

2018-2023年中国婴儿纸尿裤行业发展现状分析及 投资发展趋势研究报告

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年中国婴儿纸尿裤行业发展现状分析及投资发展趋势研究报告》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/baihuo/306550306550.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

婴儿纸尿裤是一种专门给婴儿使用的可抛弃式的尿裤。以不织布、纸、棉等材料制成。

2016年，全面二孩实施的第一年，相比2015年，全年新生儿增长近100万，达到了1750万。虽然这一增长比年初的预期要低，但是对婴幼儿消费市场却产生了显著带动。作为快消品，纸尿裤一直是反映婴幼儿消费市场趋势的晴雨表。2016年国内婴儿纸尿裤的销售额达到了450亿，相比2015年的380亿，实现了近20%的增长。

2012-2017年中国新生人口数量及其增长速度 资料来源：观研天下研究中心整理

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。

全球婴儿纸尿裤日均使用量 资料来源：观研天下研究中心整理 人均GDP增长，提升纸尿裤销量改善高端产品结构。消费者对一次性纸尿裤的消费量和品质需求固然受到不同国家和地区消费习惯、风俗文化等因素影响，但在同一文化区域的国家地区，婴儿纸尿裤的人均消费量和品质要求基本与该国人均GDP正向相关。

这种相关性源于居民消费需求和消费能力的演进：当经济处于欠发达时期，居民消费能力不足，大多数人也只愿以低廉价格购买最低的必需消费;当人均GDP上升，人们对健康生活的诉求普遍提高，愿意并负担得起更高端的婴儿纸尿裤产品。这就导致婴儿纸尿裤的人均消费量随人均GDP的上升而快速增加，同时高端产品的结构占比不断扩大。

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。

2016年主要婴儿纸尿裤生产商的市场份额(销售额)

资料来源：观研天下研究中心整理 5、进口关税下降,加剧国内纸尿裤企业竞争。

财政部发布通知，自2015年6月1日起，我国将降低部分服装、鞋靴、护肤品、纸尿裤等日用消费品的进口关税税率，平均降幅超过50%。纸尿裤的进口关税由7.5%降低到了2%，这意味着的价格将会随之降低，从而影响当前纸尿裤市场格局。由于国外纸尿裤的质量相对于国产纸尿裤占据优势，这样在进口纸尿裤价格下降的情况下将挤占国产纸尿裤市场份额。国内纸尿裤企业面临着严峻的挑战。

6、大小厂商不同的发展策略。

大小厂商为了争夺市场份额，根据自身条件，采取了不同的发展策略。1)大厂商依托强大的研发力量，不断进行技术和产品的更新换代，把专利作为核心竞争力，推进纸尿裤产品的发展。2)中小厂商常常把抢市场、夺份额作为第一目标，拥有专利技术的企业寥寥无几。大厂商凭借资本优势、技术实力和市场扩张，逐渐将技术落后的厂商清理出市场并进一步自己的扩大市场份额。

中小厂商缺乏核心技术的竞争力，所在的中低端市场进入门槛低、地方竞争白热化，生存环境不容乐观。婴儿纸尿裤市场两级分化的趋势将愈加明显：在经济发达地区，竞争主要在大厂商之间展开，竞争集中于品牌效应、新品研发推广以及流行时尚的捕捉，满足人们对消费升级的诉求;而在经济欠发达地区，一方面大厂商将通过延伸产品链，研发物美价廉的婴儿纸尿裤市场，将销售渠道不断下沉，挤占中小厂商的份额，另一方面，地区性中小厂商充分利用在当地建立起的区域知名度，将产供销加以深根细作，并伺机拓展更为广阔的销售网络。

7、纸尿裤传统渠道尚未消失，仍有生存空间。

对于传统渠道，纸尿裤厂商一般会通过设立区域性的办事处进行统一批货，经过一级、二级经销商层层分销，最后通过小超市、杂货店等终端网点销售给消费者。因此其间的加价环节主要包括经销商、二批商和终端销售三个方面，根据调查，传统渠道各个环节的最终加价率在80%~100%之间。

