

蝉妈妈 × 蝉魔方

抖音电商

衣物清洁 行业报告

2024/08

Aug.

CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 chanmofang All Rights Reserved



扫描领取蝉魔方试用



序

衣物清洁产品是日常生活的基础需求之一，由于技术的不断发展和消费者需求的更新，促使该行业持续保持上升的发展趋势。除了核心的清洁的功能外，现在的衣物清洁类产品还包含了对于情绪和社交等软性需求的提供。本报告以2022年1月至2024年6月为分析时间窗口，从行业发展、品牌格局、热门品类等角度分析抖音电商衣物清洁行业现状与未来发展趋势。

- 品类现状：衣物清洁行业销售额在平台618、双十一等大促期间实现波峰式上涨；
- 销售方式：达人合作在平销期占比约为75%，品牌号在大促期间销售贡献占比约从25%提升至40%；
- 重点品类：洗衣液品类市占遥遥领先，爆炸盐品类发展势头强劲值得关注；
- 热门卖点：清洁技术、产品香味、温和护色，是目前行业的热门卖点。

数据说明

- 若无特殊标注，本篇报告中所使用的数据均来源于蝉魔方、蝉妈妈；本篇报告所出现的“销售额指数”，指经过指数化处理后的销售额（销售额指数越高，代表销售额越高），仅用做分析趋势判断。
- 研究时间：2024年1月—2024年6月（主要）、2022年1月-2023年12月（次要）
- 品牌号：品牌自营账号；达人号：小店账号+达人账号

行业定义

本报告中“衣物清洁”行业涉及品类

品类等级	品类范围	细分
三级品类	衣物清洁剂/护理剂下的所有品类	
四级品类	洗衣液/爆炸盐	爆炸盐：爆炸盐（三级品类）+衣物清洁剂/护理剂品类下标题包含“爆炸盐”的商品
数据范围：抖音电商		

CONTENT

01 行业概况

- 行业发展规模及趋势
- 销售方式及销售来源
- 行业子品类发展趋势
- 重点品牌及产品拆解

02 洗衣液品类

- 品类销售额趋势节点
- 销售方式及销售来源
- 达人合作类型的分析
- 重点品牌及产品拆解

03 爆炸盐品类

- 品类销售额趋势节点
- 销售方式及销售来源
- 视频端起量方法拆解
- 重点品牌及产品拆解



衣服清洁行业洞察 行业概况

2024/08

Aug.

CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 chanmofang All Rights Reserved



扫描领取蝉魔方试用

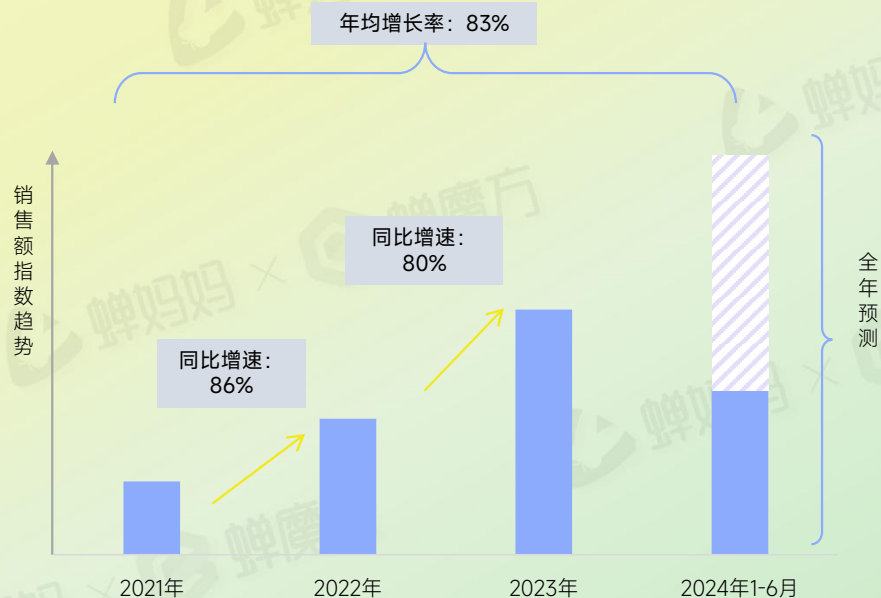
01

电商大促带动衣清行业迎来销售高峰，商家应提前重点布局此节点

随着衣物清洁行业的技术进步和消费者的需求更新，该行业呈现出持续增长的态势，年均增长率达到了83%。预计在24年，抖音平台上的衣物清洁产品市场规模将增至175亿元人民币。衣物清洁行业在每年的大型促销活动期间，销售额会出现显著的峰值增长，这主要是因为消费者在面对优惠和折扣时更容易做出购买决策。商家可以通过这些节点吸引新客户和维护老客户。

21年-24年衣物清洁行业大盘逐年增长趋势

■ 大盘销售额指数



22年-24年衣物清洁行业大盘销售额逐月增长趋势

■ 逐月销售额指数



衣物清洁行业销售方式主要为直播带货，商品卡上涨趋势明显

22年1-7月直播方式销售额贡献占比超过85%，为行业的主力销售方式。在22年8月商品卡推出后，行业的商品卡销售份额逐渐增加，销售方式分散。从24年3月开始，直播销售额快速增长带动行业销售额指数飞升，预测行业直播策略将在未来继续快速发展，不断被创新和优化。

22年-24年衣物清洁大盘销售方式

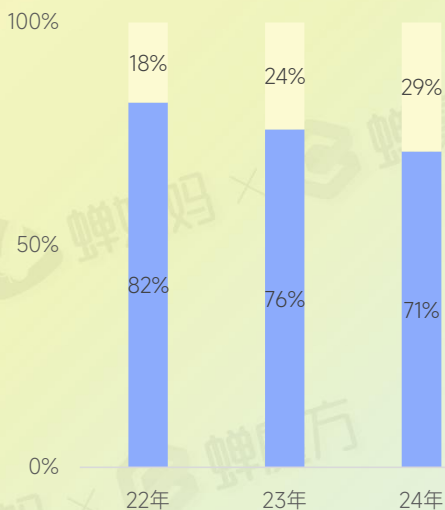


达人合作为行业核心销售来源，品牌自营号在大促期间销售贡献占比变大

大促期间对衣物清洁行业的销售额具有显著的推动效果，因此各品牌更加注重这一销售时机，推出活动机制和买赠策略，使得大促期间的品牌号销售额占比显著提升。但衣物清洁行业的销售额主要来源于达人合作，商家们利用其影响力，增加产品曝光，吸引消费者购买，为行业销售额做出重要贡献。

