

中国一次性内裤行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2025-2032年）

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国一次性内裤行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2025-2032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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202508/761234.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、行业相关定义及产业链图解

一次性内裤是指专为单次使用设计、使用后即丢弃的内裤产品。一次性内裤通常用于旅行、户外活动、住院或产后等场合，使用后即可丢弃，无需清洗。从产业链来看，一次性内裤上游为原材料与设备供应环节，其中原材料主要包括无纺布、纯棉、竹纤维等，生产设备涉及裁剪机、缝纫机、热合机、包装机等；中游为一次性内裤制造环节，涵盖了拉布裁片、车缝加工、质检灭菌与包装成品等生产工序；下游为销售渠道以及最终消费者，其中销售渠道包括电商平台、便利店、母婴店、药店等。

资料来源：公开资料，观研天下整理

二、低价、高频、强场景特征+“快消”属性带动行业崛起，预计2025年我国一次性内裤市场将达646亿元

得益于低价、高频、强场景特征以及“快消”属性，近年在消费升级以及“懒人经济”推动下，我国一次性内裤行业快速崛起，市场规模不断增长。数据显示，2022-2024年我国一次性内裤市场规模从107亿元增长到355亿元。预计2025年我国一次性内裤市场规模将达到646亿元左右。

资料来源：公开资料，观研天下整理

数据来源：公开数据，观研天下整理

与此同时，随着市场向好，我国一次性内裤行业市场参与者也在不断增加，母婴赛道品牌、户外旅行赛道品牌、纺织服饰赛道品牌、专业零售赛道品牌和卫生用品品牌等多个赛道品牌相继布局一次性内裤行业。

中国一次性内裤行业企业分类	赛道	代表企业	母婴
十月结晶、嫫熙、婧麟、Babycare、子初、蓓安适等			户外旅行
Freego、巴迪高、古旭、七海秋、有时光、口袋旅行等	纺织服饰	洁丽雅Grace、蕉内等	
零售 名创优品、万宁、京东京造等	卫生用品	洁柔、德佑等	

资料来源：公开资料，观研天下整理

三、旅游与差旅人群为当前一次性内裤核心需求人群，未来或呈现 全群体覆盖 趋势

一次性内裤需求群体主要包括旅游与差旅人群、产妇、孕妇、术后患者等需要卫生护理的群体、以及医护人员等职业人群。其中旅游与差旅人群是当前一次性内裤核心需求人群。有数据显示，2023年6月-2024年5月主流社交平台关于“一次性用品”的内容声量超过58万，同比上升124.6%。七成参与讨论的用户为年轻群体，其中外出、差旅成为高频场景。

预计随着一次性内裤不断普及与渗透，未来起市场消费可能呈现 **全群体覆盖** 的趋势。而虽然近年我国人口数量呈现不断下降态势，但人口基数仍较大庞大，这将给一次性内裤市场带来巨大的需求潜力。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

四、线上占比不断提升，目前已成为一次性内裤主要销售渠道

从线上线下渠道来看，线上占比不断提升，目前已成为一次性内裤主要销售渠道。有数据显示，2024年我国一次性内裤线上销售额约253亿元，占比从2022年的42%增长到71%。而线下占比则从2022年的58%下降至2024年的29%。根据分析，近年消费者从线下购买转向线上购买一次性内裤受多重因素的影响。一是新冠疫情增强消费者健康意识，出行受限推动线上购物习惯养成，种草经济和电商平台趁机崛起。二是一次性内裤行业市场参与者众多，市场竞争的加剧促使品牌加大线上营销投入，通过社交媒体、KOL合作等方式提升产品曝光率和好感度。三是，线上渠道的低运营成本和覆盖范围，使得品牌能够更有效地触达消费者，提升市场份额，也使得市场新锐品牌得以通过线上布局，快速铺开产品。

