

# 衣物洗护用品 - 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

- 中国衣物洗护用品市场概览与增长情况
- 中国衣物洗护用品市场的竞争格局与新产品趋势
- 洗衣习惯与产品使用情况
- 洗衣凝珠的特点
- 期待的衣物留香珠功能
- 消费者对衣物洗护产品形态的态度

衣物洗护用品的消费升级情况在各城市线级都相当普遍。相较于2021年，衣物护理剂/柔顺剂和洗衣凝珠的渗透率在一线城市和二线或以下城市均有提升（增长4个和5个百分点）。此外，更多一线城市的消费者使用二合一衣物洗涤护理剂和专门的洗护产品（各增长3个百分点），展示了更全面的产品升级格局。消费者不仅愿意升级产品形态，也有意精细化其洗衣流程。重度用户（在过去12个月内使用过4种或以上衣物洗护产品的消费者）的比例从2021年的65%增至今年的69%。

由于衣物洗护用品是生活必需品，因此新冠疫情对该品类的影响有限。根据英敏特的消费者追踪数据，自2022年2月以来，98%的被访者在家庭护理产品（如纸巾、洗衣液）上有花费，显示出消费者对此的刚需。虽然如此，在重度影响情境下，更多消费者将面对经济不稳定的状况，导致产品升级放缓，进而放慢市场增长。

衣物洗涤产品在该市场中占主导地位，而洗衣液是其主流形态。今年，77%的被访者表示使用过洗衣液。不过，洗衣液产品间的竞争相当激烈，因此增长空间有限。根据英敏特今年的消费者调研数据，除菌、温和亲肤和持久留香是洗衣液最受欢迎的增值特点。目前，市面上的产品已经开始利用这些特点，而这也可能是进一步增长的主要推动力。此外，新兴的洗衣凝珠形态也对洗衣液的主导地位构成威胁。

除了功能性益处（如清洗和保护衣物），给衣物留下香气也是衣物洗护产品的热门功能。该功能可为消费者带来感官享受以及潜在的情绪功效（如放松心情、振奋精神）。持久留香已成为洗衣液和护理剂等现有品类的重要特点，而该特点也推动了新兴品类——衣物留香珠的崛起。



“消费升级和利用多种产品的精细化洗衣流程是衣物洗护用品市场的增长引擎。在衣物洗涤品类中，使用更方便的洗衣凝珠大有潜力。此外，融入功能性益处（如柔顺衣物和除菌）的衣物留香珠可为衣物护理品类开创新前景。”

— 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

- 报告关键议题
- 定义

### 综述

- 市场
- 衣物洗涤产品稳健增长；衣物护理剂/柔顺剂与衣物洗护辅助产品增长迅速  
数据1: 衣物洗护用品市场整体销售额和增长率（按细分区分），中国，2016-2021年
- 2022年新冠疫情影响  
数据2: 英敏特情境假设概述与对衣物洗护用品市场的影响，2022年  
数据3: 新冠疫情下衣物洗护用品市场销售额情境预测，2016-2026年
- 公司与品牌
- 头部品牌之间的竞争激烈  
数据4: 衣物洗护用品领先制造商的销售额份额，中国，2020-2021年
- 消费者
- 消费者清洗不同衣物或面料的习惯不尽相同  
数据5: 洗衣习惯，2022年
- 洗衣凝珠与衣物护理剂/柔顺剂折射出消费者的产品升级情况  
数据6: 产品使用情况，2021年 vs 2022年
- 使用方便与效果好是洗衣凝珠的主要优势  
数据7: 洗衣凝珠的特点，单腔 vs 多腔，2022年
- 除菌、温和亲肤与持久留香是洗衣液的关键增值特点  
数据8: 洗衣液溢价特点，2022年
- 消费者期待衣物留香珠既能持久留香也具备更多功能  
数据9: 期待的留香珠功能，2022年
- 总体来说，洗衣液能更好地保护衣物且容易控制用量，但也许不太适合用于手洗  
数据10: 看待不同产品形式的态度——洗衣液，2022年
- 我们的观点

### 议题与洞察

- 持久留香驱动高端化
- 培养衣物留香珠的使用  
数据11: 多功能的衣物留香珠示例，2022年
- 通过持久留香升级衣物洗涤产品

## 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12: 留香持久的洗衣液示例，2021年

- 在男性消费者中推广多腔洗衣凝珠

数据13: 面向男性消费者的洗衣凝珠示例，中国

### 市场规模与细分

- 衣物洗涤产品保持稳健增长

数据14: 衣物洗护用品市场的总销售额（按细分区分），中国，2016-2021年

- 衣物护理剂/柔顺剂与衣物洗护辅助产品于2021年加速增长

### 市场因素

- 各城市线级的消费者追求产品升级
- 新兴子品类带来机遇
- 专用洗衣机带动专用产品发展

### 新冠疫情影响（含市场预测）

- 新冠疫情：中国市场情况简述
- 新冠疫情对市场和消费者的影响
- 消费者对衣物洗护产品的需求坚挺

数据15: 消费支出变化——家庭护理产品，2022年

- 全渠道布局以确保可得性
- 经济压力成为产品升级的障碍
- 市场预测
- 在轻微影响情境下，消费者持续进行消费升级

数据16: 新冠疫情影响下衣物洗护用品市场销售额情境预测，2016-2026年

- 在中度影响情境下，消费者的使用率下降
- 在重度影响的情境下，新品类的增长潜力受阻

### 市场份额

- 领先品牌之间竞争激烈

数据17: 衣物洗护用品领先制造商的销售额份额，中国，2020-2021年

- 发挥品牌的协同力量

### 营销活动

- 迎合特定的生活方式

数据18: 迎合特定生活方式的衣物洗护用品品牌示例，中国，2021年和2022年

- 通过卫生教育推广内衣专用洗护产品

数据19: 内裤卫生相关的教育示例，中国，2022年

- 联手洗衣机品牌

### 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](https://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。