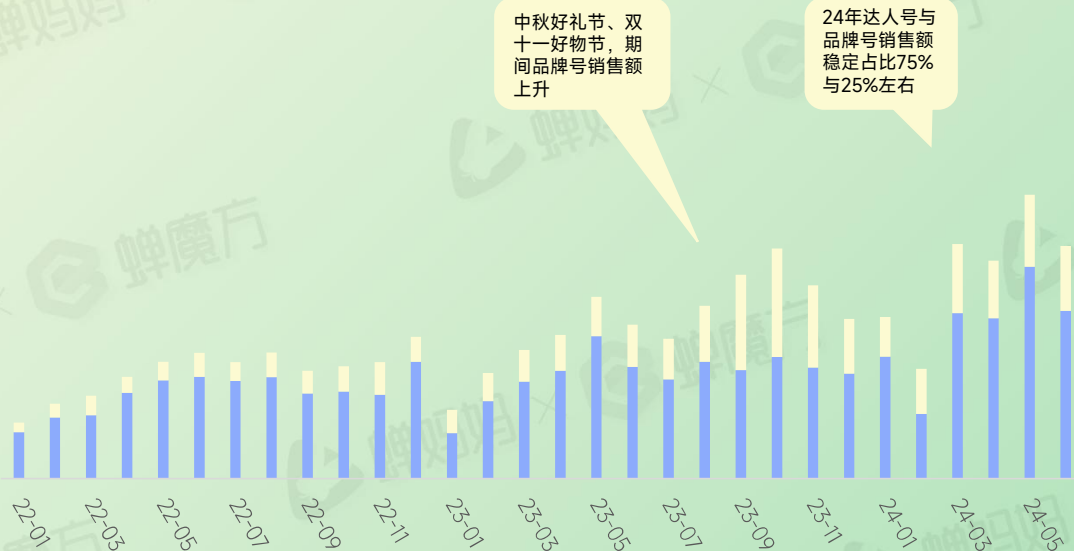
22年-24年衣物清洁大盘销售来源

■ 达人号 ■ 品牌号



行业销售额
70%+来源于达
人账号，但品牌
号销售额占比逐
年提升

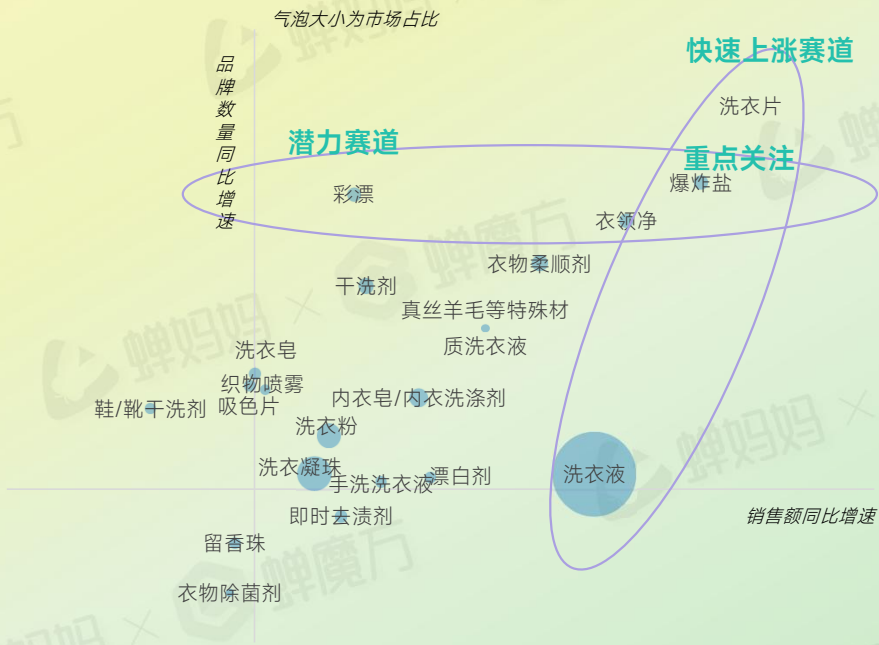
■ 达人号 ■ 品牌号



洗衣液品类市占遥遥领先，爆炸盐品类发展势头值得关注

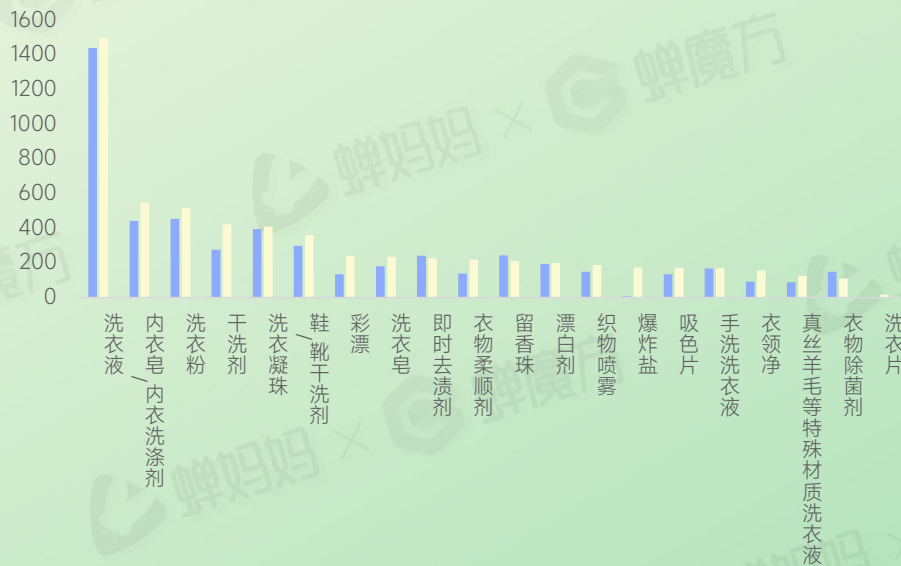
洗衣液品类是大多数家庭的日常必需品，在衣物清洁行业中处于显著的领先地位。在24年它依然保持快速增长的势头，巩固其市场地位。爆炸盐作为一种新兴的清洁产品，品类的快速发展提供了新的市场机会。从品牌数量可以看出，洗衣液的品牌数高达1500+，远远领先于其他子类目，趋于饱和状态。爆炸盐和洗衣片品类作为快速上涨的品类，24年有更多品牌进入赛道，抢占市场份额。

24年衣物清洁行业子类目发展趋势



24年衣物清洁行业子类目品牌数

■ 23年品牌数 ■ 24年品牌数



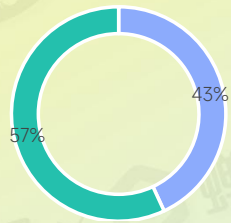
数据来源：蝉魔方 chanmofang.com（蝉妈妈旗下行业研究数据平台），数据时间：2023年1月1日-6月30日，2024年1月1日-6月30日

品牌数量为时间段内全量品牌数

24年衣清行业TOP30的品牌均出现不同程度的增长，行业发展潜力较大；其中高客单价格段品牌主要以洗衣液、洗衣凝珠为主。24年行业品牌集中度快速上升，CR5从22%提升为43%，头部品牌格局逐渐稳固，其他品牌想要突破较为困难。

