

2026-2032年中国洗护用品行业市场研究分析及发展潜力研判报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2026-2032年中国洗护用品行业市场研究分析及发展潜力研判报告》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.chyxx.com/research/1218768.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 400-700-9383、010-60343812、010-60343813

电子邮箱: kefu@chyxx.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

报告导读：

洗护用品是指用于清洁、保养和个人卫生的各种用品。洗护用品主要分为洗发护发用品、护肤用品、口腔护理用品和家庭洗护用品，其中，洗发护发用品主要包括洗发用品和护发用品；护肤用品主要包括面部护肤用品、手部护肤用品、身体护肤用品等；口腔护理用品主要包括牙膏、牙刷、漱口水、牙线等；家庭洗护用品主要包括肥（香）皂、合成洗涤剂等。在“颜值经济”与“健康中国”理念的深度影响下，中国洗护用品行业迎来了快速发展新阶段。这一发展主要源于三大驱动力：首先是居民收入水平持续提升，为消费升级奠定了坚实基础；其次是新生代消费者成为主力人群，他们更加注重个性化表达与生活品质；再者是社交媒体与电商平台的蓬勃发展，加速了新品类与新概念的普及。在此背景下，消费者对洗护产品的需求已从基础清洁功能，全面升级为对成分安全、功效精准及情感体验的综合追求，推动防脱发、头皮护理等细分市场快速成长，并促使国货品牌通过精准把握本土消费需求实现市场突围。数据显示，中国洗护用品行业市场规模从2017年的1892亿元增长至2024年的3429亿元，年复合增长率为8.9%。未来，随着消费升级持续深化、个性化需求日益凸显以及全渠道融合加速，中国洗护用品行业将在产品创新与市场拓展的双重推动下，保持稳健增长态势。当前，中国洗护用品市场竞争激烈，呈现出多元化竞争格局。国际品牌与本土品牌各自占据一定的市场份额，通过不断创新和升级产品来满足消费者的多样化需求。国际知名品牌如宝洁、联合利华、欧莱雅等在中国市场占据重要地位，凭借其强大的品牌影响力和产品研发实力，拥有稳定的消费群体。这些企业通过多品牌战略，覆盖不同消费层次和市场细分领域，形成了较为完善的产品矩阵。本土品牌在近年来逐渐崛起，凭借对本土市场的深刻理解和对消费者需求的精准把握，市场份额不断扩大。自然堂、百雀羚、阿道夫、霸王、拉芳、珀莱雅、佰草集等品牌通过推出具有中国特色的洗护产品，赢得了消费者的青睐。

基于此，依托智研咨询旗下洗护用品行业研究团队深厚的市场洞察力，并结合多年调研数据与一线实战需求，智研咨询推出《2026-2032年中国洗护用品行业市场研究分析及发展潜力研判报告》。本报告立足洗护用品新视角，聚焦行业核心议题——变化趋势（怎么变）、用户需求（要什么）、投放选择（投向哪）、运营方法（如何投）及实践案例（看一看），期待携手行业伙伴，共谋行业发展新格局、新机遇，推动洗护用品行业发展。

观点抢先知：

相关概述：洗护用品是指用于清洁、保养和个人卫生的各种用品。洗护用品主要分为洗发护发用品、护肤用品、口腔护理用品和家庭洗护用品，其中，洗发护发用品主要包括洗发用品和护发用品；护肤用品主要包括面部护肤用品、手部护肤用品、身体护肤用品等；口腔护理用品主要包括牙膏、牙刷、漱口水、牙线等；家庭洗护用品主要包括肥（香）皂、合成洗涤剂等。

行业发展阶段：最初的初始清洁时代，国民收入水平低下，消费品市场有限，人们主要使用

香皂、肥皂和洗发膏等原始产品清洁头发。70年代末进入洗护品萌生时代，中国诞生了第一瓶洗发水——蜂花洗发露，开始提倡洗护分离模式。随着改革开放的深入，国际企业宝洁、联合利华在20世纪80-90年代进入中国市场并迅速占据龙头地位，行业进入快速发展阶段。当时市场上的洗护产品种类相对单一，功能也较为基础。进入21世纪，行业迈入综合性洗护时代，为迎合消费者需求，各大品牌从成分、功效各个角度推出能满足消费者多方面需求的综合性洗护产品。

