

购买家居清洁产品 - 中国 - 2022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

- 中国家居清洁产品市场的概述与增长情况
- 中国家居清洁产品市场的新产品趋势
- 不同场景的家居清洁方式
- 过去3年间的家居清洁产品使用率变化
- 对于家居清洁的定义
- 不同区域的清洁痛点
- 吸引宠物拥有者的产品特点

近年来家居清洁电器走热，这对家居清洁产品带来的影响还有待观望，更具体地说，即家居清洁电器是否会对手工家居清洁产品市场构成威胁。然而，今年的消费者数据表明，目前地面和玻璃窗清洁的自动化程度最高。同时，在用机器清洁地面和玻璃窗的消费者中，有69%和80%仍然使用清洁剂。这表明家居清洁产品市场面临的机遇大于威胁；品牌可以考虑采纳适用于清洁电器的产品宣称，甚至开发专门配合电器使用、达到更佳效果的清洁剂产品。

日益增长的有宠一族是有需求尚未被满足的“潜力股”人群，他们愿意（且有能力）为针对宠物研发、能满足其特定需求的家居清洁产品支付更高的价钱。具体而言，他们寻求有助于改善家居环境健康与卫生的全方位产品，包括除虫除螨、除菌、清理宠物毛发和去除异味等功效。对于他们来说，“专为养宠家庭设计”的吸引力远大于“同样适用于养宠家庭”。

50-59岁的中老年消费者较少使用家居清洁产品，是该市场面临的威胁之一。实际上，他们在家居清洁上会更勤快，有41%倾向于定期进行家庭清洁，而不是随时清洁；而51%清洁家庭不同区域的频率不同。但相较于其他年龄群体，该群体在所有清洁产品上的使用率都更低，这是因为他们习惯了仅用清水和双手来做清洁。品牌可以考虑向他们推广家居清洁产品的省时特性，帮助他们减少在家居清洁上耗费的时间，从而更好地享受生活。



“在后疫情时代，消费者对家居清洁的兴趣居高不下，品牌和制造商可以抓住机会提升家居清洁产品的针对性和便利性。此外，宠物主和家居清洁电器用户是值得家居清洁产品市场留意的两大新兴群体。”

— 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

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
- 按产品使用情况区分

综述

- 市场
数据1: 总体家居清洁产品市场及各细分市场的零售额与增长率，中国，2021-2022年（预估）
- 消费者
- 用清洁剂人工清洁是最主流的家居清洁方式；地面和玻璃窗清洁趋于自动化
数据2: 不同场景的家居清洁方式，2022年
- 疫情反复，产品使用率居高
数据3: 产品使用情况，2019、2021和2022年
- 一尘不染并非衡量清洁居家环境的首要因素
数据4: 对于家居清洁的定义，2022年
- 各区域清洁痛点不同，需要针对性产品
数据5: 不同区域的清洁痛点，2022年
- 宠物主乐于为改善家居健康和卫生支付更高价钱
数据6: 吸引宠物拥有者的产品特点，2022年
- 消费者倾向于时刻保持家庭清洁，且不同区域的清洁程度相当
数据7: 家居清洁的态度——清洁习惯，2022年
- 我们的观点

议题与洞察

- 服务养宠家庭
数据8: 对宠物安全的家居清洁产品示例，印度，2022年
数据9: 针对养宠家庭推出家居清洁产品的品牌示例，美国
- 搭配家居清洁电器使用
数据10: 适用于清洁电器的家居清洁产品示例，中国
数据11: 专为清洁电器研发的家居清洁产品示例，中国

市场规模

- 市场增长受到新一轮疫情推动
数据12: 总体家居清洁市场及各细分市场的零售额与增长率，中国，2021-2022年（预估）

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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

市场因素

- 疫情爆发使得家居清洁受到持续关注
- 消毒剂增长率放缓
- 2022年封控期间的囤货行为

营销活动

- 在动荡时期提供情绪价值
数据13: 疫情期间提供情绪价值的家居清洁品牌示例，中国，2022年
- 回应养宠家庭的特定家居清洁需求
数据14: 家居清洁品牌招揽养宠家庭活动示例，中国，2022年
- 先发联手家居清洁电器
数据15: 家居清洁产品与清洁电器品牌联名示例，中国，2022年

新产品趋势

- 漂白剂/消毒剂下降，其他清洁产品增长
数据16: 家居清洁产品子品类新品发布，中国，2018-2022年
数据17: 主打针对特定区域的新品示例，中国，2022年
- 便利性愈发重要，也体现在产品形态创新中
数据18: 家居清洁新品的前几大宣称，中国，2018-2022年
数据19: 家居清洁产品子品类喷雾新品，中国，2018-2022年
数据20: 消毒剂形态创新示例，中国，2022年
- 植物/草本宣称正在增长
- 家居清洁产品的香型更加多样
数据21: 家居清洁新品的前几大香型构成元素，中国，2018-2022年
数据22: 玫瑰香型厨房清洁剂示例，中国，2022年

不同场景的家居清洁方式

- 用清洁剂人工清洁是大部分场景的主要清洁方式
数据23: 不同场景的家居清洁方式，2022年
- 地面和玻璃窗清洁趋于自动化，但仍需清洁产品
数据24: 不同场景的家居清洁方式——按人工清洁和机器清洁区分，2022年
- 运动器材清洁值得关注
数据25: 运动器材清洁剂示例，挪威，2022年
- 富裕家庭在更多场景使用清洁产品
数据26: 不同场景的家居清洁方式——用清洁剂（按家庭收入区分），2022年

家居清洁产品使用率

- 疫情反复，产品使用率居高

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27: 产品使用情况，2020-2022年

- 女性、富裕家庭、有宠一族和一线城市消费者更有可能是重度用户
- 数据28: 家居清洁产品重度用户（按部分人口统计特征区分），2022年
- 独居消费者更少进行家居清洁

对于家居清洁的定义

- 一尘不染并非衡量清洁居家环境的首要因素
- 数据29: 对于家居清洁的定义，2022年
- 对全家安全得到高度重视
 - 无菌更受到特定群体的青睐

不同区域的清洁痛点

- 各区域清洁痛点不同需要针对性产品
- 数据30: 不同区域的清洁痛点，2022年
- 宠物主在清洁客厅/会客区域需要更多支持，家长更注重卧室区域
 - 年轻消费者需要清洁指导

吸引宠物拥有者的产品特点

- 宠物主乐于为改善环境健康和卫生状况支付更高价钱
- 数据31: 吸引宠物拥有者的产品特点，2022年
- 需要进一步加强宠物安全教育
 - 除寄生虫、清理宠物毛发与去除异味可以满足多数宠物主的需求
- 数据32: TURF分析——吸引宠物拥有者的产品特点

家居清洁的态度

- 利用碎片化时间进行家居清洁
- 数据33: 家居清洁的态度——清洁习惯，2022年
- 消费者普遍认为电器是得力助手
- 数据34: 家居清洁的态度——清洁电器，2022年
- 具有针对性的产品被认为更加有效
- 数据35: 家居清洁的态度——产品偏好，2022年
- 数据36: 针对特定区域的清洁产品示例，韩国，2022年
- 宠物主愿意为了针对性产品而支付更高价格
- 数据37: 家居清洁的态度——宠物主，2022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

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font, contained within a bright yellow speech bubble shape. Below the main bubble are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

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)。