



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国婴儿纸尿裤市场分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国婴儿纸尿裤市场分析及投资策略研究报告》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/285224.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

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。

2011年中国婴儿纸尿裤市场继续保持高速增长态势，婴儿纸尿裤总产量为195.5亿片，总消费量约178.7亿片；市场规模达到184.6亿元，比2010年增长27.7%。2011年婴儿纸尿裤的消费量比2010年增长21.8%，其中婴儿纸尿裤增长28.6%，婴儿纸尿裤片/垫增长4.8%。2012年中国婴儿纸尿裤市场继续保持高速增长。据统计，婴儿纸尿裤总产量为225.5亿片，消费量约为204.1亿片，市场规模达到220.0亿元，比2011年增长了19.2%。婴儿纸尿裤的消费量比2011年增长了14.2%，其中婴儿纸尿裤增长了17.9%，婴儿纸尿裤片/垫增长了2.8%。市场渗透率由2011年的39.1%上升到44.3%。

2013年8月6日，国家卫生计生委发布消息称，国家卫生计生委党组决定开始实施“服务百姓健康行动”，并适时出台完善生育政策调整方案。二胎政策是中国实行的一种和计划生育政策相对应的生育政策，指符合指定条件的夫妇允许生育“二胎”。2013年11月15日，单独二胎正式开放。二胎政策放宽将对婴儿纸尿裤市场产生极大的利好作用。预计我国第五次生育高峰即将开始，这给婴童用品市场带来巨大商机。而婴儿纸尿裤作为婴儿产品市场中的重要组成成员，也是婴儿生活中的必需品，随着我国人均购买力的增加以及消费育儿观念的转变，婴儿纸尿裤市场将会一直保持高速增长的势头。

近年来，国外婴童品牌纷纷将目光转向中国市场。目前，在我国销售的婴儿纸尿裤高端市场基本上都被国外品牌占据。据相关统计，中国婴童市场每年新增3至4家大型婴儿纸尿裤工厂，一些跨国企业甚至将婴儿纸尿裤研发部门搬到中国。而我国本土的婴儿纸尿裤生产商主要分布在福建、广东、山东、浙江省和上海市等地，行业全国性品牌数量不多，品牌集中度较高。面对着新一轮的婴儿高潮，中国婴儿纸尿裤行业可以说是机遇和挑战并存，怎样在这一轮的婴儿潮中抓住投资机会，赢的市场竞争的胜利成为我国婴儿纸尿裤行业企业战略规划的重中之重。

