

2018-2023年中国婴幼儿纸尿裤行业市场发展现状 调查与未来前景趋势研究报告

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《2018-2023年中国婴幼儿纸尿裤行业市场发展现状调查与未来前景趋势研究报告》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://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/306261306261.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

纸尿裤的核心关键技术是“芯体”。从技术层面来说，纸尿裤芯体至今共经历了三次革命。纸尿裤是一次性使用后即可抛弃的产品。以无纺布、卫生纸、绒毛浆、高分子吸水树脂、PE膜、橡皮筋等材料制成。

纸尿裤的核心关键技术是“芯体”。从技术层面来说，纸尿裤芯体至今共经历了三次革命：第一次是半世纪以前，一次性纸尿片的诞生；第二次是八十年代高分子吸水材料在纸尿裤上的应用，使产品的吸液性能得到充分保障，市面主流品牌普遍使用的便是第二代芯体。但这类传统芯体在吸收速度、防反渗程度、厚度及芯体的强韧度等方面仍存在一定的

技术局限，使宝宝红屁股、反渗侧漏等问题仍未能完善解决。

国内外纸尿裤厂家都在加紧研发一种更轻薄、吸液性能更有保障、表面更干爽的纸尿裤，市场上也不断有一些半成熟的产品推出。直到2012年下半年，推出E芯分阶段纸尿裤系列，宣告第三次芯体技术革新进入成熟应用阶段。这种芯体吸收效率更高、韧性更强，全面解决传统第二代芯体的各大问题。有评论称，“E芯”技术的问世，象征着纸尿裤行业的发展进入新纪元，这是纸尿裤自西方发明以来，整个行业第一次由中国企业在技术竞赛中取得了领先地位。

中国婴儿纸尿裤发展趋势预测

1、中国消费习惯改变以及人均GDP 的增长，共同带动婴儿纸尿裤人均销量。在婴儿纸尿裤的消费习惯方面，中国具有不同于发达国家的特点，如许多家庭将纸尿裤与传统棉质尿布混用，或者仅在夜晚、外出时使用等，这直接导致我国婴儿纸尿裤的人均使用量较低，大约只有3.2 片/日，而日本平均使用量为4.9 片/日，欧美发达国家平均使用量为5.6 片/日。

这一消费特点与国人节俭的传统以及很多老人愿意帮助照料第三代、使用可洗尿布的伦理文化有关。近年来这种消费习惯已经发生着变化，从原来的3片/日升至3.2片/日，有些一、二线城市家庭的平均使用量也达到6片/日以上，特别是在新生儿阶段(0~3个月)。随着纸尿裤厂商的销售网络扩大，物美价廉的中低端纸尿裤必将对现有的棉质尿布形成明显的替代效应；其次，随着80后家长比例的变大，由于其事业仍处于起步阶段，工作压力大时间紧，而传统棉质尿布的清洗相对麻烦，一次性纸尿裤就成了最佳的替代选择。

2、新生人口快速增长与政策因素合力支撑纸尿裤发展。自新中国成立以来，我国已经历过的三次明显的生育高峰分别出现于1949~1955年、1962~1986年以及1985~1990年。按

照我国法定结婚年龄和社会现实推测，自1985年开始的第三次生育高峰时期出生的人口应在2010~2015年进入生育年龄。

3、政策因素助力纸尿裤发展。随着二胎政策的实行以及经济的发展，纸尿裤需求量扩大。单独二孩政策于2014年在全国逐步开始实施，2015年是该政策完全实施后的第二年，但根据国家统计局公布的数据，2015年全年出生人口为1655万，比2014年减少32万。出生人数不但没有继续上升反而略有下降，这是由于生育旺盛期妇女人数的大量减少，导致一孩出生率下降，我国出生人数出现了回落。根据数据分析,2015年出生总量中,一孩生育减少85万左右,二孩生育增加45万左右。

预测2016全年出生人口继续短暂回落，2017迎来增长，有助于婴儿类纸尿裤消费。根据中国社科院人口与劳动经济研究所与社会学所相关研究人员的测算预期，全面放开二胎后，我国新生儿在2016-2019年五年内将新增750万人。同时，中国城市纸尿裤普及率达92%，但在农村尚不足10%，可以预见，中国婴儿纸尿裤市场潜力还将逐渐扩大。

4、市场格局竞争激烈，国外企业抢占半壁江山。2015年行业数据显示，纸尿裤销量将近300多亿，约有600多个厂家、2000多条纸尿裤片生产线、1200多个品牌在争夺这个市场，其中排名前六的国内外品牌总占比约80%。帮宝适占比约26%，好奇占比约19%，妈咪宝贝占比约12%，花王占比约10%，恒安占比约8%，大王占比约4%。

其余的20%市场份额由国内众多品牌及新进国外品牌在厮杀角逐。剩下1100多个牌子争夺60亿市场，而排在前十的国产品牌又约占余下20%市场容量的50%左右——对于新品牌或市场操作较弱的品牌来讲，竞争的激烈性及残酷性由此可见。2015年，我国进口纸尿裤占国内市场消费量份额的20%以上。在进口产品的冲击下，国内的纸尿裤企业面临着不小的挑战。