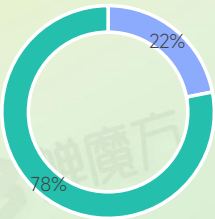
24年衣物清洁行业TOP30品牌市场格局

气泡大小为市场占比



市场集中度
快速上升

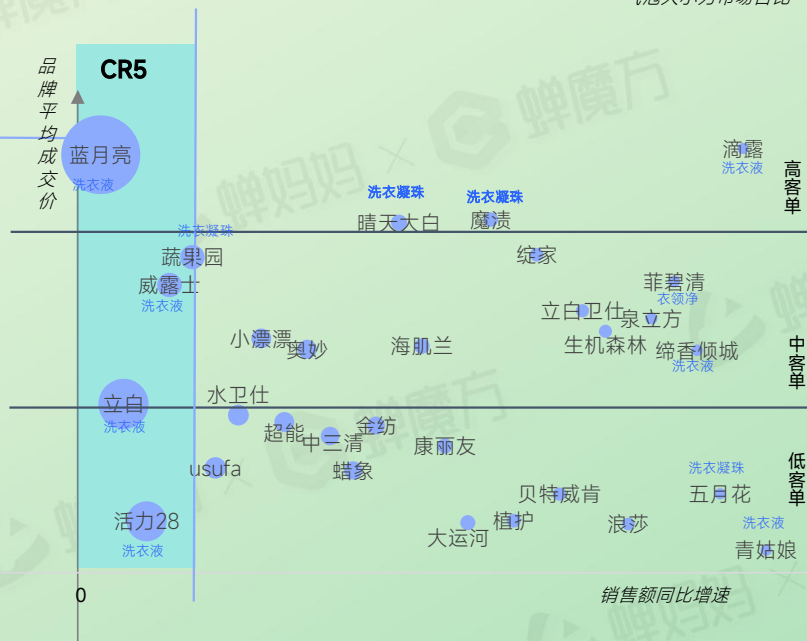
■ CR5 ■ 其他



排名	排名变化	品牌	市场份额	平均成交价	品牌定位
1	▲ 1	蓝月亮	23%	108.31	专业的家庭清洁解决方案提供商
2	▼ -1	立白	10%	48.92	衣物天然养护领域的研发创新
3	▬ 0	活力28	6%	14.94	性价比国产洗衣液
4	▲ 4	威露士	2%	83.45	注重健康、杀菌、抗菌和洗涤效果
5	▼ -1	蔬果园	2%	91.54	高端生态家清

衣清行业市场TOP30品牌均出现不同程度的增长，行业机会大。

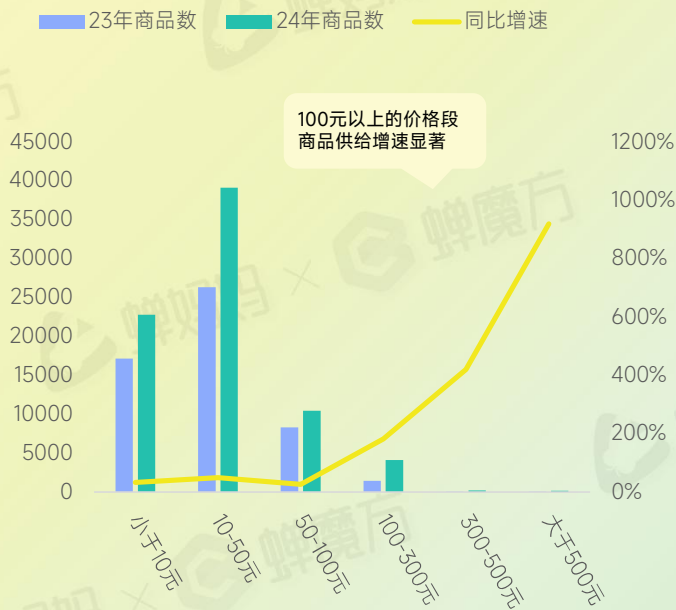
高客单价格段被洗衣液占领，TOP5 集中度高，竞争激烈；其余品牌增长速率较快但销售额贡献分散。



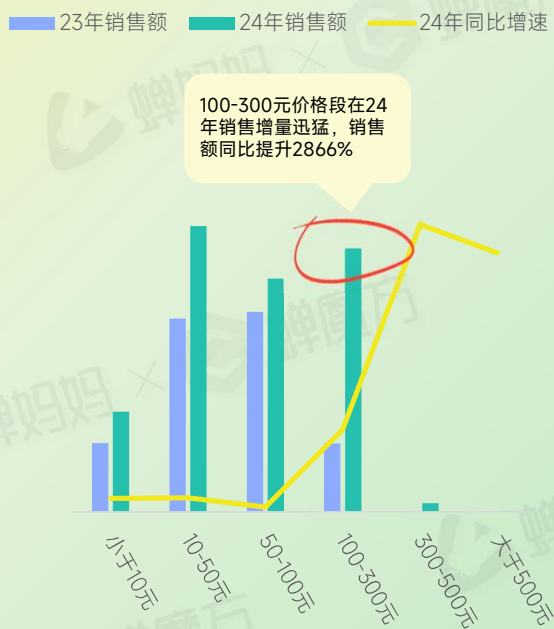
衣物清洁行业呈现消费升级趋势，高品质洗衣产品潜力较大

24年100元以上的商品供给增速明显，100-300元的价格段销售额增速表现突出，衣清行业整体售价向高客单偏移。线上渠道可以更好的销售组合装产品，同时更直观的展示产品的洁衣效果，对于行业价格带向上有着推动作用。除了产品组合提升客单价外，产品技术的升级也是推动用户选择更高价位产品的因素。

