

防污染产品的营销 - 中国 - 2015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



“2015年2月，中国空气污染调查纪录片《穹顶之下》火遍全国，上线后短短时间内就吸引了上亿人次观看。该纪录片的超高人气可以被视为中国消费者对污染问题的高度关注和担忧。”

— 李浏铃，高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 消费者最担忧哪种污染/污染源？
- 消费者对防污染产品的态度如何？他们认为这些产品的防污染效果怎样？
- 消费者是否有兴趣购买防污染产品？最有可能率先购买防污染产品的消费者是谁？
- 消费者购买防污染产品时的考虑因素有哪些？
- 在推广防污染产品时，品牌和市场营销人员应采取何种营销战略？

中国消费者更愿意采取自我防护措施对抗污染。这揭示出防污染产品的巨大市场潜力，尤其是净化器和宣称具有防污功效的个人护理产品。

但是，防污染产品市场仍然处于初期萌芽阶段，制造商和营销商应该坚持不懈地努力推广其产品，如展示产品有效性、提供更多产品选择指引、证实产品性价比。

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

防污染产品的营销 - 中国 - 2015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

数据 1: 低/中/高家庭月收入群体的定义 (按城市线级区分)

研究方法

综述

消费者

水污染超过PM2.5成为人们最大顾虑

数据 2: 对于常见污染物的担忧程度, 2015年5月

消费者借助强健体质抵御污染

数据 3: 应对污染对健康的损害所采取的措施, 2015年5月

净化器和食疗被视为最有效的防污染措施

数据 4: 消费者心目中防污染产品的有效程度, 2015年5月

具有防污功效宣称的个人护理产品仍然相当小众

数据 5: 购买防污染产品的兴趣, 2015年5月

产品效果是首要考虑因素

数据 6: 购买防污染产品时的考虑因素, 2015年5月

有针对性的专业防污染产品具潜力

数据 7: 对防污染产品的态度, 2015年5月

认识英敏特城市精英人群

关键议题

营销防污染产品时应优先考虑的目标受众是谁?

消费者购买净化器时更看重性价比, 而非品牌和进口身份

具有防污功效宣称的个人护理品需要展示其抗污功效

便携式防污染产品仍是市场空白

我们的观点

议题与洞察

营销防污染产品时应优先考虑的目标受众是谁?

现状

启示

消费者购买净化器时更看重性价比, 而非品牌和进口身份

现状

启示

具有防污功效宣称的个人护理品需要展示其抗污功效

现状

启示

数据 8: 具有防污染功效宣称的个人护理产品 (按品类区分), 中国, 2010-2015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

防污染产品的营销 - 中国 - 2015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 9: 欧莱雅和施华蔻旗下具有防污染宣称的护发产品范例

数据 10: 海蓝之谜、资生堂、圣罗兰旗下具有防污染宣称的护肤产品范例

便携式防污染产品仍是市场空白

现状

启示

数据 11: 迪奥抗污防晒霜 (One Essential City Defense Toxin Shield Pollution & UV Advanced Protection SPF 50 PA++++) , 英国, 2015年7月

