



纸尿裤

张晨琳 · 头豹分析师

2023-06-07

未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：

制造业/造纸和纸制品业/纸制品制造

消费品制造/纺织服饰

关键词：

纸尿裤

行业现状

发展前景



词条目录

 行业定义 纸尿裤由无纺布、纸、绒毛浆、高吸水性树脂等材料制... AI访谈	 行业分类 纸尿裤按照使用的人群可分为婴儿纸尿裤和成人失禁用品... AI访谈	 行业特征 纸尿裤行业特征包括：国产品牌崛起、成人纸尿裤市场潜... AI访谈	 发展历程 纸尿裤行业目前已达到 3个阶段 AI访谈
 产业链分析 上游分析 中游分析 下游分析 AI访谈	 行业规模 纸尿裤行业规模星级报告 1篇 AI访谈 数据图表	 政策梳理 纸尿裤行业相关政策 5篇 AI访谈	 竞争格局 中国纸尿裤市场呈现出一超多强的局面。纸尿裤市场竞争... AI访谈 数据图表

摘要

随着经济快速发展，消费者育儿观念及消费水平发生变化，对于产品选择更加理性，愈加重视产品舒适性、安全性、环保性等。产品不断迭代升级是企业在同质化产品竞争中制胜的关键。近几年由于居民生育观念转变，中国新生人口数量持续减少，婴儿纸尿裤的消费规模增速下滑。中国出台二孩三孩政策及相关保障措施鼓励生育，减缓新生人口下降趋势，使得婴幼儿纸尿裤行业稳定发展。与此同时，中国人口老龄化程度不断加深带动了成人纸尿裤的发展，中国国产品牌抓住了成人纸尿裤发展的机遇，成人纸尿裤市场发展前景广阔。（该词条由云实习学员张晨琳于2023年6月编写完成）

纸尿裤行业定义

纸尿裤由无纺布、纸、绒毛浆、高吸水性树脂等材料制成，是一种常用于婴幼儿及成人的一次性使用物品，它的主要作用是吸收和包裹尿液、防止渗漏、保持干爽舒适。纸尿裤透气柔软且携带方便，可避免由于过于潮湿而引发的皮肤问题，作为一种个人卫生用品对婴幼儿的健康成长及成人的生活有很大帮助。婴幼儿纸尿裤的市场普及率高，市场销量也高于成人纸尿裤，但由于人口老龄化程度的不断加深，成人纸尿裤市场具有很大的发展空间。^[1]