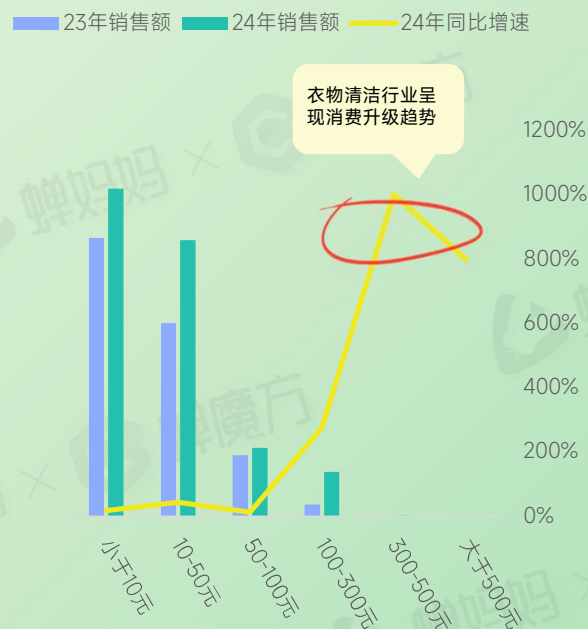
23年-24年不同价格段商品数量



23年-24年不同价格段销售额占比



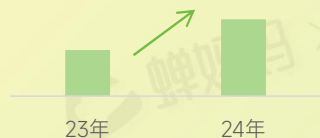
23年-24年不同价格段销量占比



在精细化的趋势下，衣物清洁产品除了基本的洁净功能外，留香、深层洁净、护衣成为消费者偏好的卖点

TOP1卖点 持久留香

■ 卖点销售额



立白 留香洗衣液 销售额1亿+



规格：香氛格拉斯玫瑰
2kg*2+500g*4+内衣洗80g*3
价格：99元

活力28 薰衣草芬芳洗衣液 销售额5000-7500w



规格：薰衣草洗衣液2kg
价格：8.9元

活力28 山茶花留香洗衣液 销售额5000-7500w



规格：山茶花香洗衣液2kg
价格：9.9元

TOP2卖点 深层洁净

■ 卖点销售额



蓝月亮 生物科技洗衣液 销售额1亿+



规格：深层洁净洗衣液660g*2+(赠：
660g*4+洗衣液1740g)
价格：139元

水卫仕 活氧洗衣粉 销售额5000-7500w



规格：洗衣粉430g*3
价格：49.9元

蜡象 洗衣爆炸盐 销售额5000-7500w



规格：爆炸盐430g*3
价格：49.9元

TOP3卖点 温和护色

■ 卖点销售额



蓝月亮 薰衣草香护色洗衣液 销售额1000-2500w



规格：薰衣草洗衣液2kg*2+(赠：
500g*5洗衣液)
价格：89元

活力28 薰衣草芬芳护色洗衣粉 销售额1000-2500w



规格：薰衣草留香洗衣粉5kg
价格：29元

泉立方 洗衣吸色片 销售额1000-2500w



规格：吸色片3盒+赠1盒，共120片
价格：69元

行业小结

行业趋势

- 衣物清洁行业呈现持续增长的态势，大促为行业销售额上涨重要时间点
- 达人合作为行业核心销售方式，品牌号在大促期间销售贡献提升10%-15%

价格趋势

- 衣物清洁行业呈现消费升级趋势，高品质洗衣产品潜力较大

重点品类

- 洗衣液做为日常最基础的衣清品类，销量领先
- 爆炸盐做为在24年快速发展的新兴品类，值得关注

热门卖点

- 衣物清洁行业产品随着消费者需求升级
- 清洁技术、产品香味、温和护色，是目前行业的热门卖点

衣服清洁行业 洗衣液

2024/08

Aug.

CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 chanmofang All Rights Reserved



扫描领取蝉魔方试用



洗衣方式上的技术创新与衣服清洁剂的升级相辅相成，推动了品类发展

衣物清洁剂的不断升级是市场需求对洗衣技术革新的直接响应。洗衣技术从手洗升级为机洗，衣服清洁剂也完成从简单清洁到更节能环保的转变。这一演变是技术进步和社会发展共同推动的产物。洗衣技术的升级，不仅极大地提高了人们的生活质量，同时也促进了衣服清洗剂产业的发展。

手洗衣服是一种传统的洗衣方式，耗时耗力、不适合大量衣物的清洗

手洗



肥皂

肥皂最早是作为一种清洁剂被发明，帮助清洁衣物

随着时间的推移，肥皂逐渐被洗衣粉所取代。洗衣粉通过更高效的化学配方，提供了更好的清洁效果

提升手洗效率



洗衣粉

洗衣粉属于粉状衣物清洁产品，不仅能用于手洗也被广泛应用于机洗

洗衣机的发明主要是为了减轻人们手洗衣服的负担。洗衣机的出现使得这项工作变得更加轻松和高效

洗衣机



洗衣液

洗衣液从传统的洗衣粉逐渐升级为更环保、更高效的洗衣液

洗衣机的设计也在不断向节能和环保方向发展。节水、节能、减少化学物质使用成为洗衣机设计的重要考虑因素

设计节能环保



洗衣凝珠

包装设计简化消费者的使用过程。浓缩化的技术使其清洁效果和环保性上具有优势

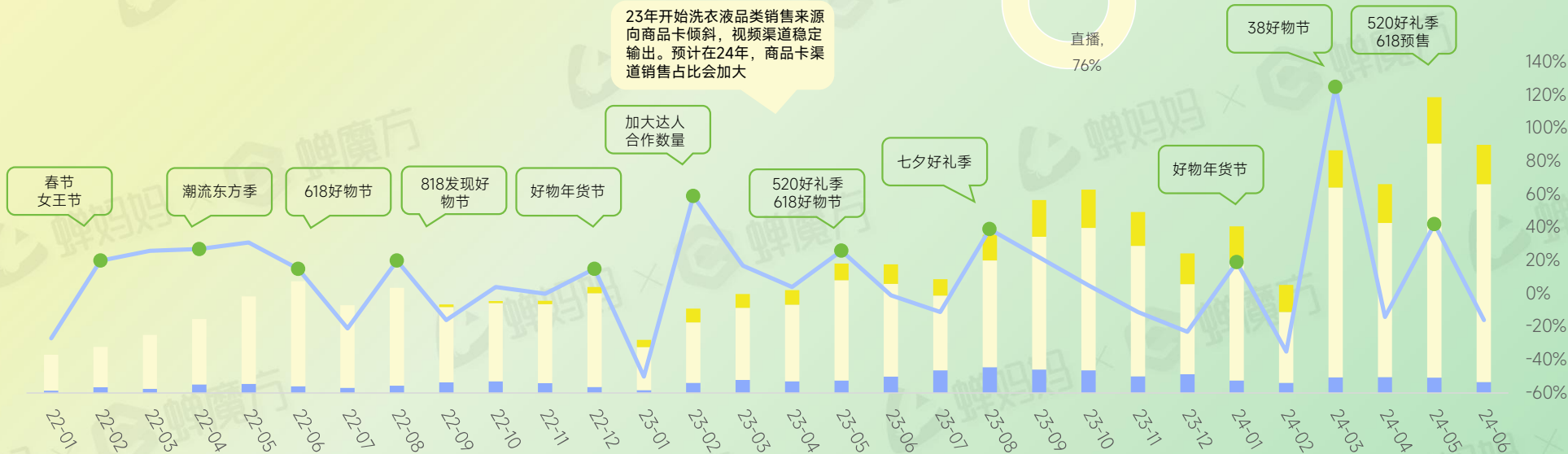
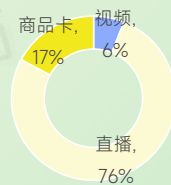
电商大促为品类销售额上涨关键节点，直播带货为主要销售方式

根据每月销售额指数可以得出，在抖音平台大促时间周期内洗衣液品类的销售额指数明显上升，且每年大促周期的品类销售额同比上升，说明大促节点对于品类销售十分重要。直播做为主要销售方式，贡献销售额持续上升；商品卡增速显著，成为第二销售方式。

