

## 家居清洁 - 中国 - 2015年3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



“除了高效家居清洁产品，品牌还可以提供专业清洁服务，从而在拥挤的市场中脱颖而出，并且培养消费者的家居清洁习惯和品牌忠诚度。”  
— 姜雨微，研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 哪些生活方式趋势会影响消费者的家居清洁习惯？
- 现代化的家居环境对家电持有率有何影响？
- 中国各地居民的家居清洁模式如何？
- 专业家居清洁服务市场何在？
- 消费者的年龄对家居清洁习惯有何影响？
- 如今中国消费者对家居清洁的态度如何？

如今，每天都在家烧菜做饭的消费者越来越少，因此，能同时清洁碗碟和厨房硬质表面的多效清洁剂会具有更大的市场空间。现代化的居住环境意味着众多消费者拥有各式各样的家用电器（如空调、咖啡机），而这些家电都需要清洁，或者实现更好的清洁效果（如洗碗机或扫地机器人）。总的来说，女性和年长消费者更有可能是家居清洁的主力；不过，英敏特研究发现，家务分工在年轻一代中更趋平等。

## 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@mintel.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

## 家居清洁 - 中国 - 2015年3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

研究方法

## 综述

市场推动因素

消费者

在家烹饪频率减少拉低对厨房清洁产品的需求

数据 1: 做饭烧菜的频率, 2014年12月

家用电器拥有率反映出当今的现代化生活方式

数据 2: 家用设备的拥有率, 2014年12月

多数成年人承担家居保洁主力

数据 3: 家庭清洁职责分配, 2014年12月

清洁地板的频率最高

数据 4: 各项家居清洁的频率, 2014年12月

最不喜欢的清洁工作是清洁吸油烟机

数据 5: 最不喜欢的清洁工作, 2014年12月

从无异味到香气宜人

数据 6: 不同清洁标准的重要性, 2014年12月

保持家居清洁是健康生活的象征

数据 7: 和家居清洁相关描述的同意率, 2014年12月

关键议题

家政服务将成为新的增长引擎

品牌需要帮助年轻人, 让家居清洁变得更容易

不同区域的消费者家居清洁方式和态度差异明显

无异味是必不可少的清洁标准

我们的观点

## 关键议题与洞察

家居清洁服务将成为新的增长引擎

现状

启示

品牌需要帮助年轻人, 让家居清洁变得更容易

现状

启示

不同区域的消费者家居清洁方式和态度差异明显

现状

启示

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 家居清洁 - 中国 - 2015年3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

无异味是必不可少的清洁标准

现状

启示

数据 8: 中国新上市的家庭硬质表面清洁护理产品 (按香型区分), 2014年

数据 9: 情绪调节型家庭护理产品范例, 美国和印尼, 2005和2008年

## 趋势应用

提高清洁效率的“智能”家电

让家居清洁带来美丽心情

改变家务分工的性别差异

数据 10: 男性产品范例, 美国, 2014年

## 市场推动因素

要点

家庭规模变小

数据 11: 中国家庭数和家庭平均规模, 2010-13年

数据 12: 中国商品房销售面积, 2010-13年

人口老龄化

数据 13: 中国各年龄段人口组成, 2010-13年

生活水平上升

数据 14: 中国城市人口年终比例, 2010-13年

数据 15: 中国城市居民在家用设施和物品上的人均年现金支出, 2010-13年

## 细分市场重要性

厨房清洁产品引领市场

数据 16: 中国家居清洁产品和洗洁精零售额, 2011-14年

更多家用硬质表面清洁产品新上市

## 消费者——厨房使用情况

要点

约四分之一的被访者不会每天做饭

数据 17: 做饭烧菜的频率, 2014年12月

男性和年轻人在家做饭次数少

数据 18: 做饭烧菜的频率 (按性别和年龄区分), 2014年12月

数据 19: 多用途清洁剂范例, 中国和印度, 2012和2013年

南方消费者更常在家做饭

数据 20: 做饭烧菜的频率 (按区域区分), 2014年12月

有孩子或老人的家庭更常在家做饭

数据 21: 做饭烧菜的频率 (按家中是否有小孩、小孩年龄、是否和老人同住区分), 2014年12月

数据 22: 婴儿奶瓶专用洗洁精产品范例, 中国, 2013和2015年

在家做饭频率对家居清洁影响巨大

数据 23: 各项家居清洁的频率 (按烧菜做饭的频率区分), 2014年12月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 家居清洁 - 中国 - 2015年3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——家用设备的拥有率

