

2025 年

中国去渍笔行业市场

洞察报告

主编：雷静兰

编辑：赵一屹

一、引言

随着消费升级与生活节奏加快，消费者对即时、便捷的清洁需求持续攀升，去渍笔作为衣物应急清洁的便携工具，正快速融入日常生活场景。从商务人士临时处理会议污渍，到年轻群体应对社交活动中的突发状况，去渍笔凭借其高效、便携的特性，逐渐成为清洁护理品类的新兴增长点。本报告旨在深入剖析 2025 年中国去渍笔市场的规模结构、竞争格局、消费者行为及技术趋势，为行业参与者提供战略决策参考。

二、行业发展经历与市场规模趋势

2.1 行业发展经历

中国去渍笔行业的发展历程呈现出从“功能单一”的传统清洁补充工具向“场景细分”的独立品类演进的逻辑。早期，去渍笔作为传统洗衣液的补充产品，功能相对单一，主要满足应急去渍需求。随着消费需求升级和技术进步，产品逐渐向便携化、高效化方向发展，最终形成独立的细分品类。

2.2 全球去渍笔市场规模及预测

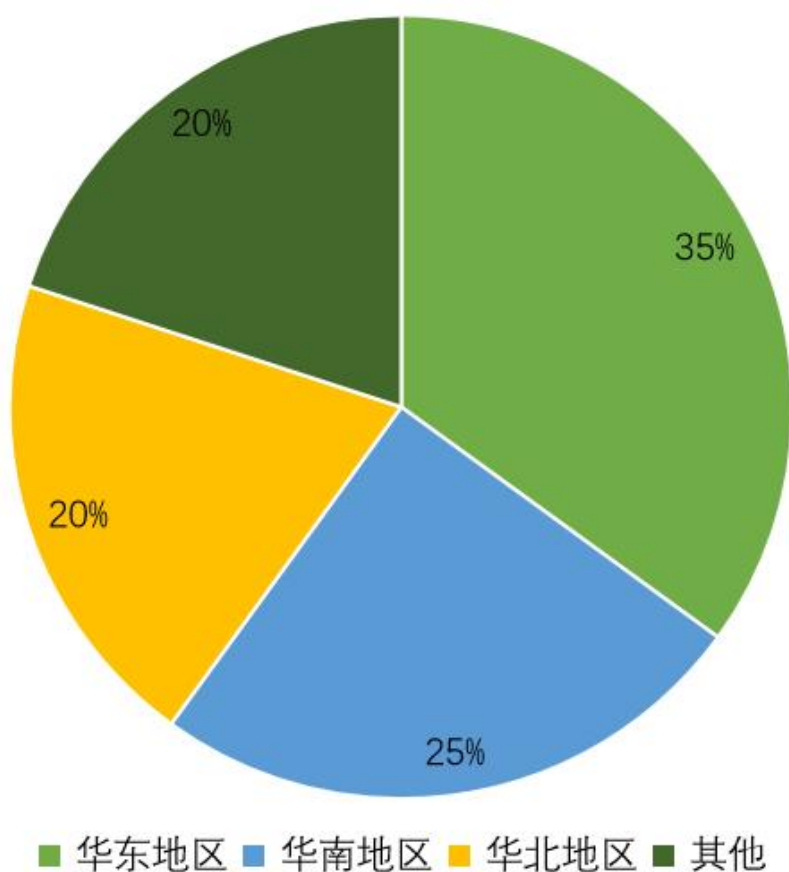
据统计 2024 年全球去渍笔市场规模达 18 亿美元，近五年复合增长率（CAGR）为 12.3%。预计至 2030 年，受新兴市场需求释放及产品技术迭代推动，市场规模将突破 35 亿美元，其中亚太地区增速将领先全球。