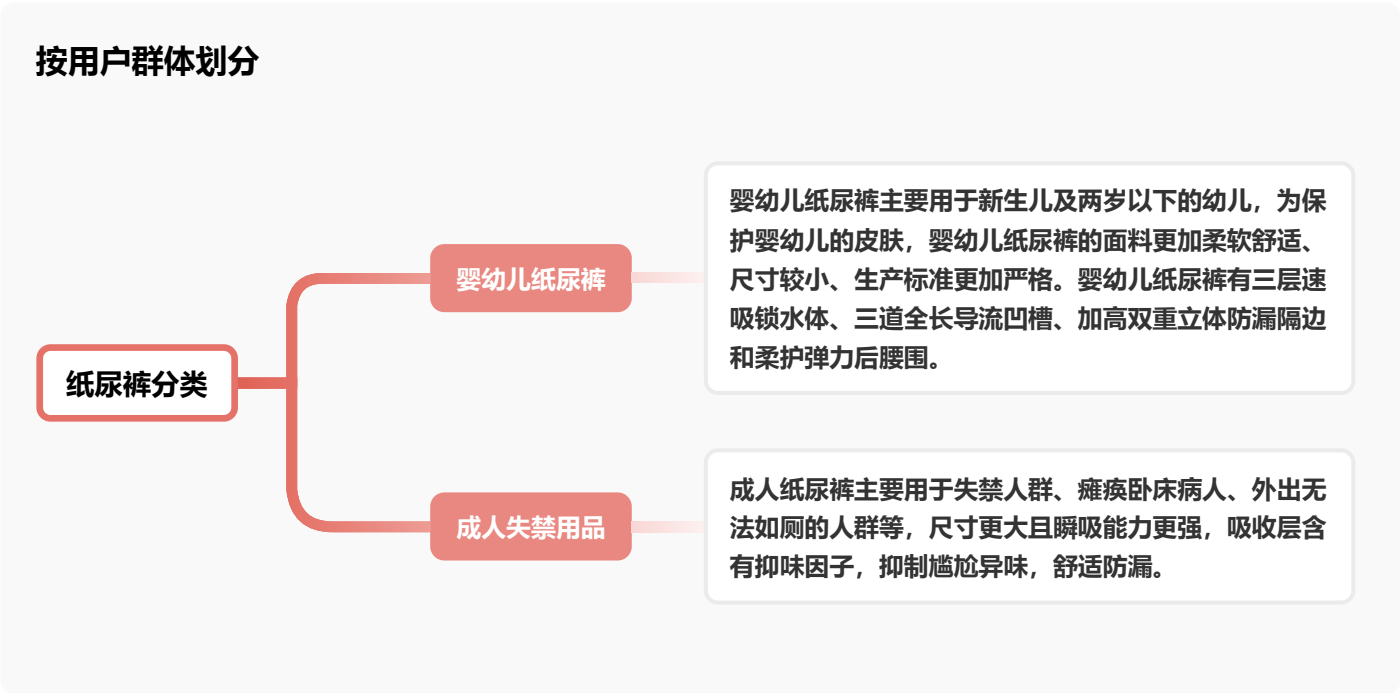
并购家 免费行业报告网

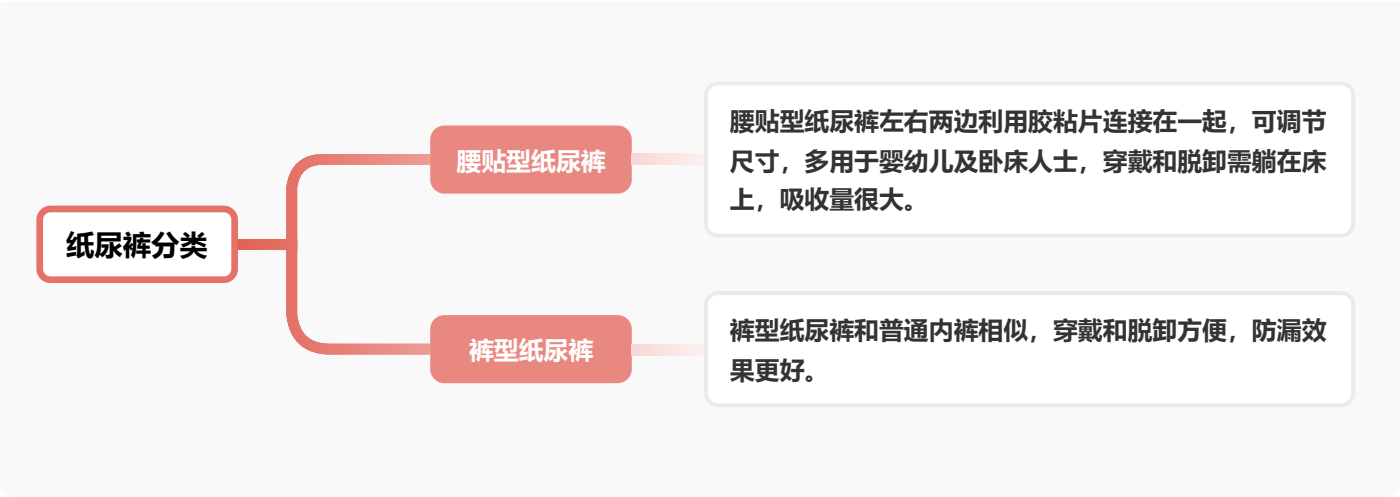
IPOIPO.CN 每日更新 不用注册会员 无广告 永久免费

[1] 1: 中国知网

纸尿裤行业分类

纸尿裤按照使用的人群可分为**婴儿纸尿裤**和**成人失禁用品**。婴儿和成人体型具有很大差异，新生儿的皮肤极为娇嫩，纸尿裤需有更加严格的标准，而成人的体型大，尿液量大，对于纸尿裤的尺寸和吸收量要求更高。**按照产品结构的不同，纸尿裤可分为纸尿裤和护理垫**。纸尿裤和护理垫都属于一次性用品，使用简单方便。**按照穿戴方式的不同，纸尿裤可分为腰贴型纸尿裤和裤型纸尿裤**。^[2]