22年-24年洗衣液品类发展趋势&销售方式占比

视频 直播 商品卡 销售额环比增速

24年洗衣液品类销售方式

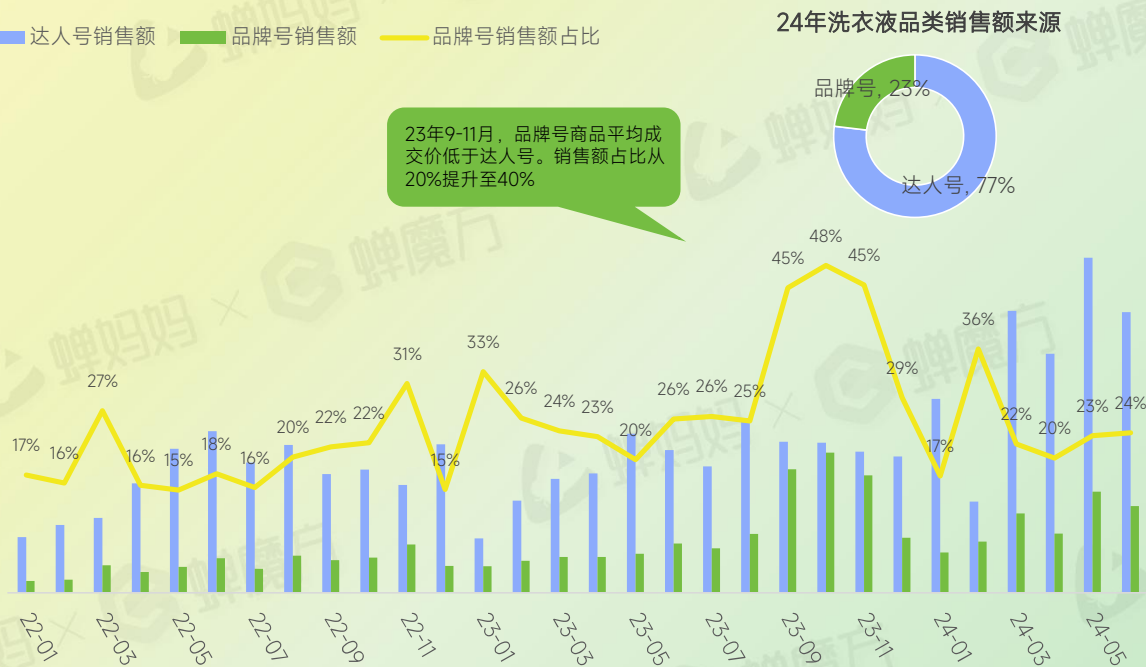


品牌号销售额占比提升，品类商家逐渐减少对于达人合作的依赖

洗衣液品类品牌商家，利用达人的影响力在平销期间进行销售。而品牌号则在大促节点期间通过促销活动进一步提升销售额占比，如：限时折扣、买赠活动、会员专享优惠等。随着时间的推移，行业达人合作的数量在22年达到顶峰后，呈现出逐渐下降的趋势。这一变化说明洗衣液品牌正在逐步减少对达人带货的依赖性，转而通过自有账号和渠道来销售产品。

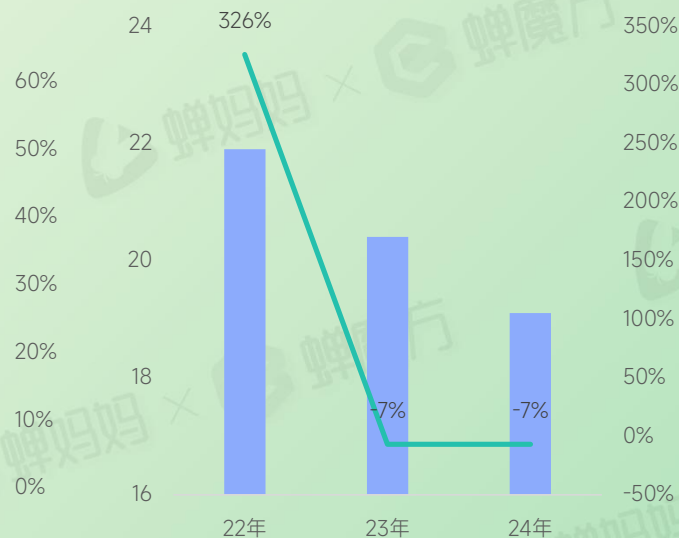
22-24年洗衣液品类销售额来源

达人号销售额 品牌号销售额 品牌号销售额占比



22-24年洗衣液品类合作达人数量

合作达人数量 数量同比



数据来源：蝉魔方 chanmofang.com（蝉妈妈旗下行业研究数据平台），数据时间：2022年1月1日-6月30日，2023年1月1日-6月30日，2024年1月1日-6月30日

品牌号：品牌自营账号；达人号：小店账号+达人账号，达人数：行业品牌时间周期内合作全量达人数

头部达人合作投产比极高，时尚或明星类型为品牌偏好达人

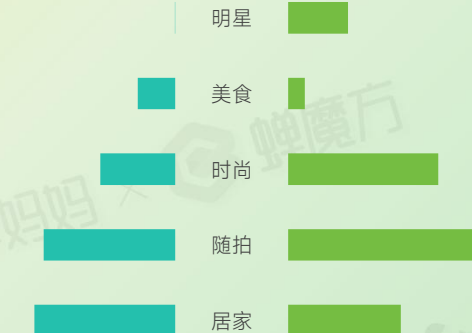
洗衣液行业选择达人合作时采用金字塔模型策略，利用小达人、尾部达人增加曝光，再通过头部达人带货进行转化。品类销售额TOP10带货达人榜全部为头部达人，品类带货力强；时尚或明星类型达人销售表现好、随拍和居家类型达人占比大。达人主要合作品牌为蓝月亮、立白。

24年洗衣液品类达人合作等级&类型

■ 人数 ■ 销售额



■ 人数 ■ 销售额



24年洗衣液品类销售额TOP10达人

排名	抖音号名称	达人等级	达人类型	平均成交价	销售额	推广品牌
1	陈三废姐弟	头部达人	时尚	132	100	立白、蓝月亮、威露士
2	董先生	头部达人	时尚	132	80	蓝月亮
3	广东夫妇	头部达人	时尚	138	60	蓝月亮、立白、奥妙
4	涂磊	头部达人	明星	134	50	蓝月亮、立白
5	彩虹夫妇	头部达人	随拍	128	40	立白、蓝月亮
6	主持人沈涛	头部达人	明星	149	30	蓝月亮
7	祝晓晗	头部达人	明星	140	20	蓝月亮
8	麦小登	头部达人	随拍	153	10	蓝月亮
9	舒畅	头部达人	明星	137	5	蓝月亮
10	刘媛媛	头部达人	时尚	129	5	蓝月亮、立白

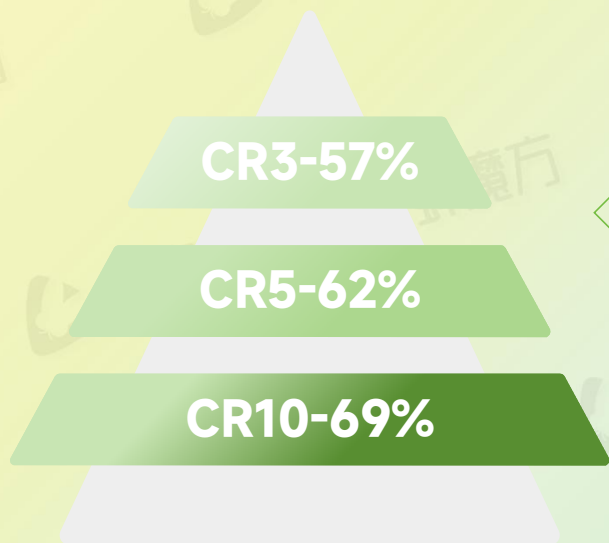
数据来源：蝉魔方 chanmofang.com（蝉妈妈旗下行业研究数据平台），数据时间：2024年1月1日-6月30日

