

2021-2027年中国品牌纸尿裤 行业发展趋势与投资策略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国品牌纸尿裤行业发展趋势与投资策略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202105/220321.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

纸尿裤的核心关键技术是“芯体”。从技术层面来说，纸尿裤芯体至今共经历了三次革命。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。

最新研发的环保可降解的纸尿裤，以玉米纤维、大豆纤维或荞麦纤维提炼的原材料制造。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国品牌纸尿裤行业发展趋势与投资策略报告》共十四章。首先介绍了品牌纸尿裤行业市场发展环境、品牌纸尿裤整体运行态势等，接着分析了品牌纸尿裤行业市场运行的现状，然后介绍了品牌纸尿裤市场竞争格局。随后，报告对品牌纸尿裤做了重点企业经营状况分析，最后分析了品牌纸尿裤行业发展趋势与投资预测。您若想对品牌纸尿裤产业有个系统的了解或者想投资品牌纸尿裤行业，本报告是您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家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：

第一章 2015-2019年中国纸尿裤行业发展环境分析

第一节 2015-2019年中国人口结构分析

一、中国人口出生情况

二、中国人口地区分布状况

三、中国人口结构面临的六大问题

第二节 2015-2019年国内经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2021-2027年中国宏观经济发展预测分析

第三节 2015-2019年中国纸尿裤行业社会环境分析

一、消费观念

二、中国居民收入情况

三、城市化和人民生活水平

第二章 2015-2019年世界纸尿裤产业运行态势分析

第一节 2015-2019年世界一次性纸制品业运行简况

一、世界一次性纸制品市场特征分析

二、世界一次性纸制品行业发展成熟度分析

第二节 2015-2019年世界纸尿裤市场环境分析

一、世界人口增长趋势分析

二、俄罗斯出生人口发展情况

三、美国人口出生率扭转呈下降趋势

四、生育率提高推动法国人口快速增长

五、英国人口出生率大幅上升

六、俄罗斯用经济手段提高生育率

七、法国迎来25年来最大婴儿潮

第三节 2015-2019年全球纸尿裤市场运行态势分析

一、全球纸尿裤新品研发分析

二、2019年全球纸尿裤品牌分析

三、2019年全球纸尿裤销售分析

第四节 2015-2019年全球纸尿裤重点国家运行分析

一、英国

二、俄罗斯

三、法国

四、日本

第五节 2021-2027年世界纸尿裤行业新趋势探析

第三章 2015-2019年中国纸尿裤所属产业整体运行态势分析

第一节 2015-2019年中国一次性纸制品产业概述

一、金融风暴将加快行业洗牌

二、一次性纸制品市场继续稳步增长

三、国产设备水平迅速提高走向国际市场

四、一次性纸制品消费区域化差异大

第二节 2015-2019年中国纸尿裤产业运行总况

一、中国纸尿裤市场进入高速增长期

二、小纸尿裤蕴含大市场

三、纸尿裤质量情况分析

第三节 2015-2019年我国纸尿裤业市场新亮点呈现

一、纸尿裤季节 特性

二、纸尿裤产品创新特点

三、纸尿裤市场服务特点

四、纸尿裤市场品牌特性

第四节 2015-2019年我国纸尿裤品牌结构分析

一、高端品牌

二、中低端品牌

第五节 2015-2019年我国纸尿裤产业发展中热点问题探讨

第四章 2015-2019年中国纸尿裤制造所属行业数据分析

第一节 2015-2019年中国纸尿裤制造行业总体数据分析

一、2014年中国纸尿裤制造行业全部企业数据分析

二、2015年中国纸尿裤制造行业全部企业数据分析

三、2019年中国纸尿裤制造行业全部企业数据分析

第二节 2015-2019年中国纸尿裤制造行业不同规模企业数据分析

一、2014年中国纸尿裤制造行业不同规模企业数据分析

二、2015年中国纸尿裤制造行业不同规模企业数据分析

三、2019年中国纸尿裤制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2015-2019年中国纸尿裤制造行业不同所有制企业数据分析

一、2014年中国纸尿裤制造行业不同所有制企业数据分析

二、2015年中国纸尿裤制造行业不同所有制企业数据分析

三、2019年中国纸尿裤制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2015-2019年中国纸尿裤行业生产状况分析

