

从洁净刚需到多元居家体验

2026年H1家清行业消费趋势洞察



宏观环境与行业大盘：经济稳步修复，家庭生活投入持续增长，品质居家需求加速释放



GDP (国内生产总值)
2025年全年

+5.0%



可支配收入
2025年全年

+5.0%



全国居民人均消费支出
2025全年

+4.4%



人均居住消费支出
2025年全年 (2024年+xxx%)

+5.2%



生活用品及服务消费
2025全年 (高于消费整体增速4.4%)

+7.7%



全国服务消费占比
2025全年 (vs2024年+0.3%)

+46.1%

家庭生活方式重构，驱动家清消费进入价值升级时代

居家
疗愈

家成为情绪修复空间

混合办公常态化，家更需要秩序感与放松感



#混合办公

中国非全职工员工比例

64%

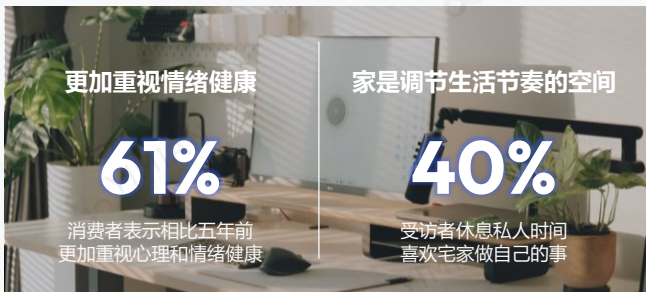


#精神领地

社媒「能量场」累计曝光

+1285%

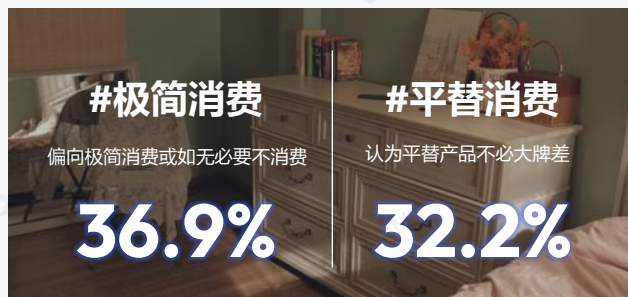
心理和情绪健康的重要性持续提升



微观
消费

小额消费承载情绪价值

年轻人消费态度从「买的贵」转为「买的值」



为更好的生活体验支付溢价，而非品牌溢价

人宠友好



宠物湿巾

感官愉悦



