

中国湿巾行业现状深度分析与投资前景研究报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国湿巾行业现状深度分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/715266.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

湿巾一般指湿巾纸，是用来擦拭皮肤的湿润的纸巾，属于个人护理品，具有清洁、消毒、抗菌、保湿等功效用途，主要有普通型、婴儿专用、女性专用、卸妆用、其它个人用途及湿擦拭巾6种。

但综合来看，目前市场上的湿巾纸大致可以分为两类。一类是本身已经被消毒，但不能消毒其他物品，里面含有护肤的成分，只能做皮肤湿润保养的；一类是不仅本身被消毒，而且对别的物品也可起到消毒作用的消毒湿巾纸，可以用做、划伤等的消毒或杀菌。因此选购湿巾纸的时候一定要看清湿巾纸的功能定位。

一、行业发展现状

1、一次性卫生用品市场

湿巾属于次性卫生用品。一次性卫生用品指使用一次后即丢弃的、与人体直接或间接接触的、并为达到人体生理卫生或卫生保健（抗菌或抑菌）目的而使用的各种日常生活用品。

一次性卫生用品主要分为吸收性卫生用品及非吸收性卫生用品两类。其中吸收性卫生用品一般按产品类别及消费者之年龄组别分类，包括婴儿纸尿裤、女性卫生用品及成人失禁用品；非吸收性卫生用品主要是湿巾和干巾市场。

资料来源：观研天下整理

我国一次性卫生用品行业开始发展于20世纪80年代末。经过多年的发展，我国一次性卫生用品行业内产品种类不断丰富，产品功能不断完善，已成为与人民生活密切相关的重要行业，成为了全球一次性卫生用品市场中的重要力量。数据显示，2021年我国一次性卫生用品市场零规模达1488.08亿元，预计2023年这一规模有望达到1650亿元。

数据来源：观研天下整理

2、湿巾市场

近年随着人们生活质量提高、卫生习惯的养成以及社会卫生防护意识的加强，湿巾逐渐成为人们日常生活的必需品，消费量增长迅速。根据统计，2015-2022年我国湿巾消费量从339.9亿片增长到了1153.8亿片。

随着市场需求不断增长，近年我国湿巾市场规模呈现不断增长态势。数据显示，2022年我国湿巾市场规模达到126.4亿元，2017-2022年CAGR为13.4%。

数据显示：观研天下整理

产量不断增长。数据显示，2021年我国湿巾产量突破1000亿片，达到1025.7亿片。2022年我国湿巾产量约1070亿片左右。

数据显示：观研天下整理

二、行业细分市场情况

湿巾主要有普通型、婴儿专用、女性专用、卸妆用、其它个人用途及湿擦拭巾6种。目前婴儿湿巾是湿巾市场最主要品类，占比在2022年达到了50.3%。而湿厕纸规模增速快于其他品类，2022年湿厕纸市场规模为15.6亿元，市场份额占比持续提升至12.4%。

数据来源：观研天下整理

1、婴儿湿巾

婴儿湿巾是专门给婴儿用的，不同于一般的湿巾，婴儿湿巾的要求相对更高，材质成分等都较为温和，因为宝宝的皮肤是非常娇嫩的，很容易过敏。婴儿湿巾按照使用的部位不同，又分为普通湿巾和手口专用湿巾，普通婴儿湿巾通常用来擦宝宝的小屁屁，手口湿巾用来擦宝宝的嘴和手的。

婴儿湿巾具有清洁、杀菌、抑菌等功能，价格低廉、携带方便。随着居民收入水平持续增长促使其消费观念提升和健康理念增强，婴儿湿巾凭借着便利性和卫生优势逐渐成为婴儿日常使用的毛巾，产量和需求量不断增长。根据数据显示，2022年，我国婴儿湿巾整体产量约为486.5亿片，需求量为319.8亿片，市场均价约为0.22元每片。