人数：行业品牌时间周期内合作全量达人账号数

头部品牌竞争激烈，蓝月亮、立白稳定霸榜，活力28增势迅猛

洗衣液品类CR3为57%，高集中度通常代表着行业竞争激烈。蓝月亮、立白、活力28等知名国货品牌通过有效的市场策略、产品质量和品牌影响力，连续2年占据品牌榜前三，在市场中占据了主导地位。康丽友品牌在激烈的竞争中通过“彩漂洗衣液”迅速上涨47名，进入榜单。

24年洗衣液品类品牌集中度



行业品牌集中度很高，市场竞争的激烈。CR3占据了57%份额，市场中占据了主导地位。市场准入壁垒提高，在洗衣液行业破圈较为困难。

24年洗衣液品类TOP10品牌

排名	排名变化	品牌	平均成交价	市场份额	销售额同比
1	0	蓝月亮	120	37%	
2	0	立白	71	13%	
3	0	活力28	13	7%	
4	1	威露士	83	3%	
5	3	奥妙	70	2%	
6	9	小飘飘	94	2%	
7	47	康丽友	37	1%	
8	-4	中三清	38	1%	
9	2	海肌兰	64	1%	
10	0	超能	47	1%	

蓝月亮品牌在洗衣液行业表现卓越，市占高同时客单价高

活力28做为老派国货翻红，24年增势迅猛，同比高达1.9w%

康丽友品牌凭借大单品“彩漂洗衣液”排名迅速上涨47名，进入TOP10榜单

洗衣液产品技术升级，深度清洁+个性化香氛+家庭装销售全面提升客单价

24年洗衣液品类TOP10销售额产品

排名	商品名称	品牌名称	品牌号	达人号	吊牌价
1	立白大师香氛护色洁净柔顺护衣持久留香洗衣液	立白	95%	5%	200
2	蓝月亮至尊生物科技洗衣液套装 深层洁净	蓝月亮	0%	100%	140
3	活力28 薰衣芬芳洗衣液	活力28	49%	51%	10
4	活力28 山茶花香留香洗衣液	活力28	42%	58%	13
5	蓝月亮凤鸣白兰洗衣液	蓝月亮	0%	100%	17
6	蓝月亮薰衣草香洁净送至尊洗衣液家庭实惠装	蓝月亮	100%	0%	155
7	海肌兰女士内衣裤专用洗涤液洗衣液	海肌兰	82%	18%	70
8	蓝月亮深层洁净薰衣草香低泡护色洗衣液	蓝月亮	92%	8%	100
9	蓝月亮深层洁净洗衣液薰衣草香强效去污去渍	蓝月亮	0%	100%	309
10	立白卫仕除菌洗衣液去异味深层洁净去除顽渍	立白卫仕	96%	4%	140

品牌集中度提升

立白单品稳居第一，蓝月亮品牌商品提升，活力28新进榜。

23年洗衣液品类TOP10销售额产品

排名	商品名称	品牌名称	品牌号	达人号	吊牌价
1	立白大师香氛护色洁净柔顺护衣持久留香洗衣液	立白	96%	4%	200
2	蓝月亮深层洁净薰衣草香低泡护色洗衣液	蓝月亮	98%	2%	100
3	海肌兰女士内衣裤专用洗涤液洗衣液	海肌兰	100%	0%	70
4	衣特蓝植物香氛洗衣液	衣特蓝	17%	83%	60
5	除菌除螨去污去渍家用洗衣液	奥妙	100%	0%	160
6	无患子去渍洗衣液家庭装	小杨臻选	0%	100%	90
7	美佳优好太太植物酵素香水香氛洗衣液	美佳优好太太	1%	99%	13
8	洁力威小苏打除菌柔顺护衣水洗香氛洗衣液去渍家庭	pureking	5%	95%	10
9	蓝月亮深层洁净洗衣液薰衣草香家庭装囤货	蓝月亮	97%	3%	120
10	有氧洗松木香洗衣液除菌除螨去污留香	威露士	100%	0%	130

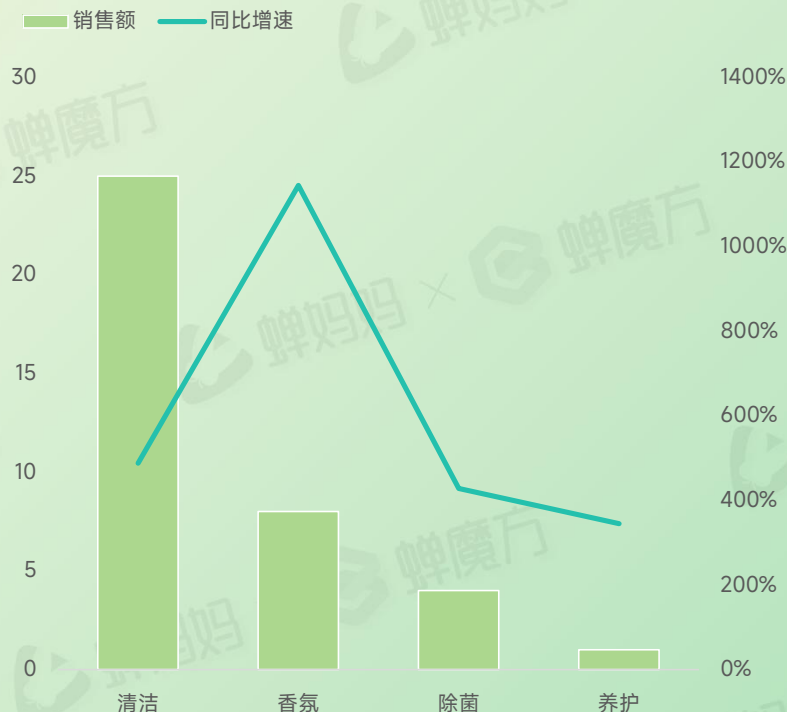
销售方式更加分散

23年商品销售集中于品牌号，在24年商品销售向达人号分散。

需求更加具体

深层清洁成为24年商品重点，同时洗衣液香氛气味更加具体，例如：山茶花、薰衣草香等。

24年洗衣液品类热门卖点



衣服清洁行业 爆炸盐

2024/08

Aug.

CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 chanmofang All Rights Reserved



扫描领取蝉魔方试用



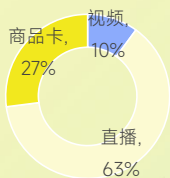
品牌爆品效应引领爆炸盐品类爆发式增长

随着usufa品牌在23年10月在抖音平台的强势崛起，从而推动整个爆炸盐品类的创新和发展，该品类在24年H1同比增长4.6万%。分析预测：消费者通过爆品了解到品类的优势，进而对同类产品产生兴趣，未来几年爆炸盐市场将继续增长。品牌需要关注市场趋势，抓住机遇。