2005--2014年秘鲁鱼粉对中国的出口量与占比

资料来源：观研天下数据中心整理

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国婴幼儿纸尿裤行业市场发展现状调查与未来前景趋势研究报告》主要研究婴幼儿纸尿裤行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第一章 2017年国际婴幼儿纸尿裤市场运行形势分析

第一节 2017年世界人口生育状况

- 一、世界人口增长趋势分析
- 二、俄罗斯出生人口发展情况
- 三、美国人口出生率扭转呈下降趋势
- 四、生育率提高推动法国人口快速增长
- 五、英国人口出生率大幅上升
- 六、德国人口出生状况
- 七、日本人口生育情况

第二节 2017年国际婴儿用品市场分析

- 一、全球婴儿用品市场安全问题应引起足够重视
- 二、美国婴儿用品市场进入寒冰时代
- 三、日本与加拿大对婴儿用品市场的监管
- 四、欧盟婴儿护理用品市场浅析
- 五、中东婴儿用品市场分析

第三节 2017年国际纸尿裤市场发展状况分析

- 一、国际纸尿裤行业发展成熟度分析
- 二、纸尿裤市场供需状况分析
- 三、国际纸尿裤行业存在的问题

第四节 2017年世界部分国家纸尿裤市场运行分析

- 一、英国
- 二、俄罗斯
- 三、法国
- 四、日本

第五节 2018-2023年世界纸尿裤业发展趋势分析

第二章 2017年中国婴幼儿纸尿裤市场行业环境阐述

第一节 2017年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）
- 八、社会消费品零售总额
- 九、对外贸易&进出口

第二节 2017年中国婴幼儿纸尿裤市场政策环境分析

- 一、纸尿裤/片/垫行业标准
- 二、十二五税改绿色理念
- 三、纸尿裤?环境保护与可持续发展"绿色战略"

第三节 2017年中国婴幼儿纸尿裤市场社会环境分析

- 一、消费观念
- 二、中国新生儿出生率情况
- 三、城市化和人民生活水平
- 四、中国迎来80后结婚潮

第三章 2017年中国婴儿用品业整体运行新形势透析

第一节 2017年中国婴儿用品业现状综述

- 一、婴儿用品行业所处阶段及其特性
- 二、中国婴儿用品行业的发展现状
- 三、中国婴儿产业的发展态势
- 四、中国婴儿用品行业发展的市场环境

第二节 2017年中国婴儿用品市场运行简况

- 一、婴儿用品市场亮点分析
- 二、中国婴儿用品消费形态
- 三、中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成
- 四、婴儿用品市场更趋成熟

第三节 2017年中国部分城市婴儿用品市场分析

- 一、上海婴儿用品市场发展分析
- 二、北京婴儿用品市场的发展动态
- 三、成都婴儿用品市场发展概况

四、临沂市婴儿用品市场发展迅速

第四节 2017年中国婴儿用品消费者购买行为分析

- 一、婴儿用品消费者特点
- 二、婴儿用品消费者的消费行为的一般特征
- 三、婴儿用品消费者对品牌的偏好习惯
- 四、婴儿用品消费者的消费行为的特殊性
- 五、对婴儿用品经营的启发