随着市场需求不断增加，我国婴儿湿巾市场规模也呈现持续上升态势。数据显示，2022年我国婴儿湿巾市场规模来到了66.8亿元，同比增长14.48%。

数据来源：观研天下整理

目前我国婴儿湿巾市场需求主要来自于婴幼儿数量。虽然近年来我国新生人口数量在不断下降，但总体基数仍旧较大。而且2021年7月20日，中共中央、国务院印发《关于优化生育政策促进人口长期均衡发展的决定》，对于组织落实“三孩”生育政策、提高优生优育服务水平、发展普惠托育服务体系、降低生育、养育、教育成本等方面进行了部署，为未来配套政策的出台指明了方向，我国开启全面“三孩”时代。随着“三胎政策开放”、“教育双减”等一系列鼓励生育政策的出台，未来“鼓励生育基金”等新政策值得期待，新生人口数量震荡下行趋势或有所缓解。2023年我国全年出生人口为788万。

数据来源：观研天下整理

2、湿厕纸

湿厕纸是一种生活用品，主要是以木浆纤维与粘胶纤维为原料，以湿法水刺非织造布或干法纸为基材进行生产，大部分具有可冲散性。湿厕纸是一种湿式卫生纸巾，相对于普通干纸巾，具有卓越的洁净功能和舒适特性，因此逐渐成为厕纸界革命性的新产品。湿厕纸按使用基材分类，可分为木浆水刺非织造布类与干法纸类；按液体成分分，可分为杀菌抑菌型与温和纯水型。

我国湿厕纸行业开始发展于21世纪初，但当时由于国内仍处于传统草纸向卫生纸转变的时期，因此并未成功推广。直到2020年，随着国内消费者健康防护意识逐步加强，对于个人卫生用品的要求愈高，以及德佑推出专用湿厕纸后，才开始走入大众视野，市场开始大幅增长。数据显示，2017-2022年我国湿厕纸行业市场规模从2.75亿元上涨至7.52亿元。估计2023年我国湿厕纸市场规模将在8.67亿元左右。

数据来源：观研天下整理

近年来随着居民环保意识的提升以及新零售的兴起，提高了可冲散湿巾的市场认知度，越来越多消费者接触、了解、信任并使用湿厕纸，洁净湿擦已成为居民的一种习惯，湿厕纸的需求量越来越大，销量保持增长趋势。数据显示，2022年我国湿厕纸销量增长到了36.31亿片左右，同比增长11.65%。预计2023年我国湿厕纸销量将进一步增长至41.51亿片右。

数据来源：观研天下整理

目前湿厕纸使用场景正从特殊场景向日常场景发展。一直以来湿厕纸的高频使用场景包括但不限于经期、孕期、痔疮发作期等特殊场景。但最近几年湿厕纸的使用场景正从这些特殊场景向日常场景发展，比如：外出旅行、居家日常使用，越来越多的消费者不再满足于“水洗”“干净”，而开始追求更柔软舒适洁净的使用感受。

三、行业进出口情况

进出口方面，目前我国湿巾主要以出口为主。数据显示，2023年我国湿巾的进口总量较少，仅为2.95万t，进口金额仅为1.68亿美元，且进口量和进口额持续下降。湿巾出口总量为61.96万t，同比增长18.60%。其中以清洁湿巾为主，占比约为76.0%，出口量同比增长30.17%。

数据来源：观研天下整理

从平均价格来看，我国湿巾的出口平均价格远低于进口平均价格。数据显示，2023年我国湿巾的进口均价为5683.74美元/t，而出口金额只有1817.22美元/t。可见目前我国功能性湿巾等高价值产品在海外市场仍有拓展空间。

四、行业竞争格局

我国湿巾行业集中度快速提升，但目前仍具备提升空间。有数据显示，2017年-2022年我国湿巾行业CR5从30.7%增长到了35.8%。但与美国、英国、日本的CR5（分别为44.5%、39.8%和44.4%）相比，我国湿巾行业集中度仍然具备提升空间。

数据来源：观研天下整理

具体从企业来看，心相印、维达、舒洁是我国老牌纸巾龙头，市占率位居前三。其中心相印市场占比最大，其在2022年达到了19%；其次为维达、舒洁，占比分别为7.2%和4.2%。