行业发展背景：近年来，随着居民收入水平提升，消费者的购买力不断增强，对洗护用品的需求从基础清洁功能向更高层次的品质、功效和体验升级，越来越多的消费者愿意为专业护发方案、天然成分和个性化配方支付溢价。国家统计局数据显示，2017-2024年中国居民人均可支配收入从2.6万元增长至4.13万元，年复合增长率为6.83%；居民人均消费支出从1.83万元增长至2.82万元，年复合增长率为6.37%。2025年上半年，中国居民人均可支配收入为2.18万元，同比增长5.3%；人均消费支出为1.43万元，同比增长5.2%。2025年上半年，居民人均生活用品及服务消费支出804元，同比增长9.0%，占人均消费支出的比重为5.6%。在消费能力持续提升与需求多元化的双重驱动下，洗护用品行业迎来了新的发展机遇。

产业链核心节点：洗护用品产业链上游为原材料，主要包括表面活性剂、助表面活性剂、保湿剂、乳化剂、增稠剂、精油、香精等。产业链中游为洗护用品的生产制造环节。产业链下游为销售渠道，主要包括线上平台、社区门店、商超等，终端为消费者。

市场规模：在“颜值经济”与“健康中国”理念的深度影响下，中国洗护用品行业迎来了快速发展新阶段。这一发展主要源于三大驱动力：首先是居民收入水平持续提升，为消费升级奠定了坚实基础；其次是新生代消费者成为主力人群，他们更加注重个性化表达与生活品质；再者是社交媒体与电商平台的蓬勃发展，加速了新品类与新概念的普及。在此背景下，消费者对洗护产品的需求已从基础清洁功能，全面升级为对成分安全、功效精准及情感体验的综合追求，推动防脱发、头皮护理等细分市场快速成长，并促使国货品牌通过精准把握本土消费需求实现市场突围。数据显示，中国洗护用品行业市场规模从2017年的1892亿元增长至2024年的3429亿元，年复合增长率为8.9%。未来，随着消费升级持续深化、个性化需求日益凸显以及全渠道融合加速，中国洗护用品行业将在产品创新与市场拓展的双重推动下，保持稳健增长态势。

企业格局：当前，中国洗护用品市场竞争激烈，呈现出多元化竞争格局。国际品牌与本土品牌各自占据一定的市场份额，通过不断创新和升级产品来满足消费者的多样化需求。国际知名品牌如宝洁、联合利华、欧莱雅等在中国市场占据重要地位，凭借其强大的品牌影响力和产品研发实力，拥有稳定的消费群体。这些企业通过多品牌战略，覆盖不同消费层次和市场细分领域，形成了较为完善的产品矩阵。本土品牌在近年来逐渐崛起，凭借对本土市场的深刻理解和对消费者需求的精准把握，市场份额不断扩大。自然堂、百雀羚、阿道夫、霸王、拉芳、珀莱雅、佰草集等品牌通过推出具有中国特色的洗护产品，赢得了消费者的青睐。