数据来源：公开数据，观研天下整理

五、市场乱象频现，当下我国次性内裤行业已行至规范化管理临界点

然而在市场前景向好的另一面，产品问题也如影随形。此前2025年“3·15”曝光了一次性内裤黑幕：9000万条“无菌谎言”背后，代工厂用有毒“枪水”处理内裤，生产车间与员工餐桌重叠，知名品牌伪造检测报告。乱象被曝光后，一次性内裤行业迎来“动荡”，不仅初医生、贝姿妍、浪莎等涉事品牌产品全网下架，不少从事一次性内裤生产的代工厂亦面临订单数量下滑、品牌方“质疑”的挑战，这也倒逼着厂家将相关产品进行重新送检，试图换回客户对其的信任。

事实上，在2025年“3·15”曝光之前，业内便有不少诟病一次性内裤质量卫生不达标、材质用料存在虚假宣传等声音。相关资料显示，截止到2025年3月，在黑猫投诉平台上，与一次性内裤相关的投诉超过600条，其中不乏见到不明污渍、血迹斑块等质量卫生问题的反馈。

而根据市场分析，造成上述一次性内裤生产乱象频现的原因主要以下几点：

一是在一次性内裤产业链中，“贴牌代工+电商分销 薅 鯨 控上缺乏把控标准的现状，这也成为业内“老大难”问题。目前我国90%以上的热销品牌采用“轻资产运营”：品牌方注册空壳公司负责营销，生产环节外包给无资质小作坊。这种模式下，品牌方以“不参与实际生产”为由规避责任，代工厂则通过偷工减料维持微薄利润。同时，代工厂普遍采用“一厂多牌”策略。例如在健芝初车间内，同一条生产线上上午生产“初医生”，下午切换为“安慕斯”，仅更换包装袋即可完成品牌转换。

二是自发展以来，虽然一次性内衣裤行业在国内已走过了30年，但如今还是缺乏统一生产执行标准，不少生产企业无视GB15979-2002《一次性使用卫生用品卫生标准》，依旧存在车

间生产环境脏乱、材质造假、灭菌环节形同虚设等问题，行业整体还处于“劣币驱逐良币”的阶段。

总体来看，当下，我国一次性内裤行业已行至规范化管理的临界点，亟需强化市场监管、完善行业标准，推动中小企业提升质量水平，进而淘汰不合规的企业，推动行业规范化发展。

六、灭菌环节成为一次性内裤卫生安全核心

从生产环节来看，灭菌环节成为卫生安全核心。一次性内裤从第一代的无纺布材质，发展到现在市场上有着纯棉、再生纤维素纤维等多种不同面料材质的一次性内裤产品，其面料、版型、加工技术不断升级，车间也由最初的人工生产向自动化机械生产转型。总的来看，一次性内裤的生产工序有原材采购、拉布裁片、车缝加工、质检、吸风除絮、独立装袋、灭菌、外装成品等8道。其中，灭菌环节才是真正的“安全核心”。主要原因在于一次性产品通常都不需要洗涤就可直接穿着，尤其一次性内裤作为直接接触私处的产品，而灭菌是守护私密健康的最后防线。

资料来源：公开资料，观研天下整理

资料显示，当前针对一次性内裤的杀菌工艺主要有环氧乙烷灭菌和高能电子束灭菌两种。

其中环氧乙烷是一种广谱灭菌剂，也是当前一次性内裤主要的杀菌工艺，能够在常温下杀灭各种微生物，“医用一次性口罩”就是采用这种技术，缺点是“环氧乙烷”有异味，如果厂家散味不完全就会残留在面料上。

高能电子束灭菌则是采用射线杀灭产品包装中残留的微生物，优点是灭菌彻底、操作安全、无残留。预计随着消费者对环保和健康的关注度不断提高，理灭菌方式在能耗集中和可再生能源驱动下，更易符合ESG规范，高能电子束灭菌工艺有望得到了普及。此外，灭菌方式透明化、智能追踪与批次管控有望成为高端品牌的“卖点”。（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国一次性内裤行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2025-2032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。