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

第一章 国内婴儿纸尿裤行业品牌发展环境分析 1

| | |
|-------------------|----|
| 第一节 产品行业特征 | 1 |
| 一、产品行业定义 | 1 |
| 二、产品行业消费特征 | 1 |
| 第二节 经济环境特征 | 2 |
| 一、中国GDP分析 | 2 |
| 二、固定资产投资 | 5 |
| 三、恩格尔系数分析 | 9 |
| 四、工业发展形势 | 10 |
| 五、居民消费情况 | 13 |
| 六、居民收入情况 | 17 |
| 七、财政收支情况 | 19 |
| 八、进出口贸易情况 | 23 |
| 第三节 政策环境特征 | 29 |
| 一、国家宏观调控政策分析 | 29 |
| 1、"十二五"宏观调控规划纲要 | 29 |
| 2、政府管理宏观政策导向 | 43 |
| 二、婴儿纸尿裤行业相关政策分析 | 56 |
| 第四节 婴儿纸尿裤行业竞争特征 | 57 |
| 一、国内外品牌竞争格局 | 57 |
| 二、行业进入壁垒分析 | 59 |
| 三、可替代品威胁分析 | 60 |
| 四、贴牌加工产品市场威胁分析 | 60 |
| 第五节 婴儿纸尿裤行业技术环境特征 | 61 |
| 一、面层技术 | 61 |
| 二、导流层技术 | 62 |
| 三、吸收芯层技术 | 63 |
| 四、背层技术 | 65 |
| 五、腿口防侧漏技术 | 65 |
| 六、弹性材料的应用技术 | 65 |
| 第六节 纸尿裤与传统尿布的对比分析 | 67 |
| 第七节 婴儿纸尿裤的选用标准 | 68 |
| 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 | 71 |
| 第一节 2011-2015年婴儿纸尿裤市场规模分析 | 71 |
| 第二节 2015年我国婴儿纸尿裤区域结构分析 | 73 |
| 第三节 婴儿纸尿裤区域市场规模分析 | 74 |
| 一、东北地区市场规模分析 | 74 |
| 二、华北地区市场规模分析 | 77 |
| 三、华东地区市场规模分析 | 80 |
| 四、华中地区市场规模分析 | 82 |
| 五、华南地区市场规模分析 | 84 |
| 六、西部地区市场规模分析 | 85 |
| 第四节 2017-2022年婴儿纸尿裤市场规模预测 | 87 |
| 第三章 国内婴儿纸尿裤行业品牌需求与消费者偏好调查 | 89 |
| 第一节 2011-2015年婴儿纸尿裤产量统计分析 | 89 |
| 第二节 2011-2015年婴儿纸尿裤历年消费量统计分析 | 90 |
| 第三节 2011-2015年国内婴儿纸尿裤行业品牌产品利润分析 | 91 |
| 第四节 婴儿纸尿裤产品目标客户群体调查 | 92 |
| 一、不同收入水平消费者偏好调查 | 92 |
| 二、不同年龄的消费者偏好调查 | 92 |
| 三、不同地区的消费者偏好调查 | 93 |
| 第五节 婴儿纸尿裤产品的品牌市场调查 | 94 |
| 一、消费者对婴儿纸尿裤品牌认知度宏观调查 | 94 |
| 二、消费者对婴儿纸尿裤产品的品牌偏好调查 | 94 |
| 三、消费者对婴儿纸尿裤品牌的首要认知渠道 | 95 |
| 四、消费者经常购买的品牌调查 | 95 |
| 五、婴儿纸尿裤品牌忠诚度调查 | 96 |
| 六、婴儿纸尿裤品牌市场占有率调查 | 97 |
| 七、消费者的消费理念调研 | 97 |
| 第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析 | 98 |
| 一、价格敏感程度 | 98 |
| 二、品牌的影响 | 99 |
| 三、购买方便的影响 | 99 |
| 四、广告的影响程度 | 100 |