第五节 2017年中国婴儿用品终端市场营销分析

- 一、婴儿用品的不同销售模式
- 二、婴儿用品店的五大误区
- 三、婴儿用品店生存法则
- 四、婴儿用品店必须转守为攻

第四章 2017年中国婴幼儿纸尿裤市场运行新形势透析

第一节 婴幼儿纸尿裤产品概述

- 一、结构设计
- 二、不同品牌纸尿裤的特点
- 三、纸尿裤和纸尿片的主要区别

第二节 2017年中国纸尿裤行业市场运行综述

- 一、中国纸尿裤市场进入高速增长期
- 二、小纸尿裤蕴含大市场
- 三、金佰利看好中国纸尿裤市场

第三节 2017年中国纸尿裤行业基本特征

- 一、纸尿裤行业主要细分产品
- 二、纸尿裤行业产业链分析

第四节 2017年中国纸尿裤的质量问题

- 一、纸尿裤质量连年下滑
- 二、纸尿裤的三项指标不合格
- 三、造成纸尿裤出现质量问题的原因

第五章 2017年中国纸尿裤市场供需状况探究

第一节 2017年中国纸尿裤消费需求特征分析

- 一、城镇和农村消费者需求特征
- 二、不同收入层次家庭需求特征
- 三、纸尿裤等细分产品的需求特征

四、纸尿裤消费的决策过程分析

第二节 2017年中国纸尿裤行业供需状况

一、纸尿裤供给状况

二、纸尿裤需求状况

三、影响市场供需的因素分析

第三节 2017年中国纸尿裤市场价格分析

一、国际品牌纸尿裤市场分析

二、国内品牌纸尿裤市场分析

三、价格同比分析

第六章 2017年纸尿裤行业市场营销战略解析

第一节 2017年纸尿裤行业主要营销模式分析

一、直营模式

二、代理经销商模式

三、大型综合连锁卖场模式

四、网络营销

第二节 2017年纸尿裤行业营销策略分析

一、从生产导向转向市场导向

二、从产品竞争转向多要素全方位竞争

三、从产品营销到品牌营销和文化营销

第三节 2018-2023年中国纸尿裤企业营销模式建议

一、纸尿裤企业的国内营销模式建议

二、纸尿裤企业海外营销模式建议

第四节 2018-2023年中国纸尿裤市场营销发展趋势

第七章 2017年中国婴幼儿纸尿裤市场消费者调查分析

第一节 受访者基本情况分析

一、消费者年龄

二、消费者家庭收入情况

三、学历情况

四、受访者不用纸尿裤的原因分析

第二节 2017年纸尿裤消费者使用习惯调查分析

一、消费者纸尿裤品牌使用情况分析

二、消费者购买纸尿裤渠道分析

三、消费者使用纸尿裤频率分析

四、消费者对纸尿裤使用的满意程度分析

五、消费者对纸尿裤价格敏感度分析

第三节 2017年纸尿裤品牌信息传播渠道分析

一、消费者对纸尿裤促销方式偏好分析

二、消费者获取纸尿裤信息渠道分析

第四节 2017年消费者购买纸尿裤时的选择要素分析

第八章 2017年国际知名品牌纸尿裤企业运行浅析

第一节 宝洁

一、公司基本概况

二、品牌竞争力分析

三、华市场销售情况分析

四、国际化战略发展分析

第二节 金佰利

一、公司基本概况

二、品牌竞争力分析

三、华市场销售情况分析

四、国际化战略发展分析

第三节 恒安

一、公司基本概况

二、品牌竞争力分析

三、华市场销售情况分析

四、国际化战略发展分析

第四节 尤妮佳

一、公司基本概况

二、品牌竞争力分析

三、华市场销售情况分析

四、国际化战略发展分析

第九章 2017年中国婴幼儿纸尿裤市场行业竞争格局分析

第一节 2017年纸尿裤行业竞争总况

一、纸尿裤市场竞争激烈

二、纸尿裤品牌竞争力分析

三、纸尿裤质量、价格竞争分析

第二节 2017年中国纸尿裤行业集中度分析

一、纸尿裤区域集中度分析

二、纸尿裤区市场中度分析

第三节 2017年中国纸尿裤行业竞争策略分析

第四节 2018-2023年中国纸尿裤竞争趋势分析

第十章 2017年世界婴幼儿纸尿裤典型企业竞争力及关键性数据分析

第一节 东莞市白天鹅纸业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 全日美实业(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 浙江华顺涤纶工业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 晋江凤竹纸品实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 平顶山市舒莱卫生用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 北京倍舒特妇幼用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 漯河市鸿翔纸业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 广西舒雅护理用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 恒安（中国）卫生用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 北京倍舒特实业发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十一节 佛山市顺德区舒乐卫生用品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十一章 2018-2023年中国婴幼儿纸尿裤行业市场前景与趋势预测

第一节 2018-2023年中国婴幼儿纸尿裤产品及经营方式发展趋势

- 一、婴幼儿纸尿裤呈现四大发展趋势
- 二、安全、卫生成为婴幼儿纸尿裤的流行趋势
- 三、婴儿用品经营方式发展趋势

第二节 2018-2023年中国婴幼儿纸尿裤市场前景预测

- 一、婴幼儿用品行业整体前景看好
- 二、纸尿裤市场前景广阔
- 三、纸尿裤蕴藏巨大市场

第三节 2018-2023年中国纸尿裤产品市场盈利预测分析

第十二章 2018-2023年中国婴幼儿纸尿裤投资预测

第一节 2018-2023年中国纸尿裤行业投资概况

- 一、纸尿裤行业投资特性分析
- 二、纸尿裤行业投资环境分析

第二节 2018-2023年中国纸尿裤行业投资机会分析

- 一、纸尿裤市场投资潜力分析
- 二、纸尿裤市场投资吸引力分析

第三节 2018-2023年中国纸尿裤行业投资风险预警

- 一、竞争风险
- 二、经营风险

三、原材料价格波动的风险

四、政策风险

第四节 专家投资建议

图表目录

图表 2009-2017年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2017年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表 2009-2017年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2009-2017年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2010-2017年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2012-2017年我国工业增加值增速统计

图表 2009-2017年我国全社会固定资产投资额走势图（2017年不含农户）

图表 2009-2017年我国财政收入支出走势图 单位 亿元

图表 2009-2017年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2009-2017年我国货物进出口总额走势图

图表 2009-2017年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2009-2017年我国人口及其自然增长率变化情况

图表 各年龄段人口比重变化情况

图表 纸尿裤消费者品牌认知情况

图表 消费者对纸尿裤品牌认知情况分析

图表 消费者对纸尿裤品牌广告认知情况分析

图表 消费者对纸尿裤品牌偏好分析

图表 消费者对纸尿裤品牌评述

图表详见正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。（FSW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/306261306261.html>