

# 2016-2022年中国婴儿湿巾产业深度调研与十三五 投资前景预测报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国婴儿湿巾产业深度调研与十三五投资前景预测报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/240463240463.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

在20世纪80年代末期中国国内开始有少数企业生产湿巾,上海日立行卫生用品有限公司(前身为上海纸盒七厂)是最早生产湿巾产品的企业之一,品牌是“爱唯”(该企业目前只为外国企业做定牌产品),这个时期的湿巾产品主要供居家外市场。20世纪90年代中后期是我国湿巾的发展初期。北京派尼尔纸制品厂、哈尔滨晶琦纸业有限公司、安徽铜陵博发等企业购进由台湾泰舜公司和智琦公司制造的10多台平型湿巾机;长春思特保健品有限公司从美国、瑞士、西班牙等国引进了湿巾分切、折叠、包装设备。这个时期生产的湿巾产量和档次有了较大的提高,居家外用(商用)产品消费量增加较快,但其用途还仅限于皮肤清洁用(擦手、擦脸),品种结构单一。

2000年后,是我国湿巾的迅速发展阶段。强生(中国)有限公司生产的婴儿护理湿巾进入国内市场后,我司总工程师付少飞先生率先在国内研发出首台国产湿巾设备,由此国产湿巾设备在国内问世,其后进入该领域的企业明显增加。

2003年突如其来的SARS疫情,更使消毒湿巾成为市场上的抢手货,由于用量骤然增加,在北京等城市甚至出现断档现象。SARS疫情之后,人们的卫生防范意识普遍加强,强劲的市场需求为湿巾设备生产的发展提供了契机,国产湿巾设备制造业迅速发展。湿巾生产商增加了晋江恒安家庭生活用纸有限公司、广西舒雅护理用品有限公司、保定市义厚成纸业有限公司等生产能力较大的企业和几百家小企业。目前国内市场上有上百个品牌的湿巾产品,中高档产品出口较多,定牌加工产品的数量也在不断增长。

在我国,每年有2000-3000万婴儿出生,其中8~36月龄的婴幼儿约为4500万,儿童为3.12亿,针对0~4周岁婴幼儿,消费群体就有8000万。在未来的10~20年内,国内婴儿用湿巾将显示出强劲的发展前景。2009-2012年婴儿专用湿巾市场容量呈现逐渐扩大趋势,2009年市场容量为85.93亿片,2010年达到102.08亿片,随着卫生保健意识提高,婴儿群体的应用不断增多,2011年市场容量达到123.72亿片,2012年市场容量为146.50亿片。

中国报告网发布的《2016-2022年中国婴儿湿巾产业深度调研与十三五投资前景预测报告》内容严谨、数据翔实,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动向、市场前景、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。它是业内企业、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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据,海关总署,问卷调查数据,商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局,部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据,企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等,价格数

