

中国婴儿卫生用品行业现状深度研究与发展前景 分析报告（2025-2032年）

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《中国婴儿卫生用品行业现状深度研究与发展前景分析报告（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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202503/746674.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: 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

一、婴儿卫生用品是吸收性卫生用品市场重要的组成部分之一，占比26.7%

婴儿卫生用品是当前吸收性卫生用品市场中重要的组成部分之一。吸收性卫生用品是一种随着经济发展和社会发展的必然产物。按产品类别及消费者的年龄分，吸收性卫生用品可分为婴儿卫生用品、女性卫生用品以及成人失禁用品。2023年在吸收性卫生用品市场中，婴儿卫生用品占比26.7%，仅次于女性卫生用品，是其第二大细分市场。

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

二、受新生儿数量减少影响，婴儿卫生用品市场规模有所收缩

我国婴儿卫生用品开始发展于上世纪90年代，并进入21世纪后，随着国民消费观念的变化，人们越来越重视婴幼儿用品的健康、卫生和便捷性，这使得市场得到了较大发展。但进入2021年以来，受新生儿数量减少、行业竞争激烈等影响，我国婴儿卫生用品市场规模呈现连续下滑态势。根据数据显示，2016-2024年我国出生人口从1883万人下降到了954万人。2017-2023年我国婴儿卫生用品市场规模从 583 亿元下降至 402 亿元，片单价也从 1.78 元/片降至 1.69 元/片。

数据显示：国家统计局，观研天下整理

数据显示：公开数据，观研天下整理

展望未来，我国婴儿卫生用品市场仍有一定的增长空间。这是因为随着国家“三孩政策”的实施和相关鼓励生育政策的完善，我国新生儿数量预计保持可观水平，婴幼儿卫生用品市场发展空间广阔。国内企业具备完整产业链和高制造效率，为行业持续发展提供了基础。随着城镇化进程和大众卫生意识提高，消费者对婴幼儿卫生用品的接受度增强，渗透机会增多。预计到2026年，我国婴儿纸尿裤市场规模将达635亿元，市场渗透率将增长至90.40%，接近发达国家的水平。

与此同时，产品升级及消费周期延伸有望缓解出生人口下行压力，一方面，消费者购买纸尿裤最考虑产品吸水性、使用体验、安全性，价格合理性则被排在这些考虑因素之后。随着人均收入水平的提升以及父母对婴儿的卫生、健康意识的提高，产品的吸收性、贴身性和舒适性更受重视，婴儿拉拉裤等中高端产品占比提高（根据生活用纸专委会，2022年内裤式婴儿纸尿裤占比为42.2%，同比提升1.5pct）；另一方面，从婴儿纸尿裤的消费人群来看，产品的消费周期正向幼童阶段延伸，驱动众多品牌厂商产品开发延展用户周期，有望缓解出生人口下行压力。

三、线上占比超六成，电商渠道替代超市成为主流

从销售渠道来看，婴儿卫生用品由于产品体积较大，囤货需求较强，因此随着消费者购物习惯的变化，线上渠道购买逐渐成为主流，占比超六成。有数据显示，2023年我国婴儿卫生用品线上、线下份额分别为61.6%、38.4%。

数据显示：公开数据，观研天下整理

目前我国婴儿卫生用品销售渠道呈现多元化趋势，包括超市、大卖场、当地小型杂货店等线下渠道，电商等线上去渠道。其中电商渠道替代超市成为主流。有数据显示，2023年在我国婴儿卫生用品销售市场中，电商渠道占比最大，达到61.6%；其次为超市，占比10.2%。

数据显示：公开数据，观研天下整理

此外，近年来，我国婴儿卫生用品线上线下渠道开始优势互补、相互融合，品牌商为了更好地触达消费者，采取线上线下整合营销策略，以提高品牌知名度和市场份额。

四、市场竞争较为激烈，宝洁、金佰利仍为行业寡头

从市场竞争来看，当前我国婴儿卫生用品行业生产企业众多，市场呈现国际品牌和国内品牌同台竞争、相互渗透的局面，竞争比较激烈。行业发展早期，以帮宝适、大王、花王、好奇为首的国际品牌凭借资本、技术、管理、品牌、成本、渠道等多方面的综合优势，占据着婴幼儿卫生用品行业的主要市场份额。国际品牌进入市场较早，并通过在中国自主建厂或者与国内企业合资的方式，引入发达国家的成熟产品和相关生产技术，通过提供优质产品赢得了众多消费者的信赖，逐渐稳固了自身高端的品牌形象。近2年来，我国纸尿裤市场竞争日趋激烈，2020年及2021年两年，前十大厂商销售份额已接近57%，销售额同比增长4.9%，市场整体开始出现品牌集中化的发展态势。

目前我国婴儿卫生用品市场主要有外资品牌宝洁、金佰利、花王、大王等，及内资品牌白贝壳（BabyCare）等。其中宝洁、金佰利为行业寡头，市占率常年稳居前二。有数据显示，2023年在我国婴儿卫生用品市场上，宝洁占比最大，其市占率为16.2%；其次为金佰利，市占率为14.8%。

