



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国婴儿纸尿裤市场发展现状及战略咨询报告（专家版）

一、调研说明

《2017-2022年中国婴儿纸尿裤市场发展现状及战略咨询报告（专家版）》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/282105.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

婴儿纸尿裤市场规模稳步扩张，2018预计将接近500亿元。根据中国社科院预测，随着二胎政策的实施，伴随着新生儿数量短暂回落后，将于2017年迎来新生儿的生长。同时，随着消费习惯的改变，人均纸尿裤的渗透率将会继续保持增长，目前渗透率为58%左右。随着渗透率的增加，婴儿纸尿裤的日均使用量也会增加，但并不会有过于显著的增幅。随着人民生活水平以及可支配收入的提高，高端品牌会更受青睐，婴儿纸尿裤平均销售价格也会随之增加。预计婴儿纸尿裤市场规模在2018年将达到485亿元。

时间	0-2岁婴儿人口/万	渗透率%	纸尿裤日均使用量	婴儿纸尿裤消费量/亿	婴儿纸尿裤均价	市场规模/亿元
2013	3864.44	47	2.8	185.62	1.16	215.32
2014	3891.45	53.6	3	228.39	1.17	267.22
2015	3917.67	58.98	3.2	269.88	1.23	331.95
2016E	3944.54	62.3	3.3	295.99	1.3	384.79
2017E	3971.12	67.5	3.3	322.86	1.35	435.87
2018E	3997.77	70.8	3.4	351.25	1.38	484.

