

衣物洗护用品 - 中国 - 2016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



“为了推出具有诱人卖点的衣物洗护产品，公司需要了解中国消费者当前复杂和不同的洗衣习惯。”。

— 李宇静，高级研究分析师

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 衣物洗护产品如何讨好中国消费者的嗅觉
- 洗衣溶珠如何在中国走出困境
- 预处理产品的商机

由于市场成熟导致销量增长空间有限，中国衣物洗护产品市场增速在2015年继续下滑。但因公司可以鼓励消费者升级消费（如从洗衣液到洗衣溶珠）和尝试小众产品（如衣物香薰产品和洗衣过程中使用的预处理产品），市场仍有发展机会。

尽管不是每个人都会对洗衣服心生向往，但它仍是每个家庭日常生活中不可避免的事务。中国消费者有着不同的洗衣习惯，因此对于国际和国内公司，了解中国消费者对洗衣的态度和其行为至关重要。

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

中国
+86 (21) 6032 7300

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

衣物洗护用品 - 中国 - 2016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

概述

您所需要了解的

本报告所涵盖的产品/主题

数据1: 低/中/高家庭月收入群体的定义 (按城市线级区分)

数据2: 东、南、北和中西部地区消费群体的定义

综述

市场

数据3: 中国衣物洗护产品市场零售销售额预测的最好和最差情形, 2011-2021年

公司与品牌

数据4: 衣物洗护用品市场中领先公司的市场份额 (按零售销售额区分), 中国, 2014-2015年

消费者

更多男性在家洗衣服

数据5: 洗衣角色分配, 2016年3月

洗衣溶珠在中国市场举步维艰

数据6: 衣物洗涤产品使用情况, 2016年3月

复杂和不同的计量行为

数据7: 洗衣时是否计量洗涤剂用量和使用计量工具的交叉分析, 2016年3月

洗衣液被视为最佳产品

数据8: 产品特性, 2016年3月

同时关注线上和线下渠道

数据9: 衣物洗护产品的购买渠道, 2016年3月

省时取代价格成为促销消费者转向线上的最大动机

数据10: 线上购买原因, 2016年3月

我们的观点

议题与洞察

衣物洗护产品如何讨好中国消费者的嗅觉

现状

启示

数据11: 宣称防止/消除汗味的衣物洗护产品范例

数据12: 中老年衣物洗护产品范例

数据13: 宣称去除室内晾干衣物异味的产品范例

数据14: 中国衣物洗护用品市场新产品香型组成, 2013-2016年

数据15: 衣物香薰产品范例

数据16: 双重香氛衣物洗护产品范例

数据17: 具有香薰功效的衣物洗护产品范例

洗衣溶珠如何在中国走出困境

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

衣物洗护用品 - 中国 - 2016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

现状

启示

数据18: 中国市场洗衣溶珠新品大小规格, 2014-2016年

预处理产品的商机

现状

启示

数据19: 清洗过程中使用的预处理产品

市场——您所需要了解的

增速放缓

高端衣物洗护产品需要证明其物有所值

衣物护理剂/柔顺剂市场增长最强劲

市场规模与预测

成熟市场增速放缓

数据20: 中国衣物洗护产品零售市场规模, 2011-2016年

高端化和多用途产品是未来增长动力

数据21: 中国衣物洗护产品市场零售销售额预测的最好和最差情形, 2011-2021年

市场增长动力和挑战

儿童和婴幼儿专用产品拉高售价

数据22: 强调“适用于婴幼儿和儿童衣物”的衣物洗护产品比例, 2013-2016年

衣物洗护产品蓄势待发

精致面料专用洗涤产品的商机

高端产品面临挑战

原料价格波动不定

数据23: 石油平均价格, 2013-2016年

消费者对浓缩洗涤产品接受度低

市场细分

衣物洗涤产品低增速成为新常态

数据24: 衣物洗涤产品零售市场销售额(按细分市场区分), 2011-2016年

数据25: 中国衣物洗护产品零售市场销售额(按细分市场区分), 2011-2016年

数据26: 中国衣物洗涤产品市场零售销售额预测的最好和最差情形, 2011-2021年

衣物护理剂/柔顺剂市场增长强劲

数据27: 中国衣物护理剂/柔顺剂市场零售销售额预测的最好和最差情形, 2011-2021年

衣物洗护辅助产品稳步增长

数据28: 中国衣物洗护辅助产品市场零售销售额预测的最好和最差情形, 2011-2021年

重点企业——您所需要了解的

市场进一步整合

公司布局在线零售

创新亮点

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

衣物洗护用品 - 中国 - 2016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

市场份额

中小企业的生存空间再受挤压

数据29: 衣物洗护用品市场中领先公司的市场份额 (按零售销售额区分), 中国, 2013-2015年

蓝月亮市场份额缩水

花王和家化的合作即将在2016年后结束

竞争策略

“户外”是新的细分市场

数据30: 好爸爸户外洗衣产品

品牌借力电子商务推动销售

上海迪士尼度假区与立白签署战略联盟协议

区域企业正在寻求突破的机会

洛娃在低线城市和农村市场获利

回到传统香型

数据31: 扇牌檀香皂液

AXE强调高级功能

数据32: AXE斧头牌衣物洗护产品

谁在创新?

中国市场中的创新趋势

产品线拓展稳扎稳打

数据33: 衣物洗护产品新品比例 (按上市类型区分), 中国, 2013-2016年

手用洗涤剂新品研发蓬勃

数据34: 衣物洗护产品新品比例 (按子品类区分), 中国, 2013-2016年

<para>消费者——您所需要了解的</para>

<para>洗衣角色分配</para>

<para>衣物洗护产品使用情况</para>

<para>洗衣行为</para>

<para>产品特性</para>

<para>购买渠道</para>

<para>线上购买原因</para>

<para>认识英敏特城市精英人群</para>

<para>附录：市场规模与预测</para>

附录：市场细分

数据67: 中国衣物洗护产品市场 (按细分市场区分), 2011-2021年

附录：研究方法和定义

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@intel.com

衣物洗护用品 - 中国 - 2016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

研究方法

扇形图预测

缩写

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com