数据显示：公开数据，观研天下整理（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《中国婴儿卫生用品行业现状深度研究与发展前景分析报告（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 婴儿卫生用品 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	婴儿卫生用品	行业发展概述
第一节	婴儿卫生用品	行业发展情况概述
一、	婴儿卫生用品	行业相关定义
二、	婴儿卫生用品	特点分析
三、	婴儿卫生用品	行业基本情况介绍
四、	婴儿卫生用品	行业经营模式
1、	生产模式	
2、	采购模式	
3、	销售/服务模式	
五、	婴儿卫生用品	行业需求主体分析
第二节 中国	婴儿卫生用品	行业生命周期分析
一、	婴儿卫生用品	行业生命周期理论概述
二、	婴儿卫生用品	行业所属的生命周期分析
第三节	婴儿卫生用品	行业经济指标分析
一、	婴儿卫生用品	行业的赢利性分析
二、	婴儿卫生用品	行业的经济周期分析
三、	婴儿卫生用品	行业附加值的提升空间分析
第二章 中国	婴儿卫生用品	行业监管分析
第一节 中国	婴儿卫生用品	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	婴儿卫生用品	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	婴儿卫生用品	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	婴儿卫生用品	行业发展环境分析	
第一节 中国宏观环境与对	婴儿卫生用品	行业的影响分析	
一、中国宏观经济环境			
一、中国宏观经济环境对	婴儿卫生用品	行业的影响分析	
第二节 中国社会环境与对	婴儿卫生用品	行业的影响分析	
第三节 中国对磷矿石易环境与对	婴儿卫生用品	行业的影响分析	
第四节 中国	婴儿卫生用品	行业投资环境分析	
第五节 中国	婴儿卫生用品	行业技术环境分析	
第六节 中国	婴儿卫生用品	行业进入壁垒分析	
一、	婴儿卫生用品	行业资金壁垒分析	
二、	婴儿卫生用品	行业技术壁垒分析	
三、	婴儿卫生用品	行业人才壁垒分析	
四、	婴儿卫生用品	行业品牌壁垒分析	
五、	婴儿卫生用品	行业其他壁垒分析	
第七节 中国	婴儿卫生用品	行业风险分析	
一、	婴儿卫生用品	行业宏观环境风险	
二、	婴儿卫生用品	行业技术风险	
三、	婴儿卫生用品	行业竞争风险	
四、	婴儿卫生用品	行业其他风险	
第四章 2020-2024年全球	婴儿卫生用品	行业发展现状分析	
第一节 全球	婴儿卫生用品	行业发展历程回顾	
第二节 全球	婴儿卫生用品	行业市场规模与区域分	婴儿卫生用品 情况
第三节 亚洲	婴儿卫生用品	行业地区市场分析	
一、亚洲	婴儿卫生用品	行业市场现状分析	
二、亚洲	婴儿卫生用品	行业市场规模与市场需求分析	
三、亚洲	婴儿卫生用品	行业市场前景分析	
第四节 北美	婴儿卫生用品	行业地区市场分析	
一、北美	婴儿卫生用品	行业市场现状分析	
二、北美	婴儿卫生用品	行业市场规模与市场需求分析	
三、北美	婴儿卫生用品	行业市场前景分析	
第五节 欧洲	婴儿卫生用品	行业地区市场分析	
一、欧洲	婴儿卫生用品	行业市场现状分析	
二、欧洲	婴儿卫生用品	行业市场规模与市场需求分析	
三、欧洲	婴儿卫生用品	行业市场前景分析	

第六节	2025-2032年全球	婴儿卫生用品	行业分	婴儿卫生用品	走势预测
第七节	2025-2032年全球	婴儿卫生用品	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	婴儿卫生用品	行业运行情况		
第一节	中国	婴儿卫生用品	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	婴儿卫生用品	行业市场规模分析		
一、影响中国 婴儿卫生用品 行业市场规模的因素					
二、中国 婴儿卫生用品 行业市场规模					
三、中国 婴儿卫生用品 行业市场规模解析					
第三节	中国	婴儿卫生用品	行业供应情况分析		
一、中国 婴儿卫生用品 行业供应规模					
二、中国 婴儿卫生用品 行业供应特点					
第四节	中国	婴儿卫生用品	行业需求情况分析		
一、中国 婴儿卫生用品 行业需求规模					
二、中国 婴儿卫生用品 行业需求特点					
第五节	中国	婴儿卫生用品	行业供需平衡分析		
第六节	中国	婴儿卫生用品	行业存在的问题与解决策略分析		
第六章	中国	婴儿卫生用品	行业产业链及细分市场分析		
第一节	中国	婴儿卫生用品	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、 婴儿卫生用品 行业产业链图解					
第二节	中国	婴儿卫生用品	行业产业链环节分析		
一、上游产业发展现状					
二、上游产业对 婴儿卫生用品 行业的影响分析					
三、下游产业发展现状					
四、下游产业对 婴儿卫生用品 行业的影响分析					
第三节	中国	婴儿卫生用品	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	婴儿卫生用品	行业市场竞争分析		
第一节	中国	婴儿卫生用品	行业竞争现状分析		