五、包装的影响程度 100

第四章 国内婴儿纸尿裤行业品牌产品市场供需渠道分析 101

第一节 销售渠道特征分析 101

一、渠道定义 101

二、渠道特征 101

三、渠道结构 101

四、渠道中的窜货问题 103

第二节 销售渠道对婴儿纸尿裤行业品牌发展的重要性 107

第三节 婴儿纸尿裤行业销售渠道的重要环节分析 108

一、批发商 108

二、零售商（无店铺零售、店铺零售） 110

三、代理商 118

第四节 2011-2015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 120

一、华东 120

二、中南 120

三、华北 120

四、西部 121

第五节 销售渠道发展趋势分析 121

一、渠道运作趋势发展 121

二、渠道支持趋势发展 122

三、渠道结构扁平化趋势发展 122

四、渠道服务化 122

第六节 销售渠道策略分析 123

一、直接渠道或间接渠道的营销策略 123

二、长渠道或短渠道的营销策略 125

三、宽渠道或窄渠道的营销策略 126

四、单一销售渠道和多销售渠道策略 126

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略 127

第七节 销售渠道决策的评估方法 129

一、销售渠道评估数学模型介绍 129

二、财务评估法介绍 131

三、交易成本评估法介绍 132

四、经验评估法介绍 132

第八节 2015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 133

一、国内生产企业投资运作模式 133

二、国内营销企业投资运作模式 133

三、外销与内销优势分析 133

第五章 国内婴儿纸尿裤行业进出口市场情况分析 135

第一节 2011-2015年国内婴儿纸尿裤行业进出口量分析 135

一、2011-2015年国内婴儿纸尿裤行业进口分析 135

二、2011-2015年国内婴儿纸尿裤行业出口分析 135

第二节 2017-2022年国内婴儿纸尿裤行业进出口市场预测分析 137

一、2017-2022年国内婴儿纸尿裤行业进口预测 137

二、2017-2022年国内婴儿纸尿裤行业出口预测 137

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 138

第一节 中顺洁柔纸业股份有限公司 138

一、公司及产品概况 138

二、企业销售收入分析 139

三、企业盈利能力分析 142

四、公司产品变化 147

五、公司核心竞争力分析 147

六、公司最近投资动态 149

七、公司发展规划 149

第二节 恒安国际集团有限公司 150

一、公司及产品概况 150

二、品牌发展历程 152

三、企业销售收入分析 154

四、企业盈利能力分析 157

五、公司产品变化 162

六、公司的管理创新 162

七、公司竞争策略 164

八、品牌管理 166

第三节 浙江贝因美科工贸股份有限公司 168

| | |
|---------------------------------|-----|
| 一、公司及产品概况 | 168 |
| 二、品牌发展历程 | 169 |
| 三、企业销售收入分析 | 169 |
| 四、企业盈利能力分析 | 172 |
| 五、公司产品优势 | 179 |
| 六、公司核心竞争力及竞争优势分析 | 180 |
| 七、公司的未来发展展望 | 181 |
| 第四节 福建雀氏实业发展有限公司 | 184 |
| 一、公司及产品概况 | 184 |
| 二、品牌发展历程 | 185 |
| 三、企业销售收入分析 | 188 |
| 四、公司产品特点及优势分析 | 188 |
| 五、公司品牌竞争策略 | 189 |
| 第五节 全日美实业股份有限公司 | 190 |
| 一、公司及产品概况 | 190 |
| 二、企业经营战略 | 191 |
| 三、企业经营理念与服务准则 | 191 |
| 四、企业运营能力分析 | 192 |
| 第七章 国内婴儿纸尿裤行业品牌竞争格局分析 | 193 |
| 第一节 婴儿纸尿裤行业历史竞争格局概况 | 193 |
| 一、婴儿纸尿裤行业集中度分析 | 193 |
| 二、婴儿纸尿裤行业竞争程度分析 | 193 |
| 第二节 婴儿纸尿裤行业企业竞争状况分析 | 195 |
| 一、领导企业的市场力量 | 195 |
| 二、其他企业的竞争力 | 196 |
| 第三节 2017-2022年国内婴儿纸尿裤行业品牌竞争格局展望 | 199 |
| 第四部分 婴儿纸尿裤行业投资前景展望 | |
| 第八章 2017-2022年国内婴儿纸尿裤行业品牌发展预测 | 200 |
| 第一节 2017-2022年婴儿纸尿裤行业品牌市场财务数据预测 | 200 |
| 一、2017-2022年婴儿纸尿裤行业品牌市场规模预测 | 200 |
| 二、2017-2022年婴儿纸尿裤行业总产值预测 | 201 |
| 三、2017-2022年婴儿纸尿裤行业利润总额预测 | 201 |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| 四、2017-2022年婴儿纸尿裤行业总资产预测 | 202 |
| 第二节 2017-2022年婴儿纸尿裤行业供需预测 | 202 |
| 一、2017-2022年婴儿纸尿裤产量预测 | 202 |
| 二、2017-2022年婴儿纸尿裤消费规模预测 | 203 |
| 第三节 2017-2022年婴儿纸尿裤行业投资机会 | 203 |
| 一、2017-2022年婴儿纸尿裤行业主要领域投资机会 | 203 |
| 二、2017-2022年婴儿纸尿裤行业出口市场投资机会 | 204 |
| 三、2017-2022年婴儿纸尿裤行业企业的多元化投资机会 | 204 |
| 第四节 影响婴儿纸尿裤行业发展的主要因素 | 205 |
| 一、2017-2022年影响婴儿纸尿裤行业运行的有利因素分析 | 205 |
| 二、2017-2022年影响婴儿纸尿裤行业运行的稳定因素分析 | 206 |
| 三、2017-2022年影响婴儿纸尿裤行业运行的不利因素分析 | 206 |
| 四、2017-2022年我国婴儿纸尿裤行业发展面临的挑战分析 | 206 |
| 五、2017-2022年我国婴儿纸尿裤行业发展面临的机遇分析 | 207 |
| 第五节 婴儿纸尿裤行业投资风险及控制策略分析 | 207 |
| 一、2017-2022年婴儿纸尿裤行业市场风险及控制策略 | 207 |
| 二、2017-2022年婴儿纸尿裤行业政策风险及控制策略 | 208 |
| 三、2017-2022年婴儿纸尿裤行业技术风险及控制策略 | 208 |
| 四、2017-2022年婴儿纸尿裤行业同业竞争风险及控制策略 | 209 |
| 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析 | 210 |
| 第一节 行业SWOT模型分析 | 210 |
| 一、优势分析 | 210 |
| 二、劣势分析 | 210 |
| 三、机会分析 | 211 |
| 四、威胁分析 | 212 |
| 第二节 婴儿纸尿裤行业发展的PEST分析 | 213 |
| 一、政治和法律环境分析 | 213 |
| 二、经济发展环境分析 | 214 |
| 1、宏观经济运行分析 | 214 |
| 2、居民收入储蓄状况 | 217 |
| 3、居民消费结构变化 | 218 |
| 4、金融市场运行状况 | 220 |

