

长沙人更爱“名堂多”的洗衣液

厂商通过制造概念、加快更新换代,维持高利润率



变化总在悄悄地发生着。不知从何时起,退休多年的罗女士发现,自己的洗衣机旁已经摆满了各种洗衣液,有洗内衣的、洗羽绒服的,还有洗羊绒衫的。

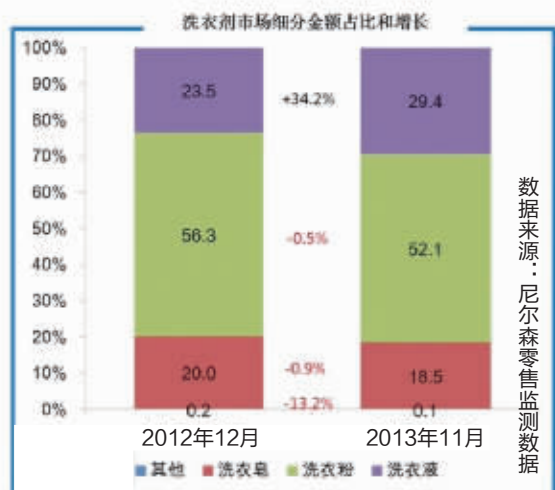
她说:“以前都是一块肥皂,一包洗衣粉就可以了,现在洗涤用品越来越多,变得好像哪种都不能少了。”

当洗衣液第一次出现在公众面前时,也许谁也不会想到,这种液体可能存在着颠覆这个行业的潜力

……
■三湘华声全媒体记者 朱蓉



3月31日下午,长沙市岁宝百货,市民在超市区选购洗衣液。洗衣液日渐受到市民欢迎,各商场超市均将洗衣液产品摆在较醒目的展位上。
记者 田超 实习生 李梦 摄



市场占比

分析

利益空间驱动市场研发

2009年,联合利华公司首推奥妙洗衣液时,曾在大型商超推出500克袋装洗衣液售价不到3元的优惠试用装,这一“低价试用”的市场推广手法也使其洗衣液产品迅速打开知名度。

几个月后,奥妙洗衣液开始在商超渠道大面积铺货,价格也随之涨到近7元一袋。即便如此,不少习惯了该产品的市民也愿意为此价格买单。

“洗衣液还是方便一些,而且感觉碱性没有那么大,尤其对高级材质的衣物保护得更好。”虽然已过60高龄、家住伍家岭附近的蒋娣对新鲜事物的接受度似乎还不错。

而岁宝百货超市售货员也告诉记者,“洗衣液虽然平时单价比洗衣粉高些,但经常有买赠、特价的活动,每次促销时销量都不错。”

使用方便,价格走向亲民,

再加上商家宣称的“中性洗涤对衣物更好”、“洗衣液更柔顺”以及各种附加功能,让洗衣液经过几年时间后逐渐为市场所接受。

日化专家、中国品牌研究院研究员陈海超认为,从消费者层面而言,洗衣液在使用上能够相对保持衣物的柔软度,受中高端消费者的青睐;其工艺、原料相对环保,比洗衣粉更容易漂洗,有利于节约水资源,这些都决定其在洗衣剂市场越做越大。

越来越多的家用洗涤剂品牌推出洗衣液产品,日化行业资深人士认为,这与市场的导向和经济效益原则都有关联。“从单纯的技术层面说,单价低的产品其利润空间肯定不如单价高的产品,相对已经十分成熟的洗衣粉市场,洗衣液还算年轻,对商家而言,这也是一个造概念、提单价的好时候。”

洗衣液最旺销,毛利率也最高

品类	销售额(元)	毛利率
洗衣皂	5608646	6.42%
洗衣粉	11846627	-4.29%
洗衣液	15819324	6.64%

时间:
2013年全年
数据来源:
湖南家润多超市

利润

[数据] 占比连年增长,赶超洗衣粉

超市里洗衣液的位置,从最初的“偏安一隅”到现在的绝对领导地位,表明这种产品正在逐步占领家用洗涤剂市场。

来自尼尔森的零售监测数据显示,在2012年12月至2013年11月期间,全国范围内洗衣液的销量增长了34.2%。而市场占比方面,继2012年超越洗衣皂成为洗涤剂第二大市场之后,在2013年中,洗衣液的市场占比继续增长,从23.5%增长至29.4%。

