

2018年中国一次性卫生用品市场分析报告- 行业深度调研与发展趋势研究

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年中国一次性卫生用品市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》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/baihuo/346469346469.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

2016年，国民经济运行缓中趋稳、稳中向好，实现了“十三五”良好开局。GDP总量达到74.4万亿元，比2015年增长6.7%。市场销售稳定增长，全年社会消费品零售总额332316亿元，比2015年名义增长10.4%，扣除价格因素，实际增长9.6%。人民生活继续改善，全国居民人均可支配收入23821元，比2015年实际增长6.3%。

国内一次性卫生用品（包括吸收性卫生用品和湿巾）市场继续增长。各类产品的消费量都比2015年有所增加，特别是婴儿纸尿裤、成人纸尿裤和湿巾都有较大增长。2016年，一次性卫生用品的市场规模（市场总销售额）达到约867.9亿元，比2015年增长4.3%。

表：2011—2016年吸收性卫生用品市场规模中各类产品占比（单位：%）资料来源：互联网

在吸收性卫生用品（包括女性卫生用品、婴儿纸尿裤和成人失禁用品）市场总规模中，女性卫生用品占47.6%，婴儿纸尿裤占45.1%，成人失禁用品占7.3%，相比2015年，女性卫生用品占比继续下降，婴儿纸尿裤和成人失禁用品占比继续提升，产品结构继续向成熟市场方向发展。

表：2011—2016年一次性卫生用品的市场规模和消费量及复合年均增长率 数据来源：公开数据整理

1 市场规模

1.1 女性卫生用品

2016年，女性卫生用品的市场继续保持增长，但增速放缓。根据统计，卫生巾的产量约902.9亿片，销售量约886.4亿片，工厂销售额约265.9亿元（按平均出厂价0.3元/片计算），消费量约797.8亿片，市场渗透率96.5%。卫生护垫产量约443.1亿片，销售量约431.4亿片，工厂销售额约47.5亿元（按平均出厂价0.11元/片计），消费量约388.3亿片。卫生巾和卫生护垫合计的工厂销售额约313.4亿元，市场规模约394.9亿元（按零售加价率40%计），比2015年减少0.7%。

图：

2011—2016年一次性卫生用品的市场规模和消费量的增长情况 数据来源：公开数据整理

2016年，适龄女性人口继续减少，这对市场来说是一个不利因素，但是另一方面，人们卫生意识提高，更换频次增加又是一个有利因素。两方面因素的双向调节，使2016年女性卫生用品的消费量依然保持增长，但增长减缓，市场渗透率继续提高。同时，由于行业产能过剩，市场竞争加剧，使2016年女性卫生用品行业产品平均出厂价格降低。在这两方面因素的影响下，工厂销售额和市场规模比2015年略有下降。

此外，2016年以来，卫生棉条市场开始启动，市场上有进口品牌和国产品牌的产品，特别是受到大城市一些年轻女性的青睐，但目前占女性卫生用品总体消费额比重仍然很小，而且具体数据还未统计确切，因此本报告暂不列入。

1.2 婴儿纸尿裤

2016年，婴儿纸尿裤的市场继续保持增长。据统计，婴儿纸尿裤总产量约321.3亿片，总销售量约314.6亿片，总消费量约349.1亿片，其中婴儿纸尿裤约289.0亿片，婴儿纸尿裤片约60.1亿片。婴儿纸尿裤的工厂销售额合计约238.4亿元（婴儿纸尿裤按平均出厂价0.81元/片计，婴儿纸尿裤片按平均出厂价0.55元/片计）；市场规模达到374.0亿元（按零售加价率40%计），比2015年增长6.1%。

婴儿纸尿裤的消费量比2015年增长11.0%，其中，婴儿纸尿裤增长11.2%，婴儿纸尿裤片增长9.9%。

市场渗透率由2015年的51.6%上升到55.6%，提高了4个百分点。

2016年，全面二孩政策的实施使新生儿数量明显增加，促进了纸尿裤的消费。为满足消费者对进口婴儿纸尿裤产品的需求，跨国企业加大境外原产地的生产，采取直接进口、跨境电商或合作的方式将产品引入中国市场。