数据20: 衣物洗护用品和洗衣机的合作示例，中国，2022年

### 新产品趋势

- 衣物护理剂/柔顺剂与漂白剂/织物增白剂新品研发活跃  
数据21: 衣物洗护新品中的子品类（按2022年的数值排序），中国，2018-2022年  
数据22: “升级版”护理剂和漂白剂示例，中国，2022年
- 在自动洗洁剂中，洗衣凝珠展现强劲的增长势头  
数据23: 自动洗洁剂新品的形态类型（按2022年的数值排序），中国，2018-2022年
- 大多数子品类均融入除菌功能  
数据24: 衣物洗护新品的热门宣称（按2022年的数值排序），中国，2018-2022年  
数据25: 带有除菌功能的衣物洗护产品，中国，2021年
- 高度关注衣物香气  
数据26: 衣物洗护新品（按2022年的数值排序）的前三大热门香型组（无序排列），中国，2018-2022年  
数据27: 带有创新香气的衣物洗护产品，中国，2021-2022年  
数据28: 带有独特香气的衣物留香珠示例，中国，2020年和2022年
- 运动服专用的洗护产品  
数据29: 针对运动服的洗涤产品示例，中国，2022年
- 防串色洗衣片  
数据30: 防串色洗衣片示例，中国，2022年

### 洗衣习惯

- 机洗加手洗  
数据31: 洗衣习惯，2022年
- 消费者仅在清洗袜子、内衣/内裤与真丝/丝绸衣物时习惯手洗
- 高收入者偏好使用专业洗涤服务清洗特定衣物  
数据32: 洗衣习惯——使用专业洗涤服务——部分衣物/织物（按家庭月收入区分），2022年

### 产品使用情况

- 洗衣凝珠与衣物护理剂/柔顺剂的使用率有所提升  
数据33: 产品使用率，2021年 vs 2022年
- 消费升级遍布各城市线级，但一线城市动态更多  
数据34: 2022年和2021年（作为基准）产品使用率的差距（按城市线级区分）
- **25-29岁**的女性消费者是最成熟的用户群体
- 近**70%**是衣物洗护产品的重度用户  
数据35: 衣物洗护产品的用户类型，2021年 vs 2022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

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 消费者需要丰富的产品选择，尤其是高收入者  
数据36: 产品使用情况（按家庭月收入区分），2022年

### 洗衣凝珠的特点

- 使用方便与效果好是单腔/多腔洗衣凝珠的亮点  
数据37: 洗衣凝珠的特点，单腔 vs 多腔，2022年
- 对单腔与多腔洗衣凝珠的看法存在差异
- 成熟消费者认可多腔洗衣凝珠的优异效果  
数据38: 多腔洗衣凝珠和单腔洗衣凝珠（作为基准）的特点差距，用过单腔和多腔洗衣凝珠的使用者，2022年

### 洗衣液溢价特点

- 除菌已成为必备特点  
数据39: 洗衣液溢价特点，2022年
- 温和亲肤与持久留香最具附加价值  
数据40: TURF（累积无重复到达率和频次）分析——洗衣液溢价特点，2022年

### 期待的留香珠功能

- 持久留香是重中之重，但多功能也不可忽视  
数据41: 期待的留香珠功能，2022年  
数据42: 期待的留香珠功能（按衣物留香珠的使用情况区分），2022年
- 使用者对香气有更高的期待  
数据43: 使用者和非使用者（作为基准）期待的衣物留香珠功能的差距，2022年  
数据44: 衣物留香珠的使用者（按部分人口统计特征区分），2022年

### 看待不同产品形式的态度

- 约半数消费者将产品形态与清洁力联系在一起  
数据45: 看待不同产品形式的态度——形态和清洁力，2022年
- 消费者认同普通洗衣液能更好地保护衣物且容易控制用量，但也许不适合手洗  
数据46: 看待不同产品形式的态度——洗衣液，2022年  
数据47: 看待不同产品形式的态度——适合用于手洗的洗衣液（按仅用手洗的洗衣习惯区分），2022年
- 浓缩洗衣液更受三世同堂与核心家庭的喜爱  
数据48: 看待不同产品形式的态度——浓缩洗衣液，2022年
- 品牌需针对固体洗衣产品的可持续性开展进一步的科普教育  
数据50: 看待不同产品形式的态度——对环境的影响，2022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](https://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。

#### 附录——市场规模与预测

数据51: 衣物洗护用品市场总销售额，中国，2016-2026年

#### 附录——市场细分

数据52: 衣物洗涤产品市场总销售额，中国，2016-2021年

数据53: 衣物护理剂/柔顺剂市场总销售额，中国，2016-2021年

数据54: 衣物洗护辅助产品市场总销售额，中国，2016-2021年

#### 附录——新冠疫情情境预测方法与假设

- 轻微影响、中度影响与重度影响情境概述
- 情境预测方法

#### 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](https://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.

MINTEL

## 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)。