

中国纸巾行业发展深度调研与投资前景研究报告 (2022-2029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《中国纸巾行业发展深度调研与投资前景研究报告（2022-2029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/202203/585169.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

一、新冠疫情拖累纸巾市场发展，国产品牌市场份额不断提升

纸巾，一般指生活纸巾，主要包括厕用纸、手帕纸、餐巾纸、擦手纸、厨房用纸以及面巾纸等。

随着人民生活水平的提高，我国纸巾消费市场整体规模的增速逐渐下滑，市场接近饱和状态。2020年由于我国新冠疫情影响，家外纸巾销售额下降，拖累了纸巾整体市场，导致2020年我国纸巾行业市场规模有所下滑，增速为-0.8%，2021年之后有所回升，达到787.35亿元。

资料来源：维达国际，观研天下数据中心整理

企业竞争方面，我国纸巾行业市场竞争格局可分为三大梯队，第一梯队是高端纸巾品牌，金佰利、多康和维达（新晋第一梯队）；第二梯队为中端纸巾品牌，有金红叶、恒安、以及洁柔三大国产品牌；第三梯队为低端纸巾品牌，主要是不知名企业和规模较小的地方企业。

从市场份额来看，维达国际排名第一，市场份额接近20%，同时随着国货崛起，国产纸巾渗透率的提升，另外国产品牌有意识的往高端市场冲击，未来我国纸巾在高中低三大市场均会被国产品牌占据。

2021年中国纸巾行业市场格局

资料来源：观研天下数据中心整理

二、家用纸巾市场饱和，家外纸巾消费引关注

根据使用场景分类，我国纸巾市场可以分为家用纸巾市场和家外纸巾市场（又称AFH，Away-From-Home市场）。从市场成长来看，由于家用纸巾的市场逐渐饱和，我国纸巾市场增速近年来有放缓趋势，但家外纸巾市场的增速却依旧保持强劲，市场份额保持持续增长。从下图可知，家外纸巾市场份额从2017年的35%上升至2021年的38.6%，如果除去2020年新冠疫情的消极影响，我国家外纸巾市场份额可能超过40%，并有继续上升的趋势。

资料来源：观研天下数据中心整理

三、纸巾消费群体年轻化，消费特点转变需重视

纸巾市场的消费群体也有非常明显的变化，传统纸巾下游消费群体主要是60后、70后和80后群体，更加注重纸巾的性价比，对纸巾的包装、外观、品牌等因素的关注度较低。但是近年来随着主要市场消费群体逐渐变为90后、00后甚至10后，其消费特点有了显著的差异，如年轻人对纸巾价格的敏感性有所下降，反而更加注重纸巾的便携性、便利性、美观以及实用性。

纸巾市场规模增速放缓，市场格局的洗牌，消费群体关注度的转移，常用消费场所的变化，

促使我国纸巾行业要改变传统的营销方式，才能适应市场的转变。

四、“Z世代”消费崛起背景下的纸巾企业营销策略建议

根据“4P营销理论”，我国纸巾企业应该从产品、促销、渠道、价格四方面打造品牌营销策略。

（一）产品策略

1、新产品开发

如前文所说，纸巾细分产品较多，包括厕用纸、手帕纸、餐巾纸、擦手纸、厨房用纸以及面巾纸等。从需求层次来看，厕用纸、厨房用纸属于生理需求层次产品；手帕纸和餐巾纸属于安全需求层次产品；面巾纸属于社交需求层次产品；擦手纸属于尊重需求层次产品。随着我国经济水平的不断提高，社会需求层次也将逐步上移，尤其是“Z世代”的年轻人群，他们对擦手纸、面巾纸的使用量更高，因此擦手纸、面巾纸近年的需求增速明显领先于其他纸巾产品。

2021年中国纸巾行业产品需求层次分布

需求层次

定义

纸巾产品

归属需求

为了爱、信仰、可牺牲自我

--

尊重需求

发现自我、约束自我、奖励自我

擦手纸

社交需求

得到别人的认可和尊重

面巾纸

安全需求

安全和稳定的保障

手帕纸、餐巾纸

生理需求

生存的必须性

厕用纸、厨房用纸

资料来源：马斯洛需求层次理论，观研天下数据中心整理

资料来源：观研天下数据中心整理

由上可知，纸巾企业应该在保留传统纸巾产品市场的前提下，积极开发需求层次更高的纸巾

新产品，如擦手纸和面巾纸，完善纸巾产品体系，完成全系列纸巾产品的布局。

2、产品包装

由于客户对纸巾包装的关注度越来越高，纸巾企业应该从纸巾产品美观方面着手，如纸巾印花不仅可以提升 SKU 的丰富度，同时能够增加多层纸巾之间层叠的紧凑度，在擦拭中更不容易松散。根据市场调查，在当前市面纸巾产品中，维达立体美的印花差异化最强，绒点印花提升了其可营销性，自推出以来也斩获了大批粉丝。