据主要来自于各类市场监测数据库。

## 【报告大纲】

### 第一部分 婴儿湿巾行业发展现状

#### 第一章 中国婴儿湿巾行业发展概述 1

##### 第一节 婴儿湿巾行业发展情况 1

##### 第二节 最近3-5年中国婴儿湿巾行业经济指标分析 3

###### 一、赢利性 3

###### 二、成长速度 4

###### 三、附加值的提升空间 4

###### 四、进入壁垒 / 退出机制 5

###### 五、风险性 13

###### 六、行业周期 18

###### 七、竞争激烈程度指标 23

###### 八、当前行业发展所属周期阶段的判断 26

##### 第三节 关联产业发展分析 27

#### 第二章 中国婴儿湿巾行业的国际比较分析 29

##### 第一节 中国婴儿湿巾行业竞争力指标分析 29

##### 第二节 中国婴儿湿巾行业经济指标国际比较分析 32

###### 一、美国 32

###### 二、日韩地区 35

###### 三、欧洲 37

###### 四、中国 39

##### 第三节 全球婴儿湿巾行业市场需求分析 40

###### 一、市场规模现状 40

###### 二、需求结构分析 41

###### 三、重点需求客户 42

###### 四、市场前景展望 43

##### 第四节 全球婴儿湿巾行业市场供给分析 44

###### 一、市场价格走势 44

###### 二、重点厂商分布 46

### 第二部分 婴儿湿巾市场需求分析

#### 第三章 应用领域及行业供需分析 55

##### 第一节 需求分析 55

###### 一、婴儿湿巾行业 55

###### 二、婴儿湿巾行业客户结构 58

### 三、婴儿湿巾行业需求的地区差异 60

#### 第二节 供给分析 61

#### 第三节 供求平衡分析及未来发展趋势 64

##### 一、婴儿湿巾行业的需求预测 64

##### 二、婴儿湿巾行业的供应预测 65

##### 三、供求平衡分析 67

##### 四、供求平衡预测 73

#### 第四节 市场价格走势分析 73

### 第四章 婴儿湿巾产业链的分析 75

#### 第一节 行业集中度 75

#### 第二节 主要环节的增值空间 79

#### 第三节 行业进入壁垒和驱动因素 87

#### 第四节 上下游行业影响及趋势分析 96

### 第五章 区域市场情况深度研究 110

#### 第一节 长三角区域市场情况分析 110

#### 第二节 珠三角区域市场情况分析 112

#### 第三节 环渤海区域市场情况分析 115

#### 第四节 婴儿湿巾行业主要市场大区发展状况及竞争力研究 123

##### 一、华北大区市场分析 123

##### 二、华中大区市场分析 127

##### 三、华南大区市场分析 130

##### 四、华东大区市场分析 132

##### 五、东北大区市场分析 135

##### 六、西南大区市场分析 141

##### 七、西北大区市场分析 147

### 第六章 2016-2022年需求预测分析 156

#### 第一节 2016-2022年需求婴儿湿巾行业领域量预测 156

#### 第二节 2016-2022年婴儿湿巾行业领域需求产品（服务）功能预测 162

#### 第三节 2016-2022年婴儿湿巾行业领域需求产品（服务）市场格局预测 163

### 第三部分 婴儿湿巾产业竞争格局分析

### 第七章 婴儿湿巾市场竞争格局分析 165

#### 第一节 行业竞争结构分析 165

##### 一、现有企业间竞争 165

##### 二、潜在进入者分析 169

##### 三、替代品威胁分析 171

四、供应商议价能力 181

五、客户议价能力 182

第二节 行业集中度分析 183

一、市场集中度分析 183

二、企业集中度分析 184

三、区域集中度分析 185

第三节 行业国际竞争力比较 189

一、企业战略、结构与竞争状态 189

二、政府的作用 194

第四节 婴儿湿巾行业主要企业竞争力分析 199

一、重点企业资产总计对比分析 200

二、重点企业从业人员对比分析 200

三、重点企业全年营业收入对比分析 200

四、重点企业利润总额对比分析 201

五、重点企业综合竞争力对比分析 20

第八章 主要生产企业的排名与产业结构分析 204

第一节 行业企业排名分析 204

第二节 产业结构分析 205

一、市场细分充分程度的分析 205

二、各细分市场领先企业排名 209

三、各细分市场占总市场的结构比例 212

第三节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 223

一、产业价值链的构成 223

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 22

第九章 前十大领先企业分析 227

第一节 强生 227

一、主营业务及经营状况 227

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 227

三、主要市场定位 233

四、主要优势与主要劣势 236

五、市场拓展战略与手段分析 237