衣物护理喷雾

居家疗愈

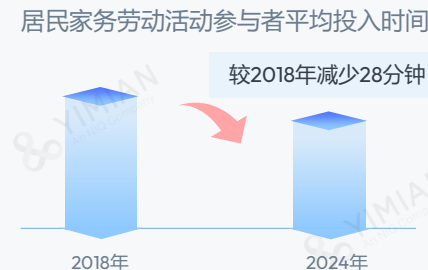


香氛蜡烛

效率
健康

家务进入轻量化精准健康时代

消费者越来越依赖产品和工具提升家务效率



消费者的健康意识持续升级



#环保标准

愿意为符合环保标准的产品支付溢价

82%



#改善健康

正在积极采取行动改善健康

86%

家清行业角色跃迁：不止清洁，构筑多元居家体验

生活提案

从功能满足到场景解决方案提供

#适宠化

↑ +684%

社媒搜索次数

#适童化

↑ +142%

社媒新发布笔记数



写写长期主义严选好物 (萌宠家清篇)
2025-06-23



婴儿清理好物分享
2025-03-10



关于爬爬垫打理~
2025-03-10



养宠物我地板都是消毒液拖的
还专门买了吸尘器除螨仪

作为两猫一娃的家庭来说
日常需要兼顾小孩的健康
家里需要定期清洁异味 清扫毛发



生活解压

从被动体力劳动到身心解压释放

#压力与疲惫

↑ +29%

2025-2026消费者社媒情绪



大扫除后，我重新掌控了生活
2025-07-17



通过整理房间，我获得极大的治愈。
2025-09-02



突然意识到频繁收拾家里并不是因为爱干净
2025-10-26