[2] 1: 中国知网

[3] 1: 中国知网

[4] 1: 中国知网

[5] 1: 中国知网

纸尿裤行业特征

纸尿裤行业特征包括：国产品牌崛起、成人纸尿裤市场潜力巨大和产品创新愈加重要。^[6]

1 国产品牌崛起

中国纸尿裤市场中国产品牌占比不断增加。

中国国产品牌逐步扩大市场份额，奋起直追。由于消费者趋于理性、品牌竞争加剧、婴儿纸尿裤品牌“忠诚度”不高、用户粘性不足，导致近年来纸尿裤行业集中度有所下降，头部外资品牌寡头地位被撼动。受益于国潮风气的兴起，中国本土制造商凭借快速迭代的产品开发能力以及不断提升的产品质量而异军突起，中国国产纸尿裤品牌销售额和市场占有率快速提升，例如百亚股份公司不断加大研发投入，研发费用率由2018年的1.25%增长到2022年的2.73%，如今百亚股份已发展成为中国纸尿裤市场领先的本土企业代表之一。成人纸尿裤市场扩大使得中国国产品牌发展有了新方向。中国成人纸尿裤市场渗透率不高，发展前景广阔。2022年成人纸尿裤市场规模为119.9亿元，预计在2027年达到388.76亿元。中国国产品牌抓住了成人纸尿裤发展的机会，例如杭州可靠护理用品股份有限公司推出加强型夜用成人纸尿裤；杭州珍琦推出具有抗菌除臭功能的成人纸尿裤等。

[7]

中国人口老龄化程度不断加深促进了成人纸尿裤市场的发展。

随着消费观念的变化，消费者对纸尿裤的需求不断增大，对于纸尿裤的需求也愈加多样化。中国人口老龄化严重，2022年65岁及以上的人数有20,978万人，相比于2021年增长922万人，占中国总人口的14.9%，成人纸尿裤市场规模不断扩大，2022年成人纸尿裤市场规模增长率为32.21%，发展空间巨大。在成人纸尿裤方面，中国消费者对于成人纸尿裤更愿意购买中国国产品牌，目前在电商平台上销售量排名靠前的分别为COCO可靠、优帮、Palmjoy手心呵护、康福瑞这几大中国国产品牌。由于价格 and 市场需求因素，医疗机构也更愿意与中国国产品牌合作，中国国产品牌在成人纸尿裤市场的发展潜力巨大。政策支持助力成人纸尿裤快速发展，随着中国人口老龄化程度日益增加，养老保障和养老服务的需求急剧增加。中国出台相关政策支持与老年人口相关产业的发展，例如十四五规划为推动老龄事业和产业协同发展，构建多样化养老服务体系提供了指导性意见。

3 产品创新愈加重要

产品不断迭代升级是在同质化产品竞争中制胜的关键。

消费升级与人民生活水平的提高，使得消费者对于纸尿裤产品的需求更加多样化。随着科技的发展，产品迭代升级愈加重要。由于纸尿裤产品同质化严重，消费者对于产品的忠诚度低，为增强产品的竞争力，品牌积极投入研发，在满足基本吸液能力的基础上，推出除臭、抗菌、透气等升级款产品，例如金佰利旗下的品牌为轻度失禁人群设计安心巾。除此之外，各大品牌与时尚IP联名，生产更具特色的产品，例如好奇品牌推出好奇皮卡丘铂金装纸尿裤。

[6] 1: 中国知网

[7] 1: <http://www.stats.g...> 2: <http://www.stats.g...> 3: 中国知网 观之海内信息...

