



家用湿巾环保消费需求增长

过去几年对于家用湿巾市场来说一直是坎坷不平。在2020年最初几个月，湿巾制造商和供应商争相扩大家用消毒湿巾的产能，以满足需求激增。随着人们的担忧逐渐消退，市场对清洁湿巾的需求有所减弱，但据业内分析师报告，目前湿巾的使用量仍比2020年之前的水平要高。

The Freedonia Group 的高级行业分析师 Dan Debelius 表示：

“近年来，我们看到了家用湿巾市场经历了一些强烈波动。2020年，由于消费者寻找产品，用于清洁居家用品和预防病毒传播，

市场对消毒湿巾的需求激增。然而，并非只有消费者想要购买湿巾，湿巾短缺现象在整个行业内蔓延。我们看到，家用湿巾的需求逐渐趋于正常化，比疫情高峰期的水平低，但高于2019年的销售水平。”

Freedonia 预计，短期内，由于消费者转向疫情之前的清洁习惯，市场发展将受到影响。此外，根据 Debelius 的说法，来自替代产品（拖把、扫帚、喷雾清洁剂和布质抹布）的竞争将会限制市场机会。他补充称：“对可持续性的担忧可能让一些消费者选择



不使用家用湿巾，而是转向可重复使用的替代品。”

据 Mintel 公司调查，2020年1月，即在大多数人听说新冠疫情之前，有34%的消费者表示，比起一年前，他们的清洁频率增多了。到了2021年1月，这一比例增加到了56%。该公司

Rosenberg 说：“湿巾方便频繁清洁。当然，在疫情早期，在居家用品类别中，这一特点促使湿巾脱销，而这种状态一直持续到制造商扩大产能，确保供需同步为止。”

尽管消费者正在减少清洁频率，但 Rosenberg 表示，疫情在消费者心中留下了深刻印象，截至 2022 年 12 月，有 42% 的消费者声称，比起一年前，他们的清洁频率增加，甚至比疫情前更频繁。

据 Mintel 报道，截至 2022 年 9 月 4 日的 12 个月内，生产商品牌湿巾的价值份额增长了 3.5%，达到了美国销售额的 23.2%，超过了除市场领导者高乐氏（增长了 7.1%）以外的任何大型品牌。

在疫情的最初几个月里，许多消费者在购物时遇到了难题，因为清洁用品的货架几乎空无一物。这导致许多人只能购买可得到的产品，尝试通常较为便宜的生产商品牌以及商店品牌湿巾。

反塑料法规以及消费者对健康环境和更安全成分的关注，推动制造商加大湿巾类别的研发工作。各个公司通过提供更环保的配方、增加使用植物纤维以及减少湿巾的塑料包装量来实现这一目标。

虽然在基材方面需要做出更

多的努力，但是有一些家庭护理湿巾有效利用了植物纤维。

今年 2 月份，家用湿巾类别的领导者高乐氏推出了高乐氏 Free & Clear 可堆肥湿巾，这款清洁湿巾无漂白剂，按照说明使用时，对儿童、宠物和食品安全无害。该系列湿巾可以溶解油脂、去污除垢，不含染料、漂白剂或氨水，因此不需要冲洗，并采用可堆肥的植物基材料制成，可以安全地在家庭堆肥条件下堆肥。

该系列湿巾可安全地用于家庭中的硬质、无孔表面材料，如厨房表面、浴室表面、高脚椅、换尿布台、幼儿围栏、宠物餐盆和宠物笼等，为消费者提供了更可持续的日常清洁选择。该系列产品还符合美国环保署（EPA）Safer Choice 标准的严格要求，确保所有成分均经过人体健康和环境安全审查。

可持续性也一直是家用湿巾的主要生产商品牌 Rockline 的重中之重。该公司在居家用品领域最新推出的柠檬酸清洁湿巾（Citric Acid Cleaning Wipe），旨在为消费者提供一种卓越的“绿色清洁”体验，适用于居家用品的各种表面。据 Rockline 的北美零售产品业务总监 Christopher Dresselhuys 介绍，该产品采用无需冲洗配方，可以去除油脂、污垢和肥皂垢，并获

得了美国农业部（USDA）Bio-Based 认证和美国环保署 Safer Choice 认证。

在消毒方面，湿巾生产商 Nice-Pak 的创新视角则聚焦于可持续性和性能两个方面，该公司的研发和质量副总裁 John Iarocci 表示：“减少塑料和植物纤维是我们的头等大事，在过去几年中，公司在这两个领域取得了重要进展。”

该公司旗舰品牌 Nice 'N CLEAN 下的消毒湿巾塑料袋包装采用的塑料比罐装产品少 80%。该公司还发现，消费者更喜欢软包装，因为它既便携又省空间。

湿巾生产商 Kleen Test Products（KTP）表示，随着消费者因为方便和易用性转向使用清洁湿巾，消费者不断推动着更好产品的推出，特别是在可持续性和性能方面。

就可持续性而言，Pinalen 的湿巾罐由 100% 再生塑料制成。该公司还拥有两个回收工厂，回收的塑料比其排放的塑料要多得多。此外，Grewal 表示，其公司的湿巾含有易于分解的生物降解配方。

★

（来源：生活用纸杂志）