第二节 好奇 238

一、主营业务及经营状况 238

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 240

三、主要市场定位 241

四、主要优势与主要劣势 241

五、市场拓展战略与手段分析 242

第三节 心相印 245

一、主营业务及经营状况 245

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 246

三、主要市场定位 251

四、主要优势与主要劣势 253

五、市场拓展战略与手段分析 257

第四节 维达 257

一、主营业务及经营状况 257

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 259

三、主要市场定位 262

四、主要优势与主要劣势 262

五、市场拓展战略与手段分析 263

第五节 清风 267

一、主营业务及经营状况 267

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 269

三、主要市场定位 269

四、主要优势与主要劣势 272

五、市场拓展战略与手段分析 273

第六节 贝亲 274

一、主营业务及经营状况 274

二、主要市场定位 275

三、主要优势与主要劣势 276

第七节 洁云 276

一、主营业务及经营状况 276

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 277

三、市场拓展战略与手段分析 281

第八节 帮宝舒 283

一、主营业务及经营状况 283

二、历年生产规模、销售规模、利润指标 284

三、主要市场定位 285

四、主要优势与主要劣势 286

五、市场拓展战略与手段分析 293

第九节 中顺洁柔纸业股份有限公司 302

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 一、主营业务及经营状况                   | 302 |
| 二、历年生产规模、销售规模、利润指标            | 302 |
| 三、市场拓展战略与手段分析                 | 304 |
| 第四部分 婴儿湿巾产业竞争格局分析             |     |
| 第十章 2013年中国婴儿湿巾行业整体运行指标分析     | 306 |
| 第一节 中国婴儿湿巾行业总体规模分析            | 306 |
| 第二节 中国婴儿湿巾行业产销分析              | 306 |
| 第三节 中国婴儿湿巾行业财务指标总体分析          | 306 |
| 第十一章 婴儿湿巾行业投资方向预测分析           | 308 |
| 第一节 婴儿湿巾市场整合成长趋势              | 308 |
| 一、市场占有率的构成                    | 308 |
| 二、竞争格局变化                      | 309 |
| 第二节 婴儿湿巾需求变化趋势及新的商业机遇预测       | 311 |
| 一、品牌格局趋势                      | 311 |
| 二、市场渠道及分布趋势研究                 | 312 |
| 第三节 婴儿湿巾投资战略与营销规划             | 314 |
| 一、技术开发战略                      | 314 |
| 二、行业竞争战略结构分析                  | 315 |
| 第四节 对中国婴儿湿巾品牌建设的方法与策略         | 330 |
| 一、企业品牌发展的历史进程                 | 330 |
| 二、婴儿湿巾实施品牌战略的意义               | 331 |
| 三、中国婴儿湿巾市场营销的方法               | 333 |
| 四、婴儿湿巾品牌建设与风险管理策略             | 336 |
| 第十二章 2016-2022年婴儿湿巾行业投资价值评估分析 | 338 |
| 第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析          | 338 |
| 第二节 投资回报率比较高的投资方向             | 338 |
| 第三节 新进入者应注意的障碍因素              | 339 |
| 第四节 营销分析与营销模式推荐               | 342 |
| 图表目录                          |     |
| 图表：婴儿护理用湿巾溶剂配方实例              | 3   |
| 图表：2009-2014年婴儿湿巾的市场容量        | 4   |
| 图表：2010年湿巾销售占比                | 5   |
| 图表：2011年北美湿巾市场占比图             | 20  |
| 图表：湿巾制造工艺占比                   | 22  |
| 图表：2009-2014年婴儿湿巾的市场周期        | 27  |