数据来源：欧睿国际

2.3 中国去渍笔市场规模及增长态势

中国市场**呈现爆发式增长**。2023 年，中国去污笔市场的总销量约为 1.2 亿支，平均每支售价约为 3.75 元人民币。2024 年市场规模达 38 亿元，同比增长 92%，远超清洁护理行业平均增速。电商平台数据显示，头部品牌单月销量突破 5 万件，7 日浏览量超 10 万人次。从区域分布来看，华东地区依然是最大的市场，占总销量的 35%，华南和华北地区，分别占 25%和 20%。这三大区域合计占据了 80%的市场份额，显示出明显的地域集中度。增长驱动因素包括：一是消费升级促使消费者对便捷清洁工具的需求激增；二是社交媒体营销推动产品认知度提升；三是文旅行业复苏带动旅行场景需求增长。

2023年中国去渍笔区域销售额占比



数据来源：中国产业经济信息网、博研咨询

三、宏观环境分析

3.1 政策监管环境

3.1.1 行业标准与法规

c 环境正逐步完善，多项政策法规对行业规范化发展起到显著推动作用。在**产品安全与环保方面**，《儿童用品安全通用要求》2025 版将重金属残留标准收紧至 0.1ppm，这一严格标准倒逼企业升级生产线及配方技术，以满足儿童使用场景下的安全性要求。同时，新版《洗涤用品中荧光增白剂限量》强制性国标（GB/T26396-2025）将于 2026 年实施，《中国洗涤用品行业"十四五"发展规划》明确要求 2026 年前完成无磷化改造，这些政策共同推动行业向环保化、绿色化转型。此外，《清洁生产促进法》《环境保护法》《消费者权益保护法》等通用性法规构成行业基本监管框架，其中《清洁生产促进法》推动清洁产品研发应用，《环境保护法》明确环保要求，《消费者权益保护法》规范合规要点，而《挥发性有机物综合治理方案》已促使 30%的传统生产企业进行设备改造，**进一步强化行业环保约束。**

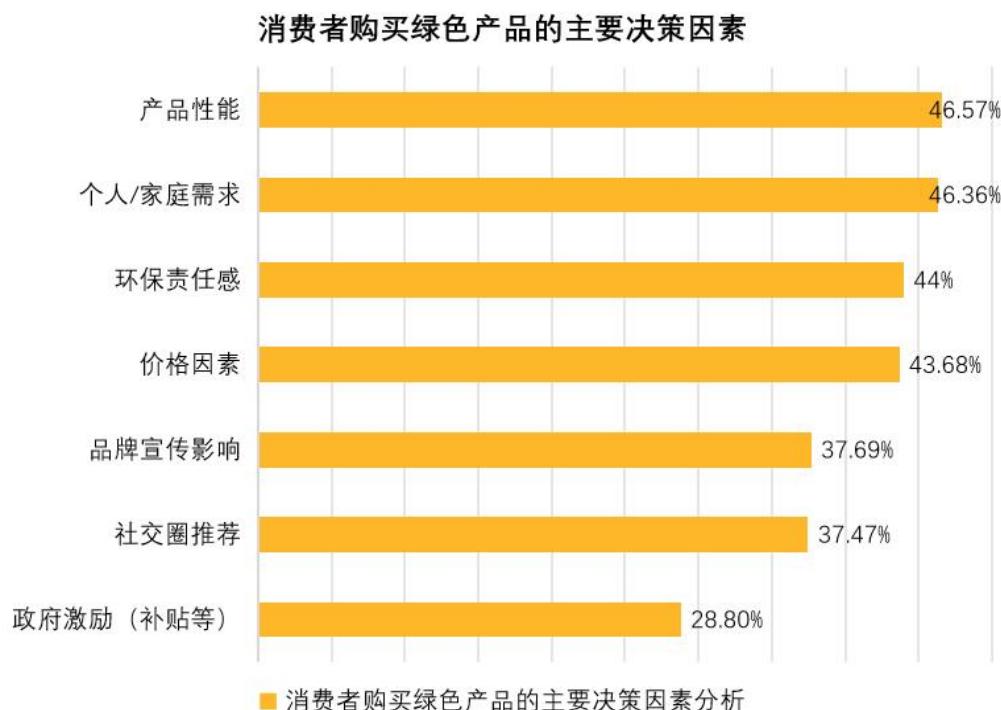
数据来源：豆丁网

当前行业面临的核心问题在于专项标准的缺失。去渍笔尚未形成统一的国家或行业标准，企业主要执行内部标准，监管依赖日化产品通用标准。这一现状导致产品质量控制缺乏统一尺度，可能出现部分产品因有效成分不足而去污力不达标现象，消费者权益难以得到充分保障

