

2017-2022年中国纸尿裤行业发展现状分析及投资价值评估报告

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《2017-2022年中国纸尿裤行业发展现状分析及投资价值评估报告》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/293645293645.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。有幼儿专用与成人专用两种。最新研发的环保可降解的纸尿裤，以玉米纤维、大豆纤维或荞麦纤维提炼的原材料制造。

近年来选择购买纸尿裤的妈妈越来越多，一般家庭都会选择使用纸尿裤，纸尿裤的市场也随之扩大。

图：婴儿纸尿裤市场规模预测 资料来源：公开资料，中国报告网整理

一、行业概况

1.纸尿裤成交规模不断增长。 2.纸尿裤线上渗透率很高，有研究表明，三分之二的中国受访消费者表示他们在线上购买过纸尿裤。

二、消费者画像--性别和年龄

1.消费者方面，和母婴行业整体情况一样，购买纸尿裤的消费者也是女性居多，并且仍在逐年增加 2.购买纸尿裤的主力是29-35岁年龄人群，并且这个人群的比例远高于整个母婴行业;23-28岁年轻人的比例逐年增加。

三、消费者画像--网购深度和消费档次：

1.绝大多数纸尿裤消费者为深度网购用户、进阶档次消费者，且占比都高于母婴行业整体水平;随着时间的推移，网购频次深化、消费档次则出现了一定程度的下沉趋势。
2.处于安全性的考虑，具有深度网购习惯和更高网购档次的用户可能选择线上购买纸尿裤。

四、移动趋势--发展概况：

1.纸尿裤线上市场已进入移动电商时代，并且时间早于母婴行业，为母婴行业移动端市场培养了消费者。 2.浏览人数增长是移动电商发展的排头兵，与2014年1月首次超过了PC端;接着四个月后，移动端成交人数也超过了总人数的一般;最终2014年10月，移动渗透率突破50%，目前渗透率高于母婴行业整体水平。

五、移动趋势--分人群发展概况：

1.分人群看，移动端从女性、年轻人群和深度网购用户开始发力。 2.不同消费档次的消费者对于移动端的接受程度差异不大，基础消费者移动端渗透率略高于其他人群。

六、移动趋势--分地区展概况

1.分地区看，移动端在低线城市和中西部地区的渗透率更高。
2.电商的未来在移动端，而经济落后地区有望通过移动电商实现跨越式发展。

七、促销分析：

1.纸尿裤消费者对价格非常敏感，促销对行业销量的拉动作用非常大。 2.以2015年9月滚动全年的销售额来看，一共有4个销售旺季，分为“双十一”“双十二”618年中大促和淘宝99大促，课件线上纸尿裤的季节性和促销息息相关。

八、经营建议： 1.整个母婴行业都蕴藏着巨大的发展潜力，纸尿裤也不例外，商家应抓住机会进行外延扩张。 2.纸尿裤已经迎来移动电商时代，商家应积极拥抱这一变化，针对电商特性优化自身的经营策略。 3.对于线下既有品牌，线上应突出价格优势;对于线下渠道不足的品牌，保证品质的同时，做好品牌宣传和差异化。 4.纸尿裤消费者对于促销十分敏感，每年的"双十一"、"双十二"等促销节日都是培养新用户的好时机，应做好用户体验，做好客户的后续维系。

5.官方旗舰店应发展官方优势，以优质的服务和品质扩大市场份额，引领行业规范化。

综上所述，纸尿裤未来的市场还是很可观很广阔的，潜力巨大。

中国报告网发布的《2017-2022年中国纸尿裤行业发展现状分析及投资价值评估报告》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分析。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。

第一章世界纸尿裤产业运行态势分析第一节世界一次性纸制品业运行简况一、世界一次性纸制品市场特征分析二、世界一次性纸制品行业发展成熟度分析第二节世界纸尿裤市场环境分析一、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、俄罗斯用经济手段提高生育率七、法国迎来25年来最大婴儿潮第三节全球纸尿裤市场运行态势分析一、全球纸尿裤新品研发分析二、全球纸尿裤品牌分析三、全球纸尿裤销售分析第四节全球纸尿裤重点国家运行分析一、英国二、俄罗斯三、法国四、日本第五节世界纸尿裤行业新趋势探析

第二章中国纸尿裤行业发展环境分析第一节中国人口结构分析一、中国人口出生情况二、中国人口地区分布状况三、中国人口结构面临的六大问题第二节 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&进出口第三节中国纸尿裤行业社会环境分析一、消费观念二、中国居民收入情况三、城市化和人民生活水平四、中国迎业“80后”生育潮高峰

第三章中国纸尿裤产业整体运行态势分析第一节中国一次性纸制品产业概述一、金融风暴将加快行业洗牌二、一次性纸制品市场继续稳步增长三、国产设备水平迅速提高走向国际市场

四、一次性纸制品消费区域化差异大
第二节中国纸尿裤产业运行总况一、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、纸尿裤质量情况分析
第三节我国纸尿裤业市场新亮点呈现一、纸尿裤季节特性二、纸尿裤产品创新特点三、纸尿裤市场服务特点四、纸尿裤市场品牌特性
第四节我国纸尿裤品牌结构分析一、高端品牌二、中低端品牌
第五节我国纸尿裤产业
发展中热点问题探讨

第四章中国纸尿裤制造行业数据监测分析
第一节 中国我国纸尿裤制造行业规模分析一、企业数量增长分析二、从业人数增长分析三、资产规模增长分析
第二节 中国我国纸尿裤制造行业结构分析一、企业数量结构分析（一）、不同类型分析（二）、分析二、销售收入结构分析（一）、不同类型分析（二）、分析
第三节 中国我国纸尿裤制造行业产值分析一、产成品增长分析二、工业销售产值分析三、出口交货值分析
第四节

