按部分人口统计特征区分), 2018年9月

含有生物成分的产品吸引富裕消费者

- 数据60: 会为之支付溢价的功能或宣称 (按部分人口统计特征区分), 2018年9月

偏爱的产品特性

清新香最受欢迎, 但尚未被充分挖掘

- 数据61: 偏爱的沐浴露特性——香味, 2018年9月
- 数据62: 沐浴露产品上市新品——按香味区分 (前十大香味), 中国, 2017年1月-2018年10月

30-49岁的男性更喜欢清新香和草本香, 20-29岁的女性更喜欢小众香型

- 数据63: 偏爱的沐浴露特性——香味 (按部分人口统计特征区分), 2018年9月
- 数据64: 小众香味的沐浴露实例, 中国, 2018年

女性追求丝滑, 男性追求干爽

- 数据65: 偏爱的沐浴露特性——感官体验 (按部分人口统计特征区分), 2018年9月
- 数据66: 强调高端清洁功效的沐浴露产品实例, 中国, 2018年

男性比女性更喜欢大容量包装的产品

- 数据67: 偏爱的沐浴露特性——容量 (按部分人口统计特征区分), 2018年9月

较年长消费者更喜欢乳状, 较年轻消费者更喜欢泡沫状

- 数据68: 偏爱的沐浴露特性——质地 (按部分人口统计特征区分), 2018年9月

但上市新产品中啫喱状质地占主导

- 数据69: 沐浴露产品上市新品——按形态区分 (前十大形态), 中国, 2017年1月-2018年10月

价格敏感度

研究方法

50元人民币是最优价格点

- 数据70: 价格敏感度——一瓶500毫升的沐浴露的最优价格点, 2018年9月
- 数据71: 价格敏感度——一瓶500毫升的沐浴露的价格临界值, 2018年9月

谁更愿意支付溢价?

- 数据72: 认为“有点贵但还是会考虑购买”的价格范围 (按部分人口统计区分), 2018年9月

认识英敏特城市精英人群

泡澡产品在英敏特城市精英人群中有市场机遇

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 - 2018年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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73: 过去6个月内（为自己）购买的洗手洗浴产品（按部分人口统计特征区分），2018年9月

谨慎的英敏特城市精英人群

数据74: 洗手洗浴产品的购买因素（按部分人口统计特征区分），2018年9月

英敏特城市精英人群追求更多功效

数据75: 会为之支付溢价的功能或宣称（按部分人口统计特征区分），2018年9月

附录——市场规模与预测

数据76: 洗手洗浴用品市场的总销售额，中国，2013-2023年

附录——市场细分

数据77: 沐浴产品市场总销售额，中国，2013-2023年

数据78: 香皂市场总销售额，中国，2013-2023年

数据79: 液体香皂/洗手液市场总销售额，中国，2013-2023年

数据80: 泡澡产品市场总销售额，中国，2013-2023年

附录——研究方法和缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

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