

□本版撰文 信息时报记者 陈莉

“自从用了洗衣液之后,都不想再用洗衣粉了。以前用洗衣粉的时候,双手脱皮干燥现象很严重,洗衣液没那么伤手,洗衣效果也比较柔顺。”在广州某超市里,消费者林小姐和记者分享自己使用洗衣粉和洗衣液的心得。在外企工作的刘小姐也告诉记者,她在用过洗衣液以后最直接的感觉是洗衣液洗出来的衣服更柔软。

根据记者近日的发现,洗衣液慢慢开始受到消费者的喜爱,促销员也纷纷向人们推介洗衣液,洗涤对比、赠送、试用、打折等各种促销活动层出不穷,洗衣液洗护合一、保护衣物品质且环保的优势也吸引了不少消费者。然而,面对市面上眼花缭乱的产品,消费者似乎还是一头雾水,搞不清方向,到底哪个好?到底该选谁?什么是真正有效的洗衣产品?哪些是真正满足消费者环保健康的产品……

# 洗衣液“兵临城下”,挑战洗衣粉

## 疑问 1

### 洗衣液 VS 洗衣粉,谁更受欢迎?

广州市浪奇实业股份有限公司市场部负责人表示,在去污力、漂洗性等性能方面,洗衣液和洗衣粉有各自的优缺点。洗衣液优点是易溶解、温和、低泡易漂洗;缺点是从去污力和零售价格来看性价比,不如洗衣粉。而普通洗衣粉的的去污力得到消费者的认可,相对便宜;缺点是不易溶解(尤其是低温或水质较硬的地区)、有刺激性、难漂洗。不过从目前的消费习惯来看,洗衣粉更被大众认可。

根据 AC Nielsen & Euromonitor 的调查报告显示,目前在美国,洗衣液的市场份额已超过洗衣粉,占 60% 以上。欧洲洗衣液市场份额在 30% 以上;全球衣物洗涤剂市场以年均 4% 的速度增长;洗衣粉以年均 1.1% 的速度增长;洗衣液以年均 7.4% 的速度增长。在欧美市场上,洗衣液在洗衣剂

中所占的比重普遍较高。

而对比欧美市场,在中国市场,目前洗衣液市场份额仅为 2.5%。中国衣物洗涤剂市场以年均 4.8% 的速度增长;洗衣粉以年均 2.2% 的速度增长;洗衣液以年均 27.2% 的速度增长。洗衣液市场在中国的发展和成熟仍然需要一个过程。

立白总裁办主任许晓东也认为,虽然洗衣液早已问世,立白对洗衣液方面的研发和供应都没有问题,但洗衣液在国内尚未得到消费者的普遍认可,并不适宜大量生产,要根据市场的需求而定。至于未来洗衣行业的走向会如何,不好判断。从目前的情况来讲,洗衣粉在国内依然占据绝对的优势地位。



## 消费贴士

如今,洗衣液已成为现代主妇们在日常洗衣中的好帮手,健康又环保的洗衣液是洗涤用品的发展趋势。下面是洗衣液的鉴别方法,为精明的主妇们提供参照:

**外观:**质量上乘的产品均匀粘稠,无肉眼可见的杂质或分层;而次品有下浓上稀的分层。

**色泽:**好的洗衣液颜色稳定,长期放置也不变色;较差的会有色散、褪色现象。

**溶解性:**能迅速溶解于水,均匀作用于衣物的是质量过关的产品;难溶于水或需长时间搅拌、只起局部清洁效果的是质量不过关产品。

**香味:**好的洗衣液香味纯正、持久;差的会偏酸,带点涩味。

**家用效果:**添加优质多元复合酶的洗衣液综合效果明显,可以清除汗渍、泥渍、青草渍、奶渍、食物污渍,PH 值接近中性,容易过水,不伤衣物;质量不好的则会对衣物造成伤害,还存在过水难、易残留等问题。

## 疑问 2

### 洗衣液 VS 洗衣粉,到底该选谁?

伴随人们生活水平的不断提高,消费观念的不断改变,老百姓也开始对以前不太注意的洗衣用品挑剔起来。由于去污能力强、不伤害皮肤,越来越多的家庭纷纷开始趋向选择用洗衣液洗衣服,以替代传统上经常使用的洗衣粉、肥皂。据广州多家大型超市的销售人员介绍,与洗衣粉相比,洗衣液的价格要贵不少,但从目前的销售数量来看,洗衣液潜在的市场非常广。虽然大部分消费者仍然习惯使用洗衣粉,但越来越多的家庭已开始考虑使用洗衣液,其中年轻消费者和收入较高的白领阶层对洗衣液格外青睐,而年龄相对较大的家庭主妇则是洗衣粉产品的主要购买群。

