

衣物洗护产品 - 中国 - 2014年8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



“由于洗护目的、服装类型和消费群体不同，所以对于品牌而言，多效合一和专用产品同等重要，能帮助解决消费者多样化的衣物洗护需求。为了超越竞争对手，品牌可以通过香味、产品形态和包装创新带来卓越使用体验，从而成功脱颖而出，持续吸引消费者对其的兴趣”。

— 刘玉洁 (高级研究分析师)

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 多重功效衣物洗护产品满足复杂多样的消费需求
- 为不同洗护目的、服装类型和消费群体量身定制的专业特殊衣物洗护产品
- 通过怡人香味、产品形态和包装创新提高产品使用体验
- 产品形态变革和包装大小升级主导市场趋势

过去的五年中，在消费者个人清洁卫生标准提高、衣服支出比例增多，以及衣物洗涤产品由粉状向液体状转变带来的高端化趋势推动下，衣物洗护产品市场增长强劲。此外，洗衣机持有率以及线上零售渠道的扩张将继续助长这一增长势头。

就衣物洗涤产品市场而言，多效合一产品将与专为不同洗护目的、服装类型和消费群体量身定制的专业特殊衣物洗护产品共存共荣。

在衣物护理剂/柔顺剂市场，品牌可以跨越产品类别的界限，融入香水市场独特的香氛气味，利用香薰疗法提高产品吸引力。对于衣物洗护辅助产品，帮助衣服防皱和除味的各种产品可以满足消费者的日常需求，从而创造更多的使用场合。

随着竞争日趋激烈，以多样化的香味和包装为依托的情感驱动型产品创新能够满足消费者的体验式消费心理；而与此同时，更大的包装规格则能帮助提升品牌忠诚度和产品消费量。在数字时代，品牌需要整合线上、线下渠道，以更加精准的营销来赢取网络时代消费者。