市场趋势：（1）未来，洗护用品的智能化将深刻改变用户的使用体验与产品的服务模式；

(2) 个性化将是洗护用品行业超越传统功能细分，满足消费者自我表达与独特需求的核心方向；(3) 绿色化将从一个营销概念深化为贯穿产品全生命周期的核心发展理念。

报告相关内容节选：

报告目录：

第1章 洗护用品行业综述及数据来源说明

1.1 洗护用品行业界定

1.1.1 洗护用品的界定

1.1.2 《国民经济行业分类与代码》中洗护用品行业归属

1.2 洗护用品的分类

1.3 洗护用品专业术语说明

1.4 本报告研究范围界定说明

1.5 本报告数据来源及统计标准说明

1.5.1 本报告权威数据来源

1.5.2 本报告研究方法及统计标准说明

第2章 中国洗护用品行业宏观环境分析（PEST）

2.1 中国洗护用品行业政策（Policy）环境分析

2.1.1 中国洗护用品行业监管体系及机构介绍

（1）中国洗护用品行业主管部门

（2）中国洗护用品行业自律组织

2.1.2 中国洗护用品行业标准体系建设现状

（1）中国洗护用品现行标准汇总

（2）中国洗护用品重点标准解读

2.1.3 国家层面洗护用品行业政策规划汇总及解读

（1）国家层面洗护用品行业政策汇总及解读

（2）国家层面洗护用品行业规划汇总及解读

2.1.4 31省市洗护用品行业政策规划汇总及解读

（1）31省市洗护用品行业政策规划汇总

（2）31省市洗护用品行业发展目标解读

2.1.5 国家重点规划/政策对洗护用品行业发展的影响

2.1.6 政策环境对洗护用品行业发展的影响总结

2.2 中国洗护用品行业经济（Economy）环境分析

2.2.1 中国宏观经济发展现状

2.2.2 中国宏观经济发展展望

2.2.3 中国洗护用品行业发展与宏观经济相关性分析

2.3 中国洗护用品行业社会（Society）环境分析

2.3.1 中国洗护用品行业社会环境分析

2.3.2 社会环境对洗护用品行业发展的影响总结

2.4 中国洗护用品行业技术（Technology）环境分析

2.4.1 中国洗护用品行业关键/新兴技术分析

（1）中国洗护用品行业关键技术分析

（2）中国洗护用品新兴技术融合应用

2.4.2 中国洗护用品行业科研投入状况

2.4.3 中国洗护用品行业科研创新成果

（1）中国洗护用品行业专利申请

（2）中国洗护用品行业专利公开

（3）中国洗护用品行业热门申请人

（4）中国洗护用品行业热门技术

2.4.4 技术环境对洗护用品行业发展的影响总结

第3章 全球洗护用品行业发展现状调研及市场趋势洞察

3.1 全球洗护用品行业发展历程介绍

3.2 全球洗护用品行业政法环境分析

3.3 全球洗护用品行业发展现状分析

3.3.1 全球洗护用品行业供给状况分析

3.3.2 全球洗护用品行业需求状况分析

3.4 全球洗护用品行业市场规模体量

3.5 全球洗护用品行业区域发展格局及重点区域市场研究

3.5.1 全球洗护用品行业区域发展格局

3.5.2 重点区域一：美国洗护用品市场分析

3.5.3 重点区域二：欧洲洗护用品市场分析

3.6 全球洗护用品行业市场竞争格局及重点企业案例研究

3.6.1 全球洗护用品行业市场竞争格局

3.6.2 全球洗护用品企业兼并重组状况

3.6.3 全球洗护用品行业重点企业案例

（1）宝洁

（2）欧莱雅

3.7 全球洗护用品行业发展趋势预判及市场前景预测

- 3.7.1 对全球洗护用品行业的影响分析
- 3.7.2 全球洗护用品行业发展趋势预判
- 3.7.3 全球洗护用品行业市场前景预测
- 3.8 全球洗护用品行业发展经验借鉴
- 第4章 中国洗护用品行业市场供需状况及发展痛点分析
 - 4.1 中国洗护用品行业发展历程
 - 4.2 中国洗护用品行业对外贸易状况
 - 4.2.1 中国洗护用品行业进出口贸易概况
 - 4.2.2 中国洗护用品行业进口贸易状况
 - (1) 洗护用品行业进口贸易规模
 - (2) 洗护用品行业进口价格水平
 - (3) 洗护用品行业进口产品结构
 - 4.2.3 中国洗护用品行业出口贸易状况
 - (1) 洗护用品行业出口贸易规模
 - (2) 洗护用品行业出口价格水平
 - (3) 洗护用品行业出口产品结构
 - 4.2.4 中国洗护用品行业进出口贸易影响因素及发展趋势
 - 4.3 中国洗护用品行业企业市场类型及入场方式
 - 4.3.1 中国洗护用品行业市场主体类型
 - 4.3.2 中国洗护用品行业企业入场方式
 - 4.4 中国洗护用品行业市场主体分析
 - 4.4.1 中国洗护用品行业企业数量
 - 4.4.2 中国洗护用品行业注册企业经营状态
 - 4.4.3 中国洗护用品行业企业注册资本分布
 - 4.4.4 中国洗护用品行业注册企业省市分布
 - 4.4.5 中国洗护用品行业在业/存续企业类型分布
 - 4.5 中国洗护用品行业市场供给状况
 - 4.5.1 中国洗护用品行业市场供给能力分析
 - 4.5.2 中国洗护用品行业市场供给水平分析
 - 4.6 中国洗护用品行业市场需求特征分析
 - 4.6.1 中国洗护用品产品核心诉求分布
 - 4.6.2 中国洗护用品产品应用群体分布
 - 4.7 中国洗护用品行业市场需求现状分析
 - 4.8 中国洗护用品行业供市场行情走势
 - 4.9 中国洗护用品行业市场规模体量测算