数据来源：观研天下整理

五、行业发展趋势

未来我国湿巾行业仍有较大的提升空间。一方面虽然近年湿巾产业发展迅速，但由于我国湿巾行业起步较晚，欧美等发达国家的湿巾渗透率远高于我国，未来仍有较大的增长空间。从人均消费额看，2022年西欧的湿巾人均消费额为6.8美元，美国、英国、日本人均消费额分别为17.9美元、10.4美元和8.1美元，而我国的湿巾人均消费额仅为1.3美元，远低于欧美地区的湿巾消费水平，仍有较大的提升空间。另一方面国内经济持续增长，居民消费水平不断提高及社会老龄化等，也均为行业发展带来利好。

数据来源：观研天下整理

线上电商发展趋势明显。线上销售具有便利性、个性化、互动性等优势，能够满足消费者的多样化需求。于此同时电商平台的精准营销和推广也促进了湿巾市场的拓展。近年随着互联网技术的发展和消费者网购习惯的形成，越来越多的消费者选择在电商平台上购买湿巾产品。数据显示，截至2023年12月，我国网络购物用户规模达9.15亿人，占网民整体的83.8%。

数据来源：观研天下整理

目前由于电商平台的便利性、个性化服务及互动性特点，使其成为推动湿巾市场拓展的重要渠道。预计未来随着电商平台的不断完善和创新，湿巾行业的线上电商销售将进一步增长。行业呈现产品细分、少添加、天然环保的发展趋势。湿巾的安全性主要体现在溶液配方中的化学物质对人体皮肤的刺激和毒性等方面，在全球倡导的“绿色环保”已经成为一种必然趋势，绿色生产和绿色消费的观念不断改变着世界。

近年为避免湿巾添加成分可能对婴儿皮肤造成伤害，大部分婴儿湿巾主打少添加或无添加，如洁雅股份开发的“零防腐”“纯水”配方系列湿巾。在此背景下，目前湿巾行业婴儿专用湿巾、消毒抗菌湿巾市场、医用类湿巾市场迎来了快速发展的良好机遇。

但值得注意的是，可降解、可冲散的湿巾基材避免了对环境的二次污染，符合绿色环保的发展理念，未来市场增长空间巨大，但在技术上尚未突破，今后将成为湿巾产品的主要研究方向。

产品逐渐向功能性和专业化发展。近年来为了满足不同消费者的需求，湿巾行业正逐步推出更多功能性和专业化的产品，例如厨房湿巾、儿童湿巾、消毒湿巾、卸妆湿巾等。可见从婴儿湿巾到卸妆湿巾，再到具有特定功能的消毒湿巾，产品创新和技术改进是我国湿巾行业持续发展的关键因素。（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国湿巾行业现状深度分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国湿巾行业发展概述

第一节 湿巾行业发展情况概述

- 一、湿巾行业相关定义
- 二、湿巾特点分析
- 三、湿巾行业基本情况介绍
- 四、湿巾行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、湿巾行业需求主体分析

第二节 中国湿巾行业生命周期分析

- 一、湿巾行业生命周期理论概述
- 二、湿巾行业所属的生命周期分析

第三节 湿巾行业经济指标分析

- 一、湿巾行业的赢利性分析
- 二、湿巾行业的经济周期分析
- 三、湿巾行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球湿巾行业市场发展现状分析

第一节全球湿巾行业发展历程回顾

第二节全球湿巾行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲湿巾行业地区市场分析

一、亚洲湿巾行业市场现状分析

二、亚洲湿巾行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲湿巾行业市场前景分析

第四节北美湿巾行业地区市场分析

一、北美湿巾行业市场现状分析

二、北美湿巾行业市场规模与市场需求分析

三、北美湿巾行业市场前景分析

第五节欧洲湿巾行业地区市场分析

一、欧洲湿巾行业市场现状分析

二、欧洲湿巾行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲湿巾行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界湿巾行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球湿巾行业市场规模预测

第三章 中国湿巾行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对湿巾行业的影响分析

第三节中国湿巾行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对湿巾行业的影响分析

第五节中国湿巾行业产业社会环境分析

第四章 中国湿巾行业运行情况

第一节中国湿巾行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国湿巾行业市场规模分析

一、影响中国湿巾行业市场规模的因素

二、中国湿巾行业市场规模

三、中国湿巾行业市场规模解析

第三节中国湿巾行业供应情况分析

一、中国湿巾行业供应规模

二、中国湿巾行业供应特点

第四节中国湿巾行业需求情况分析

一、中国湿巾行业需求规模

二、中国湿巾行业需求特点

第五节中国湿巾行业供需平衡分析

第五章 中国湿巾行业产业链和细分市场分析

第一节中国湿巾行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、湿巾行业产业链图解

第二节中国湿巾行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对湿巾行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对湿巾行业的影响分析

