



# 2024年沐浴露品类市场分析与趋势新品洞察

发布时间：2024年6月

大日化研产供销一站式服务产业互联网平台

共创

共享

共益

共赢

# 目录

## Contents

---

**1** 沐浴露品类市场分析

---

**2** 2024年新品趋势洞察

---

## 数据来源说明

报告中的线上市场数据来源为「魔镜洞察」行业数据库，日化智云已获得「魔镜洞察」授权使用；部分数据引用英敏特，已署明来源。

统计周期：2023年1月—2024年4月。

统计渠道：报告中关于线上市场销量、销售额等统计的平台为淘宝+天猫电商平台。

数据来源：防晒品类市场分析数据来源魔镜洞察，消费者购买行为洞察主要来源魔镜洞察电商聆听。

## 素材来源说明

报告中引用的素材，包括但不限于内容、图像、文案宣称、商标、设计等均已标注来源，如有侵权请联系日化智云。

## 使用条款声明

在日化智云与您没有其他书面协议的情况下，未经许可，您无权向第三方转发、出售、转让、传播或散布该报告或其内容，如需将本报告用于以下载体，包括但不限于社交媒体（微博、微信、自媒体）、网站、APP、书籍、报纸、期刊、宣传图册、PPT演示等用途，请联系日化智云获得授权。

## 知识产权

该报告包括但不限于内容、设计、外观、排版、形象和图形，版权为日化智云所有。

# 沐浴露品类市场分析

01

# 近2年淘系平台沐浴露销售额小幅下降，但市场基本盘稳定



2022年6月-2024年4月天猫+淘宝平台销额达98.3亿元，由于双十一促销结束后，消费者短期购买欲望低，淘宝、天猫2023年1月、2024年1月销售额为最低点。2022年11月、2023年11月，由于双十一大促，许多商家进行优惠促销，销售额为最高点。由于直播电商平台逐渐成为许多消费者购买身体清洁产品的线上平台，天猫、淘宝传统电商平台的沐浴露2023年全年销售额同比2022年全年销售略有下降（-1.8%），2024年1-4月同比2023年1-4月销售额下降6.5%。