4.10 中国洗护用品行业市场发展痛点分析

第5章 中国洗护用品行业市场竞争状况及融资并购分析

5.1 中国洗护用品行业市场竞争布局状况

5.1.1 中国洗护用品行业竞争者入场进程

5.1.2 中国洗护用品行业竞争者省市分布热力图

5.1.3 中国洗护用品行业竞争者战略布局状况

5.2 中国洗护用品行业市场竞争格局

5.2.1 中国洗护用品行业企业竞争集群分布

5.2.2 中国洗护用品行业企业竞争格局分析

5.3 中国洗护用品行业市场集中度分析

5.4 中国洗护用品行业波特五力模型分析

5.4.1 中国洗护用品行业供应商的议价能力

5.4.2 中国洗护用品行业消费者的议价能力

5.4.3 中国洗护用品行业新进入者威胁

5.4.4 中国洗护用品行业替代品威胁

5.4.5 中国洗护用品行业现有企业竞争

5.4.6 中国洗护用品行业竞争状态总结

5.5 中国洗护用品行业投融资、兼并与重组状况

5.5.1 中国洗护用品行业投融资发展状况

5.5.2 中国洗护用品行业兼并与重组状况

第6章 中国洗护用品产业链全景梳理及配套产业发展分析

6.1 中国洗护用品产业产业链图谱分析

6.2 中国洗护用品产业价值属性分析

6.2.1 中国洗护用品行业成本结构分析

6.2.2 中国洗护用品价格传导机制分析

6.2.3 中国洗护用品行业价值链分析

6.3 中国洗护用品行业化学品原材料市场分析

6.3.1 中国洗护用品行业化学品原材料类型

6.3.2 中国洗护用品行业化学品原材料市场现状

(1) 表面活性剂

(2) 香精

(3) 其他化学品原材料

6.3.3 中国洗护用品行业化学品原材料需求趋势

6.4 中国洗护用品行业包装原材料市场分析

6.4.1 中国洗护用品行业包装原材料类型

- 6.4.2 中国洗护用品行业包装原材料市场现状
- 6.4.3 中国洗护用品行业包装原材料需求趋势
- 6.5 上游市场布局对洗护用品行业发展的影响总结
- 第7章 中国洗护用品行业细分产品市场发展状况
- 7.1 中国洗护用品行业细分市场结构
- 7.2 中国洗发护发用品市场发展状况
 - 7.2.1 洗发护发用品市场概述
 - 7.2.2 中国洗发护发用品市场发展现状
 - (1) 洗发用品
 - (2) 护发用品
 - 7.2.3 中国洗发护发用品市场发展趋势及前景
- 7.3 中国护肤用品市场发展状况
 - 7.3.1 护肤用品市场概述
 - 7.3.2 中国护肤用品市场发展现状
 - (1) 面部护肤用品
 - (2) 手部护肤用品
 - (3) 身体护肤用品
 - 7.3.3 中国护肤用品市场发展趋势及前景
- 7.4 中国口腔护理用品市场发展状况
 - 7.4.1 口腔护理用品市场概述
 - 7.4.2 中国口腔护理用品市场发展现状
 - (1) 牙膏
 - (2) 牙刷
 - (3) 漱口水
 - (4) 牙线
 - 7.4.3 中国口腔护理用品市场发展趋势及前景
- 7.5 中国家庭洗护用品市场发展状况
 - 7.5.1 家庭洗护用品市场概述
 - 7.5.2 家庭洗护用品市场发展现状
 - (1) 肥(香)皂
 - (2) 合成洗涤剂
 - 7.5.3 家庭洗护用品发展趋势前景
- 7.6 中国洗护用品行业细分市场战略地位分析
- 第8章 中国洗护用品行业细分消费市场发展状况
- 8.1 中国洗护用品行业销售模式及营销策略分析