3.1.2 环保政策影响

中国近年来密集出台的环保政策正深刻重塑去渍笔行业的发展格局，从产品配方创新到市场竞争结构均产生显著影响。在政策驱动下，行业加速向绿色化转型，**企业纷纷优化产品配方以符合环保要求。**新一代去渍笔更注重采用温和无刺激的非离子表面活性剂和生物酶制剂，减少对衣物纤维的损伤及环境影响，这一趋势与《关于推进绿色制造体系建设工作的指导意见》中鼓励研发环保型清洁产品、加速生物型去渍剂推广的要求高度契合。同时，欧盟 REACH 法规

和中国《清洗剂中有害物质限量》标准的实施，进一步倒逼企业进行技术迭代，推动无磷、无荧光剂等环保型产品成为市场主流。



数据来源：艾媒咨询

绿色产品在市场中展现出较强的增长潜力和溢价能力。2024 年环保去渍笔的销售额同比增长达到了 45%，而同期普通去渍笔的销售额增长率仅为 18%。反映出消费者对环保产品的接受度提升。政策层面，工信部《绿色消费品目录》将环保型去渍液纳入补贴范围，单件产品最高补贴 8 元，预计可拉动 2025 年产量增长 18%，进一步强化了环保产品的市场竞争力。

数据来源：豆丁网

四、市场需求与消费者分析

4.1 主要消费场景与消费者需求特征

不同消费场景下的核心用户需求特征呈现出多元化趋势。在家庭使用场景中，消费者更关注产品的安全性、温和性和多功能性，尤其是对于有婴幼儿的家庭而言，低刺激、无残留成为选购标准之一；而在办公或商务场合，用户则更看重产品的**便捷性和隐蔽性**，以便在不影响形象的前提下迅速解决问题。此外，随着 Z 世代等年轻消费群体的崛起，个性化、时尚化的设计也成为吸引用户的重要因素。

高增长潜力的细分市场主要集中在个性化定制、环保型产品以及智能清洁工具等领域。例如，《2024 年中国新消费品牌势能创新增长研究白皮书》指出，快速实现十倍增长的新消费代表品牌往往具备明确的目标客群定位和差异化的产品策略。因此，企业应深入挖掘不同消费群体的具体需求，通过产品创新和品牌升级来抢占市场先机。差异化消费需求对产品开发的引导作用日益凸显，未来去渍笔行业将朝着更加细分化、智能化的方向发展，以满足日益多样化的市场需求。

使用场景	需求占比	核心需求
商务办公	32%	快速去除咖啡、墨水污渍
旅行外出	28%	便携性与多场景适用性
社交聚会	22%	隐形处理红酒、酱料等顽固污渍
日常休闲	18%	温和成分，适用于多种面料

数据来源：公开网络整理

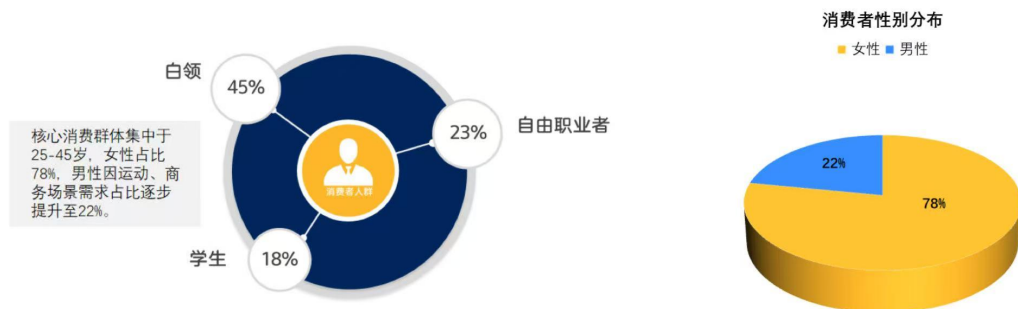
4.2 消费者人群画像

年龄分布：25-45 岁的群体构成去渍笔的核心消费人群，占比高达 82%。这一年龄段的消费者，生活节奏快且社交活动丰富，去渍笔能助其迅速处理，避免尴尬，不影响工作状态与个人形象。