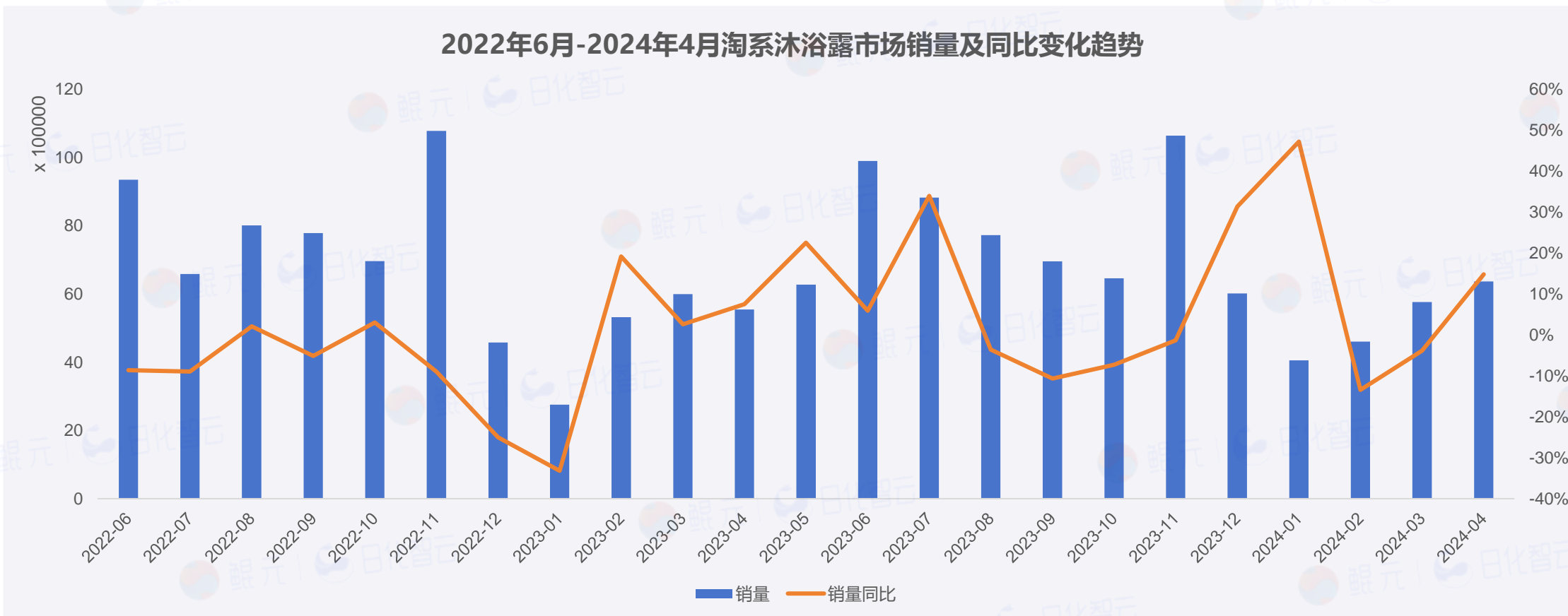
数据来源：魔镜洞察

# 在理性消费的影响下，沐浴露市场销量增速温和

2022年6月-2024年4月沐浴露淘系平台市场销量为1.57亿+，处于小幅上升状态。其中2023年销量达8千万+，同比去年上涨4.6%，2024年1-4月销量达2079万+件，同比2023年1-4月增长6%。