纸尿裤发展历程

纸尿裤行业最早起源于20世纪40年代，瑞典人鲍里斯特尔姆发明两件式纸尿裤，是纸尿裤行业发展的雏形。**20世纪60年代，美国宝洁公司推出“帮宝适”，开创了纸尿裤行业的先河。**在20世纪八九十年代，纸尿裤的产品经历多次更新，产品逐渐发展成熟。随着中国经济快速发展，纸尿裤引入中国，外资厂商引入先进设备和技术，纸尿裤行业进入快速发展阶段。进入21世纪后，随着消费观念的变化，消费者对纸尿裤的需求更加多样化，消费者愈加注重纸尿裤的舒适性、材质与吸收量。与此同时，环保政策出台，消费者对纸尿裤环保方面的要求愈加高涨。2015年，中国前后实施单独两孩、全面两孩政策；2021年，中国实施三孩生育政策，新生儿数量下降趋势减缓，使得纸尿裤市场保持稳定发展。中国人口老龄化严重，对于成人纸尿裤的需求愈来愈多，成人纸尿裤的市场不断扩大。在纸尿裤庞大消费需求的推动下，中国涌现许多新兴产业。全球领先的纸尿裤都在中国生

产经营，在中国市场占有很高的份额，中国纸尿裤市场竞争激烈。随着科技的创新发展，纸尿裤产品生产将更加多样化，以满足不同消费者的需求。^[8]

萌芽期 · 1940~1970

20世纪40年代，两件式纸尿裤开始出现。20世纪60年代初，日本一家公司发明了世界上第一款纸尿裤。1961年，宝洁首创的全新产品——婴儿纸尿裤“帮宝适”推出。帮宝适为长方形形状，没有弹性和胶粘片，使用无纺布和绒毛浆作为液体渗透层和吸收层，用安全针进行固定。在这个阶段，纸尿裤主要用于婴幼儿，纸尿裤行业的发展有了雏形。“帮宝适”地推出说明纸尿裤形态的出现且成功商业化。

启动期 · 1971~2000

20世纪70年代，纸尿裤的形态和结构发展趋于成熟，生产企业开始使用吸收量很强的高分子吸水树脂材料和可粘贴的胶带。20世纪80年代，美国宝洁公司旗下所属品牌pampers和日本花王公司旗下品牌Merries进入中国市场，中国婴幼儿纸尿裤市场进入起步阶段。1997年前后，成人纸尿裤产品出现。在此阶段，婴幼儿纸尿裤产品更新迭代，形态结构趋于成熟，成人纸尿裤产品进入大众视野。

高速发展期 · 2001~2023

进入21世纪，纸尿裤的使用更加普遍，消费者对于纸尿裤的需求更加精细化，各个品牌推出超薄、透气亲肤等概念产品。中国生育政策的实施使得婴幼儿纸尿裤市场规模稳定发展；中国人口老龄化程度不断加深导致成人纸尿裤需求增加，许多新兴产业加入纸尿裤行业的赛道，纸尿裤产品供给增加，类型更加多样化。随着网络购物兴起，纸尿裤销售渠道不再只有单一的线下实体店面，电商渠道销售成为了销售的主力军。全球纸尿裤市场规模巨大，未来仍将保持快速增长的趋势。中国纸尿裤市场将继续保持高速增长。与此同时，科技的创新应用将进一步提高纸尿裤的品质和功能。纸尿裤行业产品更加多样化，以满足不同消费者的需求。产品的创新能力是企业同质化竞争中取胜的关键。

[8] 1: <https://www.dong...> 2: 观知海内信息网 中国知网

[9] 1: <https://www.dong...> 2: 观知海内信息网

纸尿裤产业链分析

纸尿裤行业已形成较为完整的产业链，上游的原材料主要以木浆纸、绒毛浆、无纺布、高吸水性树脂（SAP）、弹性体、热熔胶等组成，主要代表企业有山东华强无纺布有限公司、江苏金龙科技股份有限公司、菲尼克斯电气有限公司、巴斯夫（中国）有限公司、杭州豪悦护理用品股份有限公司等。**中游是对纸尿裤的生产，是纸尿裤行业产业链中最为重要的一环。**龙头企业有：宝洁（P&G）、花王、妈咪宝贝、好奇、倍康等。纸尿裤行业产业链下游主要包括各种销售渠道、零售商和消费者。其中，消费者是纸尿裤行业产业链下游最重要的部分。纸尿裤的销售渠道分为线上和线下两部分。线上渠道有电商直播平台、旗舰店及其他线上平台。线下销售渠道包括母婴专卖店、超市、品牌专卖店等。