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。

报告目录：

第一部分 婴儿纸尿裤产业环境透视23

第一章 国内婴儿纸尿裤行业品牌发展环境分析23

第一节 产品行业特征23

一、产品行业定义23

二、产品行业消费特征23

第二节 经济环境特征24

一、中国GDP分析24

二、固定资产投资25

三、恩格尔系数分析27 2008-2015年中国居民家庭城乡恩格尔系数%

四、工业发展形势28

五、居民消费情况30

六、居民收入情况31

七、财政收支情况32

八、进出口贸易情况33

第三节 政策环境特征36

一、国家宏观调控政策分析36

1、"十三五"宏观调控规划纲要36

2、2016年政府管理宏观政策导向64

二、婴儿纸尿裤行业相关政策分析80

第四节 婴儿纸尿裤行业竞争特征81

一、国内外品牌竞争格局81

二、行业进入壁垒分析84

三、可替代品威胁分析85

四、贴牌加工产品市场威胁分析85

第五节 婴儿纸尿裤行业技术环境特征85

一、面层技术85

二、导流层技术86

三、吸收芯层技术87

四、背层技术87

五、腿口防侧漏技术87

六、弹性材料的应用技术88

第六节 纸尿裤与传统尿布的对比分析88

第七节 婴儿纸尿裤的选用标准90

第二部分 婴儿纸尿裤行业深度分析94

第二章 国内婴儿纸尿裤行业品牌产品市场规模分析94

第一节 2014-2016年婴儿纸尿裤市场规模分析94

第二节 2016年我国婴儿纸尿裤区域结构分析96

第三节 婴儿纸尿裤区域市场规模分析97

一、东北地区市场规模分析97

二、华北地区市场规模分析98

三、华东地区市场规模分析98

四、华中地区市场规模分析99

五、华南地区市场规模分析100

六、西南地区市场规模分析100

七、西北地区市场规模分析101

第四节 2017-2022年婴儿纸尿裤市场规模预测102

第三章 国内婴儿纸尿裤行业品牌需求与消费者偏好调查102

第一节 2014-2016年婴儿纸尿裤产量统计分析102

第二节 2014-2016年婴儿纸尿裤历年消费量统计分析103

第三节 2014-2016年国内婴儿纸尿裤行业品牌产品利润分析104

第四节 婴儿纸尿裤产品目标客户群体调查105

一、不同收入水平消费者偏好调查105

二、不同年龄的消费者偏好调查106

三、不同地区的消费者偏好调查107

第五节 婴儿纸尿裤产品的品牌市场调查108

一、消费者对婴儿纸尿裤品牌认知度宏观调查108

二、消费者对婴儿纸尿裤产品的品牌偏好调查109

三、消费者对婴儿纸尿裤品牌的首要认知渠道110

四、消费者经常购买的品牌调查111

五、婴儿纸尿裤品牌忠诚度调查112

六、婴儿纸尿裤品牌市场占有率调查112

七、消费者的消费理念调研113

第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析113

一、价格敏感程度113

二、品牌的影响114

三、购买方便的影响114

四、广告的影响程度114

五、包装的影响程度114

第四章 国内婴儿纸尿裤行业品牌产品市场供需渠道分析115

第一节 销售渠道特征分析115

一、渠道定义115

二、渠道特征115

三、渠道结构115

四、渠道中的窜货问题118

第二节 销售渠道对婴儿纸尿裤行业品牌发展的重要性118

第三节 婴儿纸尿裤行业销售渠道的重要环节分析120

一、批发商120

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）120

三、代理商121

第四节 2013-2016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121

一、华东121

二、西南121

三、华北122

四、西北122

五、华南123

五、东北123

五、华中123

第五节 销售渠道发展趋势分析124

一、渠道运作趋势发展124

二、渠道支持趋势发展125

三、渠道结构扁平化趋势发展126

四、渠道服务化127

第六节 销售渠道策略分析128

一、直接渠道或间接渠道的营销策略128

二、长渠道或短渠道的营销策略129

三、宽渠道或窄渠道的营销策略130

四、单一销售渠道和多销售渠道策略131

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略132

第七节 销售渠道决策的评估方法137

一、销售渠道评估数学模型介绍137

二、财务评估法介绍138

三、交易成本评估法介绍139

四、经验评估法介绍139

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140

一、国内生产企业投资运作模式140

二、国内营销企业投资运作模式141

三、外销与内销优势分析143

第五章 国内婴儿纸尿裤行业进出口市场情况分析152

第一节 2013-2016年国内婴儿纸尿裤行业进出口量分析152

一、2013-2016年国内婴儿纸尿裤行业进口分析152

二、2013-2016年国内婴儿纸尿裤行业出口分析153

第二节 2017-2022年国内婴儿纸尿裤行业进出口市场预测分析155

一、2017-2022年国内婴儿纸尿裤行业进口预测155

二、2017-2022年国内婴儿纸尿裤行业出口预测155

第三部分 婴儿纸尿裤行业竞争格局分析156

第六章 国内婴儿纸尿裤行业优势品牌企业分析156

第一节 中顺洁柔纸业股份有限公司156

一、公司及产品概况156