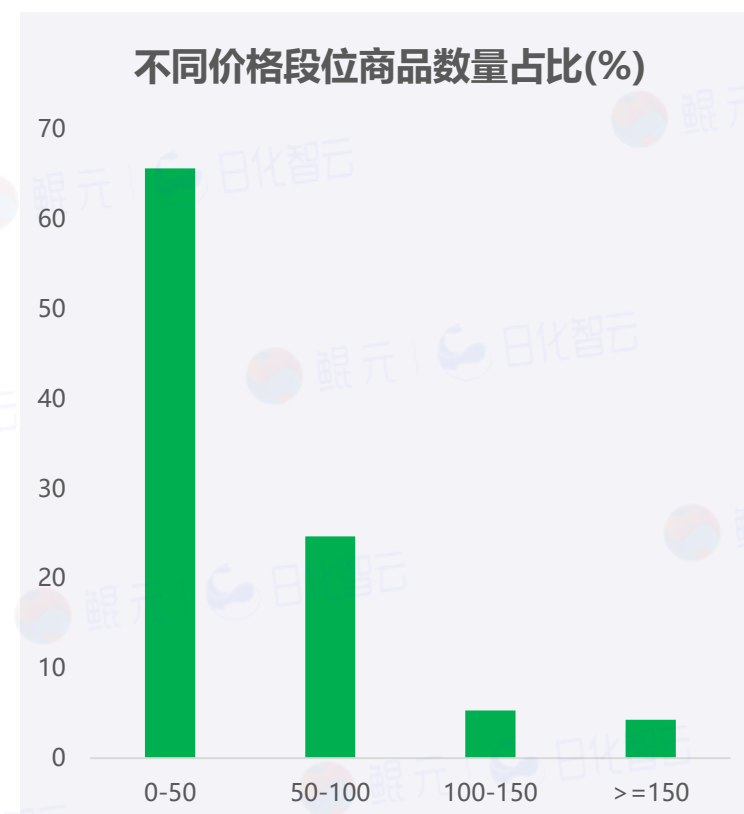
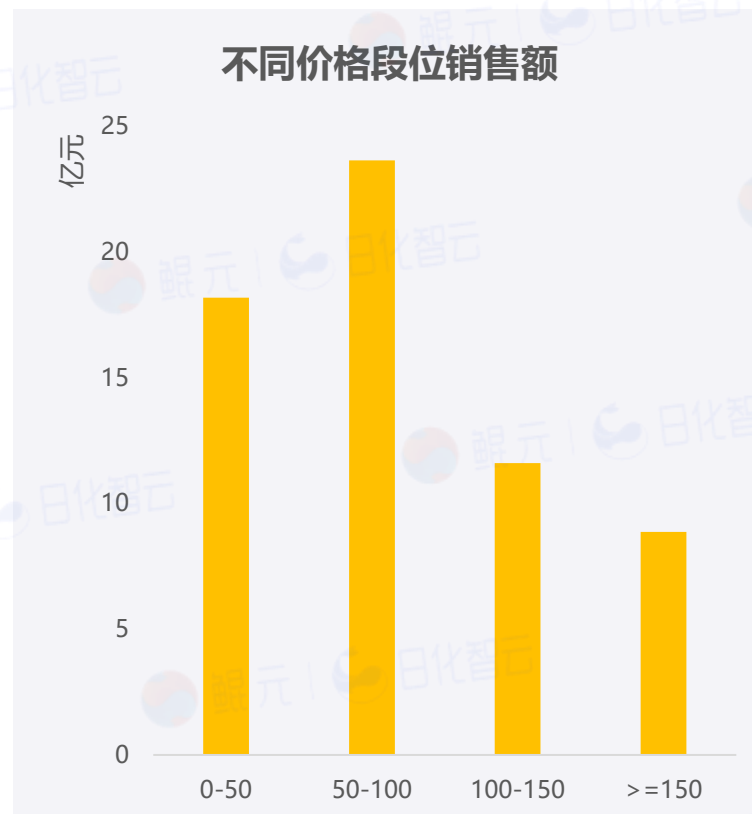
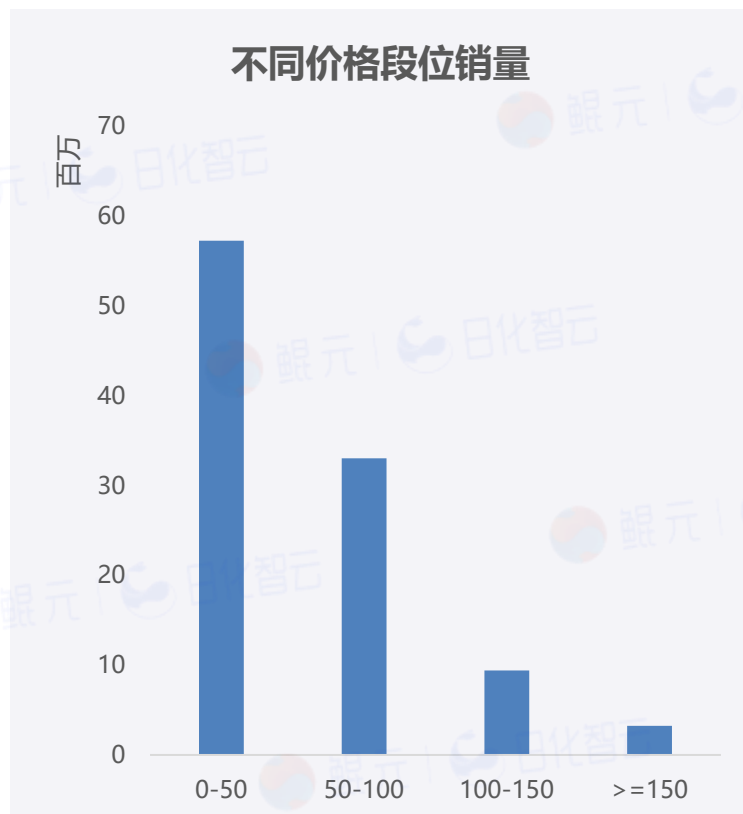
在市场销量整体呈现上升的趋势情况下，销售额却下滑，说明客单价下降，消费者的消费趋于理性。

2022年6月-2024年4月淘系沐浴露市场销量及同比变化趋势



# 沐浴露平价亲民，100元以下为主流价格单位

据魔镜洞察数据监测，2023年1月-2024年4月线上身体清洁沐浴露品类价格较为亲民，以价格100元以下的商品类型为主，其中50元以下商品数量占比65.7%，50-100元区间的商品数量占比24.7%。价格50元以下的商品销量约为5730万件，销售额为18亿+元；价格50-100元区间的产品销量将近23304万件，销售额约为23.7亿元。



# 沐浴露TOP品牌分析



从市场集中程度来看，2023年1月-2024年4月，TOP10品牌市场份额占比达50.8%，TOP5品牌市场份额占比达37.9%，TOP3品牌市场份额占比达29.6%，市场集中程度较低，品牌间竞争更加激励。