中国洗涤用品工业协会理事长郑舞红指出,近年来,我国洗涤行业迅速发展,年生产量和销售收入每年都有稳定的增长。2007 年,全国

洗涤用品总量为 643.73 万吨,同比增长 10.83%,销售收入 749.48 亿元,同比增长 15.61%。预计未来几年,中国洗涤用品仍将保持稳步增长的态势。目前我国市场上的洗衣液产品正处于发展阶段,消费者对洗衣液的认知也在不断进步。过去普遍认为洗衣液去污力不高、不容易漂洗、造成费水费电费等。但随着科技进步和产品的发展,证明洗衣液不仅具有独特的溶解性能,同时在去污力、漂洗性等各方面也可以达到与洗衣粉同样的效果。随着消费者对洗衣液的进一步认知和使用,在认识到“友好型”洗衣液“不伤皮肤、不伤衣物、不伤环境”的性能后,相信将会有越来越多的消费者转向使用洗衣液。

据 Euromonitor 预计:中国洗衣液将在 2010 年达到 19%,2015 年之后达到 30%。



## 疑问 3

### 洗衣液 VS 洗衣粉,谁更环保?

洗衣液虽然早已问世,但因其价格高和受人们传统消费观念影响,一直倍受冷落。而如今,洗衣液以其健康、环保、好用的特点正在抢占洗衣粉、肥皂的市场,洗衣液已逐渐成为现代家庭主妇日常生活的好帮手。未来洗衣液能否取代洗衣粉成为消费者的新宠?在近日召开的第 28 届中国洗涤用品行业年会上,业内人士普遍表示,洗衣液可能成为未来洗涤剂行业的市场新宠。

广州市浪奇实业股份有限公司市场部负责人表示,洗衣液产品最早始于 80 年代初期的欧洲,近十年,以美国为代表的发达国家发展较快,全球洗衣液产品约占整体洗衣产品市场 30%。

洗衣液 90 年代中在中国出现,最早的品牌包括浪奇快洁洗衣液等。它具有易溶解、温和、生产和使用过程更符合节能减排的环保诉求,未来将会部分取代现在的洗衣粉。随着国民经济发展,人们生活水平的不断提高,更符合节能减排等环保要求的液体化、浓缩化及采用环保原材料的洗涤产品是未来发展趋势。谁更环保,科技含量更高,谁就是未来的市场新星。相对于洗衣粉而言,洗衣液具有在生产过程中耗能小,在使用过程中易溶解、少残留、便于低温洗涤、在排放过程中易生物降解等优点,符合国家倡导“节能减排”的要求,是未来衣物洗涤剂发展的必然趋势。

洗衣液 VS 洗衣粉优劣对比表

编号	洗衣粉类		编号	洗衣液类	
	功能/技术角度	消费者认知		功能/技术角度	消费者认知
优势	1	去污力强	劣势	1	去污力差
	2	价格便宜		2	价格贵
劣势	1	固体粉末状,不易溶解	优势	1	液体,易溶解
	2	泡沫多,不易漂洗		2	泡沫少,易漂洗,无残留
	3	碱性,伤害皮肤(手)		3	温和不伤皮肤(手)
	4	碱性,伤害衣服		4	温和不伤衣服(不掉色、不磨损)
	5	碱性,伤害环境		5	温和不伤环境
	6	洗后衣服不柔软		6	洗后衣服柔软
	7	香味有刺激性		7	香味自然不刺激
	8	功能单一,使用烦琐	8	使用方便	
	9	用后不易保存	9	液体易保存	