第三节我国湿巾行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国湿巾行业市场竞争分析

第一节中国湿巾行业竞争现状分析

一、中国湿巾行业竞争格局分析

二、中国湿巾行业主要品牌分析

第二节中国湿巾行业集中度分析

一、中国湿巾行业市场集中度影响因素分析

二、中国湿巾行业市场集中度分析

第三节中国湿巾行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国湿巾行业模型分析

第一节中国湿巾行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国湿巾行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国湿巾行业SWOT分析结论

第三节中国湿巾行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国湿巾行业需求特点与动态分析

第一节中国湿巾行业市场动态情况

第二节中国湿巾行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节湿巾行业成本结构分析

第四节湿巾行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国湿巾行业价格现状分析

第六节中国湿巾行业平均价格走势预测

一、中国湿巾行业平均价格趋势分析

二、中国湿巾行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国湿巾行业所属行业运行数据监测

第一节中国湿巾行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国湿巾行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国湿巾行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国湿巾行业区域市场现状分析

第一节中国湿巾行业区域市场规模分析

一、影响湿巾行业区域市场分布的因素

二、中国湿巾行业区域市场分布

第二节中国华东地区湿巾行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区湿巾行业市场分析

(1) 华东地区湿巾行业市场规模

(2) 华南地区湿巾行业市场现状

(3) 华东地区湿巾行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区湿巾行业市场分析

(1) 华中地区湿巾行业市场规模

(2) 华中地区湿巾行业市场现状

(3) 华中地区湿巾行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区湿巾行业市场分析

(1) 华南地区湿巾行业市场规模

(2) 华南地区湿巾行业市场现状

(3) 华南地区湿巾行业市场规模预测

第五节华北地区湿巾行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区湿巾行业市场分析

(1) 华北地区湿巾行业市场规模

(2) 华北地区湿巾行业市场现状

(3) 华北地区湿巾行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区湿巾行业市场分析

(1) 东北地区湿巾行业市场规模

(2) 东北地区湿巾行业市场现状

(3) 东北地区湿巾行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区湿巾行业市场分析

(1) 西南地区湿巾行业市场规模

(2) 西南地区湿巾行业市场现状

(3) 西南地区湿巾行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区湿巾行业市场分析

(1) 西北地区湿巾行业市场规模

(2) 西北地区湿巾行业市场现状

(3) 西北地区湿巾行业市场规模预测

第十一章 湿巾行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第七节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国湿巾行业发展前景分析与预测

第一节中国湿巾行业未来发展前景分析

- 一、湿巾行业国内投资环境分析
- 二、中国湿巾行业市场机会分析
- 三、中国湿巾行业投资增速预测

第二节中国湿巾行业未来发展趋势预测

第三节中国湿巾行业规模发展预测

- 一、中国湿巾行业市场规模预测
- 二、中国湿巾行业市场规模增速预测
- 三、中国湿巾行业产值规模预测
- 四、中国湿巾行业产值增速预测
- 五、中国湿巾行业供需情况预测

第四节中国湿巾行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国湿巾行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国湿巾行业进入壁垒分析

- 一、湿巾行业资金壁垒分析
- 二、湿巾行业技术壁垒分析
- 三、湿巾行业人才壁垒分析
- 四、湿巾行业品牌壁垒分析
- 五、湿巾行业其他壁垒分析

第二节湿巾行业风险分析

- 一、湿巾行业宏观环境风险
- 二、湿巾行业技术风险
- 三、湿巾行业竞争风险
- 四、湿巾行业其他风险

第三节中国湿巾行业存在的问题

第四节中国湿巾行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国湿巾行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国湿巾行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国湿巾行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节湿巾行业营销策略分析

- 一、湿巾行业产品策略
- 二、湿巾行业定价策略

三、湿巾行业渠道策略

四、湿巾行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/715266.html>