从品牌侧来看，舒肤佳沐浴露市场份额最大，占比达14.6%，销售额90967.53万元，同比下降1.7%。六神沐浴露性价比最高，销售额同比增速达18%。

2023年1月-2024年4月淘宝天猫沐浴露市场TOP10品牌情况概览

排名	品牌	销售额(万元)	商品均价	市场份额	销售额同比
1	safeguard/舒肤佳	90967.53	56.2	14.6%	-1.7%
2	lux/力士	55374.08	52.2	8.9%	-13.2%
3	dove/多芬	38217.27	58.0	6.1%	-7.7%
4	kuyura/可悠然	30473.73	94.4	4.9%	-13.9%
5	ossie	21043.64	464.3	3.4%	-
6	nofn	19774.50	125.3	3.2%	215.3%
7	六神	19695.65	44.1	3.2%	18.0%
8	澳宝	15836.71	31.4	2.5%	5.9%
9	维特丝	14824.39	46.3	2.4%	19.0%
10	chillmore	10603.09	101.7	1.7%	-15.0%

数据来源：魔镜洞察



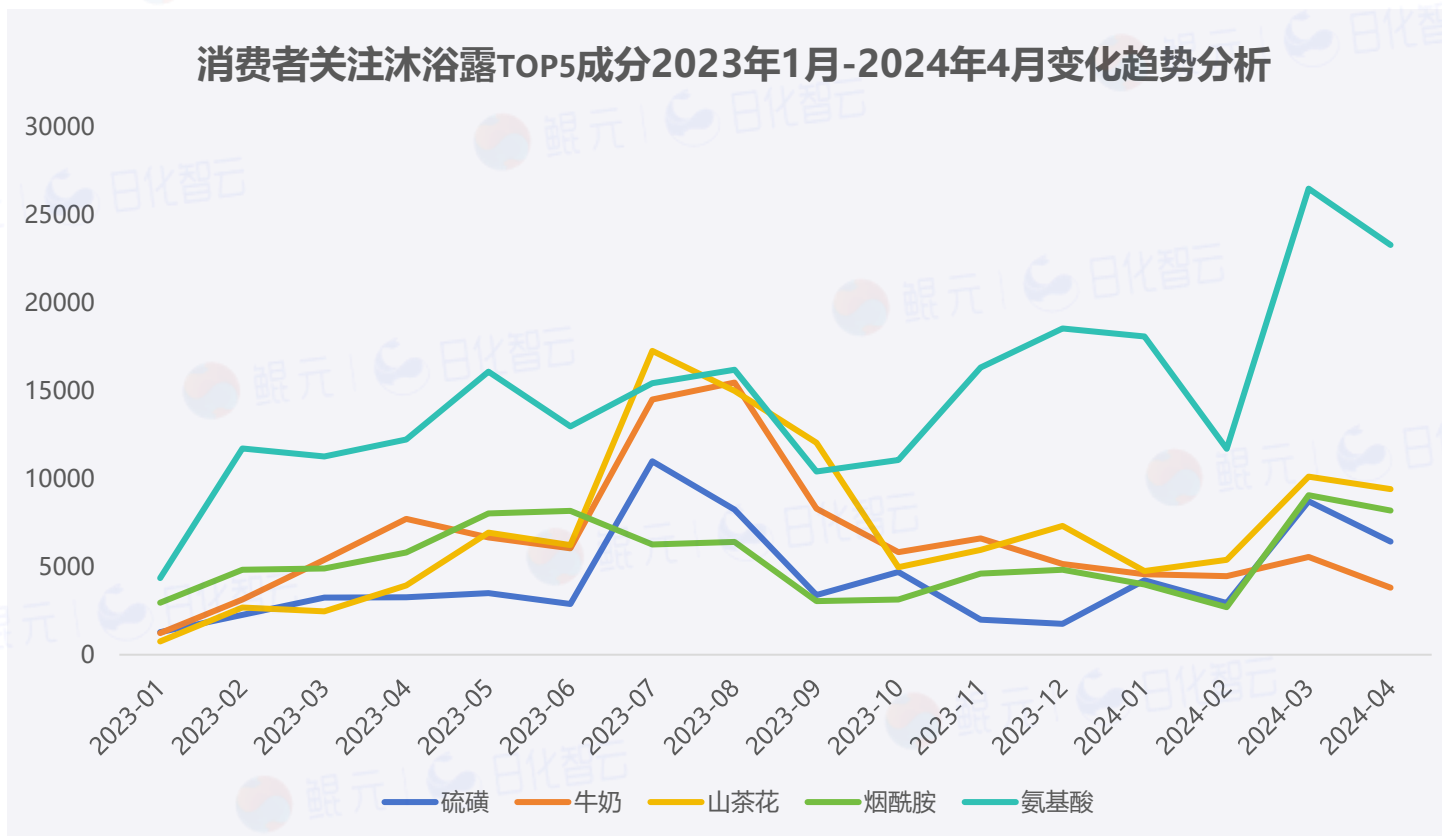
# 沐浴露TOP品牌热销商品分析

品牌	舒肤佳	力士	多芬	可悠然	六神
品牌					
产品名称	舒肤佳红石榴排浊泡沫沐浴露	力士持久留香精油香氛幽莲+桃花沐浴露家庭装	多芬牛奶秋冬滋润保湿沐浴露	可悠然温和清洁滋润肌肤泡沫丰富美肌香氛沐浴露	六神沐浴露官方品牌持久留香润肤保湿补水
23年1月-24年4月销售额	9081万元	5091万元	3194万元	2582万元	2159万元