一、中国	婴儿卫生用品	行业竞争格局分析
二、中国	婴儿卫生用品	行业主要品牌分析
第二节 中国	婴儿卫生用品	行业集中度分析
一、中国	婴儿卫生用品	行业市场集中度影响因素分析
二、中国	婴儿卫生用品	行业市场集中度分析
第三节 中国	婴儿卫生用品	行业竞争特征分析
一、企业区域分	婴儿卫生用品	特征
二、企业规模分	婴儿卫生用品	特征
三、企业所有制分	婴儿卫生用品	特征
第八章 2020-2024年中国	婴儿卫生用品	行业模型分析
第一节 中国	婴儿卫生用品	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	婴儿卫生用品	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	婴儿卫生用品	行业SWOT分析结论
第三节 中国	婴儿卫生用品	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	婴儿卫生用品	行业需求特点与动态分析
第一节 中国	婴儿卫生用品	行业市场动态情况
第二节 中国	婴儿卫生用品	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 婴儿卫生用品 行业成本结构分析

第四节 婴儿卫生用品 行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国 婴儿卫生用品 行业价格现状分析

第六节 2025-2032年中国 婴儿卫生用品 行业价格影响因素与走势预测

第十章 中国 婴儿卫生用品 行业所属行业运行数据监测

第一节 中国 婴儿卫生用品 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 婴儿卫生用品 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 婴儿卫生用品 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 婴儿卫生用品 行业区域市场现状分析

第一节 中国 婴儿卫生用品 行业区域市场规模分析

一、影响 婴儿卫生用品 行业区域市场分 婴儿卫生用品 的因素

二、中国 婴儿卫生用品 行业区域市场分 婴儿卫生用品

第二节 中国华东地区 婴儿卫生用品 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 婴儿卫生用品 行业市场分析

(1) 华东地区 婴儿卫生用品 行业市场规模

(2) 华东地区	婴儿卫生用品	行业市场现状
(3) 华东地区	婴儿卫生用品	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	婴儿卫生用品	行业市场分析
(1) 华中地区	婴儿卫生用品	行业市场规模
(2) 华中地区	婴儿卫生用品	行业市场现状
(3) 华中地区	婴儿卫生用品	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	婴儿卫生用品	行业市场分析
(1) 华南地区	婴儿卫生用品	行业市场规模
(2) 华南地区	婴儿卫生用品	行业市场现状
(3) 华南地区	婴儿卫生用品	行业市场规模预测
第五节 华北地区 婴儿卫生用品 行业市场分析		
一、华北地区概述		
二、华北地区经济环境分析		
三、华北地区	婴儿卫生用品	行业市场分析
(1) 华北地区	婴儿卫生用品	行业市场规模
(2) 华北地区	婴儿卫生用品	行业市场现状
(3) 华北地区	婴儿卫生用品	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	婴儿卫生用品	行业市场分析
(1) 东北地区	婴儿卫生用品	行业市场规模
(2) 东北地区	婴儿卫生用品	行业市场现状
(3) 东北地区	婴儿卫生用品	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	婴儿卫生用品	行业市场分析
(1) 西南地区	婴儿卫生用品	行业市场规模

- (2) 西南地区 婴儿卫生用品 行业市场现状
- (3) 西南地区 婴儿卫生用品 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 婴儿卫生用品 行业市场分析

- (1) 西北地区 婴儿卫生用品 行业市场规模
- (2) 西北地区 婴儿卫生用品 行业市场现状
- (3) 西北地区 婴儿卫生用品 行业市场规模预测

第九节 2025-2032年中国 婴儿卫生用品 行业市场规模区域分 婴儿卫生用品 预测

第十二章 婴儿卫生用品 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 婴儿卫生用品 行业发展前景分析与预测

第一节 中国 婴儿卫生用品 行业未来发展前景分析

一、中国 婴儿卫生用品 行业市场机会分析

二、中国 婴儿卫生用品 行业投资增速预测

第二节 中国 婴儿卫生用品 行业未来发展趋势预测

第三节 中国 婴儿卫生用品 行业规模发展预测

一、中国 婴儿卫生用品 行业市场规模预测

二、中国 婴儿卫生用品 行业市场规模增速预测

三、中国 婴儿卫生用品 行业产值规模预测

四、中国 婴儿卫生用品 行业产值增速预测

五、中国 婴儿卫生用品 行业供需情况预测

第四节 中国 婴儿卫生用品 行业盈利走势预测

第十四章 中国 婴儿卫生用品 行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国 婴儿卫生用品 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 婴儿卫生用品 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 婴儿卫生用品 行业品牌营销策略分析

一、 婴儿卫生用品 行业产品策略

二、 婴儿卫生用品 行业定价策略

三、 婴儿卫生用品 行业渠道策略

四、 婴儿卫生用品 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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202503/746674.html>