



产品变革海外镜鉴：动力 速度路径



中国洗涤剂市场变革，形态转换与浓缩化并进

衣物洗涤剂的发展变革包括两大趋势：1) 形态变化：历史上主要分为肥皂、洗衣粉、洗衣液、洗衣凝珠四个阶段。2) 浓缩化：主要是洗衣液与洗衣粉的浓缩化，具体表现为活性物质浓度提升与包装材料缩减。由于外部环境、行业内生因素等方面的差异，两种趋势在不同国家、地区的演变路径与速度有所差异。欧美日市场当前浓缩化已基本完成，洗衣凝珠等形态的产品也占据了相当的比例。中国市场则在维持稳步增长的同时，呈现出形态变革与浓缩化齐头并进趋势。

浓缩化主导力各不同，生产流通集中度决定变革速度生产、流通、监管各环节推动产品形态变革和浓缩化的动机各不相同。

生产厂商主要是出于追求先发优势、提高竞争力，降低成本等因素；政府和行业协会则是旨在减少塑料包装量、污水量以促进环保；流通环节的渠道商意在降低运输成本、节约货架空间、履行社会责任。由于各个国家、地区的生产流通环节集中度不同，其在洗涤剂变革过程中起到的作用大小存在差异，产品变革的速度亦快慢有别。

日本衣物护理市场 2011 年 CR3 为 84.6%，较强的市场控制能力使其能在短时间内推动洗涤剂市场变革，仅用 5 年便实现了洗涤剂浓缩化的目标。欧洲衣物护理市场 2011 年 CR4 为 65.1%，欧盟内国家和公司的数量较多、市场较为分散，项目实施和协调相对困难，浓缩化耗时近 20 年。

美国则在话语权厂商、渠道合力下用时 5-10 年完成洗衣粉浓缩化。我们基于此认为生产流通环节集中度较高的区域洗涤剂浓缩化进程更快。

中国生产流通集中度较低，浓缩化或需政策强力助推中国市场当前形态转换与浓缩化两大趋势共存，部分厂商推出以洗衣凝珠为代表的新形态产品以提升便利性与功能性，部分企业则加大了浓缩洗衣液的生产 and 推广力度。在生产环节，中国 2019 年衣物护理市场 CR4 为 58.4%，低于欧美日等地区，加之我国区域经济发展差异巨大、地理环境复杂多变，快消产品渠道集中度不高，呈现出较为碎片化的特征，从目前状态中国洗涤剂市场的浓缩化速度或低于欧美日等地区。在生产和流通渠道分散、行业协会的影响力弱于欧美日市场的大环境下，我国浓缩化速度的大幅提高，可能更多需要依赖政府出于环保目的、以法律或行政法规等手段的强力推动。

投资建议

重点推荐产品与品牌力俱佳的家清头部企业蓝月亮集团。

风险提示

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_27179