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

衣物洗护产品 - 中国 - 2014年8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

引言

定义

不包括：

报告结构

研究方法

缩写词

综述

市场

数据 1: 衣物洗护产品市场总销售额，中国，2009-2019年

数据 2: 衣物洗护产品市场细分（按销售额区分），中国，2014年

公司和品牌

市场份额

数据 3: 领先企业在中国衣物洗护产品市场的销售额份额，2009-2013年

谁在创新？

消费者

现在谁在家洗衣服

数据 4: 洗衣分工（按人口统计区分），2014年4月

用各方法洗涤/处理衣物的频率

数据 5: 用各方法洗涤/处理衣物的频率，2014年4月

使用过的衣物洗护产品种类

数据 6: 在过去3个月内使用过的衣物洗护产品种类，2014年4月

使用衣物洗护产品时遇到的问题

数据 7: 过去3个月内使用衣物洗护产品时遇到的问题，2014年4月

衣物洗涤剂的购买考虑因素

数据 8: 衣物洗涤剂的购买考虑因素，2014年4月

衣物护理剂/柔顺剂的购买考虑因素

数据 9: 衣物护理剂/柔顺剂的购买考虑因素，2014年4月

对衣物洗护产品的总体态度

数据 10: 对衣物洗护产品的总体态度，2014年4月

衣物洗护产品的购买及使用行为

数据 11: 衣物洗护产品的购买及使用行为，2014年4月

关键趋势

多重功效衣物洗护产品满足复杂多样的消费需求

为不同洗护目的、服装类型和消费群体量身定制的专业特殊衣物洗护产品

通过怡人香味、产品形态和包装创新提高产品使用体验

产品形态变革和包装大小升级主导市场趋势

从粉状到液体的演变

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

衣物洗护产品 - 中国 - 2014年8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

产品规格升级至3千克以上

我们的观点

议题和洞察

多重功效衣物洗护产品满足复杂多样的消费需求

现状

启示

数据 12: 多效衣物洗护产品范例，中国，2014年

为不同洗护目的、服装类型和消费群体量身定制的专业特殊衣物洗护产品

现状

启示

数据 13: 中国和海外市场中的专业特殊衣物洗护产品范例——按洗护目的，2013-2014年

数据 14: 中国和海外市场中的专业特殊衣物洗护产品范例——按服装类型，2013-2014年

数据 15: 中国和海外市场中的专业特殊衣物洗护产品范例——按消费者人口特征，2013-2014年

通过怡人香味、产品形态和包装创新提高产品使用体验

现状

启示

数据 16: 美国市场中的前十大衣物洗护产品香味，2012-2014年

数据 17: 海外市场中的衣物洗护产品香味创新范例，2013-2014年

数据 18: 海外市场中的衣物洗护产品包装规格和产品形态创新范例，2013-2014年

产品形态变革和包装大小升级主导市场趋势

现状

启示

数据 19: 中国新上市衣物洗护产品的前十大包装规格，2011-2013年

数据 20: 中国和海外市场中的衣物洗护产品大规格包装创新范例，2013-2014年

趋势应用

为越来越多参与衣服洗护的男士推出男士专用衣物洗护产品

让洗衣在快节奏的现代生活方式下更轻松高效

通过个性化解决方案投消费者所好

市场规模与预测

要点

市场

衣物洗护产品市场增长强劲

数据 21: 衣物洗护产品市场总销售额，中国，2009-2014年

人均消费增长空间巨大

数据 22: 衣物洗护产品消费大国及其居民年人均消费，2012年

迅猛增势将会延续

数据 23: 衣物洗护产品市场总销售额，中国，2009-2019年

预测方法

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

衣物洗护产品 - 中国 - 2014年8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

增长推动因素

浓缩环保型洗衣产品的发展

洗衣机持有率继续上涨

现代穿衣风格和独特洗衣习惯提升消费

以高端化取胜对抗激烈竞争

网络零售渠道促进批量购买

潜在障碍因素

超声波洗衣机威胁衣物洗护产品销售

市场细分

要点

数据 24: 衣物洗护产品市场细分 (按销售额区分), 2009-2014年

衣物洗涤产品主导市场

数据 25: 衣物洗涤产品市场总销售额, 中国, 2009-2019年

衣物护理剂/柔顺剂尚未成为家庭必需品

数据 26: 衣物护理剂/柔顺剂产品市场总销售额, 中国, 2009-2019年

衣物洗护辅助产品缓慢增长

数据 27: 衣物洗护辅助产品市场总销售额, 中国, 2009-2019年

市场份额

要点

品牌份额

数据 28: 领先企业在中国衣物洗护产品市场的销售额份额, 2009-2013年

谁在创新?

要点

衣物洗涤剂: 谁是成功者?

衣物洗涤产品加入“环保”阵营

数据 29: 中国新上市的衣物洗涤产品人气宣称——环保, 2010-2014年

数据 30: 中国和海外市场环保型衣物洗涤产品范例, 2012-2014年

植物草本宣称呈上升趋势

数据 31: 中国新上市的衣物洗涤产品人气宣称——植物/草本, 2010-2014年

数据 32: 中国市场添加植物草本成分的衣物洗涤产品范例, 2014年

除菌成分对抗微生物和污染

数据 33: 中国新上市的衣物洗涤产品人气宣称——除菌, 2009-2014年

数据 34: 中国市场除菌衣物洗涤产品范例, 2014年

衣物洗涤剂: 差距在哪里? 未来在何处?