中国我国纸尿裤制造行业成本费用分析一、销售成本统计二、费用统计
第五节

中国我国纸尿裤制造行业盈利能力分析一、主要盈利指标分析二、主要盈利能力指标分析

第五章中国纸尿裤行业生产状况分析
第一节纸尿裤产量增长情况
第二节中国纸尿裤行业产能分析一、主要生产企业及其产能二、纸尿裤行业产能扩张趋势三、重点省区产能分析
第三节中国纸尿裤行业成本结构分析一、原材料成本二、研发和设计成本三、知识产权使用许可费四、劳动力成本五、其它成本
第四节中国纸尿裤行业生产中存在的主要问题

第六章中国纸尿裤行业市场消费形势分析
第一节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
第二节中国纸尿裤行业供需状况一、纸尿裤市场消费层次二、纸尿裤需求状况三、影响市场消费的因素分析
第三节中国纸尿裤重点市场消费情况分析一、中国纸尿裤十大一线城市销售情况二、中国纸尿裤十大一线城市品牌份额分析
第四节中国纸尿裤价格分析一、品牌价格走势分析二、影响价格的因素分析

第七章中国纸尿裤进出口贸易分析
第一节中国纸尿裤进出口贸易综述一、纸尿裤进出口退税政策及影响分析二、我国纸尿裤行业遭受“反倾销 鼓 府 鱈U 选
第二节中国纸尿裤进出口数据监测分析一、纸尿裤进出口数量分析二、纸尿裤进出口金额分析三、纸尿裤进出口国家及地区分析

第八章中国婴幼儿纸尿裤市场消费调研
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
第四节消费者购买纸尿裤时的选择要素分析

第九章中国纸尿裤行业市场营销模式与策略分析
第一节中国纸尿裤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
第二节中国纸尿裤营销策略分析一、锁定目标人群二、定位突出产品功能三、实施价格覆盖四、市场传播渠道及方

式六、呈现清晰卖点第三节中国纸尿裤企业营销模式建议

第十章中国纸尿裤主要区域发展销售预测分析第一节华北地区一、纸尿裤市场容量分析二、区域纸尿裤市场品牌分布情况三、区域消费水平及偏好分析四、区域市场前景分析第二节东北地区一、纸尿裤市场容量分析二、区域纸尿裤市场品牌分布情况三、区域消费水平及偏好分析四、区域市场前景分析第三节华东地区一、纸尿裤市场容量分析二、区域纸尿裤市场品牌分布情况三、区域消费水平及偏好分析四、区域市场前景分析第四节华中地区一、纸尿裤市场容量分析二、区域纸尿裤市场品牌分布情况三、区域消费水平及偏好分析四、区域市场前景分析第五节华南地区一、纸尿裤市场容量分析二、区域纸尿裤市场品牌分布情况三、区域消费水平及偏好分析四、区域市场前景分析第六节西南地区一、纸尿裤市场容量分析二、区域纸尿裤市场品牌分布情况三、区域消费水平及偏好分析四、区域市场前景分析第七节西北地区一、纸尿裤市场容量分析二、区域纸尿裤市场品牌分布情况三、区域消费水平及偏好分析四、区域市场前景分析

第十一章中国纸尿裤竞争新格局透析第一节中国纸尿裤竞争总况一、纸尿裤竞争日趋激烈质量成隐忧二、纸尿裤品牌竞争力分析三、纸尿裤价格竞争分析第二节中国纸尿裤产业集中度分析一、市场集中度分析二、区域集中度分析第三节中国纸尿裤竞争策略分析——技术创新第四节中国纸尿裤竞争趋势分析

第十二章国际知名纸尿裤生产企业运行态势浅析第一节宝洁（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析第二节金佰利（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析第三节恒安（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析第四节尤妮佳（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析四、国际化战略发展分析

第十三章中国纸尿裤行业主要品牌企业竞争力及动态分析第一节恒安集团（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析第二节好奇纸尿裤（金佰利公司）（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析第三节帮宝适纸尿裤（宝洁）（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析第四节妈咪宝贝纸尿裤（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析第五节贝亲pigeon纸尿裤（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析第六节安儿乐纸尿裤（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析第七节嘘乐纸尿裤（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析第九节菲比纸尿裤（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析第十节雀氏（福建）实业发展有限公司（雀氏纸尿裤）（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）公司优劣势分析第十一节上海花王有限公司（花王纸尿裤）（1）企业概况（2）主营业务情况分析（3）公司运营情况分析（4）

公司优劣势分析

第十四章中国纸尿裤行业发展趋势预测分析第一节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、婴幼儿用品经营方式发展趋势第二节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中国纸尿裤产品市场盈利预测分析

第十五章中国纸尿裤行业投资战略研究第一节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中国纸尿裤行业投资风险分析一、市场风险二、竞争风险三、原材料价格波动的风险四、经营风险五、政策风险第四节权威专家投资建议

图表目录

图表1俄罗斯帝国第一次人口普查于1897年进行

图表2英国所售纸尿裤尺寸表

图表3日本纸尿裤市场四大品牌

图表4年末人口数及其构成

图表5—国内生产总值季度累计同比增长率(%)

图表6居民消费价格主要数据

图表7—居民消费价格指数(上年同月=100)

图表8—工业增加值月度同比增长率(%)

图表9—固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%)

图表10—社会消费品零售总额月度同比增长率(%)

图表11—出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%)

图表12高端纸尿裤品牌消费格局

图表13中低端纸尿裤品牌消费格局

图表14我国纸尿裤制造行业规模企业个数

图表15我国纸尿裤制造行业从业人员(GYZJY)

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/293645293645.html>