1.3 成人失禁用品

成人失禁用品主要包括成人纸尿裤/片和护理垫。2016年成人失禁用品市场继续以较快的速度增长。

与婴儿纸尿裤市场不同的是，成人失禁用品的购买者目前仍普遍追求性价比，以价格为导向的消费理念仍然主导市场，为了顺应这一消费观念，很多企业提高了中低档产品的占比，纸尿裤和纸尿裤片平均出厂价格下降，导致工厂销售额增长低于销售量的增长，市场规模增长低于消费量增长。

根据生活用纸专业委员会的统计，2016年，成人纸尿裤产量约28.3亿片，销售量27.5亿片，工厂销售额约35.8亿元（按平均出厂价1.3元/片计）。成人纸尿裤片产量约7.6亿片，销售量7.5亿片，工厂销售额约6.5亿元（按平均出厂价0.87元/片计）。护理垫的产量约16.1亿片，销售量约15.5亿片，工厂销售额约12.1亿元（按平均出厂价0.78元/片计）。成人失禁用品合计的工厂销售额约54.4亿元，市场规模约60.5亿元（按零售加价率40%计），比2015年增长19.3%。

2016年，成人失禁用品的消费量比2015年增长35.3%，其中成人纸尿裤增长29.8%，成人纸尿裤片增长44.8%，护理垫消费量增长43.5%。在按片计的总消费量中，纸尿裤占58.5%，比2015年减少2个百分点，纸尿裤片占10.6%，比2015年增加0.5个百分点，护理垫占30.9%，比2015年增加1.5个百分点。成人失禁用品市场正在升温，但主要集中在满足基本功能的、具有较高性价比的中低档纸尿裤产品。纸尿裤片和护理垫一般与纸尿裤一起搭配使用，这样可以延长单片纸尿裤的使用时间，降低护理成本。另外，护理垫还开辟了一些新的用途市场，如经期小床垫、婴儿小床垫、野餐垫等。

1.4 湿巾

根据生活用纸专业委员会的统计，2016年湿巾的产量约591.9亿片，销售量约536.2亿片；出口量约156.1亿片，比2015年增长8.1%；消费量约393.0亿片，比2015年增长16.6%。工厂销售额约37.5亿元（按平均出厂价0.07元/片计），比2015年增长17.9%。市

市场规模（市场销售额）约38.5 亿元（按零售加价率40%计），比2015 年增长23.8%。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国一次性卫生用品市场分析报告-行业深度调研与发展趋势研究》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。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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国一次性卫生用品行业发展概述

第一节 一次性卫生用品行业发展情况概述

- 一、一次性卫生用品行业相关定义
- 二、一次性卫生用品行业基本情况介绍
- 三、一次性卫生用品行业发展特点分析

第二节 中国一次性卫生用品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
 - 二、一次性卫生用品行业产业链条分析
 - 三、中国一次性卫生用品行业产业链环节分析
- 1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国一次性卫生用品行业生命周期分析

一、一次性卫生用品行业生命周期理论概述

二、一次性卫生用品行业所属的生命周期分析

第四节 一次性卫生用品行业经济指标分析

一、一次性卫生用品行业的赢利性分析

二、一次性卫生用品行业的经济周期分析

三、一次性卫生用品行业附加值的提升空间分析

第五节 国中一次性卫生用品行业进入壁垒分析

一、一次性卫生用品行业资金壁垒分析

二、一次性卫生用品行业技术壁垒分析

三、一次性卫生用品行业人才壁垒分析

四、一次性卫生用品行业品牌壁垒分析

五、一次性卫生用品行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球一次性卫生用品行业市场发展现状分析

第一节 全球一次性卫生用品行业发展历程回顾

第二节 全球一次性卫生用品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲一次性卫生用品行业地区市场分析

一、亚洲一次性卫生用品行业市场现状分析

二、亚洲一次性卫生用品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲一次性卫生用品行业市场前景分析

第四节 北美一次性卫生用品行业地区市场分析

一、北美一次性卫生用品行业市场现状分析

二、北美一次性卫生用品行业市场规模与市场需求分析

三、北美一次性卫生用品行业市场前景分析

第五节 欧盟一次性卫生用品行业地区市场分析

一、欧盟一次性卫生用品行业市场现状分析

二、欧盟一次性卫生用品行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟一次性卫生用品行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界一次性卫生用品行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球一次性卫生用品行业市场规模预测

第三章 中国一次性卫生用品产业发展环境分析

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、全社会消费品一次性卫生用品总额

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 中国一次性卫生用品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国一次性卫生用品产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国一次性卫生用品行业运行情况

第一节 中国一次性卫生用品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 中国一次性卫生用品行业市场规模分析