早在2008年,一直在洗涤剂市场中占据主导地位的洗衣粉在市场占比中便出现了首次负增长。彼时,正值洗衣液大举进攻市场,其全国销售额较前一年增长65%。

根据尼尔森最新发布的洗

剂剂销售数据,2013年,是我国洗衣液市场空前繁荣的一年,各大品牌共计推出新品36支。截至2013年11月,这些新品为洗衣液市场贡献了13%的销售份额。

来自湖南家润多超市的销售数据显示,2013年全年,洗衣液的销售额位列所有洗涤剂产品榜首,超过第二位的洗衣粉300余万元,更是位列第三的洗衣皂销售额的近3倍之多;虽然3月还未过去,该店洗衣液的当月销售额却已远超洗衣粉30余万元。

而步步高超市的相关负责人也向记者证实,就洗涤剂品类而言,洗衣液的销售十分不错,相对洗衣粉、肥皂而言更具市场活力。

记者手记

没有永远的“马头肥皂”

还记得电视里美女主持教观众如何用丝袜将小块的肥皂聚在一起成为更好用的大块肥皂吗?那时,市场上可供选择的洗衣剂产品不多,对多数湖南家庭而言,一块马头肥皂绝对是标配。

随着时间的推移,个头更适合手拿的透明皂、内衣皂、婴儿专用皂等产品的相继出现,让这一市场的商品品类一下子丰富起来。

事实上,和市场上所有产品都在横向发展,研究更好商品形

态;纵向发展,寻找细分市场一样,洗衣液的出现是洗涤剂市场更新换代的要求所致。

现如今,就连曾经的“马头”二字也从刻印在皂身上转变成印刷在洗衣液的包装袋上。

在“喜新厌旧”的消费市场上,在永远进行着的商品竞争中,没有永远的马头肥皂。在未来,谁也无法预测自己将在何时被市场推到淘汰的悬崖边,适时的推陈出新,跟上市场的需求才是经营之道。

■三湘华声全媒体记者 朱蓉

[调查] 洗衣液占据超市主货架

3月31日,在位于长沙湘江中路附近的一家大型超市洗涤用品区内,陈列着一整排货架的洗衣液,1公斤、2公斤装,瓶装、袋装的产品琳琅满目。在超市收银区附近的显眼处,某品牌洗衣液活动促销的堆头也吸引了一些市民前往挑选。

正在选购洗衣液的蒋阿姨说,“以前就一块马头肥皂,现在洗衣液、洗衣粉、肥皂、皂粉等,选择多了不少,价格也跟着水涨船高。”

记者注意到,在星城大部分超市内洗衣液并不便宜。其中,2kg装大瓶洗衣液的售价在26.9元至39.8元不等。

同样以机洗功能为主的洗衣粉价格则显得亲民不少。以同品牌洗衣粉、洗衣液对比,立白全效护理洗衣液2kg装售价为26.9元,而其重量为2.36kg的洗衣粉售价则为21.5元。相比之下,品牌洗衣液13元/kg的价格要比洗衣粉9元/kg的价格高出45%左右。

而从前摆在显眼位置的洗衣粉、肥皂,如今都被放置在相对偏低的货架隔层。超市售货员说,除了一些年纪大的消费者点名要买洗衣粉,现在大部分市民都会直接选购洗衣液了。

值得一提的是,洗衣液也较前些年较为单一的品牌和产品有了变化。据不完全统计,同一品牌旗下洗衣液至少会出现因香味区分的3款以上产品,更不用说消毒型、婴儿衣物专用型、羽绒服专用型、羊毛衫专用型和手洗型等功能性区分产品。