性别分布：女性对去渍笔的需求更为显著，占比达到 78%。女性通常更注重自身形象，日常衣物材质与款式多样，面对污渍时的清洁需求更为迫切，精致的

连衣裙沾上酱料渍，或是丝绸衣物染上化妆品污渍，去渍笔都能及时发挥作用。不过，随着男性对个人形象管理意识的逐步提升，尤其是在商务和运动场景中，男性对去渍笔的需求也在稳步增长。

职业分布：职场白领是去渍笔的主要消费群体之一，占比 45%。他们日常工作繁忙，时刻保持整洁的着装形象至关重要。自由职业者占比 23%，这类人群工作与生活场景较为灵活，可能随时出入各种社交场合，去渍笔的便携性使其成为自由职业者维持个人形象的必备品。学生群体占比 18%，在校园生活里，学生们吃饭、做实验时衣物沾染污渍的情况较为常见，去渍笔的便捷性能够满足他们快速清洁的需求。



数据来源：艾瑞咨询

五、技术创新与产品形态演进

5.1 去渍笔技术创新路径分析

5.1.1 污渍处理技术的迭代升级

污渍处理技术的发展经历了从基础化学清洁到高效复合技术的演变过程。早期，去渍笔主要依赖单一的溶剂型配方，其原理是通过溶解污渍达到去除效果，但这种方法对某些顽固污渍（如油性墨水）效果有限。20 世纪 90 年代后，随着**表面活性剂**和**酶制剂**的引入，去渍笔开始具备更强的针对性清洁能力，能够

有效分解蛋白质类、油脂类污渍。近年来，技术迭代在材料选择和工艺优化方面尤为明显。例如，采用高分子聚合物作为辅助清洁成分，不仅能增强去渍笔对多种材质表面的适应性，还能降低对织物纤维的损伤。此外，智能控释技术的应用使得去渍成分能够在**接触污渍时精准释放，提高了清洁效率并减少了浪费**。功效提升直接带动了用户满意度的增长，尤其是在家庭清洁和专业洗衣服务领域，消费者对去渍效果的反馈更加积极。未来，技术研发的重点或将聚焦于多功能集成化配方，以及结合 AI 算法的个性化清洁方案，以应对不同场景下的复杂污渍挑战。

产品类型	技术原理	优势	局限性
化学溶剂型	有机溶剂溶解污渍	去污快速	可能损伤敏感面料
生物酶型	酶分解污渍分子	温和环保	对陈旧污渍效果有限
复合型	结合化学与生物成分	多场景适用	价格较高

数据来源：百度搜索

5.2 产品形态与功能优化趋势

5.2.1 便携式设计的技术实现方式

便携式去渍笔的设计在材料选择上主要围绕**轻量化与耐用性**展开。目前主流产品采用 ABS 工程塑料作为外壳材料，其具有良好的抗冲击性和加工性能，同时成本相对较低。部分高端产品则尝试使用聚碳酸酯（PC）或玻璃纤维增强尼龙，以进一步提升产品的耐久性和手感。

结构优化方面，通过模块化设计和内部空间精简，实现了产品体积的缩小与重量的减轻。例如，推出迷你去渍笔采用折叠式笔头设计，不仅便于携带，还有效防止误触导致的泄漏问题。集成化技术的应用也显著提升了功能性与用户体验，如内置吸水棉层和自动回流装置，确保使用过程中液体分布均匀且不易滴