23年-24年爆炸盐品类发展趋势&销售方式占比

视频 直播 商品卡 销售额同比增速

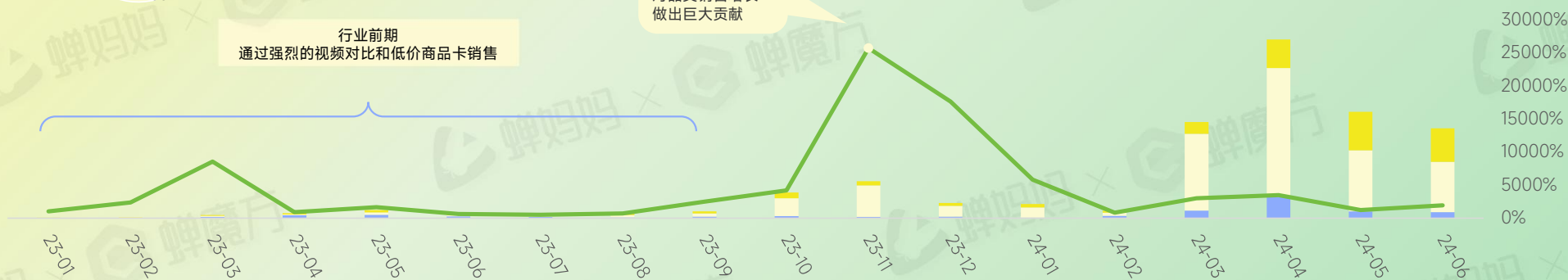
24年爆炸盐品类销售方式



行业前期
通过强烈的视频对比和低价商品卡销售

usufa品牌产品首次出现，当月销售即达500w+。对品类销售增长做出巨大贡献

品类爆发期



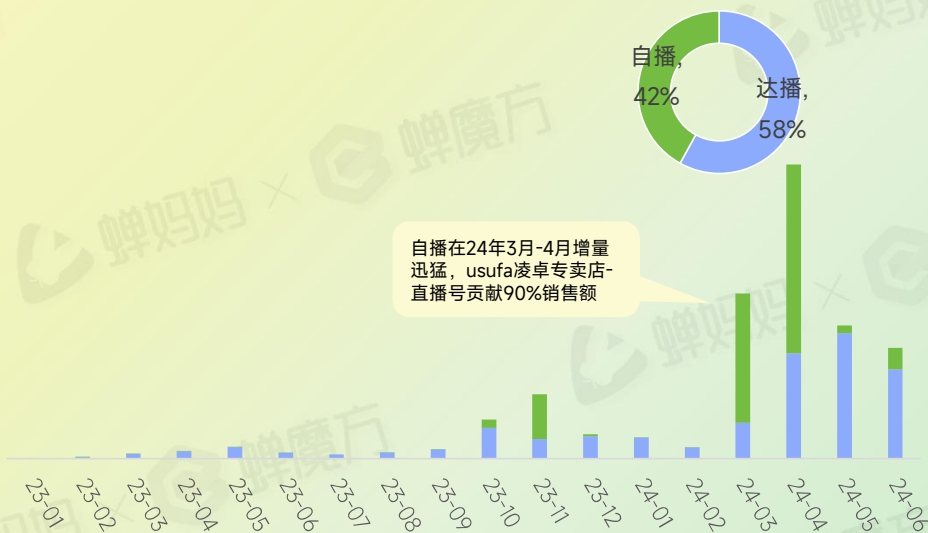
23年下半年达人合作销售产出占比下降，24年自播销售快速发展

品类发展初期，通过达人带货完成初期宣传和销售；直到23年下半年usufa品牌出现爆品并通过品牌账号作为转化渠道，自播占比得到提升。在24年品类自播销售额快速上升，主要由usufa凌卓专卖店-直播号贡献。

23-24年爆炸盐品类销售渠道占比

■ 达播 ■ 自播

24年爆炸盐品类销售额来源



24年爆炸盐品牌自播号TOP10

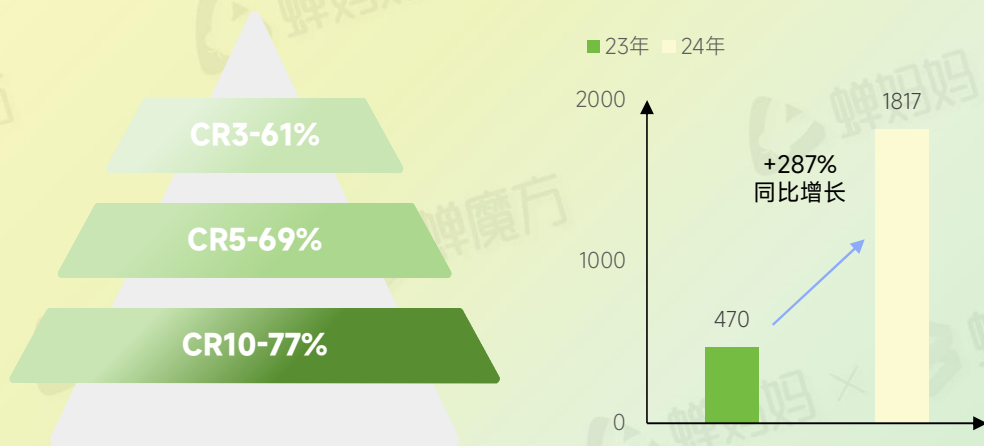
usufa品牌号销售额断层领先

排名	抖音号名称	品牌	粉丝数	平均成交价	销售额
1	usufa凌卓专卖店-直播号	usufa	855156	36	
2	水卫仕校服净	水卫仕	36452	37	
3	欣宝测评好物（拒绝踩坑）	亮妈妈	41254	36	
4	老管家家居旗舰店	老管家	38759	14	
5	活力28家居旗舰店	活力28	109917	20	
6	蔬果园家居旗舰店	蔬果园	13064	45	
7	蔬果园suk garden个人护理旗舰店	蔬果园	9830	30	
8	亮妈妈家居清洁旗舰店	亮妈妈	79897	28	
9	小漂漂婴童用品旗舰店	小漂漂	44470	40	
10	净爸爸洗护清洁旗舰店	净爸爸	183612	30	

品类发展初期品牌竞争激化，市场格局待重塑，usufa市占稳居第一

自23年诞生，爆炸盐品类在24年迅速崛起，usufa与苑浩两大品牌以52%的市占率，确立了其在市场中的领导地位。随着众多商家捕捉到这一新兴机会，纷纷推出低客单价产品加入竞争，品牌数量同比激增297%，市场呈现出活跃态势。此外，TOP10榜单亦迎来新品牌的身影，标志着爆炸盐品类未来将迎来品牌格局的重塑与市场多元化的发展。

24年爆炸盐品类品牌集中度&品牌数



爆炸盐品类为23年起量的新兴类目，由头部品牌爆品带动品类销量，所以TOP3品牌集中度高达61%。在24年，更多商家发现此潜力赛道，纷纷加入，爆炸盐品类品牌数同比增长287%。