这种简单反馈直接的事情会让你重拾对生活的控制。

脑力工作做多了，做一些体力工作
比如说打扫卫生就真的很解压。



生活哲学

从实用主义转向生活哲学的体现

#长期主义

↑ +684%

社媒搜索次数

#气味即我

TOP1

香味成为选购洗衣液核心因素



特辑真一人严选的《长期主义清洁好物》
2025-01-04



长期主义年度用到的满意清洁好物
2025-02-27



6招打造满室生香的小窍门
2025-03-18



用的东西真的不要輕易地更换
因为大概率会发现还是原来的好用

宅家幸福感直接翻倍~
像把秋日桂花园搬进了家~



家清行业的身份蜕变

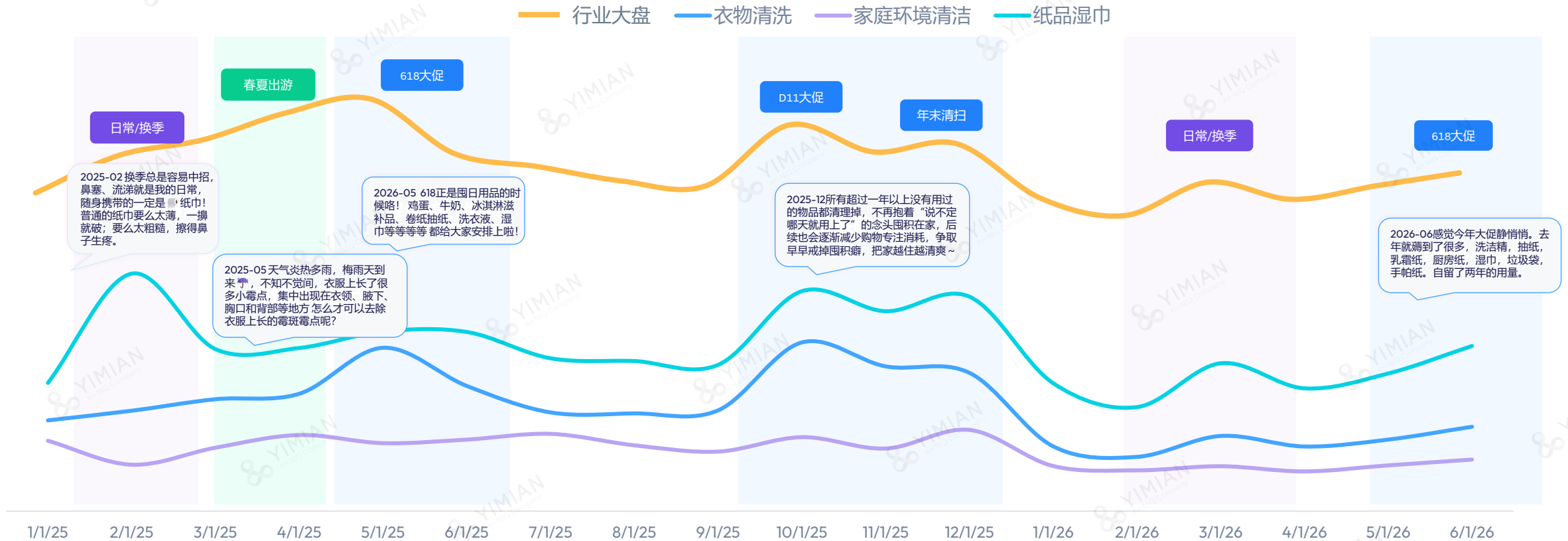
从单纯清洁消耗品，转变为贯穿全天、全空间、全人群的居家生活方式载体



【整体市场趋势】618大促是行业全年峰值，换季防护和梅雨防潮是日常销售增量重要场景

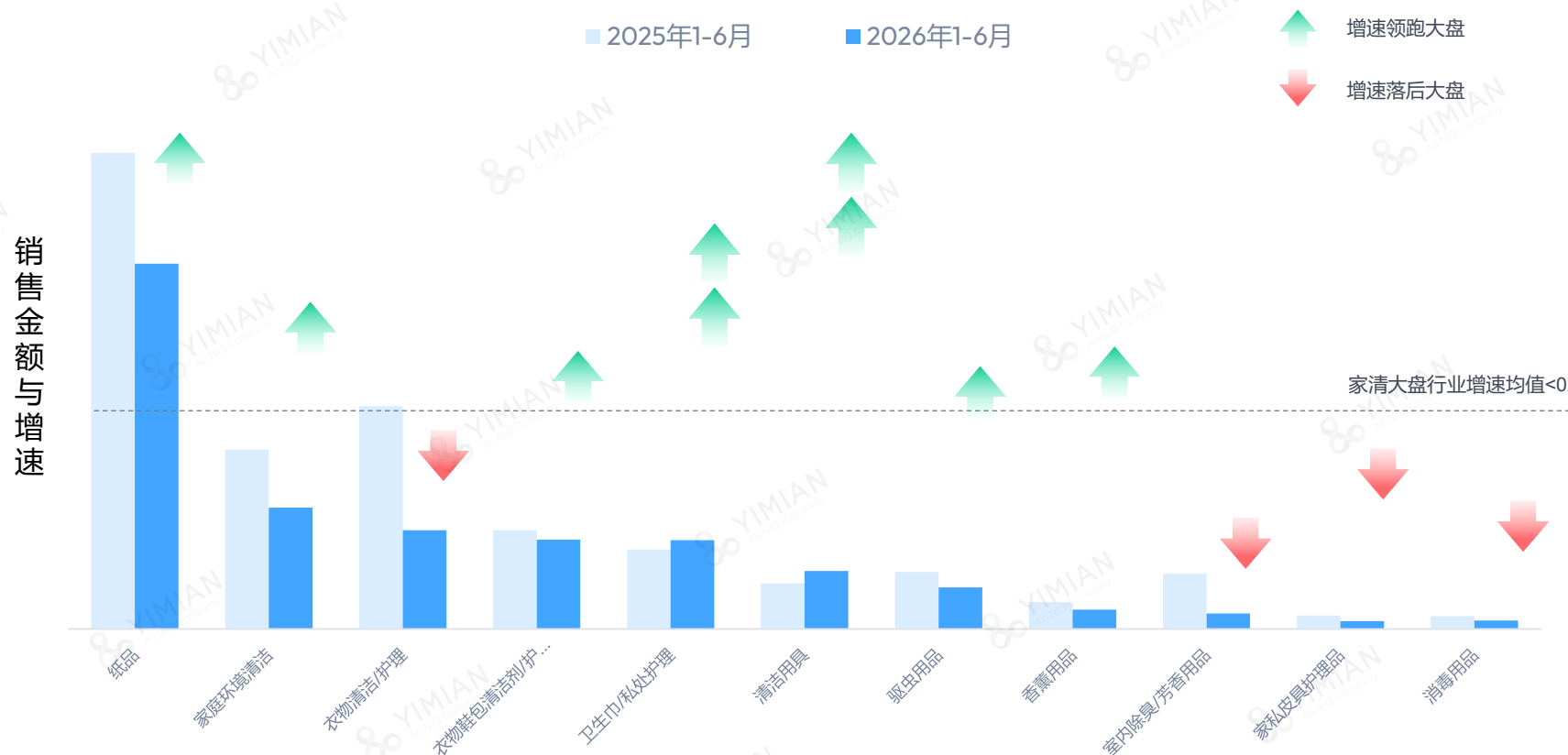
- 市场特征：618与D11为常规消费旺季；春季换季、梅雨防潮季成为日常重要增量驱动场景；纸品湿巾换季期间表现亮眼，梅雨季衣物清洗和家庭环境清洁走高。
- 节奏特性：大促囤货出现大小年情况，家清囤货特性具有前置消费效应，一次性囤货可满足1-2年日用需求，大促波峰呈现高低交替的趋势。