参考价格	54.98元	90.83元	91.08元	118.04元	37.67元
功能卖点	新一代配方氨基酸表活进口自然植物精粹	持久留香30小时国际调香大师精心研制	含面护氨基酸表活成分亲肤益生元小因子	面部级洗护体验淡雅香氛	双重植萃，配方升级自然优雅、清新花香
香型	清新红石榴香	墨兰、桃花	香味选择多，温和保湿	优雅鲜花香，日式花果香	栀子花香
消费者评价	香味好闻，泡沫丰富	每次洗完澡都是香香的	味道好闻，洗着很舒服	容量较小、价格贵	香味淡淡的，很好闻

# 美白和滋润/保湿成分最具吸引力

在产品成分中，从化学成分维度来看，与美白效果相关的成分提及度较高，如烟酰胺、牛奶、VC等。市面上主要烟酰胺美白沐浴露品牌为Olay。从表活分类来看，氨基酸表活提及度较高，能看出面部护理产品中的热门成分逐渐向身体清洁产品渗透，身体美白、保湿也将成为趋势，除了基本的清洁能力，消费者对沐浴露的功效上有更多期待。

### 消费者关注沐浴露TOP5成分2023年1月-2024年4月变化趋势分析



植物成分	词频	非植物成分	词频
山茶花	115414	氨基酸	236464
果酸	60986	牛奶	104631
红石榴	52046	烟酰胺	87103
植物	48513	硫磺	69849
植萃	41986	海盐	58758
玫瑰	35805	玻尿酸	40638
薰衣草	35781	水杨酸	38090
樱花	33128	酒精	28673
纯棉	28411	香精	21961
草本	24946	益生菌	20680
皂基	19341	防腐剂	19837
茶树精油	19128	维生素	16343
花瓣	17634		
山茶花洗护	17345		
生姜	17312		
柠檬	16619		
植物精油	16479		
洋甘菊	16422		