根据消费者需求多样化，纸尿裤产业链各方不断创新迭代。纸尿裤的成本主要集中在上游原材料部分，原材料价格的波动导致纸尿裤成本变化。近年来，随着科技创新与更多企业加入纸尿裤市场，纸尿裤主要原材料由进口逐步转变为国产，使得原材料的成本下降，导致供应商的议价能力降低。纸尿裤行业发展前景广阔，更多新兴企业加入纸尿裤市场分一杯羹，在激烈的市场竞争环境中，技术对纸尿裤行业发展愈加重要。在消费者层面，由于消费升级、育儿观念的转变、人口老龄化、环保意识的增强、经济的发展和科技的进步促使纸尿裤行业产品迭代升级，消费者对于纸尿裤拥有更多的要求，消费者的议价能力增强。^[10]

产业链上游

[11]

生产制造端

原材料供应商

上游厂商

山东华强无纺布有限公司 >

江苏金龙科技股份有限公司 >

菲尼克斯（中国）投资有限公司 >

查看全部

产业链上游说明

纸尿裤行业产业链上游主要以木浆、绒毛浆供应商、无纺布供应商和高吸水性树脂供应商为主。**根据原材料分析**，木浆是纸尿裤生产的重要原材料之一，因此木浆供应商在纸尿裤行业产业链上游中占据重要地位。根据中国造纸协会调查资料，2022年全国纸浆生产总量8,587万吨，较上年增长5.01%。其中，木浆2,115万吨，较上年增长16.9%。**这表明木浆供应商在产业链中分配情况较好。**无纺布也是纸尿裤的重要原材料之一，是纸尿裤行业产业链上游的重要组成部分。高吸水性树脂（SAP）是一种功能性高分子材料，能吸收数百倍至数千倍高于自身重量的水，保水性极强，是生产纸尿裤的重要原材料。**其他辅助材料供应商在纸尿裤产业链中的地位相对较低，但它们对纸尿裤的生产也有着重要的作用。**目前，市场上主要的胶体供应商有美国杜邦、日本三菱化学、德国拜耳等。其他辅助材料供

应商则包括各种粘合剂、染料、香料等。这些供应商在产业链中的分配情况较为均衡。**根据生产成本分析**，在2020年前后，由于新冠疫情的影响，绒毛浆的需求量增加，价格也飞速增长，由2017年的每吨800美元增长到每吨2,000美元。无纺布的价格是每千克20-25元，尽管中国无纺布的产量逐步增加，但主要还是以进口为主，价格波动大。吸收材料的成本占纸尿裤成本的60%以上，随着原材料价格波动，纸尿裤成本也发生变化。**根据议价能力分析**，纸尿裤行业发展前景广阔，对原材料的需求增加，吸引更多新兴企业加入纸尿裤原材料的赛道，纸尿裤原材料供给增加，供应商的议价能力减弱。