目录大纲：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024年中国	一次性内裤	行业发展概述
第一节	一次性内裤	行业发展情况概述
一、	一次性内裤	行业相关定义
二、	一次性内裤	特点分析
三、	一次性内裤	行业基本情况介绍
四、	一次性内裤	行业经营模式
	(1)	生产模式
	(2)	采购模式
	(3)	销售/服务模式
五、	一次性内裤	行业需求主体分析
第二节 中国	一次性内裤	行业生命周期分析
一、	一次性内裤	行业生命周期理论概述
二、	一次性内裤	行业所属的生命周期分析
第三节	一次性内裤	行业经济指标分析
一、	一次性内裤	行业的赢利性分析
二、	一次性内裤	行业的经济周期分析
三、	一次性内裤	行业附加值的提升空间分析
第二章 中国	一次性内裤	行业监管分析
第一节 中国	一次性内裤	行业监管制度分析
一、	行业主要监管体制	
二、	行业准入制度	
第二节 中国	一次性内裤	行业政策法规
一、	行业主要政策法规	
二、	主要行业标准分析	
第三节 国内监管与政策对	一次性内裤	行业的影响分析

【第二部分 行业环境与全球市场】

第三章 2020-2024年中国	一次性内裤	行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对	一次性内裤	行业的影响分析
一、	中国宏观经济环境	
二、	中国宏观经济环境对	行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对	一次性内裤	行业的影响分析

第三节 中国对外贸易环境与对	一次性内裤	行业的影响分析
第四节 中国	一次性内裤	行业投资环境分析
第五节 中国	一次性内裤	行业技术环境分析
第六节 中国	一次性内裤	行业进入壁垒分析
一、	一次性内裤	行业资金壁垒分析
二、	一次性内裤	行业技术壁垒分析
三、	一次性内裤	行业人才壁垒分析
四、	一次性内裤	行业品牌壁垒分析
五、	一次性内裤	行业其他壁垒分析
第七节 中国	一次性内裤	行业风险分析
一、	一次性内裤	行业宏观环境风险
二、	一次性内裤	行业技术风险
三、	一次性内裤	行业竞争风险
四、	一次性内裤	行业其他风险
第四章 2020-2024年全球	一次性内裤	行业发展现状分析
第一节 全球	一次性内裤	行业发展历程回顾
第二节 全球	一次性内裤	行业市场规模与区域分布情况
第三节 亚洲	一次性内裤	行业地区市场分析
一、亚洲	一次性内裤	行业市场现状分析
二、亚洲	一次性内裤	行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲	一次性内裤	行业市场前景分析
第四节 北美	一次性内裤	行业地区市场分析
一、北美	一次性内裤	行业市场现状分析
二、北美	一次性内裤	行业市场规模与市场需求分析
三、北美	一次性内裤	行业市场前景分析
第五节 欧洲	一次性内裤	行业地区市场分析
一、欧洲	一次性内裤	行业市场现状分析
二、欧洲	一次性内裤	行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲	一次性内裤	行业市场前景分析
第六节 2025-2032年全球	一次性内裤	行业分布 走势预测
第七节 2025-2032年全球	一次性内裤	行业市场规模预测
【第三部分 国内现状与企业案例】		
第五章 中国	一次性内裤	行业运行情况
第一节 中国	一次性内裤	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 一次性内裤