| | |
|-------------------------------|-----|
| 三、社会、文化与自然环境分析 | 222 |
| 1、人口环境分析 | 222 |
| 2、教育环境分析 | 226 |
| 3、文化环境分析 | 227 |
| 4、中国城镇化率 | 232 |
| 四、技术发展环境分析 | 235 |
| 第三节 婴儿纸尿裤行业投资价值分析 | 236 |
| 一、2017-2022年婴儿纸尿裤市场趋势总结 | 236 |
| 二、2017-2022年婴儿纸尿裤发展趋势分析 | 236 |
| 三、2017-2022年婴儿纸尿裤市场发展空间 | 236 |
| 四、2017-2022年婴儿纸尿裤产业政策趋向 | 237 |
| 五、2017-2022年婴儿纸尿裤技术革新趋势 | 237 |
| 六、2017-2022年婴儿纸尿裤价格走势分析 | 238 |
| 第四节 婴儿纸尿裤行业投资风险分析 | 238 |
| 一、宏观调控风险 | 238 |
| 二、关联产业风险 | 239 |
| 三、产品结构风险 | 240 |
| 四、经营管理风险 | 240 |
| 五、原材料风险 | 244 |
| 六、其他风险 | 244 |
| 1、汇率变动风险 | 244 |
| 2、利率调整风险 | 245 |
| 3、财务风险 | 245 |
| 第五节 婴儿纸尿裤行业投资策略分析 | 246 |
| 一、重点投资品种分析 | 246 |
| 二、重点投资地区分析 | 254 |
| 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 |
| 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 | 256 |
| 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 | 259 |
| 第三节 2017-2022年婴儿纸尿裤行业企业的资本运作模式 | 262 |
| 一、婴儿纸尿裤行业企业国内资本市场的运作建议 | 262 |
| 1、婴儿纸尿裤行业企业的兼并及收购建议 | 262 |
| 2、婴儿纸尿裤行业企业的融资方式选择建议 | 264 |
| 二、婴儿纸尿裤行业企业海外资本市场的运作建议 | 269 |
| 第四节 2017-2022年婴儿纸尿裤行业企业营销模式建议 | 272 |
| 一、婴儿纸尿裤行业企业的国内营销模式建议 | 272 |
| 1、婴儿纸尿裤行业企业的渠道建设 | 272 |
| 2、婴儿纸尿裤行业企业的品牌建设 | 276 |
| 二、婴儿纸尿裤行业企业海外营销模式建议 | 281 |
| 1、婴儿纸尿裤行业企业的海外细分市场选择 | 281 |
| 2、婴儿纸尿裤行业企业的海外经销商选择 | 281 |
| 第五节 婴儿纸尿裤市场的重点客户战略实施 | 282 |
| 一、实施重点客户战略的必要性 | 282 |
| 二、合理确立重点客户 | 283 |
| 三、对重点客户的营销策略 | 284 |
| 第六节 中国母婴市场的广告营销 | 292 |
| 一、广告营销受众 | 293 |
| 二、广告营销媒介 | 293 |
| 三、广告营销商品 | 295 |
| 四、母婴广告营销发展的趋势 | 296 |
| 第七节 对我国婴儿纸尿裤品牌战略的思考 | 296 |
| 一、企业品牌的重要性 | 296 |
| 二、婴儿纸尿裤行业实施品牌战略的意义 | 299 |
| 第八节 婴儿纸尿裤行业经营策略分析 | 301 |
| 一、婴儿纸尿裤行业市场细分策略 | 301 |
| 二、婴儿纸尿裤行业市场创新策略 | 301 |
| 三、品牌定位与品类规划 | 301 |
| 四、婴儿纸尿裤行业新产品差异化战略 | 302 |
| 图表目录： | |
| 图表：2011-2015年国内生产总值及其增速变化 | 3 |