24年爆炸盐品类TOP10品牌

排名	排名变化	品牌	平均成交价	市场份额	品类销售额
1	0	usufa	34	41%	
2	0	苑浩	5	11%	
3	30	亮妈妈	30	9%	
4	1	小漂漂	49	6%	
5	进榜	水卫仕	35	2%	
6	进榜	老管家	13	2%	
7	进榜	活力28	20	2%	
8	进榜	莲杰	6	2%	
9	进榜	亿购美	29	1%	
10	-7	蔬果园	41	1%	

usufa品牌在爆炸盐行业占比41%，且连续2年排名第一

爆炸盐作为快速崛起新兴行业，品牌格局暂不稳定，有更多机会抢占市场份额

usufa领军品类赛道，付费引流打造品牌声量，商品卡承接转化

usufa作为爆炸盐品类的领军品牌，以“花香洗衣爆炸盐”产品出圈。在23年以直播作为主要销售渠道，24年商品卡通过“集中爆款+极致性价比+多渠道曝光+好评运营”的组合拳加大占比至35%。

usufa爆炸盐产品介绍



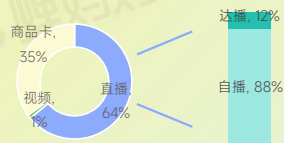
大单品：2500w-5000w
商品销售额占品牌总销售额99%

标题：usufa白衣服去污渍神器桶装花香洗衣爆炸盐
香味：蓝风铃/白桃茉莉
规格：1000g/桶

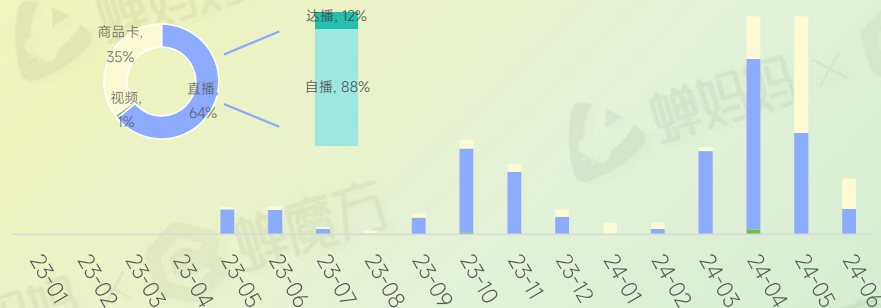
23-24年usufa爆炸盐销售趋势

■ 视频 ■ 直播 ■ 商品卡

24年usufa销售额来源



5月开始主力账号：
“usufa凌卓专卖店-直播号”
销售额下滑，商品卡销售额上升

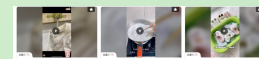
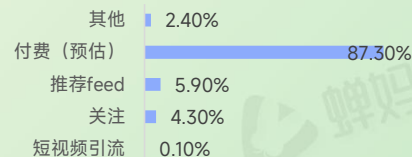


24年usufa品牌自播号

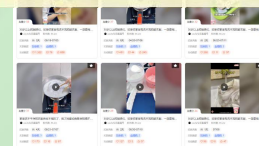
USUFA

账号名称：usufa专卖直播号
账号销售额占品牌爆炸盐销售额96%

直播流量结构



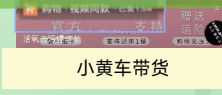
推广视频主要以强烈的画面对比吸引用户点击直播间购买



24年usufa商品卡玩法总结



集中爆款+极致性价比+多渠道曝光+好评运营



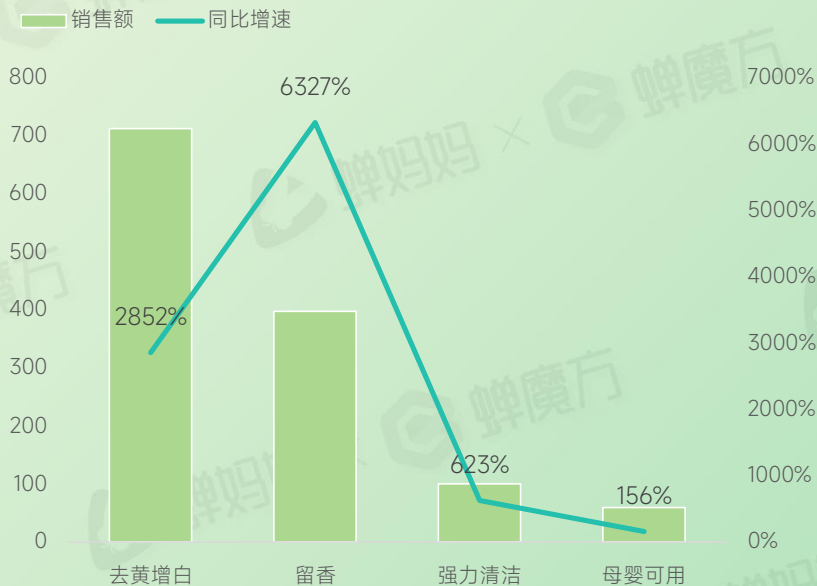
商品的核心卖点是除顽固污渍，产品会在发展中不断细化需求

爆炸盐对于顽固污渍具有一定的去除效果，可以单独使用也可配合衣服清洗剂一起使用。除了本身去黄增白的核心功能外，留香、母婴可用等更能满足情绪化和人群细分的需求会逐渐被加入到产品中。

24年爆炸盐品类TOP10销售额产品

排名	商品名称	品牌名称	品牌号	达人号	吊牌价	销售额
1	usufa白衣服去污渍神器花香爆炸盐	usufa	96%	4%	30	
2	亮妈妈婴幼儿爆炸盐	亮妈妈	26%	74%	40	
3	4.99/1桶爆炸盐去污去渍	苑浩	1%	99%	5	
4	5.99/1桶爆炸盐去污去渍	苑浩	3%	97%	8	
5	爆炸盐内含留香珠	乐凡婷	76%	24%	20	
6	5.99/1桶爆炸盐去污去渍	苑浩	1%	99%	6	
7	水卫仕爆炸盐去污渍洗衣去污	水卫仕	100%	0%	30	
8	老管家爆炸盐家用婴幼儿洗衣强力去	老管家	66%	34%	16	
9	活力28爆炸盐超强去污去渍白衣服	活力28	38%	62%	20	
10	爆炸盐强力去污去黄持久留香	莲杰	1%	99%	6	

24年爆炸盐品类卖点



品类小结

洗衣液品类

- 品类现状:

电商大促为品类上涨关键节点，
头部达人合作投产比极高

- 品牌格局

品类发展成熟、竞争激烈，蓝月亮、立白、活力28稳定霸榜

- 趋势预测

洗衣液产品技术升级，深度清洁+
个性化香氛+家庭装销售成为品类全面
提升客单价的关键因素

爆炸盐品类

- 品类现状:

品类在23年因为单爆品而起量，
推动整个品类的创新和发展

- 品牌格局

品类发展初期TOP10品牌变动大，
市场格局待重塑

- 趋势预测

去除顽固污渍做为爆炸盐品类的
核心卖点，根据市场细化需求升级产品，
例如：香味、细分人群等

蝉妈妈，赋能每一个电商人



蝉妈妈数智营销服务矩阵

赋能每一个电商人

战略决策

最强大脑，做优质战略决策



蝉魔方

chanmofang.com

达播增长

让达播提效+增长



蝉圈圈

kolkoc.com



蝉选

chanxuan.com

自播爆量

直播间管家，让自播爆量



蝉管家

changuanjia.com

电商运营+内容创意

电商百宝书，做全面科学化运营



蝉妈妈

chanmama.com

AI电商超强外挂

无限复制你的劳动力



蝉镜

chanjing.cc

蝉妈妈 × 蝉魔方

THANK YOU!

2024/08

Aug.

CHANMOFANG
DATA
REPORT

©2024 chanmofang All Rights Reserved



扫描领取蝉魔方试用