除了美观性，印花还承载了品牌宣传的作用：洁柔、维达、心相印的4层纸巾均添加了logo印花，洁柔的次高端产品 FACE 系列也添加了 Logo 印花，高端产品叠加 Logo 印花有助于品牌在消费者心中树立较优的形象。

维达立体美广告宣传图

资料来源：维达官网

（二）促销策略

纸巾行业传统的促销策略主要是联合促销，主要有两种方式：

第一种是定制产品。纸巾企业和其他企业合作，在纸巾产品上印上合作企业的品牌；

第二种是常规产品。纸巾企业和快消企业合作，通过捆绑销售，使自家纸巾产品进入合作企业的终端进行销售。比如加油送纸巾等活动。

随着客户年轻化趋势，纸巾企业应该创新促销策略，拓宽合作企业领域，比如可进行IP创新，获取当下热门的IP授权，将年轻人喜爱的IP形象融入纸巾包装上，推出联名款产品。

维达推出的“吾皇万睡”系列

资料来源：维达官网

（三）渠道策略

一般纸巾行业的销售渠道主要包括经销、直营和网络销售三类，具体介绍如下：

2021年中国纸巾行业销售渠道

资料来源：观研天下数据中心整理

目前纸巾行业经销收入占比超过一半，直营的销售份额比较稳定，近年来随着电子商务的崛起以及直播带货等热门销售模式的出现，年轻消费者更加热衷于线上购物以及观看主播带货购物，网络销售的销售份额逐年提高。

由上可知，我国纸巾企业应该不断完善传统经销、直营渠道，同时应加大对电商渠道的投入，深入推动社交营销、微信公众号、微博宣传、网络直播等方式不断加强线上电商渠道的建设。

（四）价格策略

针对年轻客户群体，纸巾企业的价格策略应该摒弃传统的区域定价策略、撇脂定价策略等，抓住年轻人价格敏感度较低的特点，采用心理定价策略方法。比如对于普通纸巾产品，已经被广大消费者所接受，可采用尾数标价法，如6.8、9.8等，使消费者认为产品价格不是太高。高端产品则可采用整数定价法，即20、28等，利用消费者价高质优的心理，凭借整数给消费者造成高价的印象。此类消费者对产品质量往往比较重视，持“一分价钱一分货”的观点。另外，上文所提到的IP授权产品，则可以适当提高定价，给消费者造成产品差异的心理，从而提高消费者的购买欲望。（fsw）

观研报告网发布的《中国纸巾行业发展深度调研与投资前景研究报告（2022-2029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。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国纸巾行业发展概述

第一节 纸巾行业发展情况概述

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

第二节中国纸巾行业生命周期分析

- 一、纸巾行业生命周期理论概述
 - 二、纸巾行业所属的生命周期分析
- ## 第三节纸巾行业经济指标分析
- 一、纸巾行业的赢利性分析
 - 二、纸巾行业的经济周期分析
 - 三、纸巾行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球纸巾行业市场发展现状分析

- 第一节全球纸巾行业发展历程回顾
- 第二节全球纸巾行业市场规模与区域分布情况
- 第三节亚洲纸巾行业地区市场分析
 - 一、亚洲纸巾行业市场现状分析
 - 二、亚洲纸巾行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲纸巾行业市场前景分析
- 第四节北美纸巾行业地区市场分析
 - 一、北美纸巾行业市场现状分析
 - 二、北美纸巾行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美纸巾行业市场前景分析
- 第五节欧洲纸巾行业地区市场分析
 - 一、欧洲纸巾行业市场现状分析
 - 二、欧洲纸巾行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲纸巾行业市场前景分析
- 第六节 2022-2029年世界纸巾行业分布走势预测
- 第七节 2022-2029年全球纸巾行业市场规模预测

第三章 中国纸巾行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对纸巾行业的影响分析

第三节中国纸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

第四节政策环境对纸巾行业的影响分析

第五节中国纸巾行业产业社会环境分析

第四章 中国纸巾行业运行情况

第一节中国纸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

第二节中国纸巾行业市场规模分析

- 一、影响中国纸巾行业市场规模的因素
- 二、中国纸巾行业市场规模
- 三、中国纸巾行业市场规模解析

第三节中国纸巾行业供应情况分析

- 一、中国纸巾行业供应规模
- 二、中国纸巾行业供应特点

第四节中国纸巾行业需求情况分析

- 一、中国纸巾行业需求规模
- 二、中国纸巾行业需求特点

第五节中国纸巾行业供需平衡分析

第五章 中国纸巾行业产业链和细分市场分析

第一节中国纸巾行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、纸巾行业产业链图解

第二节中国纸巾行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对纸巾行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对纸巾行业的影响分析