中

产业链中游

品牌端

纸尿裤生产商

中游厂商

- 花王（中国）投资有限公司 >
- 大王（南通）生活用品有限公司上海分公司 >
- 宝洁（中国）有限公司 >
- 查看全部 >

产业链中游说明

根据头部企业分析，纸尿裤龙头产业主要有：花王（KAO）、宝洁（P&G）、妈咪宝贝、尤妮佳、大王等。自20世纪末国外纸尿裤品牌进入中国市场，中国纸尿裤行业市场主要以国外知名品牌为主，如：花王，帮宝适等。随着中国经济发展，涌现出一些知名国产品牌，如：百亚、好之、丹宁、Babycare等。更多品牌对研发持续加大投入，提升产品功能，提高竞争力，*例如花王公司在纸尿裤领域拥有较强的技术实力，其拥有的超薄芯体技术更是成为了其产品的核心竞争力*；百亚股份公司不断加大研发投入，研发费用率由2018年的1.25%增长到2022年的2.73%，形成研发技术优势。与此同时，更多新兴品牌加入纸尿裤行业的赛道，产品物美价廉，如恒安国际。**根据盈利能力分析**，一条基础型纸尿裤生产成本约为0.72元/片（不含税），以40%的平均毛利水平计算，一片纸尿裤的出厂价约为1.2元/片（不含税），消费者现阶段购买纸尿裤的价格集中在2-2.5元/片，而对于纸尿裤的期望价格是2元/片及以下。对原材料来源控制较好的企业会具有成本优势。而在2021年前后，由于疫情的影响，木浆等原材料的价格居高不下，受此影响，恒安集团整体毛利下跌约1.1%至76.89亿元，整体毛利率34.0%，经营利润下跌36.9%至28.69亿元，净利润下跌41.2%至19.25亿元。中国对纸浆进口过于依赖，进口纸浆的价格波动，许多中国国产新兴品牌生存受到威胁。如小鹿科技。与之相反，有些企业从上游就控制了产品的成本与质量，如太阳纸业。太阳纸业在2015年与美国阿肯色州州长签订了项目投资合作备忘录，拟在美国阿肯色州投资建设年产能70万吨的绒毛浆项目，该生产线既可以生产绒毛浆，又可生产针叶化学木浆，能够灵活的应对市场需求。**根据渠道成本分析**，随着经济科技快速发展，线上电商平台成为纸尿裤销售的主要途径之一，线上渠道占比由2015年的29%增长到2020年

的49%，线上销售减少了线下的营销费用，减少了门店租赁费用，渠道成本降低使得纸尿裤成本降低，更有竞争力。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

纸尿裤销售商、消费者

渠道端

淘宝（中国）软件有限公司 >

京东科技控股股份有限公司 >

唯品会（中国）有限公司 >

查看全部

产业链下游说明

根据用户画像分析，纸尿裤应用主要集中在家庭和医疗机构。在家庭中，纸尿裤是宝宝的必需品，而在医疗机构中，成人纸尿裤则是老人的重要生活用品。除此之外，纸尿裤也用于外出为节省时间或者所处环境上厕所不方便的人群，如宇航员。进入21世纪，随着经济发展，更多人接受使用纸尿裤。据中国国家统计局官网数据，2022年年末65岁以上人口20,978万人，相比于2021年增长922万人，成人纸尿裤市场需求增加。2015年和2021年中国相继出台二孩和三孩政策，2022年出生人口956万人，新生儿数量下降趋势减缓。消费观念和育儿观念的转变，使得婴幼儿纸尿裤需求扩大。如今婴幼儿的父母是婴幼儿纸尿裤的主要消费者，他们对纸尿裤的舒适性、防漏性、安全性、环保性和价格有了更高的要求，希望购买到物美价廉的商品。在成人方面，纸尿裤使用群体主要是老年人和残障人士。成人体型更大，对于纸尿裤吸收量、防漏、除味等方面有更高的要求。**根据渠道分析**，随着经济和科技的发展，纸尿裤的销售渠道除了传统的超市和母婴用品专卖店之外，消费者线上购物的热情愈加高涨，线上的电商平台的市场份额逐年增长，成为纸尿裤销售的重要渠道，线上渠道占比由2015年的29%增长到2020年的49%。现阶段，75.8%的消费者通过线上线下双渠道购买纸尿裤。线上电商平台成为纸尿裤销售的主要途径之一。

[10] 1: <https://www.dong...> 2: <http://www.stats.g...> 3: 观之海内信息网 国家统...

[11] 1: <https://www.sohu....> 2: <http://www.stats.g...> 3: <https://www.dong...> 4: <http://field.10jqka....> 5: <https://www.dong...> 6: <https://www.dong...> 7: 搜狐网 中国造纸协会 中...