- 8.1.1 中国洗护用品行业销售模式分析
 - 8.1.2 中国洗护用品行业营销策略分析
 - 8.2 中国洗护用品行业销售渠道发展分析
 - 8.2.1 中国洗护用品行业销售渠道分布状况
 - 8.2.2 中国洗护用品行业线上渠道发展分析
 - 8.2.3 中国洗护用品行业线下渠道发展分析
 - 8.3 中国洗护用品行业细分消费群体需求分析
 - 8.3.1 中国洗护用品行业消费群体概述
 - (1) 男性
 - (2) 女性
 - (3) 婴幼儿
 - 8.3.2 中国洗护用品行业细分群体需求特征
 - 8.3.3 中国洗护用品行业细分群体需求现状
 - 8.4 中国洗护用品行业消费行为特征总结
- 第9章 中国洗护用品行业重点企业布局案例研究
- 9.1 中国洗护用品重点企业布局梳理及对比
 - 9.2 中国洗护用品重点企业布局案例分析
 - 9.2.1 广州阿道夫个人护理用品有限公司
 - (1) 企业概况
 - (2) 企业优势分析
 - (3) 产品/服务特色
 - (4) 公司经营状况
 - (5) 公司发展规划
 - 9.2.2 霸王(广州)有限公司
 - (1) 企业概况
 - (2) 企业优势分析
 - (3) 产品/服务特色
 - (4) 公司经营状况
 - (5) 公司发展规划
 - 9.2.3 拉芳家化股份有限公司
 - (1) 企业概况
 - (2) 企业优势分析
 - (3) 产品/服务特色
 - (4) 公司经营状况
 - (5) 公司发展规划

9.2.4 广州环亚化妆品科技股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业优势分析
- (3) 产品/服务特色
- (4) 公司经营状况
- (5) 公司发展规划

9.2.5 上海百雀羚日用化学有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业优势分析
- (3) 产品/服务特色
- (4) 公司经营状况
- (5) 公司发展规划

9.2.6 伽蓝（集团）股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业优势分析
- (3) 产品/服务特色
- (4) 公司经营状况
- (5) 公司发展规划

9.2.7 珀莱雅化妆品股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业优势分析
- (3) 产品/服务特色
- (4) 公司经营状况
- (5) 公司发展规划

9.2.8 上海家化联合股份有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业优势分析
- (3) 产品/服务特色
- (4) 公司经营状况
- (5) 公司发展规划

9.2.9 好来化工（中山）有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 企业优势分析
- (3) 产品/服务特色
- (4) 公司经营状况

(5) 公司发展规划

9.2.10 云南白药集团股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 企业优势分析

(3) 产品/服务特色

(4) 公司经营状况

(5) 公司发展规划

第10章 中国洗护用品行业市场前景预测及发展趋势预判

10.1 中国洗护用品行业SWOT分析

10.2 中国洗护用品行业发展潜力评估

10.3 中国洗护用品行业发展前景预测

10.4 中国洗护用品行业发展趋势预判

第11章 中国洗护用品行业投资战略规划策略及建议

11.1 中国洗护用品行业进入与退出壁垒

11.1.1 洗护用品行业进入壁垒分析

11.1.2 洗护用品行业退出壁垒分析

11.2 中国洗护用品行业投资风险预警

11.3 中国洗护用品行业投资价值评估

11.4 中国洗护用品行业投资机会分析

11.4.1 洗护用品行业产业链薄弱环节投资机会

11.4.2 洗护用品行业细分领域投资机会

11.4.3 洗护用品行业区域市场投资机会

11.4.4 洗护用品产业空白点投资机会

11.5 中国洗护用品行业投资策略与建议

11.6 中国洗护用品行业可持续发展建议

图表目录

图表1：《国民经济行业分类与代码》中洗护用品行业归属

图表2：洗护用品的分类

图表3：洗护用品专业术语说明

图表4：本报告研究范围界定

图表5：本报告权威数据资料来源汇总

图表6：本报告的主要研究方法及统计标准说明

图表7：中国洗护用品行业监管体系

图表8：中国洗护用品行业主管部门

图表9：中国洗护用品行业自律组织

图表10：中国洗护用品标准体系建设

图表11：中国洗护用品现行标准汇总

图表12：中国洗护用品即将实施标准

图表13：中国洗护用品重点标准解读

图表14：截至2025年中国洗护用品行业发展政策汇总

图表15：截至2025年中国洗护用品行业发展规划汇总

图表16：国家“十四五”规划对洗护用品行业的影响分析

图表17：政策环境对洗护用品行业发展的影响总结

图表18：中国宏观经济发展现状

图表19：中国宏观经济发展展望

图表20：中国洗护用品行业发展与宏观经济相关性分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1218768.html>