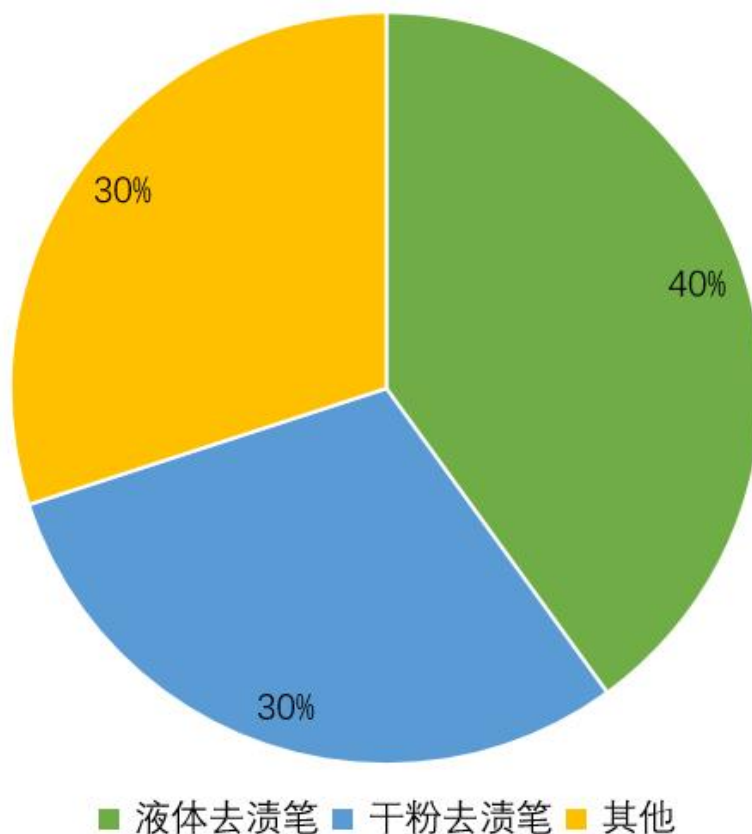
漏。未来，便携性改进的方向可能包括柔性材料的应用、可替换芯体设计以及结合智能感应技术的自动启停功能。

5.2.2 多场景适用的产品创新策略

多场景适用的去渍笔产品需根据不同使用环境的功能需求**进行差异化设计**。例如，在家庭日常清洁中，用户更关注去渍效果与安全性；而在户外旅行或商务差旅场景中，便携性与密封性成为关键考量因素。因此，产品**创新策略应围绕多样化需求展开**。

技术创新在提升产品适配性与智能化水平方面发挥着重要作用。例如，部分品牌已推出带有智能识别功能的去渍笔，可通过传感器判断污渍类型并自动调整清洁强度。此外，结合物联网技术，未来的去渍笔或将具备数据记录与反馈功能，帮助用户优化清洁习惯。跨行业应用场景的拓展策略可包括与酒店、航空、医疗等行业的合作，开发专用清洁解决方案，进一步扩大市场覆盖面。