第三节我国纸巾行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国纸巾行业市场竞争分析

第一节中国纸巾行业竞争现状分析

一、中国纸巾行业竞争格局分析

二、中国纸巾行业主要品牌分析

第二节中国纸巾行业集中度分析

一、中国纸巾行业市场集中度影响因素分析

二、中国纸巾行业市场集中度分析

第三节中国纸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 2018-2022年中国纸巾行业模型分析

第一节中国纸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

第二节中国纸巾行业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、中国纸巾行业SWOT分析结论

第三节中国纸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 2018-2022年中国纸巾行业需求特点与动态分析

第一节中国纸巾行业市场动态情况

第二节中国纸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

第三节纸巾行业成本结构分析

第四节纸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

第五节中国纸巾行业价格现状分析

第六节中国纸巾行业平均价格走势预测

一、中国纸巾行业平均价格趋势分析

二、中国纸巾行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国纸巾行业所属行业运行数据监测

第一节中国纸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

第二节中国纸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

第三节中国纸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 2018-2022年中国纸巾行业区域市场现状分析

第一节中国纸巾行业区域市场规模分析

一、影响纸巾行业区域市场分布的因素

二、中国纸巾行业区域市场分布

第二节中国华东地区纸巾行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区纸巾行业市场分析

(1) 华东地区纸巾行业市场规模

(2) 华南地区纸巾行业市场现状

(3) 华东地区纸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、华中地区纸巾行业市场分析

(1) 华中地区纸巾行业市场规模

(2) 华中地区纸巾行业市场现状

(3) 华中地区纸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、华南地区纸巾行业市场分析

(1) 华南地区纸巾行业市场规模

(2) 华南地区纸巾行业市场现状

(3) 华南地区纸巾行业市场规模预测

第五节 华北地区纸巾行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区纸巾行业市场分析

(1) 华北地区纸巾行业市场规模

(2) 华北地区纸巾行业市场现状

(3) 华北地区纸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、东北地区纸巾行业市场分析

(1) 东北地区纸巾行业市场规模

(2) 东北地区纸巾行业市场现状

(3) 东北地区纸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、西南地区纸巾行业市场分析

(1) 西南地区纸巾行业市场规模

(2) 西南地区纸巾行业市场现状

(3) 西南地区纸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、西北地区纸巾行业市场分析

(1) 西北地区纸巾行业市场规模

(2) 西北地区纸巾行业市场现状

(3) 西北地区纸巾行业市场规模预测

第十一章 纸巾行业企业分析（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

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国纸巾行业发展前景分析与预测

第一节 中国纸巾行业未来发展前景分析

- 一、纸巾行业国内投资环境分析
- 二、中国纸巾行业市场机会分析
- 三、中国纸巾行业投资增速预测
- 第二节中国纸巾行业未来发展趋势预测
- 第三节中国纸巾行业规模发展预测
 - 一、中国纸巾行业市场规模预测
 - 二、中国纸巾行业市场规模增速预测
 - 三、中国纸巾行业产值规模预测
 - 四、中国纸巾行业产值增速预测
 - 五、中国纸巾行业供需情况预测
- 第四节中国纸巾行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国纸巾行业进入壁垒与投资风险分析

- 第一节中国纸巾行业进入壁垒分析
 - 一、纸巾行业资金壁垒分析
 - 二、纸巾行业技术壁垒分析
 - 三、纸巾行业人才壁垒分析
 - 四、纸巾行业品牌壁垒分析
 - 五、纸巾行业其他壁垒分析
- 第二节纸巾行业风险分析
 - 一、纸巾行业宏观环境风险
 - 二、纸巾行业技术风险
 - 三、纸巾行业竞争风险
 - 四、纸巾行业其他风险
- 第三节中国纸巾行业存在的问题
- 第四节中国纸巾行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国纸巾行业研究结论及投资建议

- 第一节观研天下中国纸巾行业研究综述
 - 一、行业投资价值
 - 二、行业风险评估
- 第二节中国纸巾行业进入策略分析
 - 一、目标客户群体
 - 二、细分市场选择
 - 三、区域市场的选择

第三节 纸巾行业营销策略分析

一、纸巾行业产品策略

二、纸巾行业定价策略

三、纸巾行业渠道策略

四、纸巾行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/585169.html>