

衣物洗护用品 - 中国 - 2018年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



" 浓缩洗衣液在中国有潜力实现更高渗透率，但需要更加强消费者教育。该市场已经趋于成熟，因此机会来自迎合小众需求（如婴儿专用衣物洗护产品）。有利于皮肤的产品宣称将是提高消费者信赖、带动销售额的有效方法。 "

— 周文棋，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 浓缩洗衣液需加强消费者教育
- 产品细分带来更多机会
- 品牌如何证明"安全性"？

2018年衣物洗护用品市场维持稳定增长，英敏特预估该市场在2018-2023年间的销售额年均复合增长率将达到3.6%。具有潜力的浓缩型衣物洗涤产品及其他专用产品创新正推动市场增长。

比起从前，消费者使用了更多种类的洗衣产品，这表示他们的洗衣流程变得更讲究，此外他们尤其对洗衣凝珠和特殊织物专用护理剂更感兴趣。消费者使用浓缩洗衣液因为它的洗涤效果更好，但该产品尚缺乏消费者培育。与皮肤科相关的安全认证能证明产品的安全性，这对巩固消费者对产品的信任感至关重要。

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@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

衣物洗护用品 - 中国 - 2018年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

报告定义

不包括

人群细分定义 (按家庭月收入区分)

综述

市场

数据1: 中国衣物洗护用品市场总销售额预测 (最好和最差情形), 2013-2023年

公司与品牌

数据2: 衣物洗护用品市场领先企业的市场份额, 中国, 2016-2017年

消费者

2017年产品使用略微增加

数据3: 过去6个月的产品使用情况, 2017年对比2018年

效果最为重要

数据4: 浓缩洗衣液使用原因, 2018年4月

年轻消费者缺乏产品教育

数据5: 浓缩洗衣液使用壁垒, 2018年4月

安全性吸引女性胜过男性

数据6: 关注的重点 (按性别区分), 2018年4月

保护肌肤是最被认可的产品安全力证

数据7: 安全产品特性, 2018年4月

家长愿意为呵护宝宝肌肤支付更多

数据8: 婴儿衣物洗护用品溢价因素, 2018年4月

我们的观点

议题与洞察

浓缩洗衣液需加强消费者教育

现状

启示

数据9: 蓝月亮“浓缩+”配方教育, 中国

产品细分带来更多机会

现状

启示

数据10: 汰渍纯粹无添加&敏感洗衣液, 美国, 2017年

品牌如何证明“安全性”?

现状

启示

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 - 2018年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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11: 宜可诚的安全性品牌支持

数据12: 联合利华牛油果洗衣露

数据13: Bioecofamily安全性证明

市场——您所需要了解的

中国市场持续稳步增长

创新及高端产品带动市场增长

市场规模及预测

继续缓慢稳步增长

数据14: 中国衣物洗护用品市场总销售额预测（最好和最差情形），2013-2023年

创新推动未来增长

市场增长动力

浓缩洗衣液的技术创新

更标准化的市场规范

与洗衣机携手共创

数据15: 专为小天鹅洗衣机设计的立白衣物洗护用品，中国，2017年

数据16: 伊莱克斯为洗衣凝珠设计的洗衣机

高端品牌首次亮相培育中国消费者

市场细分

衣物洗涤产品

数据17: 超能浓缩

数据18: 中国衣物洗涤产品市场总销售额预测（最好和最差情形），2013-2023年

衣物护理剂/柔顺剂

数据19: 中国衣物护理剂/柔顺剂总销售额预测（最好和最差情形），2013-2023年

衣物洗护辅助产品

数据20: 中国衣物洗护辅助产品市场总销售额预测（最好和最差情形），2013-2023年

重点企业——您所需要了解的

立白及纳爱斯继续领跑市场

小众需求带来商机

市场份额

领导品牌进一步巩固领先地位

数据21: 衣物洗护用品市场领先企业的市场份额，中国，2016-2017年

蓝月亮下滑趋势减缓

新兴品牌展现强劲竞争力

竞争策略

发展小众细分

反应更快速

打造道德品牌形象

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 - 2018年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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22: 查理洗涤可生物降解洗衣粉，美国，2018年