图表：2009-2013年女性湿巾市场容量 27

图表：指标体系设计图 30

图表：2009-2013年中国湿巾市场容量增长趋势图 32

图表：客户细分表 59

图表：客户管理细分 59

图表：IBM的一种客户细分及管理表。 60

图表：2009-2014年中国湿巾市场需求 64

图表：2009-2014年中国女性湿巾市场需求 65

图表：中国生活用纸2003～2012年生产量和消费量 67

图表：供求平衡图 72

图表：企业所占市场份额公式一 76

图表：企业所占市场份额公式二 76

图表：企业所占市场份额公式三 77

图表：湿巾生产工艺流程图 79

图表：珠三角地图 113

图表：2009-2013年北京纸制品制造工业销售产值 125

图表：2009-2013年天津纸制品制造工业销售产值 125

图表：2009-2013年河北纸制品制造工业销售产值 126

图表：2009-2013年山西纸制品制造工业销售产值 126

图表：2009-2013年内蒙古纸制品制造工业销售产值 127

图表：2009-2013年广东纸制品制造工业销售产值 127

图表：2009-2013年广西纸制品制造工业销售产值 128

图表：2009-2013年海南纸制品制造工业销售产值 128

图表：2009-2013年河南纸制品制造工业销售产值 129

图表：2009-2013年湖北纸制品制造工业销售产值 129

图表：2009-2013年湖南纸制品制造工业销售产值 130

图表：2008-2012年广东纸制品制造工业销售产值 130

图表：2008-2012年广西纸制品制造工业销售产值 131

图表：2008-2012年海南纸制品制造工业销售产值 131

图表：2009-2013年上海纸制品制造工业销售产值 132

图表：2009-2013年江苏纸制品制造工业销售产值 132

图表：2009-2013年浙江纸制品制造工业销售产值 133

图表：2009-2013年安徽纸制品制造工业销售产值 133

图表：2009-2013年福建纸制品制造工业销售产值 134

图表：2009-2013年江西纸制品制造工业销售产值 134

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 图表：2009-2013年山东纸制品制造工业销售产值  | 135 |
| 图表：2007-2013年吉林纸制品制造工业销售产值  | 140 |
| 图表：2007-2013年黑龙江纸制品制造工业销售产值 | 140 |
| 图表：2007-2013年辽宁纸制品制造工业销售产值  | 141 |
| 图表：2009-2013年重庆纸制品制造工业销售产值  | 145 |
| 图表：2009-2013年四川纸制品制造工业销售产值  | 145 |
| 图表：2009-2013年贵州纸制品制造工业销售产值  | 146 |
| 图表：2009-2013年云南纸制品制造工业销售产值  | 146 |
| 图表：2008-2012年西藏纸制品制造工业销售产值  | 147 |
| 图表：2009-2013年陕西纸制品制造工业销售产值  | 150 |
| 图表：2009-2013年甘肃纸制品制造工业销售产值  | 150 |
| 图表：2009-2013年青海纸制品制造工业销售产值  | 151 |
| 图表：2009-2013年宁夏纸制品制造工业销售产值  | 151 |
| 图表：2009-2013年新疆纸制品制造工业销售产值  | 152 |
| 图表：2007-2015年中国婴儿湿巾市场需求量预测  | 164 |
| 图表：婴儿湿巾企业员工人数               | 200 |
| 图表：重点湿巾企业年营业额对比             | 201 |
| 图表：重点企业利润总额对比               | 201 |
| 图表：强生（中国）投资有限公司             | 228 |
| 图表：2013年强生公司总收入与净利润         | 229 |
| 图表：2012年强生（中国）投资有限公司按业构成分析  | 229 |
| 图表：2012年强生（中国）投资有限公司按地区构成分析 | 229 |
| 图表：2012年强生（中国）投资有限公司偿债能力分析  | 230 |
| 图表：2012年强生（中国）投资有限公司资本结构分析  | 230 |
| 图表：2012年强生（中国）投资有限公司经营效率分析  | 231 |
| 图表：2012年强生（中国）投资有限公司获利能力分析  | 231 |
| 图表：2012年强生（中国）投资有限公司发展能力分析  | 232 |
| 图表：2012年强生（中国）投资有限公司现金流分析   | 232 |
| 图表：2012年强生（中国）投资有限公司投资收益分析  | 232 |
| 图表：强生（中国）有限公司SWOT分析         | 236 |
| 图表：2009-2013年恒安国际重要财务指标     | 247 |
| 图表：2009-2013年恒安集团资产负债表      | 248 |
| 图表：2009-2013年恒安集团现金流量表      | 249 |
| 图表：2012年恒安集团财务比率分析          | 249 |
| 图表：2012年恒安集团资产负债分析          | 249 |

|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| 图表：2009-2013年恒安集团综合损益表         | 250       |
| 图表：2012年恒安集团现金流分析              | 250       |
| 图表：2009-2013年维达国际营业额与毛利润       | 259       |
| 图表：2009-2013年维达国际重要财务指标        | 260       |
| 图表：2012年维达集团财务比率分析             | 260       |
| 图表：2012年维达集团综合损益分析             | 261       |
| 图表：2012年维达集团现金流分析              | 261       |
| 图表：2012年维达集团资产负债分析             | 261       |
| 图表：金红叶纸业集团有限公司在华主要产品           | 268       |
| 图表：2008-2012年金红叶纸业集团有限公司生产总量分析 | 269       |
| 图表：2008-2012年金红叶纸业集团有限公司资产总额分析 | 269       |
| 图表：贝亲SWTO分析                    | 276       |
| 图表：斯米克集团资产负债表                  | 277       |
| 图表：斯米克集团利润表                    | 278       |
| 图表：斯米克集团现金流量表                  | 278       |
| 图表：2014-2015年斯米克集团偿债能力分析       | 279       |
| 图表：2014-2015年斯米克集团资本结构分析       | 279       |
| 图表：2014-2015年斯米克集团经营效率分析       | 279       |
| 图表：2014-2015年斯米克集团获利能力分析       | 280       |
| 图表：2014-2015年斯米克集团发展能力分析       | 280       |
| 图表：2014-2015年斯米克集团现金流分析        | 280       |
| 图表：2014-2015年斯米克集团投资收益分析       | 281       |
| 图表：2013年中顺洁柔纸业股份有限公司财务分析       | 303       |
| 图表：2013年中顺洁柔纸业股份有限公司营业收入分析     | 303       |
| 图表：2013年中顺洁柔纸业股份有限公司营业利润分析     | 303       |
| 图表详见正文                         | • • • • • |

特别说明：中国报告网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，有利于降低企事业单位决策风险（GY zm）。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/240463240463.html>