“便利”和“高效”帮助消费者解决洗衣难题

数据 35: 中国新上市的衣物洗涤产品人气宣称——易用和省时/速效, 2010-2014年

数据 36: 过去3个月内使用衣物洗护产品时遇到的前三大问题, 2014年4月

数据 37: 中国市场强调便利和高效清洁的衣物洗涤产品范例, 2014年

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

衣物洗护产品 - 中国 - 2014年8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

“不含添加剂和防腐剂”迎合用户对天然成分的需求

数据 38: 中国新上市的衣物洗涤产品人气宣称——不含添加剂和防腐剂，2010-2014年

数据 39: 中国和海外市场中无添加剂和防腐剂衣物洗涤产品范例，2013-2014年

衣物柔顺剂/护理剂：谁是成功者？**经皮肤测试的衣物柔顺剂/护理剂具有更高的产品安全信誉**

数据 40: 中国新上市的衣物护理剂/柔顺剂人气宣称——经皮肤测试，2010-2014年

数据 41: 中国和海外市场中经皮肤测试的衣物护理剂/柔顺剂产品范例，2014年

衣物柔顺剂/护理剂：差距在哪里？未来在何处？**通过跨越美容和个人护理产品界限的气味和芳香疗法带来独特功效**

数据 42: 中国新上市的衣物护理剂/柔顺剂人气宣称——芳香疗法，2010-2014年

数据 43: 中国和海外市场中使用气味和芳香疗法的衣物护理剂/柔顺剂产品范例，2013-2014年

数据 44: 中国和海外市场中使用气味和芳香疗法的衣物护理剂/柔顺剂产品范例，2014年

衣物洗护辅助产品：差距在哪里？未来在何处？**通过更多产品种类提高使用体验**

数据 45: 中国和海外市场中的衣物洗护辅助产品范例，2014年

公司和品牌

纳爱斯集团

公司背景

品牌和产品概览

营销策略

企业社会责任

网络和社交媒体

广州立白企业集团有限公司

公司背景

品牌和产品概览

品牌和产品战略

营销策略

企业社会责任

网络和社交媒体

宝洁公司

公司背景

品牌和产品概览

营销策略

网络和社交媒体

联合利华公司

公司背景

品牌和产品概览

营销策略

网络和社交媒体

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

衣物洗护产品 - 中国 - 2014年8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

广州蓝月亮实业有限公司

公司背景

品牌和产品概览

营销策略

利洁时集团

公司背景

品牌和产品概览

营销策略

网络和社交媒体

消费者——现在谁在家洗衣

要点

女性仍是衣服洗护的主力，但男性也积极参与

数据 46: 洗衣分工 (按人口统计区分)，2014年4月

消费者——用各方法洗涤/处理衣物的频率

要点

机洗和手洗是在中国根深蒂固的洗衣方式

数据 47: 用各方法洗涤/处理衣物的频率，2014年4月

自然晾干是主要解决方案，但烘干机烘干频率也在上升

衣物熨烫率揭示出洗护辅助产品的市场潜力

女性比男性更爱用手洗衣服

数据 48: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——手洗频率 (按人口统计区分)，2014年4月

年龄更高和收入更高的家庭机洗衣服的比率更高

数据 49: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——用洗衣机洗的频率 (按人口统计区分)，2014年4月

30多岁和富裕家庭消费者更有可能依赖专业洗衣服务

数据 50: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——拿到干洗店去洗的频率 (按人口统计区分)，2014年4月

烘干机烘干衣物的频率因人口特征和区域不用而各异

数据 51: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——用烘干机烘干衣物的频率 (按人口统计区分)，2014年4月

年龄较大的女性、富裕家庭和高学历者熨烫衣服的频率更高

数据 52: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——熨烫衣物的频率 (按人口统计区分)，2014年4月

消费者——使用过的衣物洗护产品种类

要点

洗衣液超越洗衣粉和洗衣皂更受青睐

数据 53: 在过去3个月内使用过的衣物洗护产品种类，2014年4月

液体衣物护理剂/柔顺剂的使用率有待提高

衣物洗护辅助产品拥有进一步渗透的空间

消费者对衣物洗护产品的不同偏好

数据 54: 在过去3个月内使用过的衣物洗护产品种类——洗衣粉和洗衣皂 (按人口统计区分)，2014年4月

衣物护理剂/柔顺剂最受高收入和30-49岁消费者青睐

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

衣物洗护产品 - 中国 - 2014年8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 55: 在过去3个月内使用最普遍的衣物洗护产品种类——衣物护理剂/柔顺剂 (按人口统计区分), 2014年4月