2025年1月至2026年6月家清行业与核心类目市场表现（电商销售额&趋势变化）



【家清品类表现】纸品和衣物清洁护理是品类基石，销售金额整体承压，清洁用具脱颖而出

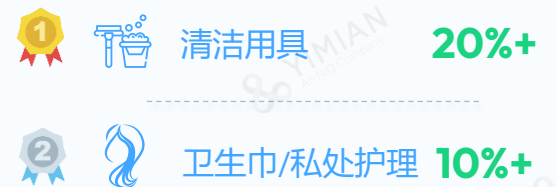
2026年家清品类二级类目销售金额与同比增速



2026H1品类销售排序



2026H1品类增速排序



2026年H1家清行业四大趋势

【清洁做减法、护理做加法】

洗护两级分化

01

消费者清洁端追求精简高效，倾向一物多用、通用型清洁剂；护理端愿意单独投入预算，追求衣物柔顺、面料养护等增值体验。

【从事后清洁转向前置预防】

全屋防御养护

02

清洁需求从局部定点去污，升级为全屋空间一体化防护。消费者不再只处理可见污渍，主动关注防潮、防霉、抑菌、除味等预防性需求，打造全屋洁净、健康的居家环境。

【对贴近人体口鼻的场景关注度提升】

贴身养护进阶

03

消费者高度重视入口餐厨、呼吸空气两大贴近人体的场景，对接触饮食、影响室内空气的家清产品提出更高标准，优先选择温和安全、低刺激、无有害残留的方案，守护贴身健康。

【消费者追求直击问题的定向洁净方案】

靶向场景洁净

04

家清消费走向场景精准化，告别通用产品一刀切。围绕厨房油污、卫浴水垢、养宠清洁、出行便携等专属场景，消费者偏好匹配场景痛点的定向解决方案，按需选购、精准洁净。

01

洗护两级分化

需求分层，清洁与护理双向分化

基础清洁追求一物多用，进阶衣物护理走向场景细分，
消费者形成「基础洗涤极简刚需 + 功能护理单独加码」的消费结构

清洁追求「极简一瓶」

常用清洗剂

+15%

2026H1销售金额同比

护理愿意「单独加码」

柔顺护理剂

+42%

2026H1销售金额同比

养宠家庭洗护需求进阶

「宠物相关」衣物洗护

+17%

2026H1销售金额同比

基础清洁偏好「一物多用」，进阶衣物护理走向人群与场景细分

万能去渍

「1瓶搞定多种污渍」



「超能」衣物渗透剂去渍神器

多种污渍1瓶搞定

温和无刺激护色不伤手

多维去污因子
协同响应更高效

衣物专项护理

「柔护衣物抗静电」



「绽家」四季繁花香氛衣物柔顺剂

阳离子抗静电技术

香氛技术持久留香

固色护色
衣物光鲜亮丽

人宠环境共享

「宠物友好防粘毛」



「好爸爸」防粘毛柔顺剂宠物专用

5倍防粘毛

洗除10种人宠共患菌

衣物层层防护
科学配方，针对宠物毛发研发

02

全屋防御养护 预防性健康养护兴起

后疫情时代，居家健康防护认知深化，消费者青睐「干燥 + 除霉 + 抑菌」成套解决方案，愿意为长效健康防护组合买单。

防潮需求转向预防性养护

除湿干燥剂

+182%

2026H1销售金额同比

季节性除霉需求常态化

除霉抑菌用品

+160%

2026H1销售金额同比

居家健康防护常态化，「干燥 + 除霉 + 抑菌」解决方案受到青睐

空间干燥

「吸湿防潮长效养护」



「老管家」除湿盒干燥剂防潮防霉包

物理吸湿，母婴安心

只进不出，锁湿不返潮

高倍吸收空气中多余水分
远离「霉」烦恼

霉菌治理

「靶向除霉抑霉方案」



「滴露」除霉喷雾去霉菌斑除霉剂

去除霉菌霉斑

抑制霉菌生长

抑霉除味
洁净安心一步到位

卫浴抑菌

「除垢净味长效防护」



「水卫士」浴室清洁剂香氛

多种植萃，除垢力拉满

99.9%除菌率，有宠家庭安心

先瓦解，再剥离，后预防
三招闪亮浴室

03

贴身养护进阶

呼吸与入口健康优先级提升

贴近人体的清洁需求权重超越硬质表面清扫，衍生两大新方向：守护呼吸、饮食安全的生理健康，以及衣物香氛祛味带来的社交情绪价值

空间气味护理需求爆发

空气清新剂

「衣物祛味」

+182%

+13倍

2026H1销售金额同比

2026H1销售金额同比

餐厨清洁赛道走高

洗碗机清洗剂

+17%

2026H1销售金额同比

清洁重心向人体靠拢，呼吸、入口类养护需求优先提升

居家呼吸健康

「空间气味调节抑味留香」



「绽家」持久留香空气清新剂

中和+分解异味分子

祛味、抑菌、留香三效合一

全屋空间、衣柜异味
车载空间随心放置

社交情绪价值

「祛味喷雾，打造个人气味屏障」



「乐乐校」衣物去味喷雾

黑科技香氛 缓解情绪焦虑

植萃祛味 消除社交尴尬

净化气场去异味
成为你的「伪体香」

入口清洁健康

「厨电深度养护清洁剂」



「finish」小方瓶洗碗机清洁剂

清洁附着机体水垢油污

祛异味技术分解异味

深度清洁一瓶搞定
管道、过滤器、喷淋臂全方位

04

场景靶向洁净 专用清洁纸品迎来增长

居家护理走向精细化，消费者愿意为厨房、个人敏感护理等特定场景的功能型纸品支付溢价，通用纸品向场景专用纸品迭代。

居家精细化料理/护理需求崛起