二、企业销售收入分析156

(一) 企业偿债能力分析156

(二) 企业运营能力分析158

三、企业盈利能力分析162

四、公司产品变化163

五、公司核心竞争力分析164

六、公司最近投资动态164

七、公司发展规划164

第二节 恒安国际集团有限公司165

一、公司及产品概况165

二、品牌发展历程165

三、企业销售收入分析167

(一) 企业偿债能力分析167

(二) 企业运营能力分析170

四、企业盈利能力分析173

五、公司产品变化174

六、公司的管理创新175

七、公司竞争策略175

八、品牌管理176

第三节 浙江贝因美科工贸股份有限公司176

一、公司及产品概况176

二、品牌发展历程177

三、企业销售收入分析178

（一）企业偿债能力分析178

（二）企业运营能力分析180

四、企业盈利能力分析183

五、公司产品优势185

六、公司核心竞争力及竞争优势分析185

七、公司的未来发展展望186

第四节 福建雀氏实业发展有限公司186

一、公司及产品概况186

二、品牌发展历程187

三、企业销售收入分析187

（一）企业偿债能力分析187

（二）企业运营能力分析189

（三）企业盈利能力分析193

四、公司产品特点及优势分析194

五、公司品牌竞争策略194

第五节 全日美实业股份有限公司195

一、公司及产品概况195

二、企业经营战略195

三、企业经营理念与服务准则196

四、企业运营能力分析197

（一）企业偿债能力分析197

（二）企业运营能力分析199

（三）企业盈利能力分析202

第七章 国内婴儿纸尿裤行业品牌竞争格局分析204

第一节 婴儿纸尿裤行业历史竞争格局概况204

一、 婴儿纸尿裤行业集中度分析	204
二、 婴儿纸尿裤行业竞争程度分析	205
第二节 婴儿纸尿裤行业企业竞争状况分析	205
一、 领导企业的市场力量	205
二、 其他企业的竞争力	206
第三节 2017-2022年国内婴儿纸尿裤行业品牌竞争格局展望	206
第四部分 婴儿纸尿裤行业投资前景展望	208
第八章 2017-2022年国内婴儿纸尿裤行业品牌发展预	208
第一节 2017-2022年婴儿纸尿裤行业品牌市场财务数据预测	208
一、 2017-2022年婴儿纸尿裤行业品牌市场规模预测	208
二、 2017-2022年婴儿纸尿裤行业总产值预测	208
三、 2017-2022年婴儿纸尿裤行业利润总额预测	210
四、 2017-2022年婴儿纸尿裤行业总资产预测	211
第二节 2017-2022年婴儿纸尿裤行业供需预测	213
一、 2017-2022年婴儿纸尿裤产量预测	213
二、 2017-2022年婴儿纸尿裤消费规模预测	214
第三节 2017-2022年婴儿纸尿裤行业投资机会	216
一、 2017-2022年婴儿纸尿裤行业主要领域投资机会	216
二、 2017-2022年婴儿纸尿裤行业出口市场投资机会	217
三、 2017-2022年婴儿纸尿裤行业企业的多元化投资机会	218
第四节 影响婴儿纸尿裤行业发展的主要因素	219
一、 2017-2022年影响婴儿纸尿裤行业运行的有利因素分析	219
二、 2017-2022年影响婴儿纸尿裤行业运行的稳定因素分析	220
三、 2017-2022年影响婴儿纸尿裤行业运行的不利因素分析	222
四、 2017-2022年我国婴儿纸尿裤行业发展面临的挑战分析	223
五、 2017-2022年我国婴儿纸尿裤行业发展面临的机遇分析	226
第五节 婴儿纸尿裤行业投资风险及控制策略分析	227
一、 2017-2022年婴儿纸尿裤行业市场风险及控制策略	227
二、 2017-2022年婴儿纸尿裤行业政策风险及控制策略	228
三、 2017-2022年婴儿纸尿裤行业技术风险及控制策略	229
四、 2017-2022年婴儿纸尿裤行业同业竞争风险及控制策略	229

第九章 2017-2022年国内婴儿纸尿裤行业品牌投资价值与投资策略分231

第一节 行业SWOT模型分析231

一、优势分析231

二、劣势分析231

三、机会分析232

四、威胁分析232

第二节 婴儿纸尿裤行业发展的PEST分析233

一、政治和法律环境分析233

二、经济发展环境分析233

1、宏观经济运行分析233

2、居民收入储蓄状况234

3、居民消费结构变化234

4、金融市场运行状况236

三、社会、文化与自然环境分析238

1、人口环境分析238

2、教育环境分析239

3、文化环境分析241

4、中国城镇化率242

四、技术发展环境分析244

第三节 婴儿纸尿裤行业投资价值分析245

一、2017-2022年婴儿纸尿裤市场趋势总结245

二、2017-2022年婴儿纸尿裤发展趋势分析245

三、2017-2022年婴儿纸尿裤市场发展空间246

四、2017-2022年婴儿纸尿裤产业政策趋向246

五、2017-2022年婴儿纸尿裤技术革新趋势247

六、2017-2022年婴儿纸尿裤价格走势分析247

第四节 婴儿纸尿裤行业投资风险分析247

一、宏观调控风险247

二、关联产业风险248

三、产品结构风险248

四、经营管理风险249

五、原材料风险249

六、其他风险249

1、汇率变动风险249

2、利率调整风险251

3、财务风险252

第五节 婴儿纸尿裤行业投资策略分析253

一、重点投资品种分析253

二、重点投资地区分析253

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255(AK WZY)