## 要点

## 现代生活方式

数据 24: 家用设备的拥有率, 2014年12月

## 消费者所处人生阶段影响家电持有情况

数据 25: 家用设备的拥有率 (按年龄、家中是否有小孩、小孩年龄、是否和老人同住区分), 2014年12月

## 不同地域家庭的家电拥有率各异

数据 26: 家用设备的拥有率 (按城市线级和区域区分), 2014年12月

## 工作环境影响消费者的生活方式

数据 27: 家用设备的拥有率 (按就职企业类型区分), 2014年12月

## 消费者——家庭清洁职责分配

## 要点

## 大部分受访者称自己负责家居清洁

数据 28: 家庭清洁职责分配, 2014年12月

## 女性仍是家务清洁的主力, 但清洁分工在年轻人中更平等

数据 29: 家庭清洁职责分配 (按性别和年龄区分), 2014年12月

## 高收入者做更多家居清洁

数据 30: 家庭清洁职责分配 (按年龄和个人月收入区分), 2014年12月

## 有孩子或老人的家庭可能寻求家居清洁帮助

数据 31: 家庭清洁职责分配 (按家中是否有小孩、小孩年龄、是否和老人同住区分), 2014年12月

## 消费者——各项家居清洁的频率

## 要点

## 频繁的地板清洁频率为新产品创新带来机遇

数据 32: 各项家居清洁的频率, 2014年12月

数据 33: 地板清洁湿巾新品, 中国, 2009和2014年

## 40多岁的消费者家居保洁的频率更高

数据 34: 各项家居清洁的频率——每周1次或更多 (按性别和年龄区分), 2014年12月

## 北方居民家居清洁频率更高

数据 35: 各项家居清洁的频率 (按区域区分), 2014年12月

## 消费者——最不喜欢的清洁工作

## 要点

## 清洁吸油烟机最让人头疼

数据 36: 最不喜欢的清洁工作, 2014年12月

数据 37: 国内油烟机清洁剂范例, 2014年

## 性别和年龄差异

数据 38: 最不喜欢的清洁工作 (按性别和年龄区分), 2014年12月

数据 39: 国内市场宣称使用便捷的马桶清洁剂范例, 2011-14年

## 区域差异

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 家居清洁 - 中国 - 2015年3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: 最不喜欢的清洁工作 (按区域区分), 2014年12月

吸油烟机/煤气灶清洁剂广告可以强调洁净自豪感

数据 41: 最不喜欢的清洁工作 (按“把家里打扫得干净整洁让我有一种成就感”的同意率区分), 2014年12月

抛光是专业服务的敲门砖

数据 42: 最不喜欢的清洁工作 (按“我愿意花钱请专业人员进行家居清洁”的同意率区分), 2014年12月

更多一次性煤气灶清洁用品的商机

数据 43: 最不喜欢的清洁工作 (按“我更喜欢用一次性的清洁用品”的同意率区分), 2014年12月

不喜欢清洁吸油烟机和抛光打蜡的消费者倾向购买进口产品

数据 44: 最不喜欢的清洁工作 (按“过去6个月中, 我买过进口的家居清洁用品”的同意率区分), 2014年12月

## 消费者——对清洁的定义

要点

从无异味到香气宜人

数据 45: 不同清洁标准的重要性, 2014年12月

女性对清洁高标准严要求

数据 46: 不同清洁标准的重要性 (按性别区分), 2014年12月

收入对人们的清洁定义影响甚微

数据 47: 不同清洁标准的重要性 (认为以下因素是重要的, 按个人月收入区分), 2014年10月

中国北方居民更重视气味

数据 48: 不同清洁标准的重要性 (按区域区分), 2014年10月

有老人的家庭对家居清洁的要求更高

数据 49: 不同清洁标准的重要性 (按是否与老人同住区分), 2014年12月

一次性和进口清洁产品用户的清洁标准往往更高

数据 50: 不同清洁标准的重要性 (按和家居清洁相关描述的同意率区分), 2014年12月

## 消费者——对家居清洁的态度

要点

保持家居清洁是健康生活的象征

数据 51: 和家居清洁相关生活方式描述的同意率, 2014年12月

更多女性认为把家里打扫干净自己义不容辞

数据 52: 和家居清洁相关生活方式描述的同意率 (按性别区分), 2014年12月

除菌成为家居清洁的必需

数据 53: 部分和家居清洁相关描述的同意率, 2014年12月

二、三线城市的消费者更不能容忍脏乱家居

数据 54: 部分和家居清洁相关描述的同意率 (按城市级别区分), 2014年12月

购买进口产品、使用专业服务和新类型产品的趋势

数据 55: 和家居清洁相关产品描述的同意率, 2014年12月

西部城市消费者更少打扫和清洁

数据 56: 和家居清洁相关描述的同意率 (按区域区分), 2014年12月

有孩子或老人的家庭对细菌更敏感

数据 57: 和家居清洁相关描述的同意率 (按是否与小孩和老人同住区分), 2014年12月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)

## 家居清洁 - 中国 - 2015年3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

**现在购买这篇报告**

网址: [store.mintel.com](http://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](mailto:reports@mintel.com)