强化产品系列组合

数据23: 碧浪3色洗衣凝珠，中国

数据24: 威露士护衣素，中国

谁在创新？

”植物/草本”及”不含添加剂/防腐剂”宣称增多

数据25: 中国新发布衣物洗护用品前几大宣称，2016-2017年

创新超浓缩配方

数据26: 超浓缩衣物洗护用品新品，中国，2018年

打造更多使用场合

数据27: 宣称针对不同使用场合的洗衣液新品，英国，2018年

数据28: 运动装衣物洗护产品新品，美国及斯洛伐克，2017年

照顾敏感肌肤

数据29: 适用于敏感皮肤的衣物洗涤产品新品，美国，2017年

将产品与情感共鸣结合

数据30: 具有情感共鸣的衣物洗护用品新品，韩国及埃及，2017年

自然香味

数据31: 具有自然宣称的衣物洗护用品新品，韩国，2018年

消费者——您所需要了解的

洗衣凝珠和特殊织物洗涤产品有潜力

年轻消费者更容易受网络热议影响

不了解浓缩洗衣液为使用壁垒

安全性比效果更重要

亲肤可证明产品安全性

婴儿的皮肤最重要

产品使用情况

洗衣凝珠获得更多人喜爱

数据32: 过去6个月的产品使用情况，2017年对比2018年

数据33: 宝洁勿食洗衣凝珠宣传片

小众产品有发展潜力

数据34: 过去6个月的产品使用情况，2018年4月

富裕家庭更在乎织物护理

数据35: 过去6个月的产品使用情况（按家庭月收入水平区分），2018年4月

浓缩洗衣液使用原因

效果最重要

数据36: 浓缩洗衣液使用原因，2018年4月

卓越的产品特性更吸引富裕家庭

数据37: 浓缩洗衣液使用原因（按家庭月收入区分），2018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 | 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 - 2018年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

年轻消费者受好奇心和网上热议驱使

数据38: 浓缩洗衣液使用原因 (按性别及年龄区分), 2018年4月

30-39岁男性的原因更实际

数据39: 浓缩洗衣液使用原因 (按性别及年龄区分), 2018年4月

浓缩洗衣液使用壁垒

消费者仍需要市场教育

数据40: 狮王聚乙二醇醚脂肪酸甲酯天然成分

数据41: 浓缩洗衣液使用壁垒, 2018年4月

数据42: 超能使用方法及用量教育, 中国

年轻消费者比年长消费者更不了解浓缩洗衣液

数据43: 浓缩洗衣液使用壁垒 (按年龄区分), 2018年4月

一线城市消费者更难说服

数据44: 浓缩洗衣液使用壁垒 (按城市线级区分), 2018年4月

高家庭收入消费者情况相同

数据45: 浓缩洗衣液使用壁垒 (按家庭月收入区分), 2018年4月

对衣物洗护产品的态度

大多数消费者洗衣时会区分不同的织物

数据46: 洗衣习惯——分开洗不同面料, 2018年4月

国产品牌需持续建立消费者信心

数据47: 品牌偏好, 2018年4月

数据48: 立白洗衣凝珠营销, 中国

数据49: 浪奇洗衣凝珠纽约时装周营销

道德定位

数据50: 对待“环保”的态度, 2018年4月

数据51: Ecover非生物洗衣液

新产品配方比起新香味更吸引人

数据52: 对待创新的态度, 2018年4月

衣物护理剂需要更多创新

数据53: 对待衣物护理剂的态度, 2018年4月

数据54: Ypê Alquimia混合衣物柔顺剂, 巴西

年轻女性不认为浓缩洗衣液更安全

数据55: 对待浓缩洗衣液的态度 (按性别及年龄区分), 2018年4月

男性更关注效果, 而女性更看重安全性

数据56: 关注的重点 (按性别区分), 2018年4月

富裕家庭期待更多创新产品

数据57: 对待产品创新的态度 (按家庭月收入水平区分), 2018年4月

年轻女性更相信成分表清楚详细的产品

数据58: 对待信任的产品的态度 (按性别及年龄区分), 2018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 | 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 - 2018年7月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

安全产品特性

安全与皮肤状况最有关

数据59: 安全产品特性, 2018年4月

数据60: 雕牌以“适用于婴幼儿衣物”瞄准成年人

女性更看重成分

数据61: 安全产品特性 (按性别和年龄区分), 2018年4月

酵素具有证明安全性的潜力

数据62: 安全产品特性对比温和产品特性, 2018年对比2017年

数据63: 奥妙新推出的酵素洗衣凝珠, 中国, 2018年

婴儿衣物洗护用品溢价因素

对皮肤无刺激为家长愿意支付更多的一项因素

数据64: 婴儿衣物洗护用品溢价因素, 2018年4月

有专业机构认证特别能吸引富裕家庭

数据65: 婴儿衣物洗护用品溢价因素 (感兴趣并愿意付更多的钱) (按家庭月收入区分), 2018年4月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群更关怀环境

数据66: 浓缩洗衣液使用原因 (按消费者分类区分), 2018年4月

英敏特城市精英人群对浓缩洗衣液更担心

数据67: 浓缩洗衣液使用壁垒 (按消费者分类区分), 2018年4月

但仍相信浓缩洗衣液适用于敏感皮肤

数据68: 对待浓缩洗衣液的态度 (按消费者分类区分), 2018年4月

英敏特城市精英人群更相信进口品牌

数据69: 品牌偏好 (按消费者分类区分), 2018年4月

附录——市场规模与预测

数据70: 中国衣物洗护用品市场总销售额, 2013-2023年

附录——市场细分

数据71: 中国衣物洗涤产品市场总销售额, 2013-2023年

数据72: 中国衣物护理剂/柔顺剂市场总销售额, 2013-2023年

数据73: 中国衣物洗护辅助产品市场总销售额, 2013-2023年

附录——研究方法

研究方法

扇形图预测

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