「厨房纸巾」相关商品

+45%

2026年H1销售金额同比

「鼻炎护理」相关商品

+17%

2026年H1销售金额同比

「私处护理」相关商品

+9%

2026年H1销售金额同比

精细化居家护理兴起，场景定制纸品获得消费溢价

厨房场景专研

「一次性清洁纸品代替传统抹布」



「维达」强力去油厨房湿巾

一抹带走油污和细菌

用完即弃 省时省力

强效去油污、无刺激不伤手
自带洗洁精、用完即弃

敏肌鼻腔护理

「低刺激专用柔护纸品」



「可心柔」擦鼻涕专用纸

守护敏肌角质层

外柔内润擦拭不泛红

远离纸擦二次伤害
呵护娇嫩肌敏感肌

女性私护场景

「便携功能型卫生湿巾」



「妇炎洁」女性私护卫生湿巾

独立包装 随时便携

7重植萃配方温擦润养

经期清洁、日常如厕
亲密前后、游泳运动

2026年H1家清行业趋势及行动建议

01 市场势能韧性

◆ 经济基础稳固

2025年GDP与居民可支配收入均实现5.0%增长
为品质消费提供支撑

◆ 居家生活重构

居家成为情绪修复空间，消费者追求疗愈、
效率与健康，驱动家清消费价值升级

◆ 消费理念转变

消费态度从“买的贵”转向“买的值”
追求高性价比与情绪价值的统一

行业风向及时把握

结合宏观环境变化与消费者需求
全面洞察行业货品、节点、特征

02 品类大盘洞察

◆ 市场节奏

18大促是行业全年峰值
换季防护与梅雨防潮成为日常销售增量场景

◆ 品类结构分化

纸品湿巾、环境清洁、衣物护理构成品类基石
清洁用具增速领跑

◆ 整体承压，局部增长

行业大盘整体承压，但功能性、
景化品类表现突出，显示出强劲的增长潜力

品类需求精准挖掘

行业细分品类机会赛道关注
时刻挖掘消费者核心真实需求

03 家清行业趋势

◆ 洗护两级分化

清洁做减法（追求极简高效），护理做加法（愿
意为增值体验付费）

◆ 全屋防御养护

从事后去污转向事前防护，关注防潮、抑菌、除
味等全屋健康需求

◆ 贴身养护进阶

高度重视入口与呼吸健康，对餐厨、空气等贴身
场景的清洁标准显著提升

◆ 靶向场景洁净

消费需求告别通用化，转向精准匹配厨房、卫
浴、养宠等细分场景的解决方案

市场新品趋势发现

智能追踪市场变化、竞品动态、新品情况
结合消费趋势，识别潜力赛道

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字图片、图表、标志、标识、商标、商号等）权均归飞未云科（深圳）技术有限公司（以下简称“我司”）。

报告所涉及的数据来源于我司自有数据库、行业公开、市场公开、公司授权均采用合法的技术手段、深度访问、抽样调查等方式获取。

报告所涉及的独立研究数据、研究方法、研究模型、研究结论及衍生服务产品拥有全部知识产权，未经本公司事先书面协议授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容，不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。

经本公司事先书面协议授权刊载或转发的，被授权机构承担相关刊载或者转发责任，不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US

关于我们



一面数据是一家领先的数据智能解决方案提供商，通过顶尖的AI技术和数据处理分析能力，提供实时、全面的数据洞察，解锁数据价值，让数据驱动决策，引领品牌进化。

通过解读来自电商平台和社交媒体渠道的海量数据，为客户提供关于商业战略、产品开发、市场营销与销售、电商运营方面的实时洞察和建议。一面数据持续服务个护美妆、食品饮料、日用家清、宠物、汽车等多领域头部客户，获得行业广泛认可。

NIQ

尼尔森IQ（纽交所代码：NIQ）是全球领先的消费者研究与零售监测公司，致力于提供对消费者行为最全面、最深入的理解，并挖掘新的增长机遇。依托无可匹敌的全球数据覆盖能力、精细化的消费者与零售监测体系，与数十年深厚的人工智能建模经验，NIQ构建了决策系统，帮助企业将复杂数据转化为清晰洞察和可执行的行动。NIQ在全球90多个国家开展业务，覆盖约82%的世界人口以及超过7.4万亿美元的全​​球消费者支出。通过云端平台、先进的分析能力和AI驱动的洞察，NIQ提供“全景洞察™（The Full View™）”，帮助品牌商和零售商深入了解消费者购买动机及购买行为。

FOLLOW US

关注我们

更多信息 扫码关注 ▶



一面数据



来此知势



一面数据公众号



一面数据小程序

联系电话: 0755-86503625

官网地址: <https://www.yimian.com.cn>

商务合作: marketing@yimian.com.cn

加入我们: yimiandata.jobs.feishu.cn

Thanks