衣物洗护辅助产品更吸引一线城市年龄较大、收入较多、学历较高的消费者

数据 56: 在过去3个月内使用过的衣物洗护产品种类——其他 (按人口统计区分), 2014年4月

消费者——使用衣物洗护产品时遇到的问题

要点

对强大去污功效的需求未能得到充分满足

数据 57: 过去3个月内使用衣物洗护产品时遇到的问题, 2014年4月

易清洗和低泡产品带来更多便利

织物问题为专业保色和除皱产品带来商机

消费者——衣物洗涤剂的购买考虑因素

要点

去污力度和便于漂洗最为重要

数据 58: 衣物洗涤剂的购买考虑因素, 2014年4月

情感因素影响产品选择

多重功效和专用产品均能迎合市场需求

年龄较大的消费者更看重去污力度和便于漂洗

数据 59: 最普遍的衣物洗涤剂购买考虑因素 (按人口统计区分), 2014年4月

年龄较大和家庭更富裕的消费者更偏爱含除菌成分的产品

数据 60: 最普遍的衣物洗涤剂购买考虑因素 (按人口统计区分), 2014年4月

“怡人香味”和“多效合一”迎合年轻消费者的需求

数据 61: 最普遍的衣物洗涤剂购买考虑因素 (按人口统计区分), 2014年4月

男性环保意识更强, 对身体异味更敏感

消费者——衣物护理剂/柔顺剂的购买考虑因素

要点

“良好感觉”是趋之若鹜的衣物护理剂/柔顺剂功效

数据 62: 衣物护理剂/柔顺剂的购买考虑因素, 2014年4月

“柔软”和“蓬松”对年龄较大的消费者、家庭消费者和上海居民最重要

数据 63: 衣物护理剂/柔顺剂的购买考虑因素, 2014年4月

消费者——对衣物洗护产品的总体态度

要点

“天然成分”、“全效/多功能”、“卓效功能”、“更好使用体验”带来高端化商机

数据 64: 对衣物洗护产品的总体态度, 2014年4月

专业特殊衣物洗涤产品占有市场一席之地

数据 65: 对衣物洗护产品的总体态度, 2014年4月

男女消费者的不同偏好

数据 66: 对衣物洗护产品的总体态度节选——同意 (按人口统计区分), 2014年4月

消费者——衣物洗护产品的购买及使用行为

要点

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

衣物洗护产品 - 中国 - 2014年8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

消费者分开清洗衣物，并会预处理某些衣物

数据 67: 衣物洗护产品的购买及使用行为，2014年4月

大包装趋势和促销带来的批量购买

烘干机有可能成为日后必需的家居电器

附录——现在谁在家洗衣服

数据 68: 洗衣分工，2014年4月

数据 69: 洗衣分工（按人口统计区分），2014年4月

数据 70: 用各方法洗涤/处理衣物的频率（按洗衣分工区分），2014年4月

数据 71: 在过去3个月内使用过的衣物洗护产品种类（按洗衣分工区分），2014年4月

数据 72: 衣物洗涤剂的购买考虑因素（按洗衣分工区分），2014年4月

数据 73: 衣物护理剂/柔顺剂的购买考虑因素（按洗衣分工区分），2014年4月

数据 74: 对衣物洗护产品的总体态度（按洗衣分工区分），2014年4月

数据 75: 衣物洗护产品的购买及使用行为（按洗衣分工区分），2014年4月

附录——用各方法洗涤/处理衣物的频率

数据 76: 用各方法洗涤/处理衣物的频率，2014年4月

数据 77: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——手洗频率（按人口统计区分），2014年4月

数据 78: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——手洗频率（按人口统计区分）（续），2014年4月

数据 79: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——用洗衣机洗的频率（按人口统计区分），2014年4月

数据 80: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——用洗衣机洗的频率（按人口统计区分）（续），2014年4月

数据 81: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——拿到干洗店去洗的频率（按人口统计区分），2014年4月