行业市场规模分析

一、影响中国 一次性内裤

行业市场规模的因素

二、中国 一次性内裤

行业市场规模

三、中国 一次性内裤

行业市场规模解析

第三节 中国 一次性内裤

行业供应情况分析

一、中国 一次性内裤

行业供应规模

二、中国 一次性内裤

行业供应特点

第四节 中国 一次性内裤

行业需求情况分析

一、中国 一次性内裤

行业需求规模

二、中国 一次性内裤

行业需求特点

第五节 中国 一次性内裤

行业供需平衡分析

第六节 中国 一次性内裤

行业存在的问题与解决策略分析

第六章 中国 一次性内裤

行业产业链及细分市场分析

第一节 中国 一次性内裤

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、 一次性内裤

行业产业链图解

第二节 中国 一次性内裤

行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对 一次性内裤

行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对 一次性内裤

行业的影响分析

第三节 中国 一次性内裤

行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第七章 2020-2024年中国 一次性内裤

行业市场竞争分析

第一节 中国 一次性内裤

行业竞争现状分析

一、中国 一次性内裤

行业竞争格局分析

二、中国 一次性内裤

行业主要品牌分析

第二节 中国 一次性内裤

行业集中度分析

一、中国 一次性内裤

行业市场集中度影响因素分析

二、中国 一次性内裤

行业市场集中度分析

第三节 中国 一次性内裤

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		
第八章 2020-2024年中国	一次性内裤	行业模型分析
第一节 中国	一次性内裤	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	一次性内裤	行业SWOT分析
一、SWOT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	一次性内裤	行业SWOT分析结论
第三节 中国	一次性内裤	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		
第九章 2020-2024年中国	一次性内裤	行业需求特点与动态分析
第一节 中国	一次性内裤	行业市场动态情况
第二节 中国	一次性内裤	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	一次性内裤	行业成本结构分析
第四节	一次性内裤	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 一次性内裤

行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国 一次性内裤

行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国 一次性内裤

行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 一次性内裤

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 一次性内裤

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 一次性内裤

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

第十一章 2020-2024年中国 一次性内裤

行业区域市场现状分析

第一节 中国 一次性内裤

行业区域市场规模分析

一、影响 一次性内裤

行业区域市场分布 的因素

二、中国 一次性内裤

行业区域市场分布

第二节 中国华东地区 一次性内裤

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 一次性内裤

行业市场分析

(1) 华东地区 一次性内裤

行业市场规模

(2) 华东地区 一次性内裤

行业市场现状

(3) 华东地区 一次性内裤

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 一次性内裤

行业市场分析

(1) 华中地区	一次性内裤	行业市场规模
(2) 华中地区	一次性内裤	行业市场现状
(3) 华中地区	一次性内裤	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	一次性内裤	行业市场分析
(1) 华南地区	一次性内裤	行业市场规模
(2) 华南地区	一次性内裤	行业市场现状
(3) 华南地区	一次性内裤	行业市场规模预测
第五节 华北地区 一次性内裤		
一、华北地区概述		
二、华北地区经济环境分析		
三、华北地区	一次性内裤	行业市场分析
(1) 华北地区	一次性内裤	行业市场规模
(2) 华北地区	一次性内裤	行业市场现状
(3) 华北地区	一次性内裤	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	一次性内裤	行业市场分析
(1) 东北地区	一次性内裤	行业市场规模
(2) 东北地区	一次性内裤	行业市场现状
(3) 东北地区	一次性内裤	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	一次性内裤	行业市场分析
(1) 西南地区	一次性内裤	行业市场规模
(2) 西南地区	一次性内裤	行业市场现状
(3) 西南地区	一次性内裤	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	一次性内裤	行业市场分析

(1) 西北地区	一次性内裤	行业市场规模	
(2) 西北地区	一次性内裤	行业市场现状	
(3) 西北地区	一次性内裤	行业市场规模预测	
第九节 2025-2032年中国	一次性内裤	行业市场规模区域分布	预测
第十二章	一次性内裤	行业企业分析(随数据更新可能有调整)	
第一节 企业一			
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 企业二			
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			
第三节 企业三			
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			

第四节 企业四

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

第五节 企业五

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

第六节 企业六

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

第七节 企业七

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

第八节 企业八

- 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

第九节 企业九

- 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

第十节 企业十

- 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

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032年中国	一次性内裤	行业发展前景分析与预测
第一节 中国	一次性内裤	行业未来发展前景分析
一、中国	一次性内裤	行业市场机会分析
二、中国	一次性内裤	行业投资增速预测
第二节 中国	一次性内裤	行业未来发展趋势预测
第三节 中国	一次性内裤	行业规模发展预测
一、中国	一次性内裤	行业市场规模预测
二、中国	一次性内裤	行业市场规模增速预测
三、中国	一次性内裤	行业产值规模预测
四、中国	一次性内裤	行业产值增速预测
五、中国	一次性内裤	行业供需情况预测
第四节 中国	一次性内裤	行业盈利走势预测
第十四章 中国	一次性内裤	行业研究结论及投资建议
第一节 观研天下中国	一次性内裤	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	一次性内裤	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	一次性内裤	行业品牌营销策略分析
一、	一次性内裤	行业产品策略
二、	一次性内裤	行业定价策略
三、	一次性内裤	行业渠道策略
四、	一次性内裤	行业推广策略
第四节 观研天下	分析师投资建议	

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202508/761234.html>