中国报告网发布的《2018-2023年中国婴儿纸尿裤行业发展现状分析及投资发展趋势研究报告》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。

第一部分 婴儿纸尿裤产业环境透视

第一章 国内婴儿纸尿裤行业品牌发展环境分析

第一节 产品行业特征

- 一、产品行业定义
- 二、产品行业消费特征

第二节 经济环境特征

- 一、中国GDP分析
- 二、固定资产投资
- 三、恩格尔系数分析
- 四、工业发展形势
- 五、居民消费情况
- 六、居民收入情况
- 七、财政收支情况
- 八、进出口贸易情况

第三节 政策环境特征

- 一、国家宏观调控政策分析
 - 1、"十二五"宏观调控规划纲要
 - 2、2016年政府管理宏观政策导向
- 二、婴儿纸尿裤行业相关政策分析

第四节 婴儿纸尿裤行业竞争特征

- 一、国内外品牌竞争格局
- 二、行业进入壁垒分析
- 三、可替代品威胁分析
- 四、贴牌加工产品市场威胁分析

第五节 婴儿纸尿裤行业技术环境特征

- 一、面层技术
- 二、导流层技术
- 三、吸收芯层技术
- 四、背层技术

五、腿口防侧漏技术

六、弹性材料的应用技术

第六节 纸尿裤与传统尿布的对比分析

第七节 婴儿纸尿裤的选用标准

第二部分 婴儿纸尿裤行业深度分析

第二章 国内婴儿纸尿裤行业品牌产品市场规模分析

第一节 2014-2017年婴儿纸尿裤市场规模分析

第二节 2016年我国婴儿纸尿裤区域结构分析

第三节 婴儿纸尿裤区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节 2018-2023年婴儿纸尿裤市场规模预测

第三章 国内婴儿纸尿裤行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节 2014-2017年婴儿纸尿裤产量统计分析

第二节 2014-2017年婴儿纸尿裤历年消费量统计分析

第三节 2014-2017年国内婴儿纸尿裤行业品牌产品利润分析

第四节 婴儿纸尿裤产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第五节 婴儿纸尿裤产品的品牌市场调查

一、消费者对婴儿纸尿裤品牌认知度宏观调查

二、消费者对婴儿纸尿裤产品的品牌偏好调查

三、消费者对婴儿纸尿裤品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、婴儿纸尿裤品牌忠诚度调查

六、婴儿纸尿裤品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析

- 一、价格敏感程度
- 二、品牌的影响
- 三、购买方便的影响
- 四、广告的影响程度
- 五、包装的影响程度

第四章 国内婴儿纸尿裤行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节 销售渠道特征分析

- 一、渠道定义
- 二、渠道特征
- 三、渠道结构
- 四、渠道中的窜货问题

第二节 销售渠道对婴儿纸尿裤行业品牌发展的重要性

第三节 婴儿纸尿裤行业销售渠道的重要环节分析

- 一、批发商
- 二、零售商（无店铺零售、店铺零售）
- 三、代理商

第四节 2014-2017年中国婴儿纸尿裤行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

- 一、华东
- 二、中南
- 三、华北
- 四、西部

第五节 销售渠道发展趋势分析

- 一、渠道运作趋势发展
- 二、渠道支持趋势发展
- 三、渠道结构扁平化趋势发展
- 四、渠道服务化

第六节 销售渠道策略分析

- 一、直接渠道或间接渠道的营销策略
- 二、长渠道或短渠道的营销策略
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节 销售渠道决策的评估方法

- 一、销售渠道评估数学模型介绍

二、财务评估法介绍

三、交易成本评估法介绍

四、经验评估法介绍

第八节 2016年国内婴儿纸尿裤行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第五章 国内婴儿纸尿裤行业进出口市场情况分析

