

中国洗衣液行业发展趋势分析与投资前景预测报告 (2025-2032年)

报告大纲

观研报告网
www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国洗衣液行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202508/760773.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、中国洗衣用品行业发展历程：从天然材料到合成洗涤剂的过渡的转变

中国洗衣用品发展历程悠久，经历了从传统天然洗涤到现代合成洗涤，从单一产品到多元化产品的转变。

1、古代至民国时期

南北朝时期，古人用皂荚等植物制造出“澡豆”，后经技术改良生产出“肥皂团”“胰子”等洗涤用品。民国时期，西方制皂工业进入中国，促进了中国洗涤用品工业发展，但受西方企业技术压制和战乱影响，发展缓慢。

2、20世纪50-70年代：起步阶段

此阶段肥皂是主要洗涤用品，生产工艺落后，规模小。1957年，我国开始研制合成洗涤剂（洗衣粉）。1959年，在上海永星化工厂建成了年产5000吨的洗衣粉生产装置，成功生产出我国第一袋工农牌合成洗衣粉，结束了我国无合成洗涤剂生产的历史。不过，这一时期合成洗涤剂产量低、品种单一。

3、20世纪80-90年代：初步发展阶段

改革开放带来机遇，技术设备引进增多，洗衣粉产量和质量提升，品种也日益多样化。1980年，洗衣液出现，分为结构性和非结构型两大类。1985年，合成洗涤用品的销量超过肥皂销量。90年代，以英国利华、德国汉高、美国宝洁、日本花王为代表的世界合成洗涤剂巨头纷纷进入中国市场，合资企业迅速崛起，外资品牌占据国内大量市场份额，本土品牌受到巨大冲击。

4、21世纪初-2010年左右：快速扩张阶段

洗衣用品市场竞争激烈，企业通过并购重组扩大规模，产品数量、质量和功能均显著提升，新型洗涤剂不断涌现，如洗衣凝珠等产品开始出现。同时，环保意识增强，环保型洗涤剂开始受到关注。

5、2010年至今：转型与升级阶段

消费者环保意识进一步增强，政策也更加严格，促使企业研发绿色、可持续产品，无磷洗涤剂和天然植物提取物制成的洗涤剂更受青睐。生物技术、纳米技术等被用于洗涤剂研发生产，提高了去污效率，满足了健康安全需求。电商兴起使销售渠道发生重大变革，线上销售成为重要途径，推动企业调整营销策略。高端洗涤剂产品市场份额逐年提升，产品结构不断优化，针对不同肤质、不同衣物材质设计的洗涤剂产品不断涌现。

资料来源：观研天下数据中心整理

二、中国洗衣用品行业发展现状：行业进入成熟期，市场需求增速放缓，竞争格局稳定

洗衣用品作为生活必需品，消费者对其需求长期存在且相对稳定。目前消费者对洗衣用品的需求已从单纯的去污功能，延伸到环保、健康、便捷等多个维度，需求更加多元化和个性化

，但整体需求规模不会出现爆发式增长，市场需求格局较为稳定。
技术上，经过多年发展，中国洗衣用品行业生产技术进步飞快，在产品研发、设备装备水平上有显著提高，相关技术已相对成熟，虽仍有创新，但多是在现有技术基础上的改进和优化，而非革命性的技术变革。

中国洗衣用品行业市场规模虽仍在增长，但增速已明显放缓。2024年洗衣用品行业市场规模达到748亿元，同比 2023年降低0.3%，同比 2019年增长4.62%，这表明行业已度过快速扩张期，市场逐渐趋于饱和，符合成熟阶段的特征。

资料来源：观研天下数据中心整理

从竞争格局来看，近年来我国洗衣用品行业格局偏稳定，排名前五的品牌近5年稳定为立白、蓝月亮、雕牌、奥妙及汰渍，同时洗衣用品行业市场CR5近年来均保持在50%以上，2024年达到52%，市场格局基本稳定。