第一节 2014年中国纸尿裤产量数据分析

一、2014年全国纸尿裤产量数据分析

二、2014年纸尿裤重点省市数据分析

第二节 2015年中国纸尿裤产量数据分析

一、2015年全国纸尿裤产量数据分析

二、2015年纸尿裤重点省市数据分析

第三节 2019年中国纸尿裤产量数据分析

一、2019年全国纸尿裤产量数据分析

二、2019年纸尿裤重点省市数据分析

第六章 2015-2019年中国纸尿裤行业市场消费形势分析

第一节 2015-2019年中国纸尿裤消费需求特征分析

一、城镇和农村消费者需求特征

二、不同收入层次家庭需求特征

三、纸尿裤等细分产品的需求特征

四、纸尿裤消费的决策过程分析

第二节 2015-2019年中国纸尿裤行业供需状况

一、纸尿裤市场消费层次

二、纸尿裤需求状况

三、影响市场消费的因素分析

第三节 2015-2019年中国纸尿裤重点市场消费情况分析

一、2019年中国纸尿裤十大一线城市销售情况

二、2019年中国纸尿裤十大一线城市品牌份额分析

第四节 2015-2019年中国纸尿裤价格分析

一、品牌价格走势分析

二、影响价格的因素分析

第七章 2015-2019年中国婴幼儿纸尿裤市场消费调研

第一节 受访者基本情况分析

一、消费者年龄

二、消费者家庭收入情况

三、学历情况

四、受访者不用纸尿裤的原因分析

第二节 2015-2019年纸尿裤消费者使用习惯调查分析

一、消费者纸尿裤品牌使用情况分析

二、消费者购买纸尿裤渠道分析

三、消费者使用纸尿裤频率分析

四、消费者对纸尿裤使用的满意程度分析

五、消费者对纸尿裤价格敏感度分析

第三节 2015-2019年纸尿裤品牌信息传播渠道分析

一、消费者对纸尿裤促销方式偏好分析

二、消费者获取纸尿裤信息渠道分析

第四节 2015-2019年消费者购买纸尿裤时的选择要素分析

第八章 2015-2019年中国纸尿裤行业市场营销模式与策略分析

第一节 2015-2019年中国纸尿裤主要营销模式分析

一、直营模式

二、代理经销商模式

三、大型综合连锁卖场模式

四、网络营销

第二节 2015-2019年中国纸尿裤营销策略分析

一、锁定目标人群

二、定位突出产品功能

三、实施价格覆盖

四、市场传播渠道及方式

六、呈现清晰卖点

第三节 2015-2019年中国纸尿裤企业营销模式建议

第九章 2015-2019年中国纸尿裤主要区域市场竞争格局

第一节 华北地区

一、纸尿裤市场容量分析

二、区域纸尿裤市场品牌分布情况

三、区域消费水平及偏好分析

四、区域市场前景分析

第二节 东北地区

第三节 华东地区

第四节 华中地区

第五节 华南地区

第六节 西南地区

第十章 2015-2019年中国纸尿裤竞争新格局透析

第一节 2015-2019年中国纸尿裤竞争总况

一、纸尿裤竞争日趋激烈质量成隐忧

二、纸尿裤品牌竞争力分析

三、纸尿裤价格竞争分析

第二节 2015-2019年中国纸尿裤产业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 中国纸尿裤竞争策略分析——技术创新