图表：2011-2015年我国产业增长值及增速变化 3

图表：2011-2015国内生产总值同比增长速度 4

图表：2015年国内生产总值细分 5

图表：2011-2015年全国GDP环比增长速度 5

图表：2011-2015年固定资产投资（不含农户）同比增速 6

图表：2011-2015年分地区投资相邻两月累计同比增速 7

图表：2011-2015年固定资产到位资金同比增速 8

图表：2011-2015年中国恩格尔系数变化情况 9

图表：2015年各月份工业生产者出厂价格涨跌幅变化 11

图表：2015年各月份工业生产者购进价格涨跌幅变化 11

图表：2015年中国各月份PPI同比增幅变化 12

图表：2015年中国PPI同比增幅变化 13

图表：2011-2015年我国社会消费零售总额名义增速变化 14

图表：2011-2015年我国居民消费价格指数变化 15

图表：2015年全年各月份CPI同比增幅变化 15

图表：2015年中国CPI同比增幅 16

图表：2011-2015年中国乡村人均收入变化 18

图表：2011-2015年中国城镇人均收入变化 18

图表：2011-2015年我国居民收入基尼系数变化 19

图表：2011-2015年我国国家财政收入及增长速度变化 22

图表：2011-2015年我国国家财政支出及增长速度变化 22

图表：2011-2015年全国对外贸易总额及变化 23

图表：2011-2015年全国出口额及变化 23

图表：2011-2015年我国进出口贸易变化 26

图表：纸尿裤吸收芯层的发展方向 64

图表：2011-2015年我国婴儿纸尿裤市场规模及增长率变化 71

图表：2011-2015年我国婴儿纸尿裤细分市场增长率变化 72

图表：2011-2015年我国婴儿纸尿裤市场渗透率变化 72

图表：2011-2015年我国婴儿纸尿裤生产厂家数量规模及增长率变化 73

图表：2015年主要婴儿纸尿裤生产商的市场份额 74

图表：2011-2015年黑龙江省人口出生率、死亡率比较图 75

图表：2015年吉林省人口数及其构成 76

图表：2011-2015年我国东北地区婴儿纸尿裤销量规模及增速变化 77

图表：2011-2015年我国华北地区婴儿纸尿裤销量规模及增速变化 79

图表：2011-2015年我国华东地区婴儿纸尿裤销量规模及增速变化 82

图表：2011-2015年我国华中地区婴儿纸尿裤销量规模及增速变化 84

图表：2011-2015年我国华南地区婴儿纸尿裤销量规模及增速变化 85

图表：2011-2015年青海省年末常住人口及人口自然增长率变化 86

图表：2011-2015年我国西部地区婴儿纸尿裤销量规模及增速变化 87

图表：2011-2015年我国纸尿裤总产量及增速变化 89

图表：2011-2015年我国纸尿裤消费量及增速变化 90

图表：2011-2015年我国婴儿纸尿裤销量增速变化 90

图表：2011-2015年我国婴儿纸尿裤片/垫销量增速变化 91

图表：不同收入水平消费者偏好调查 92

图表：不同年龄的消费者偏好调查 93

图表：不同地区的消费者偏好调查 93

图表：消费者对婴儿纸尿裤品牌认知度宏观调查 94

图表：消费者对婴儿纸尿裤产品的品牌偏好调查 95

图表：消费者对婴儿纸尿裤品牌的首要认知渠道 95

图表：消费者经常购买的品牌情况 96

图表：信赖纸尿裤品牌 96

图表：婴儿纸尿裤品牌市场占有率调查 97

图表：消费者的消费理念调研 98

图表：消费者对产品价格影响情况 98

图表：消费者对产品品牌影响情况 99

图表：消费者对产品购买方便影响情况 99

图表：消费者对产品广告影响情况 100

图表：消费者对产品包装影响情况 100

图表：2014年我国B2C电子商务市场细分 128

图表：2015年我国B2C电子商务市场细分 128

图表：各种营销渠道的成本比较分析 130

图表：各种营销渠道的毛利比较分析 131

图表：2010-2015年婴儿纸尿裤进口规模 135

图表：2010-2015年婴儿纸尿裤出口规模 136

图表：2017-2022年我国婴儿纸尿裤进口规模及增速预测 137

图表：2017-2022年我国婴儿纸尿裤出口规模及增速预测 137

图表：中顺洁柔纸业股份有限公司战略布局分布 139

图表：2015年中顺洁柔纸业股份有限公司综合财务指标 140

图表：2014年中顺洁柔纸业股份有限公司主营业务构成分析 141

图表：2015年中顺洁柔纸业股份有限公司主营业务构成分析 141

图表：2012-2015年中顺洁柔纸业股份有限公司营业收入及增长率变化 142

图表：2012-2015年中顺洁柔纸业股份有限公司毛利润及增长率变化 142

图表：2012-2015年中顺洁柔纸业股份有限公司毛利率变化 143

图表：2012-2015年中顺洁柔纸业股份有限公司净利率变化 143

图表：2012-2015年中顺洁柔纸业股份有限公司营业成本及增长率变化 144

图表：2012-2015年中顺洁柔纸业股份有限公司营业利润及增长率变化 144

图表：2012-2015年中顺洁柔纸业股份有限公司利润总额及增长率变化 145

图表：2012-2015年中顺洁柔纸业股份有限公司销售费用及增长率变化 145

图表：2012-2015年中顺洁柔纸业股份有限公司财务费用及增长率变化 146