消费者——对于常见污染物的担忧程度

要点

水污染超过PM2.5成为人们最大顾虑

数据 12: 对于常见污染物的担忧程度, 2015年5月

消费者对汽车废气和甲醛的高度关注意味着车载空气净化器的商机

男性比女性更担忧水污染、PM2.5、粉尘和土壤污染

数据 13: 对于水污染和PM2.5的担忧程度——“非常担忧”(按性别区分), 2015年5月

北部城市消费者最关注空气污染

数据 14: 对于常见污染物的担忧程度——“非常担忧”(按区域区分), 2015年5月

消费者——应对污染对健康的损害所采取的措施

要点

消费者借助强健体质抵御污染

数据 15: 应对污染对健康的损害所采取的措施, 2015年5月

防污染产品要打造“自然”形象

数据 16: 应对污染对健康的损害所采取的措施——在周围放置绿色植物, 2015年5月

消费者青睐便携式户外防污染产品

数据 17: 应对污染对健康的损害所采取的措施(按对PM2.5的担忧程度区分), 2015年5月

在空气质量指数监测应用上推广防污染产品

数据 18: 应对污染对健康的损害所采取的措施差距(按对PM2.5的担忧程度区分), 2015年5月

对重金属、电磁辐射和土壤污染的担忧将促使有机食品的消费率

数据 19: 应对污染对健康的损害所采取的措施差距(按对污染的担忧程度区分), 2015年5月

消费者——心目中防污染产品的有效程度

要点

净化器和食疗被视为最有效的方式

数据 20: 消费者心目中防污染产品的有效程度, 2015年5月

对具有防污功效宣称的个人护理品信心不足

数据 21: 具有抗污染宣称的产品与无抗污染宣称的产品的功能性宣称对比, 中国, 2010-2015年

消费者观念随年龄而改变

数据 22: 消费者心目中防污染产品的有效程度——“非常有用”, 2015年5月

消费者——购买防污染产品的兴趣

要点

对具有防污染功效宣称的护肤/护发产品的兴趣高出实际购买率

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 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

防污染产品的营销 - 中国 - 2015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 23: 购买防污染产品的兴趣，2015年5月

污染检测仪器显市场潜力

数据 24: 购买防污染产品的兴趣——“没买过，但有兴趣购买”，2015年5月

通过免费试用推广超声波洗脸刷

数据 25: 消费者心目中超声波洗脸刷的有效程度（按其购买兴趣区分），2015年5月

消费者——购买防污染产品时的考虑因素

要点

产品效果比价格和品牌更重要

数据 26: 购买防污染产品时的考虑因素，2015年5月

女性更注重性价比和朋友推荐

数据 27: 购买防污染产品时的考虑因素（按性别区分），2015年5月

品牌对一线城市消费者更重要

数据 28: 购买防污染产品时的部分考虑因素，2015年5月

采取不同策略营销不同防污染产品

数据 29: 购买防污染产品时的前三大考虑因素（按购买水质净化器和空气净化器的兴趣区分），2015年5月

数据 30: 购买防污染产品时的前三大考虑因素（按购买具有抗污染宣称的个人护理用品的兴趣区分），2015年5月

消费者——对防污染产品的态度

要点

消费者期望抗污染产品制造商提供更多引导

数据 31: 对防污染产品的部分态度，2015年5月

抓住老弱消费市场

数据 32: 对防污染产品的部分态度，2015年5月

少数人认为国际品牌质量优于国产品牌

消费者如今会采取常规防护措施

数据 33: 对防污染产品的部分态度，2015年5月

消费者——认识英敏特城市精英人群

要点

为什么要定义“英敏特城市精英人群”？

他们是谁？

数据 34: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征（按性别、年龄和个人收入区分）

数据 35: 英敏特城市精英人群和其他人群的人口特征（按婚姻状况、城市级别和教育水平区分）

英敏特城市精英人群更关注污染，更有可能采取行动

数据 36: 对于常见污染物的担忧程度——“非常担忧”（按消费者分类区分），2015年5月

数据 37: 应对污染对健康的损害所采取的措施（按消费者分类区分），2015年5月

英敏特城市精英人群看重知名品牌

数据 38: 购买防污染产品时的考虑因素（按消费者分类区分），2015年5月

英敏特城市精英人群乐意买单，但对具有防污功效宣称的护肤护发产品要求更高

数据 39: 对防污染产品的部分态度（按消费者分类区分），2015年5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

防污染产品的营销 - 中国 - 2015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 40: 消费者心目中具有防污功效宣称的护肤护发产品的有效程度 (按消费者分类区分), 2015年5月

数据 41: 购买具有防污功效宣称的护肤护发产品的兴趣 (按消费者分类区分), 2015年5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