第四节 2021-2027年中国纸尿裤竞争趋势分析

第十一章 2015-2019年国际知名纸尿裤生产企业运行态势浅析

第一节 宝洁

一、公司基本概况

二、产品在华市场销售情况分析

三、企业竞争力分析

四、国际化战略发展分析

第二节 金佰利

一、公司基本概况

二、产品在华市场销售情况分析

三、企业竞争力分析

四、国际化战略发展分析

第三节 恒安

一、公司基本概况

二、产品在华市场销售情况分析

三、企业竞争力分析

四、国际化战略发展分析

第四节 尤妮佳

一、公司基本概况

二、产品在华市场销售情况分析

三、企业竞争力分析

四、国际化战略发展分析

第十二章 2015-2019年中国纸尿裤行业主要品牌企业竞争力及动态分析

第一节 纸尿裤行业主要企业基本情况

一、恒安集团

1、公司简介

2、恒安集团引领中国纸尿裤产业发展

3、恒安集团的竞争策略分析

4、恒安集团在贸易战中改革谋发展

二、好奇纸尿裤

三、帮宝适纸尿裤

四、妈咪宝贝纸尿裤

五、贝亲pigeon纸尿裤

六、安儿乐纸尿裤

七、嘘嘘乐纸尿裤

八、金贝贝纸尿裤

九、菲比纸尿裤

十、雀氏（福建）实业发展有限公司（雀氏纸尿裤）

十一、上海花王有限公司（花王纸尿裤）

第二节 纸尿裤所属行业主要企业经济指标对比分析

一、销售收入对比

二、利润总额对比

三、总资产对比

四、工业总产值对比

第三节 纸尿裤所属行业主要企业盈利能力对比分析

一、销售利润率对比

二、销售毛利率对比

三、资产利润率对比

四、成本费用利润率对比

第四节 纸尿裤所属行业主要企业运营能力对比分析

一、总资产周转率对比

二、流动资产周转率对比

三、总资产产值率对比

第五节 纸尿裤所属行业主要企业偿债能力对比分析

一、资产负债率对比

二、流动比率对比

三、速动比率对比

第十三章 2021-2027年中国纸尿裤行业发展趋势预测分析

第一节 2021-2027年中国婴幼儿纸尿裤产品及经营方式发展趋势

一、婴幼儿纸尿裤呈现四大发展趋势

二、安全、卫生成为婴幼儿纸尿裤的流行趋势

三、婴儿用品经营方式发展趋势

第二节 2021-2027年中国婴幼儿纸尿裤市场前景预测

一、婴幼儿用品行业整体前景看好

二、纸尿裤市场前景广阔

三、纸尿裤蕴藏巨大市场

第三节 2021-2027年中国纸尿裤产品市场盈利预测分析

第十四章 2021-2027年中国纸尿裤行业投资战略研究

第一节 2015-2019年中国纸尿裤行业投资概况

一、纸尿裤行业投资特性分析

二、纸尿裤行业投资环境分析

第二节 2021-2027年中国纸尿裤行业投资机会分析

一、纸尿裤市场投资潜力分析

二、纸尿裤市场投资吸引力分析

第三节 2021-2027年中国纸尿裤行业投资风险分析

一、市场风险

二、竞争风险

三、原材料价格波动的风险

四、经营风险

五、政策风险

部分图表目录：

图表：2013-2019年国内生产总值

图表：2013-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2013-2019年国家外汇储备

图表：2013-2019年财政收入

图表：2013-2019年全社会固定资产投资

图表：2019年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2019年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2019年中国三产业增加值结构图

图表：2010-2019年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2010-2019年我国总人口数量增长趋势图

图表：2019年人口数量及其构成

图表：2010-2019年中国城镇化率走势图

图表：2013-2019年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2014-2019年中国纸尿裤制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2014-2019年中国纸尿裤制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2014-2019年中国纸尿裤制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2014-2019年中国纸尿裤制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2019年中国纸尿裤制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2019年中国纸尿裤制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2019年中国纸尿裤制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2019年中国纸尿裤制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2014-2019年中国纸尿裤制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2014-2019年中国纸尿裤制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2014-2019年中国纸尿裤制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2014-2019年中国纸尿裤制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2014-2019年中国纸尿裤制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2014-2019年中国纸尿裤制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2014-2019年中国纸尿裤制造行业主要盈利能力指标分析

图表：中国历年成人失禁用品的消费量统计

图表：2000-2019年婴儿纸尿裤的消费量和市场渗透率统计

图表：2021-2027年婴儿纸尿裤市场预测统计

图表：2015-2019年综合排序前10位的婴儿纸尿裤制造商统计

图表：中国新生儿出生情况表

图表：中国新生儿出生地区分布状况图

图表：消费者年龄

图表：消费者家庭收入情况

图表：学历情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202105/220321.html>