第一节 2014-2017年国内婴儿纸尿裤行业进出口量分析

一、2014-2017年国内婴儿纸尿裤行业进口分析

二、2014-2017年国内婴儿纸尿裤行业出口分析

第二节 2018-2023年国内婴儿纸尿裤行业进出口市场预测分析

一、2018-2023年国内婴儿纸尿裤行业进口预测

二、2018-2023年国内婴儿纸尿裤行业出口预测

第三部分 婴儿纸尿裤行业竞争格局分析

第六章 国内婴儿纸尿裤行业优势品牌企业分析

第一节 中顺洁柔纸业股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 恒安国际集团有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 浙江贝因美科工贸股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 福建雀氏实业发展有限公司

一、企业概况

- 二、主营产品概况
- 三、公司运营情况
- 四、公司优劣势分析

第七章 国内婴儿纸尿裤行业品牌竞争格局分析

第一节 婴儿纸尿裤行业历史竞争格局概况

- 一、婴儿纸尿裤行业集中度分析
- 二、婴儿纸尿裤行业竞争程度分析

第二节 婴儿纸尿裤行业企业竞争状况分析

- 一、领导企业的市场力量
- 二、其他企业的竞争力

第三节 2018-2023年国内婴儿纸尿裤行业品牌竞争格局展望

第四部分 婴儿纸尿裤行业投资前景展望

第八章 2018-2023年国内婴儿纸尿裤行业品牌发展预测

第一节 2018-2023年婴儿纸尿裤行业品牌市场财务数据预测

- 一、2018-2023年婴儿纸尿裤行业品牌市场规模预测
- 二、2018-2023年婴儿纸尿裤行业总产值预测
- 三、2018-2023年婴儿纸尿裤行业利润总额预测
- 四、2018-2023年婴儿纸尿裤行业总资产预测

第二节 2018-2023年婴儿纸尿裤行业供需预测

- 一、2018-2023年婴儿纸尿裤产量预测
- 二、2018-2023年婴儿纸尿裤消费规模预测

第三节 2018-2023年婴儿纸尿裤行业投资机会

- 一、2018-2023年婴儿纸尿裤行业主要领域投资机会
- 二、2018-2023年婴儿纸尿裤行业出口市场投资机会
- 三、2018-2023年婴儿纸尿裤行业企业的多元化投资机会

第四节 影响婴儿纸尿裤行业发展的主要因素

- 一、2018-2023年影响婴儿纸尿裤行业运行的有利因素分析
- 二、2018-2023年影响婴儿纸尿裤行业运行的稳定因素分析
- 三、2018-2023年影响婴儿纸尿裤行业运行的不利因素分析
- 四、2018-2023年我国婴儿纸尿裤行业发展面临的挑战分析
- 五、2018-2023年我国婴儿纸尿裤行业发展面临的机遇分析

第五节 婴儿纸尿裤行业投资风险及控制策略分析

- 一、2018-2023年婴儿纸尿裤行业市场风险及控制策略

- 二、2018-2023年婴儿纸尿裤行业政策风险及控制策略
- 三、2018-2023年婴儿纸尿裤行业技术风险及控制策略
- 四、2018-2023年婴儿纸尿裤行业同业竞争风险及控制策略

第九章 2018-2023年国内婴儿纸尿裤行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

- 一、优势分析
- 二、劣势分析
- 三、机会分析
- 四、威胁分析

第二节 婴儿纸尿裤行业发展的PEST分析

- 一、政治和法律环境分析
- 二、经济发展环境分析
 - 1、宏观经济运行分析
 - 2、居民收入储蓄状况
 - 3、居民消费结构变化
 - 4、金融市场运行状况
- 三、社会、文化与自然环境分析
 - 1、人口环境分析
 - 2、教育环境分析
 - 3、文化环境分析
 - 4、中国城镇化率
- 四、技术发展环境分析