第一节 我国婴儿纸尿裤行业发展现状255

一、我国婴儿纸尿裤行业现状概述255

二、我国婴儿纸尿裤行业问题总结255

第二节 2017-2022年婴儿纸尿裤行业企业的标杆管理256

一、国内企业的经验借鉴256

二、国外企业的经验借鉴257

第三节 2017-2022年婴儿纸尿裤行业企业的资本运作模式257

一、婴儿纸尿裤行业企业国内资本市场的运作建议257

1、婴儿纸尿裤行业企业的兼并及收购建议257

2、婴儿纸尿裤行业企业的融资方式选择建议260

二、婴儿纸尿裤行业企业海外资本市场的运作建议263

第四节 2017-2022年婴儿纸尿裤行业企业营销模式建议263

一、婴儿纸尿裤行业企业的国内营销模式建议263

1、婴儿纸尿裤行业企业的渠道建设263

2、婴儿纸尿裤行业企业的品牌建设264

二、婴儿纸尿裤行业企业海外营销模式建议265

1、婴儿纸尿裤行业企业的海外细分市场选择265

2、婴儿纸尿裤行业企业的海外经销商选择266

第五节 婴儿纸尿裤市场的重点客户战略实施267

一、实施重点客户战略的必要性267

二、合理确立重点客户270

三、对重点客户的营销策略271

第六节 中国母婴市场的广告营销275

一、广告营销受众275

二、广告营销媒介276

三、广告营销商品278

四、母婴广告营销发展的趋势279

第七节 对我国婴儿纸尿裤品牌战略的思考281

一、企业品牌的重要性281

二、婴儿纸尿裤行业实施品牌战略的意义284

第八节 婴儿纸尿裤行业经营策略分析286

一、婴儿纸尿裤行业市场细分策略286

二、婴儿纸尿裤行业市场创新策略286

三、品牌定位与品类规划287

四、婴儿纸尿裤行业新产品差异化战略290

部分图表目录：

图表 1 2009年3季度—2016年3季度国内生产总值季度累计同比增长率（%）24

图表 2 2009年1-7月—2016年1-7月下图未显示7月数据固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）25

图表 3 2009年7月—2016年7月工业增加值月度同比增长率（%）28

图表 4 2009年7月—2016年7月社会消费品零售总额月度同比增长率（%）30

图表 5 2009年7月—2016年7月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）33

图表 6 2016年1-7月高端婴儿纸尿裤品牌消费格局81

图表 7 2016年1-7月中低端婴儿纸尿裤品牌消费格局82

图表 8 2009-2015年我国婴儿纸尿裤行业销售收入及增长情况94

图表 9 2009-2015年我国婴儿纸尿裤行业资产合计及增长情况94

图表 10 2009-2015年我国婴儿纸尿裤行业资产合计及增长对比95

图表 11 2013-2016年1-7月中国婴儿纸尿裤各地区对比销售分析96

图表 12 2009-2015年东北地区婴儿纸尿裤行业销售收入及增长情况97

图表 13 2009-2015年华北地区婴儿纸尿裤行业销售收入及增长情况98

图表 14 2009-2015年华东地区婴儿纸尿裤行业销售收入及增长情况98

图表 15 2009-2015年华中地区婴儿纸尿裤行业销售收入及增长情况99

图表 16 2009-2015年华南地区婴儿纸尿裤行业销售收入及增长情况100
图表 17 2009-2015年西南地区婴儿纸尿裤行业销售收入及增长情况100
图表 18 2009-2015年西北地区婴儿纸尿裤行业销售收入及增长情况101
图表 19 2009-2015年我国婴儿纸尿裤行业工业总产值及增长情况102
图表 20 2009-2015年我国婴儿纸尿裤行业工业总产值及增长对比103
图表 21 2009-2015年我国婴儿纸尿裤行业销售收入及增长情况103
图表 22 2009-2015年我国婴儿纸尿裤行业销售收入及增长对比104
图表 23 2009-2015年我国婴儿纸尿裤行业利润总额及增长情况104
图表 24 2009-2015年我国婴儿纸尿裤行业利润总额及增长对比105
图表 25 不同收入水平消费者偏好调查105
图表 26 不同年龄的消费者偏好调查106
图表 27 不同地区的消费者偏好调查107
图表 28 消费者对婴儿纸尿裤品牌认知度宏观调查108
图表 29 消费者对婴儿纸尿裤产品的品牌偏好调查109
图表 30 消费者对婴儿纸尿裤品牌的首要认知渠道110
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282105.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。