第三节 中国一次性卫生用品行业供应情况分析

第四节 中国一次性卫生用品行业需求情况分析

第五节 中国一次性卫生用品行业供需平衡分析

第六节 中国一次性卫生用品行业发展趋势分析

第五章 中国一次性卫生用品所属行业运行数据监测

第一节 中国一次性卫生用品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 中国一次性卫生用品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 中国一次性卫生用品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

第六章 2016-2018年中国一次性卫生用品市场格局分析

第一节 中国一次性卫生用品行业竞争现状分析

一、中国一次性卫生用品行业竞争情况分析

二、中国一次性卫生用品行业主要品牌分析

第二节 中国一次性卫生用品行业集中度分析

一、中国一次性卫生用品行业市场集中度分析

二、中国一次性卫生用品行业企业集中度分析

第三节 中国一次性卫生用品行业存在的问题

第四节 中国一次性卫生用品行业解决问题的策略分析

第五节 中国一次性卫生用品行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国一次性卫生用品行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国一次性卫生用品行业消费特点

第二节 中国一次性卫生用品行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 一次性卫生用品行业成本分析

第四节 一次性卫生用品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国一次性卫生用品行业价格现状分析

第六节 中国一次性卫生用品行业平均价格走势预测

一、中国一次性卫生用品行业价格影响因素

二、中国一次性卫生用品行业平均价格走势预测

三、中国一次性卫生用品行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国一次性卫生用品行业区域市场现状分析

第一节 中国一次性卫生用品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地一次性卫生用品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区一次性卫生用品市场规模分析

四、华东地区一次性卫生用品市场规模预测

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、华中地区一次性卫生用品市场规模分析

四、华中地区一次性卫生用品市场规模预测

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、华南地区一次性卫生用品市场规模分析

第九章 2016-2018年中国一次性卫生用品行业竞争情况

第一节 中国一次性卫生用品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国一次性卫生用品行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国一次性卫生用品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 一次性卫生用品行业企业分析（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、公司优劣势分析

第二节 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、公司优劣势分析

第三节 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、公司优劣势分析

第四节 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、公司优劣势分析

第五节 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、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国一次性卫生用品行业发展前景分析与预测

第一节 中国一次性卫生用品行业未来发展前景分析

一、一次性卫生用品行业国内投资环境分析

二、中国一次性卫生用品行业市场机会分析

三、中国一次性卫生用品行业投资增速预测

第二节 中国一次性卫生用品行业未来发展趋势预测

第三节 中国一次性卫生用品行业市场发展预测

一、中国一次性卫生用品行业市场规模预测

二、中国一次性卫生用品行业市场规模增速预测

三、中国一次性卫生用品行业产值规模预测

四、中国一次性卫生用品行业产值增速预测

五、中国一次性卫生用品行业供需情况预测

第四节中国一次性卫生用品行业盈利走势预测

一、中国一次性卫生用品行业毛利润同比增速预测

二、中国一次性卫生用品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国一次性卫生用品行业投资风险与营销分析

第一节 一次性卫生用品行业投资风险分析

一、一次性卫生用品行业政策风险分析

二、一次性卫生用品行业技术风险分析

三、一次性卫生用品行业竞争风险分析

四、一次性卫生用品行业其他风险分析

第二节 一次性卫生用品行业企业经营发展分析及建议

一、一次性卫生用品行业经营模式

二、一次性卫生用品行业销售模式

三、一次性卫生用品行业创新方向

第三节 一次性卫生用品行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国一次性卫生用品行业发展策略及投资建议

第一节 中国一次性卫生用品行业品牌战略分析

一、一次性卫生用品企业品牌的重要性

二、一次性卫生用品企业实施品牌战略的意义

三、一次性卫生用品企业品牌的现状分析

四、一次性卫生用品企业的品牌战略

五、一次性卫生用品品牌战略管理的策略

第二节 中国一次性卫生用品行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国一次性卫生用品行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国一次性卫生用品行业发展策略及投资建议

第一节 中国一次性卫生用品行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国一次性卫生用品行业定价策略分析

第三节 中国一次性卫生用品行业营销渠道策略

- 一、一次性卫生用品行业渠道选择策略
- 二、一次性卫生用品行业营销策略

第四节 中国一次性卫生用品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国一次性卫生用品行业重点投资区域分析
- 二、中国一次性卫生用品行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/346469346469.html>