中国市场去渍笔种类占比

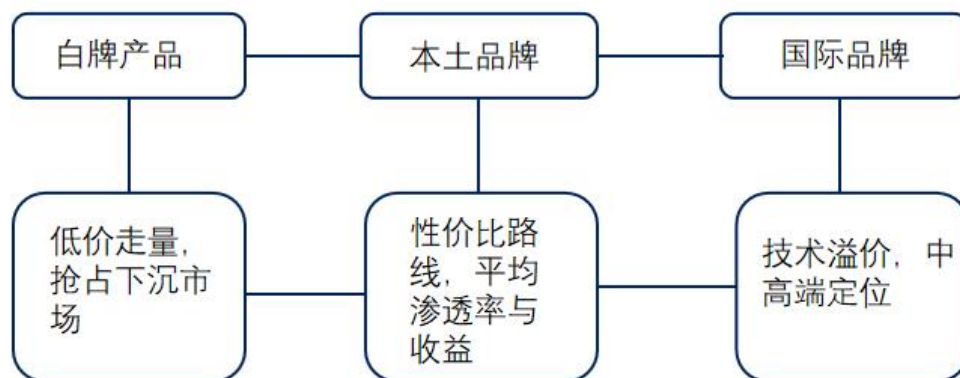


六、竞争格局与企业战略分析

6.1 行业竞争态势与格局演变

6.1.1 主要参与者的核心竞争力

中国去渍笔行业的主要参与者在技术研发和市场覆盖方面展现出差异化优势。例如，部分本土品牌通过持续的研发投入，在产品功能创新（如多用途清洁配方、环保材料应用）和用户体验优化上取得突破，形成了较强的技术壁垒。同时，这些企业在渠道布局上更注重与电商平台的深度合作，提升线上渗透率，并结合线下零售网络实现全渠道覆盖。未来，随着消费者对去渍产品性能要求的提高，技术领先和品牌影响力将成为企业巩固市场地位的关键因素，行业竞争格局或将进一步向头部集中。



数据来源：腾讯新闻

6.1.2 国内外品牌竞争对比

国内外去渍笔品牌在产品定位与功能设计上存在明显差异。国际品牌如 3M、WD-40 等，凭借多年研发积累，主打高性能、多功能型产品，强调专业性和

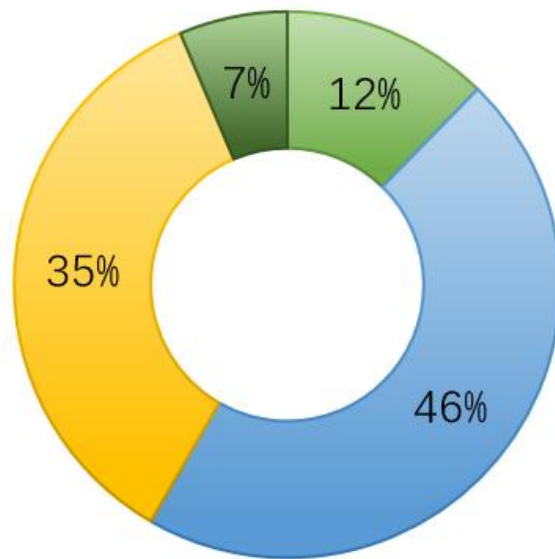
广泛适用性；而国内品牌则更多聚焦于性价比高、操作便捷的产品线，满足大众市场的日常清洁需求。在渠道布局方面，外资品牌倾向于通过大型商超、专业零售商进行线下销售，而本土品牌则积极拥抱电商渠道，利用社交媒体进行口碑传播。营销策略上，国际品牌注重品牌形象塑造与长期市场培育，而本土品牌更侧重于短期促销活动与爆款打造。本土品牌若要提升竞争力，应加强研发投入，提升产品技术含量，同时拓展海外销售渠道，增强品牌国际化能力。对于外资品牌而言，适应本地市场需关注消费者偏好变化，适当调整产品规格与价格区间，并加强与中国本土电商平台的合作，以更好地融入本地消费生态。

6.2.企业差异化发展战略

6.2.1 技术路线选择的战略考量

去渍笔行业的技术路线选择对企业市场定位具有深远影响。目前主流技术路径包括化学溶剂型、酶解型及天然成分提取型等，不同路线在去污效率、安全性及环保性方面各有优劣。例如，化学溶剂型产品清洁力强但可能存在刺激性气味，适用于工业场景；而天然成分提取型产品更受家庭用户欢迎，尤其在母婴、宠物护理等敏感场景中需求增长显著。企业在技术路线上的选择往往受限于其资源能力，如研发资金、原材料获取渠道及生产工艺水平。对于中小企业而言，选择成本可控、工艺成熟的路线更为现实；而具备较强研发实力的企业则可探索前沿技术，如生物降解材料的应用，以提升产品附加值。未来，随着环保法规趋严及消费者健康意识增强，绿色、可持续的技术路线将成为主流方向。企业应根据自身发展阶段制定相应的技术发展战略，平衡短期盈利与长期竞争力之间的关系。