第三节 婴儿纸尿裤行业投资价值分析

- 一、2018-2023年婴儿纸尿裤市场趋势总结
- 二、2018-2023年婴儿纸尿裤发展趋势分析
- 三、2018-2023年婴儿纸尿裤市场发展空间
- 四、2018-2023年婴儿纸尿裤产业政策趋向
- 五、2018-2023年婴儿纸尿裤技术革新趋势
- 六、2018-2023年婴儿纸尿裤价格走势分析

第四节 婴儿纸尿裤行业投资风险分析

- 一、宏观调控风险
- 二、关联产业风险
- 三、产品结构风险
- 四、经营管理风险

五、原材料风险

六、其他风险

1、汇率变动风险

2、利率调整风险

3、财务风险

第五节 婴儿纸尿裤行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

第十章 业内专家对国内婴儿纸尿裤行业总结及企业经营战略建议

第一节 我国婴儿纸尿裤行业发展现状

一、我国婴儿纸尿裤行业现状概述

二、我国婴儿纸尿裤行业问题总结

第二节 2018-2023年婴儿纸尿裤行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第三节 2018-2023年婴儿纸尿裤行业企业的资本运作模式

一、婴儿纸尿裤行业企业国内资本市场的运作建议

1、婴儿纸尿裤行业企业的兼并及收购建议

2、婴儿纸尿裤行业企业的融资方式选择建议

二、婴儿纸尿裤行业企业海外资本市场的运作建议

第四节 2018-2023年婴儿纸尿裤行业企业营销模式建议

一、婴儿纸尿裤行业企业的国内营销模式建议

1、婴儿纸尿裤行业企业的渠道建设

2、婴儿纸尿裤行业企业的品牌建设

二、婴儿纸尿裤行业企业海外营销模式建议

1、婴儿纸尿裤行业企业的海外细分市场选择

2、婴儿纸尿裤行业企业的海外经销商选择

第五节 婴儿纸尿裤市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

第六节 中国母婴市场的广告营销

一、广告营销受众

二、广告营销媒介

三、广告营销商品

四、母婴广告营销发展的趋势

第七节 对我国婴儿纸尿裤品牌战略的思考

一、企业品牌的重要性

二、婴儿纸尿裤行业实施品牌战略的意义

第八节 婴儿纸尿裤行业经营策略分析

一、婴儿纸尿裤行业市场细分策略

二、婴儿纸尿裤行业市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、婴儿纸尿裤行业新产品差异化战略

图表目录

图表：2008-2017年国内生产总值及其增速变化

图表：我国产业增长值及增速变化

图表：2011-2012国内生产总值同比增长速度

图表：2016年上半年国内生产总值细分

图表：2014-2017年全国GDP环比增长速度

图表：固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：分地区投资相邻两月累计同比增速

图表：固定资产到位资金同比增速

图表：中国恩格尔系数变化情况

图表：2016年各月份工业生产者出厂价格涨跌幅变化

图表：2016年各月份工业生产者购进价格涨跌幅变化

图表：2016年中国各月份PPI同比增幅变化

图表：2016年1-8月份中国PPI同比增幅变化

图表：我国社会消费零售总额名义增速变化

图表：2006-2017年我国居民消费价格指数变化

图表：2016年全年各月份CPI同比增幅变化

图表：2016年1-8月份中国CPI同比增幅

图表：中国乡村人均收入变化

图表：中国城镇人均收入变化

图表：2003-2017年我国居民收入基尼系数变化

图表：2008-2017年我国国家财政收入及增长速度变化

图表：2008-2017年我国国家财政支出及增长速度变化

图表：全国对外贸易总额及变化

图表：全国出口额及变化

图表：2014-2017年我国进出口贸易变化

图表：纸尿裤吸收芯层的发展方向

图表：我国婴儿纸尿裤市场规模及增长率变化

图表：我国婴儿纸尿裤细分市场增长率变化

图表：2009-2017年我国婴儿纸尿裤市场渗透率变化

图表：2014-2017年我国婴儿纸尿裤生产厂家数量规模及增长率变化
(GYFSW)

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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/306550306550.html>