数据 82: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——拿到干洗店去洗的频率（按人口统计区分）（续），2014年4月

数据 83: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——用烘干机烘干衣物的频率（按人口统计区分），2014年4月

数据 84: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——用烘干机烘干衣物的频率（按人口统计区分）（续），2014年4月

数据 85: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——自然晾干衣物的频率（按人口统计区分），2014年4月

数据 86: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——自然晾干衣物的频率（按人口统计区分）（续），2014年4月

数据 87: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——熨烫衣物的频率（按人口统计区分），2014年4月

数据 88: 用各方法洗涤/处理衣物的频率——熨烫衣物的频率（按人口统计区分）（续），2014年4月

附录——在过去3个月内使用过的衣物洗护产品种类

数据 89: 在过去3个月内使用过的衣物洗护产品种类，2014年4月

数据 90: 在过去3个月内使用的衣物洗护产品种类（按人口统计区分），2014年4月

数据 91: 在过去3个月内使用的衣物洗护产品种类（按人口统计区分）（续），2014年4月

数据 92: 在过去3个月内使用的衣物洗护产品种类（按人口统计区分）（续），2014年4月

数据 93: 衣物洗护产品的购买及使用行为（按过去3个月内使用衣物洗护产品种类区分），2014年4月

数据 94: 衣物洗护产品的购买及使用行为（按过去3个月内使用衣物洗护产品种类区分），2014年4月

数据 95: 衣物洗护产品的购买及使用行为（按过去3个月内使用衣物洗护产品种类区分），2014年4月

附录——过去3个月内使用衣物洗护产品时遇到的问题

数据 96: 过去3个月内使用衣物洗护产品时遇到的问题，2014年4月

数据 97: 过去3个月内使用衣物洗护产品时遇到的问题——在洗涤过程中的问题（按人口统计区分），2014年4月

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

衣物洗护产品 - 中国 - 2014年8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 98: 过去3个月内使用衣物洗护产品时遇到的问题——最普遍的衣物问题 (按人口统计区分), 2014年4月

数据 99: 过去3个月内使用衣物洗护产品时遇到的问题——其他普遍的衣物问题 (按人口统计区分), 2014年4月

附录——衣物洗涤剂的购买考虑因素

数据 100: 衣物洗涤剂的购买考虑因素, 2014年4月

数据 101: 衣物洗涤剂购买考虑因素 (按人口统计区分), 2014年4月

数据 102: 衣物洗涤剂购买考虑因素 (按人口统计区分) (续), 2014年4月

数据 103: 衣物洗涤剂购买考虑因素 (按人口统计区分) (续), 2014年4月

附录——衣物护理剂/柔顺剂的购买考虑因素

数据 104: 衣物护理剂/柔顺剂的购买考虑因素, 2014年4月

数据 105: 衣物护理剂/柔顺剂购买考虑因素 (按人口统计区分), 2014年4月

数据 106: 衣物护理剂/柔顺剂购买考虑因素 (按人口统计区分) (续), 2014年4月

数据 107: 衣物护理剂/柔顺剂购买考虑因素 (按人口统计区分) (续), 2014年4月

附录——对衣物洗护产品的总体态度

数据 108: 对衣物洗护产品的总体态度, 2014年4月

数据 109: 对衣物洗护产品总体态度 (按人口统计区分), 2014年4月

数据 110: 对衣物洗护产品总体态度 (按人口统计区分) (续), 2014年4月

数据 111: 对衣物洗护产品总体态度 (按人口统计区分) (续), 2014年4月

附录——衣物洗护产品的购买及使用行为

数据 112: 衣物洗护产品的购买及使用行为, 2014年4月

数据 113: 衣物洗护产品购买及使用行为 (按人口统计区分), 2014年4月

数据 114: 衣物洗护产品购买及使用行为 (按人口统计区分) (续), 2014年4月

数据 115: 衣物洗护产品购买及使用行为 (按人口统计区分) (续), 2014年4月

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com