图表：2012-2015年中顺洁柔纸业股份有限公司管理费用及增长率变化 146

图表：2011-2015年恒安国际集团有限公司流动资产及增速变化 155

图表：2011-2015年恒安国际集团有限公司流动负债及增速变化 155

图表：2011-2015年恒安国际集团有限公司无形资产及增速变化 156

图表：2011-2015年恒安国际集团有限公司应付账款及增速变化 156

图表：2011-2015年恒安国际集团有限公司总资产及增速变化 157

图表：2011-2015年恒安国际集团有限公司总负债及增速变化 157

图表：2011-2015年恒安国际集团有限公司经营盈利及增速变化 158

图表：2011-2015年恒安国际集团有限公司毛利及增速变化 159

图表：2011-2015年恒安国际集团有限公司融资成本及增速变化 159

图表：2011-2015年恒安国际集团有限公司行政费用及增速变化 160

图表：2011-2015年恒安国际集团有限公司销售费用及增速变化 160

图表：2011-2015年恒安国际集团有限公司折旧费用及增速变化 161

图表：2011-2015年恒安国际集团有限公司销售成本及增速变化 161

图表：2011-2015年恒安国际集团有限公司营业额及增速变化 162

图表：2013年贝因美科工贸股份有限公司综合损益表 170

图表：2014年贝因美科工贸股份有限公司综合损益表 171

图表：2015年贝因美科工贸股份有限公司综合损益表 171

图表：2012-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司总负债及增长率变化 172

图表：2012-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司货币资金及增长率变化 172

图表：2012-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司应收账款及增长率变化 173

图表：2012-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司流动资产及增长率变化 173

图表：2012-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司固定资产及增长率变化 174

图表：2012-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司无形资产及增长率变化 174

图表：2012-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司总资产及增长率变化 175

图表：2012-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司营业收入及增长率变化 175

图表：2012-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司营业成本及增长率变化 176

图表：2012-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司销售费用及增长率变化 176

图表：2012-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司管理费用及增长率变化 177

图表：2012-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司营业利润及增长率变化 177

图表：2012-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司利润总额及增长率变化 178

图表：2012-2015年浙江贝因美科工贸股份有限公司净利润及增长率变化 178

图表：2017-2022年我国婴儿纸尿裤市场规模及增速预测 200

图表：2017-2022年我国婴儿纸尿裤总产值规模及增速预测 201

图表：2017-2022年我国婴儿纸尿裤利润总额规模及增速预测 201

图表：2017-2022年我国婴儿纸尿裤总资产规模及增速预测 202

图表：2017-2022年我国婴儿纸尿裤生产规模及增速预测 202

图表：2017-2022年我国婴儿纸尿裤消费规模及增速预测 203

图表：2012-2015年全国居民消费价格涨跌幅变化 220

图表：2012-2015年我国总人口数及增速变化 224

图表：2012-2015年我国男性人口数及增速变化 224

图表：2012-2015年我国女性人口数及增速变化 225

图表：2012-2015年我国0-14岁人口数及增速变化 225

图表：2012-2015年我国人口出生率变化 226

图表：2012-2015年我国人口及其自然增长率变化 226

图表：2012-2015年我国城镇人口比重 233

图表：2012-2015年我国城镇人口数及增速变化 234

图表：2012-2015年我国乡村人口数及增速变化 234

图表：2012-2015年我国城镇化率变化 235

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285224.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。