资料来源：观研天下数据中心整理

产品结构上，随着消费升级和人均收入水平的提升，中国消费者倾向于选择更便利和舒适的产品，因此出现了从洗衣粉转向洗衣液的趋势。虽然洗衣液单价比洗衣粉单价高40%左右，但是随着洗衣用品市场逐步饱和，洗衣液企业之间竞争逐渐激烈，部分企业进行价格战，压低洗衣液产品价格，因此我国洗衣液价格近年来有所下降或保持不变，头部企业洗衣液产品价格保持在5元/斤上下。

中国主要品牌洗衣液产品单价（截止2025年6月）

品牌	产品	单价（元/斤）
立白	天然茶籽洗衣液	5.0
蓝月亮	薰衣草洗衣液	7.0
雕牌	薰衣草洗衣液	4.3
奥妙	除菌除螨洗衣液	5.0
汰渍	基础款洗衣液	6.0

资料来源：天猫平台，观研天下数据中心整理

三、绽家异军突起，差异化竞争策略效果明显

绽家品牌创立于2017年，定位新西兰高端自然植萃品牌，于2019年被若羽臣收购、2020年末正式引入中国市场，由子公司“摩亚方舟贸易有限公司”为主体进行运营。进入中国市场以来，绽家乘借“嗅觉经济”以及家清市场高端化、细分化风口，差异化定位高端香氛家清，实现了品牌势能的快速提升：2024年单品牌实现营收4.8亿元，3年复合增速达87%，2025年618大促期间登录天猫家清榜第17名。

资料来源：观研天下数据中心整理

绽家品牌的成功不是偶然，主要得益于其差异化竞争策略的成功。绽家的差异化竞争策略主要有以下方面：价格差异化、客户差异化、核心竞争力差异化。

1、价格差异化

上文提到，我国洗衣液行业平均价格在5元/斤左右，但绽家的主要洗衣液产品价格均在25元

/斤，主打高端洗衣液系列，在产品包装上更显高端、香型上更加丰富，使得绽家的洗衣液产品在普通洗衣液市场产品中脱颖而出。

绽家主要洗衣液产品及定价	品牌	产品	单价（元/斤）
四季繁花洗衣液		四季繁花洗衣液	25.0
奥黛丽赫本联名洗衣液		四季繁花洗衣液	24.8

资料来源：天猫平台，观研天下数据中心整理

2、客户差异化

绽家的第二个差异化为客户差异化，从客群维度来看，以抖音平台为例，绽家客群以18-24岁资深中产、新锐白领为主，与传统洗衣液品牌形成显著差异。

资料来源：观研天下数据中心整理

中国主要洗衣液品牌客户群体分布	品牌	客户群体
绽家	中产、年轻白领、精致妈妈	蓝月亮
中老年、普通职工	立白	小镇青年、都市蓝领

资料来源：观研天下数据中心整理

3、核心竞争力差异化

绽家围绕“调香、留香”进行产品设计，品牌邀请资深调香师共创产品调香，核心单品香氛洗衣液共计15种香型，相较同业竞品可选香型更加丰富，同时在命名及香调上更具差异化及高级感。以此为基础，绽家依托“动态顶空分析技术”及“双层微胶囊技术”，实现了鲜花香味的还原及72小时持久散香。

和头部品牌不同，绽家产品将香氛和洗衣液两者结合起来，定位高端香氛洗衣液产品，和传统洗衣液浓缩、柔和、环保等定位大相径庭，从而寻找到突破口，成功将品牌打造成高端洗衣液产品，并且受到市场肯定。

总结：和传统头部洗衣液品牌不同，绽家从香味、包装、定价等方面切入高端洗衣液赛道，成功获得市场肯定，这在当前竞争激烈的洗衣液市场中值得注意和学习，尤其是在对比蓝月亮“至尊浓缩+”的产品策略上，“客户至上”的市场规则被市场检验成功，随着我国居民收入的增长，不同消费群体对洗衣液产品的要求差异越来越大，预测未来我国洗衣液市场差异化产品将会层出不穷。（fsw）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国洗衣液行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2025-2032年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业

竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国洗衣液行业发展概述

第一节 洗衣液行业发展情况概述

一、洗衣液行业相关定义

二、洗衣液特点分析

三、洗衣液行业基本情况介绍

四、洗衣液行业经营模式

（1）生产模式

（2）采购模式

（3）销售/服务模式

五、洗衣液行业需求主体分析

第二节 中国洗衣液行业生命周期分析

一、洗衣液行业生命周期理论概述

二、洗衣液行业所属的生命周期分析

第三节 洗衣液行业经济指标分析

一、洗衣液行业的赢利性分析

二、洗衣液行业的经济周期分析

三、洗衣液行业附加值的提升空间分析

第二章 中国洗衣液行业监管分析

第一节 中国洗衣液行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国洗衣液行业政策法规

一、行业主要政策法规

二、主要行业标准分析

第三节 国内监管与政策对洗衣液行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国洗衣液行业发展环境分析

第一节 中国宏观环境与对洗衣液行业的影响分析

一、中国宏观经济环境

二、中国宏观经济环境对洗衣液行业的影响分析

第二节 中国社会环境与对洗衣液行业的影响分析

第三节 中国对外贸易环境与对洗衣液行业的影响分析

第四节 中国洗衣液行业投资环境分析

第五节 中国洗衣液行业技术环境分析

第六节 中国洗衣液行业进入壁垒分析

一、洗衣液行业资金壁垒分析

二、洗衣液行业技术壁垒分析

三、洗衣液行业人才壁垒分析

四、洗衣液行业品牌壁垒分析

五、洗衣液行业其他壁垒分析

第七节 中国洗衣液行业风险分析

一、洗衣液行业宏观环境风险

二、洗衣液行业技术风险

三、洗衣液行业竞争风险

四、洗衣液行业其他风险

第四章 2020-2024年全球洗衣液行业发展现状分析

第一节 全球洗衣液行业发展历程回顾

第二节 全球洗衣液行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲洗衣液行业地区市场分析

一、亚洲洗衣液行业市场现状分析

二、亚洲洗衣液行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲洗衣液行业市场前景分析

第四节 北美洗衣液行业地区市场分析

- 一、北美洗衣液行业市场现状分析
- 二、北美洗衣液行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美洗衣液行业市场前景分析

第五节 欧洲洗衣液行业地区市场分析

- 一、欧洲洗衣液行业市场现状分析
- 二、欧洲洗衣液行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲洗衣液行业市场前景分析

第六节 2025-2032年全球洗衣液行业分布走势预测

第七节 2025-2032年全球洗衣液行业市场规模预测

【第三部分 国内现状与企业案例】

第五章 中国洗衣液行业运行情况

第一节 中国洗衣液行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国洗衣液行业市场规模分析

- 一、影响中国洗衣液行业市场规模的因素
- 二、中国洗衣液行业市场规模
- 三、中国洗衣液行业市场规模解析

第三节 中国洗衣液行业供应情况分析

- 一、中国洗衣液行业供应规模
- 二、中国洗衣液行业供应特点

第四节 中国洗衣液行业需求情况分析

- 一、中国洗衣液行业需求规模
- 二、中国洗衣液行业需求特点

第五节 中国洗衣液行业供需平衡分析

第六节 中国洗衣液行业存在的问题与解决策略分析

第六章 中国洗衣液行业产业链及细分市场分析

第一节 中国洗衣液行业产业链综述

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、产业链运行机制
- 三、洗衣液行业产业链图解

第二节 中国洗衣液行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对洗衣液行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对洗衣液行业的影响分析

第三节 中国洗衣液行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第七章 2020-2024年中国洗衣液行业市场竞争分析

第一节 中国洗衣液行业竞争现状分析

- 一、中国洗衣液行业竞争格局分析
- 二、中国洗衣液行业主要品牌分析

第二节 中国洗衣液行业集中度分析

- 一、中国洗衣液行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国洗衣液行业市场集中度分析

第三节 中国洗衣液行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第八章 2020-2024年中国洗衣液行业模型分析

