

洗手洗浴用品 - 中国 - 2019年12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



“沐浴和泡澡在现代消费者日常生活中的分量日益加重。沐浴或泡澡的目的不再仅仅是清洁，而是会凭借有护肤功效的泡澡/沐浴产品成为消费者护肤流程的一部分，并且搭乘芳香疗法之势，成为一种放松和提升整体健康的方式。”

— 李玉梅，高级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 香皂能否重振其竞争优势？
- 何为香氛沐浴产品的下一步棋？
- 高人气自动起泡洗手液将如何影响液体香皂/洗手液品类？

近年来，中国洗手洗浴产品市场保持缓慢但稳定的增长，作为一个日趋成熟的日用品品类，该增长趋势有可能在今后成为常态。该市场的增长主要由沐浴露和洗手液推动。沐浴露得益于含天然成分和具有额外功效的新品上市，洗手液则有望提升渗透率和使用率，尤其是在较低线城市。

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

洗手洗浴用品 - 中国 - 2019年12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

综述

市场

数据1: 洗手洗浴产品市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2014-2024年

公司与品牌

数据2: 洗手洗浴产品领先制造商，中国，2017-2018年

消费者

沐浴露虽是主要清洁卫生用品，但香皂保持高渗透率

数据3: 过去6个月内用过的洗手洗浴产品，2019年9月

购买沐浴露的主流价格区间为31-50元

数据4: 在洗手洗浴产品上的花费，2019年9月

功效在该品类是最重要因素

数据5: 洗手洗浴产品的购买因素，2019年9月

消费者对成分买账，但仍需进一步消费者培育

数据6: 对洗手洗浴产品成分的态度，2019年9月

消费者对额外功效态度开放，清洁与滋润是必要功效

数据7: 过去6个月内用过的洗手洗浴产品的功效，2019年9月

花香味仍最受欢迎

数据8: 对洗手洗浴产品香味的偏好，2019年9月

我们的观点

议题与洞察

香皂能否重振其竞争优势？

现状

启示

数据9: 有除螨功效的香皂上市新品，中国，2019年

数据10: 舒肤佳天然排浊系列香皂示例，中国，2019年

数据11: 岚舒Whoosh青柠特饮沐浴啫喱，中国，2019年

何为香氛沐浴产品的下一步棋？

现状

启示

数据12: 道遥沐浴露示例，中国，2019年

高人气自动起泡洗手液将如何影响液体香皂/洗手液品类？

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@mintel.com

洗手洗浴用品 - 中国 - 2019年12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13: 卫宝自动起泡洗手液，中国，2019年

数据14: 小米米家x多芬男士自动泡沫洁面机，中国，2019年

市场——您所需要了解的

保持缓慢平稳增长

商机存在于较低线城市与高端化之中

市场规模与预测

缓慢但平稳的增长预计将持续

数据15: 洗手洗浴产品的市场总额，中国，2015-2019年（预估）

数据16: 洗手洗浴产品市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2014-2024年

市场增长动力

较低线城市将在未来几年为增长作贡献

越来越注重健康的消费者寻求天然产品

护肤功效提振该品类

市场细分

该市场的增长主要由沐浴露与洗手液推动.....

数据17: 洗手洗浴产品的市场总额（按细分区分），中国，2017-2019年（预估）

数据18: 沐浴露市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2014-2024年

数据19: 液体香皂/洗手液市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2014-2024年

数据20: 泡澡产品市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2014-2024年

.....沐浴露与洗手液弥补了香皂带来的持续损失

数据21: 香皂市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2014-2024年

重点企业——您所需要了解的

小品牌正蚕食宝洁与联合利华的市场份额

香味是新品研发的焦点；泡沫型产品是流行趋势

市场份额

宝洁仍为主导者，尤其在香皂产品中

数据22: 洗手洗浴产品领先制造商，中国，2017-2018年

数据23: 玉兰油B3+沐浴露上市新品，中国，2019年

联合利华凭借力士在沐浴细分的强势表现奋起直追

数据24: 花漾地球沐浴露示例，中国，2019年

多数大品牌保住了市场份额

数据25: 六神滋润沐浴露示例，中国，2018年

数据26: 妮维雅x米一龙沐浴慕斯礼盒套装，中国，2018年

数据27: 滴露x《汪汪队立大功》泡沫洗手液，中国，2019年

小品牌凭借线上渠道获份额

数据28: 新兴品牌的洗手洗浴产品示例，中国，2018-2019年

竞争策略

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

洗手洗浴用品 - 中国 - 2019年12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

沐浴细分以香味为中心

数据29: 力士植萃香皂与沐浴露示例，中国，2018年

领先品牌在男性专用产品上持续加码

数据30: 清扬男士沐浴露示例，中国，2019年

数据31: 乔治卡罗尔男士洗发水、沐浴露和洗衣液套装示例，中国，2019年

创新的跨界产品获得增势

数据32: 力士与哩头的跨界产品示例，中国，2019年

线上品牌保持创新，打造吸睛产品

数据33: 触肌 (ttouchme) 沐浴露示例，中国，2019年

数据34: 三谷沐浴露示例，中国，2019年

为泡澡时光增添趣味

数据35: Rever白日梦转转浴爆与消费者在小红书上的发帖，中国，2019年

谁在创新？

沐浴露的新品研发更丰富

数据36: 洗手洗浴品类的上市新品（按子品类区分），中国，2016-2019年

真正创新在近两年处于低谷

数据37: 洗手洗浴品类的上市新品（按上市类型区分），中国，2016-2019年

泡沫型产品正流行

数据38: 洗手洗浴品类的上市新品（按质地和触感区分），中国，2016-2019年

数据39: 沐浴慕斯上市新品，中国，2018和2019年

多种护肤宣称呈上行之势

数据40: 洗手洗浴品类的主要宣称，中国，2016-2019年

创新亮点

助眠与其他健康功效

数据41: 有助眠功效的泡澡与沐浴产品示例，英国，2019年

数据42: Oillogic缓解鼻塞和咳嗽沐浴蒸汽精油 (Oillogic Essential Oil Care Stuffy Nose & Cough Vapor Bath)，美国，2018年