消费者对绿色产品溢价接受程度



■ 小于5% ■ 5%-10% ■ 10%-20% ■ 大于20%

数据来源：艾媒咨询

6.2.2 细分市场布局的竞争策略

去渍笔企业在特定细分市场的竞争优势主要来源于精准的市场定位与高效的资源配置。聚焦策略有助于提升市场渗透率，使企业在细分领域内建立较高的品牌认知度。此外，细分市场布局还能为企业整体战略提供支撑，如通过打造明星单品带动其他清洁产品的销售，形成协同效应。然而，过度依赖单一市场也可能带来风险，因此企业需动态评估市场需求变化，适时调整产品组合。建议企业在保持核心细分市场优势的同时，探索跨品类延伸的可能性，以实现资源的最优配置。

6.2.3 核心企业产品创新方向

当前，去渍笔行业的核心企业在产品创新方面呈现出多元化趋势。一方面，部分企业致力于提升基础产品的使用体验，如改进笔头设计以增强涂抹均匀性，优化喷雾系统以提高清洁效率。这些创新方向不仅增强了产品的功能性，也在

一定程度上改变了市场竞争格局，推动行业向高附加值方向发展。差异化创新成为企业巩固市场地位的重要手段，尤其是在同质化严重的中低端市场，具备独特卖点的产品更容易获得消费者青睐。展望未来，去渍笔产品的创新战略应更加注重环保属性与用户体验的结合，例如采用可回收包装、减少有害化学物质使用等，以顺应全球可持续发展趋势。同时，企业还可探索跨界合作，如与服装品牌联名推出配套清洁工具，拓展应用场景，提升品牌影响力。

七、行业风险与挑战分析

7.1.市场发展中的潜在风险

7.1.1 原材料价格波动影响

原材料价格波动对去渍笔行业的成本结构产生了显著影响。以宠物食品、药用辅料等行业为例，其原材料如鸡胸肉、木浆、玉米淀粉等均受市场供需和政策调控影响较大。当原材料价格上升时，企业采购成本随之增加，而由于行业集中度较低，企业在议价能力方面处于弱势地位，难以将成本压力有效转嫁给下游客户，从而压缩利润空间。例如，轮胎行业曾因橡胶、炭黑等原材料价格大幅波动而导致毛利率下降。因此，去渍笔企业需关注主要原材料的市场价格走势，并通过建立多元化采购渠道、与供应商签订长期协议等方式降低采购风险。此外，企业还应加强内部成本控制，提升生产效率，以缓解原材料价格上涨带来的冲击。

八、结论

2025 年中国去渍笔市场正处于高速增长期，消费升级、技术创新与场景拓展共同推动行业发展。消费者对即时清洁需求的提升，使去渍笔成为清洁护理品类新宠。

线上电商与线下商超为主要销售渠道，线上线下融合趋势显著。未来，中国去渍笔市场规模将持续扩大，产品创新与品牌竞争加剧，建立统一标准、突破同质化竞争是行业健康发展的关键。

市场呈现“两强多散”格局，国际品牌占据高端市场，本土品牌凭借性价比与渠道优势崛起，新进入者不断以差异化定位抢占份额。产品类型多样，化学溶剂型、生物酶型及复合型各有优劣，技术创新向专业化、环保化、智能化方向发展，但行业标准缺失导致产品质量参差不齐。但随着环保理念的进一步普及以及环保去渍笔产品性能的不断优化，未来其销售额有望继续保持快速增长，在中国市场中占据更加重要的地位。

法律声明

本报告为硕远咨询制作，其版权归属硕远咨询，任何机构和个人禁止以任何形式转载，任何机构和个人引用本报告时需注明来源为硕远咨询，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。任何未注明出处的引用、转载和其他相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。对任何有悖原意的曲解、恶意解读、删节和修改等行为所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任，并保留追究相关责任的权力。

本报告基于已公开的信息编制，但本公司对该信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断，该等意见、评估及预测在出具日外无需通知即可随时更改。本公司将来可能根据不同假设、研究方法、即时动态信息和市场表现，发表与本报告不一致的意见、观点及预测，本公司没有义务向本报告所有接受者进行更新。

本公司力求报告内容客观、公正，但本报告所载观点、结论和建议仅供参考使用，不作为投资建议，对依据或者使用本报告及本公司其他相关研究报告所造成的一切后果，本公司及作者不承担任何法律责任。