第一节 中国洗衣液行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节 中国洗衣液行业SWOT分析

- 一、SWOT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会

五、行业威胁

六、中国洗衣液行业SWOT分析结论

第三节 中国洗衣液行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第九章 2020-2024年中国洗衣液行业需求特点与动态分析

第一节 中国洗衣液行业市场动态情况

第二节 中国洗衣液行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 洗衣液行业成本结构分析

第四节 洗衣液行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国洗衣液行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国洗衣液行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国洗衣液行业所属行业运行数据监测

第一节 中国洗衣液行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国洗衣液行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国洗衣液行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十一章 2020-2024年中国洗衣液行业区域市场现状分析

第一节 中国洗衣液行业区域市场规模分析

- 一、影响洗衣液行业区域市场分布的因素
- 二、中国洗衣液行业区域市场分布

第二节 中国华东地区洗衣液行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区洗衣液行业市场分析
 - (1) 华东地区洗衣液行业市场规模
 - (2) 华东地区洗衣液行业市场现状
 - (3) 华东地区洗衣液行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区洗衣液行业市场分析
 - (1) 华中地区洗衣液行业市场规模
 - (2) 华中地区洗衣液行业市场现状
 - (3) 华中地区洗衣液行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区洗衣液行业市场分析
 - (1) 华南地区洗衣液行业市场规模
 - (2) 华南地区洗衣液行业市场现状
 - (3) 华南地区洗衣液行业市场规模预测

第五节 华北地区洗衣液行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区洗衣液行业市场分析

- (1) 华北地区洗衣液行业市场规模
- (2) 华北地区洗衣液行业市场现状
- (3) 华北地区洗衣液行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区洗衣液行业市场分析
 - (1) 东北地区洗衣液行业市场规模
 - (2) 东北地区洗衣液行业市场现状
 - (3) 东北地区洗衣液行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区洗衣液行业市场分析
 - (1) 西南地区洗衣液行业市场规模
 - (2) 西南地区洗衣液行业市场现状
 - (3) 西南地区洗衣液行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区洗衣液行业市场分析
 - (1) 西北地区洗衣液行业市场规模
 - (2) 西北地区洗衣液行业市场现状
 - (3) 西北地区洗衣液行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国洗衣液行业市场规模区域分布预测

第十二章 洗衣液行业企业分析（随数据更新可能有调整）

第一节 企业一

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - (1) 主要经济指标情况
 - (2) 企业盈利能力分析
 - (3) 企业偿债能力分析
 - (4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业二

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第三节 企业三

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第四节 企业四

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第五节 企业五

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第六节 企业六

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第七节 企业七

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第八节 企业八

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- (1) 主要经济指标情况
- (2) 企业盈利能力分析
- (3) 企业偿债能力分析
- (4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第九节 企业九

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

第十节 企业十

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

(1) 主要经济指标情况

(2) 企业盈利能力分析

(3) 企业偿债能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业成长能力分析

四、公司优势分析

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国洗衣液行业发展前景分析与预测

第一节 中国洗衣液行业未来发展前景分析

一、中国洗衣液行业市场机会分析

二、中国洗衣液行业投资增速预测

第二节 中国洗衣液行业未来发展趋势预测

第三节 中国洗衣液行业规模发展预测

一、中国洗衣液行业市场规模预测

二、中国洗衣液行业市场规模增速预测

三、中国洗衣液行业产值规模预测

四、中国洗衣液行业产值增速预测

五、中国洗衣液行业供需情况预测

第四节 中国洗衣液行业盈利走势预测

第十四章 中国洗衣液行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国洗衣液行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国洗衣液行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 洗衣液行业品牌营销策略分析

一、洗衣液行业产品策略

二、洗衣液行业定价策略

三、洗衣液行业渠道策略

四、洗衣液行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202508/760773.html>