数据43: 2 NOTE果醋汤力水浴精 (2 Note Vinegar Tonic Soak)，美国，2018年

流行护肤成分

数据44: 含有护肤成分的沐浴产品示例，韩国与美国，2018和2019年

触摸释放型香氛胶囊封装技术

数据45: Fiama Scents香氛沐浴露 (Fiama Scents body wash) 示例，印度，2019年

数据46: 立白香维娅洗衣液示例，中国，2019年

专为青少年/年轻男孩设计

数据47: Prep U产品示例，美国，2019年

消费者——您所需要了解的

沐浴露是首选

大多数消费者花31-50元购买沐浴露

功效是该品类的首要购买因素

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

洗手洗浴用品 - 中国 - 2019年12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

近九成消费者愿意为成分支付溢价

滋润几乎与清洁同等重要

花香味仍然最受欢迎

产品使用情况

沐浴露虽是产品使用的主流，但香皂的渗透率也颇高

数据48: 过去6个月内用过的洗手洗浴产品，2019年9月

香皂使用者更有可能使用洗手液

数据49: 过去6个月内用过的洗手洗浴产品（按香皂的使用率区分），2019年9月

男性是香皂高频使用者，不论年龄

数据50: 过去6个月内用过的洗手洗浴产品（按性别区分），2019年9月

数据51: 过去6个月中香皂的使用情况（按性别和年龄区分），2019年9月

女性青睐沐浴慕斯，尤其是年轻女性

数据52: 过去6个月中沐浴慕斯的使用情况（按性别和年龄区分），2019年9月

洗手液被广泛接受，不论收入水平；但沐浴慕斯仍是高端选择

数据53: 过去6个月内用过的洗手洗浴产品（按个人月收入区分），2019年9月

较低线城市在液体香皂/洗手液与泡澡细分中仍滞后

数据54: 过去6个月内用过的洗手洗浴产品（按城市线级区分），2019年9月

价格区间

泡澡/沐浴产品的主流价格区间为31-50元

数据55: 在洗手洗浴产品上的花费，2019年9月

购买因素

功效毋庸置疑是首要因素

数据56: 洗手洗浴产品的购买因素，2019年9月

30-39岁消费者认为成分比品牌重要；较年轻消费者最重视香味

数据57: 洗手洗浴产品的购买因素（按年龄区分），2019年9月

男性更重视品牌与价格

数据58: 洗手洗浴产品的购买因素（按性别区分），2019年9月

成分的重要性

大多数消费者在意成分，但也颇具批判性

数据59: 对洗手洗浴产品成分的态度，2019年9月

30多岁的消费者是成分故事的核心观众

数据60: 对洗手洗浴产品成分的态度——同意（按年龄区分），2019年9月

消费者的收入水平影响其对成分的态度

数据61: 对洗手洗浴产品成分的态度——同意（按个人月收入区分），2019年9月

产品功效

清洁功效必不可少，但消费者也寻求添加功效

数据62: 过去6个月内用过的洗手洗浴产品的功效，2019年9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

洗手洗浴用品 - 中国 - 2019年12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63: 哩头与舒肤佳的祛痘沐浴露示例，中国，2019年

数据64: 过去6个月内用过的洗手洗浴产品功效——TURF分析，2019年9月

女性对护肤功效感兴趣

数据65: 过去6个月内用过的洗手洗浴产品功效（按性别区分），2019年9月

侧重点因年龄而异

数据66: 过去6个月内用过的洗手洗浴产品功效（按代际区分），2019年9月

香味偏好

消费者寻求经典香味.....

数据67: 对洗手洗浴产品香味的偏好，2019年9月

数据68: 对洗手洗浴产品香味的偏好——TURF分析，2019年9月

.....但与产品提供的香味之间仍存在差异

数据69: 洗手洗浴品类中上市新品的首选香味，中国，2018-2019年

数据70: 绿叶香味的洗手洗浴上市新品，中国，2019年

柑橘香味大受男女年轻消费者追捧

数据71: 对洗手洗浴产品香味的偏好（按代际区分），2019年9月

数据72: 对洗手洗浴产品香味的偏好——柑橘香味（按年龄和性别区分），2019年9月

认识英敏特城市精英人群

半数英敏特城市精英人群尝试过沐浴慕斯

数据73: 过去6个月内用过的洗手洗浴产品（按消费者分类区分），2019年9月

英敏特城市精英人群更关注功效与成分

数据74: 洗手洗浴产品的购买因素（按消费者分类区分），2019年9月

英敏特城市精英人群愿意尝试各种添加功效

数据75: 过去6个月内用过的洗手洗浴产品功效（按消费者分类区分），2019年9月

附录——市场规模与预测

数据76: 洗手洗浴产品的市场总额，中国，2014-2024年（预测）

附录——市场细分

数据77: 沐浴露的市场总额，中国，2014-2024年（预测）

数据78: 香皂的市场总额，中国，2014-2024年（预估）

数据79: 洗手液体香皂/洗手液的市场总额，中国，2014-2024年（预估）

数据80: 泡澡产品的市场总额，中国，2014-2024年（预估）

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

扇形图预测

进阶分析——TURF

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