数据来源：魔镜洞察



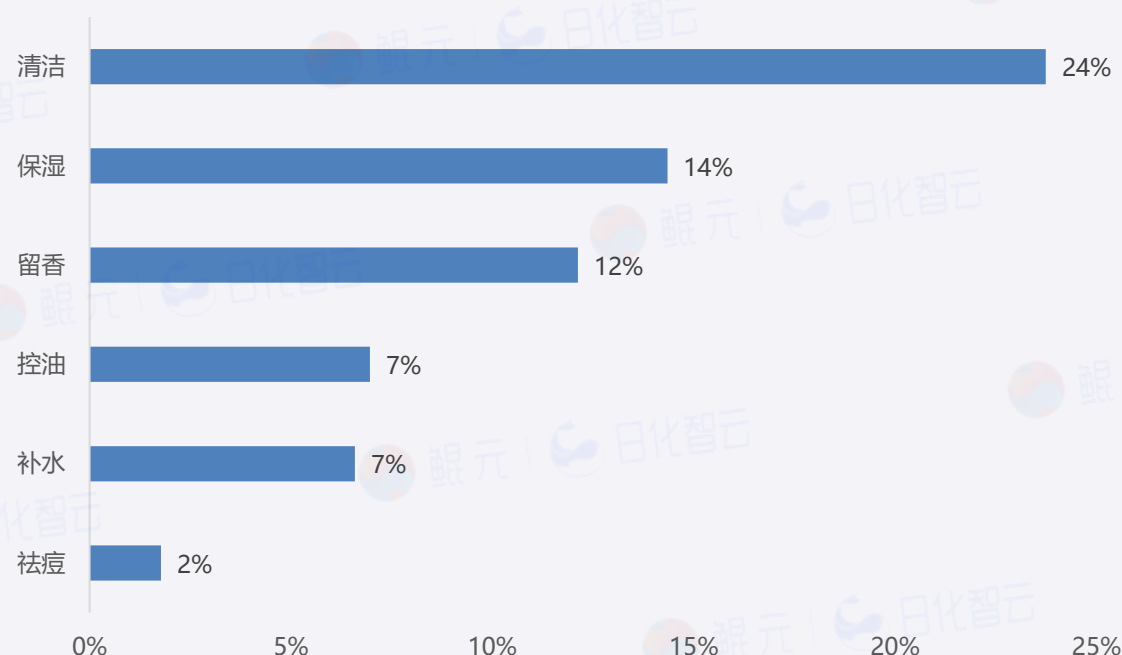
# 产品功能多元化追求

2023年1月-2024年4月，沐浴露清洁功效市场份额为24%，销售额为39亿+，销量为6831万+件；保湿功效市场份额为14%，销售额为23.6亿+，销量为3863万+件；留香功效的市场份额为12%，销售额约为20亿元，销量为3629万+件。沐浴露不仅需满足内在的保湿与清洁需求，亦要兼顾香氛、祛痘的诉求。品牌要准确掌握消费者需求，推出具有“内在品质与外观效果”的沐浴产品，以此占领未来市场的高地，在存量的市场中创造新的增量。

### 2023年1月-2024年4月TOP功效沐浴露市场分析



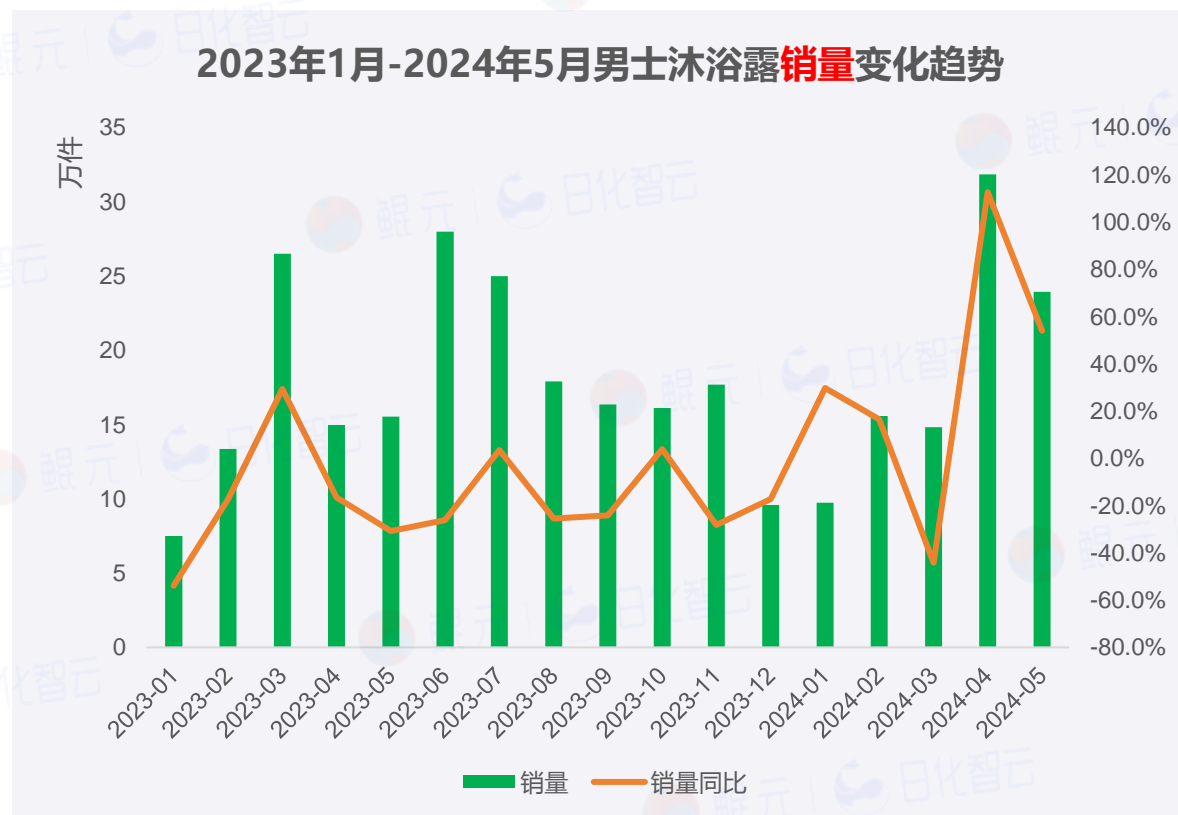
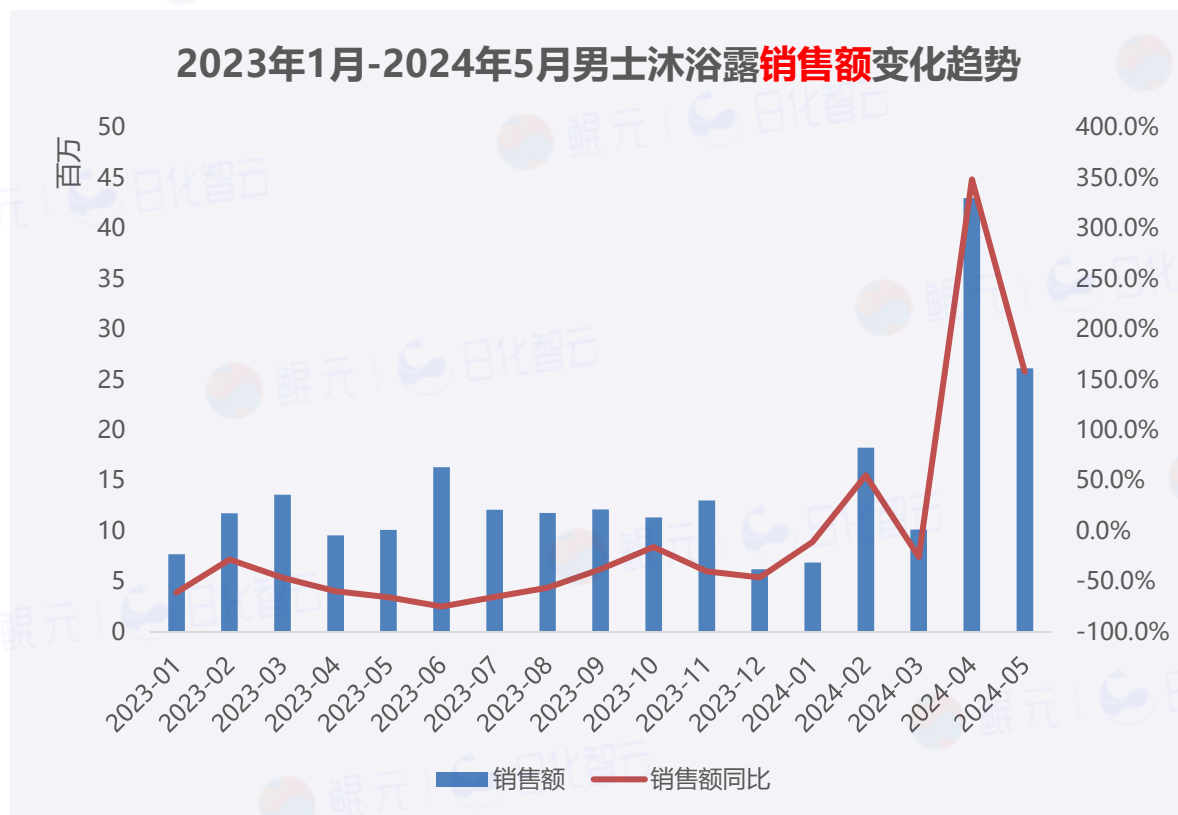
### 2023年1月-2024年4月TOOP功效市场份额分析





# 男性群体的需求呈现增长趋势

2023年1月-2024年5月，男士沐浴露销售额、销量虽偶有下降，但整体呈现稳步增长的趋势。在2024年4月，销售额约为4302万元，同比增长348.9%；销量约为32万件，同比增长112.7%。男性对于沐浴露的需求持续增加，且对于沐浴露市场的重要程度也有所增长。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/055232202041011304>