纸尿裤行业规模

中国纸尿裤市场规模持续增长，从2018年的641.42亿元增长到2022年的672.08亿元。2018年-2020年增长速度减缓，且在2021和2022年出现负增长，2018-2022年年复合增长率为1.17%，2022年市场规模达到672.08亿元，是2018年的1.04倍。预计未来纸尿裤行业规模将不断扩大，到2027年可达到946.13亿元。

多因素共同促进纸中国尿裤市场发展。**从政策方面看**，2017年国务院颁布《“十三五”国家老龄事业发展和养老体系建设规划》，提出增加老年用品供给，引导支持相关行业、企业围绕健康促进、健康检测可穿戴设备、慢性病治疗、康复护理、辅助器具等重点领域，推进老年人适用产品、技术的研发和应用。伴随着国家支持力度的加大，中国成人纸尿裤市场发展前景广阔。在2021年前后，由于新生儿数量减少，导致婴儿纸尿裤市场规模降低，纸尿裤市场规模出现负增长。中国出台2021年三孩政策及相关措施，鼓励生育，使得出生人口下降的趋势有所缓解，2021年新生儿数量1,062万，相比于2020年下降了11.5%，而2022年新生人口数量为956万，相比于2021年下降了9.98%，新生人口下行趋势有所缓解。**从需求方面看**，2022年65岁及以上的老人有20,978万人，全国人口141,175万人，占全国总人口的14.9%，相比于2019年增加了19.2%，2018-2022年复合年均增长率为5.93%，中国老年人口日益增加，对于成人纸尿裤需求增加。**育儿观念的转变和消费升级拉动纸尿裤市场发展**。随着人民生活水平的提高和可支配收入的增加，纸尿裤的市场渗透率也不断增加，纸尿裤的使用范围及使用频率也不断上升，纸尿裤市场规模稳定增长。**从渠道方面看**，以前纸尿裤的销售渠道主要是线下母婴用品专卖店和超市等，随着技术的发展和网民规模的扩大，线上电商平台逐渐成为纸尿裤销售的重要渠道。据中国国家统计局统计，2022年全年实物商品网上零售额119,642亿元，比上年增长6.2%，占社会消费品零售总额的比重为27.2%，线上购物的普及使纸尿裤的销售范围扩大，使得纸尿裤销售更加方便。**政策、需求和科技等多个因素共同助力纸尿裤市场规模扩大，纸尿裤市场发展潜力巨大。**

从纸尿裤市场规模的预算中可以看出，预计2023-2027年中国纸尿裤市场规模将不断扩大，预计2027年纸尿裤市场规模将增加到946.13亿元，年复合增长率为8.36%。**从需求方面看**，预计2023年新生人口为875万人，2027年降至758万，2023-2027年年复合增长率为-3.77%，新生人口数量不断下降导致婴幼儿纸尿裤市场规模将在一定时间内呈现下行趋势。人口老龄化导致老年人口不断增加，2022年为20,978万人，预计2027年将达到28,473万人，增长7,495万人，年复合增长率为6.3%。2022年成人纸尿裤实际使用人数有1,594.33万人，预计2027年将达到3,949.21万人，增长2,354.88万人，年复合增长率为19.9%。**中国居民对于成人纸尿裤消费观念转变，成人纸尿裤市场渗透率不断增加，预计将在2027年达到13.87%，成人纸尿裤市场将会维持中高增速增长。婴幼儿纸尿裤市场规模下降，但成人纸尿裤市场规模稳步扩张为纸尿裤行业注入活力，导致整个纸尿裤行业市场呈现上升趋势，纸尿裤刚性需求增长稳健。****从技术方面看**，随着科技发展，纸尿裤将更加多样化和精细化，创新将是在各个品牌在同质化产品竞争中取胜的关键。如百亚股份2019-2022年的研发费用率分别为1.57%，2.4%，3.49%，2.73%，研发投入不断增加，迎合消费者需求，生产更加舒适的纸尿裤。再比如在纸尿裤上加入创新元素，与各种时尚IP联名。如好奇纸尿裤上印上皮卡丘、哆啦A梦等，以此提高价格，吸引消费者买单。另一方面，网民规模不断扩大，线上购物愈加重要，2022年中国实物商品的网上零售额达到119,642亿元，比上年增长6.2%，随着社会经济的发展，线上购物将更加便利。线上线下融合的销售渠道将进一步扩大纸尿裤市场规模。^[12]

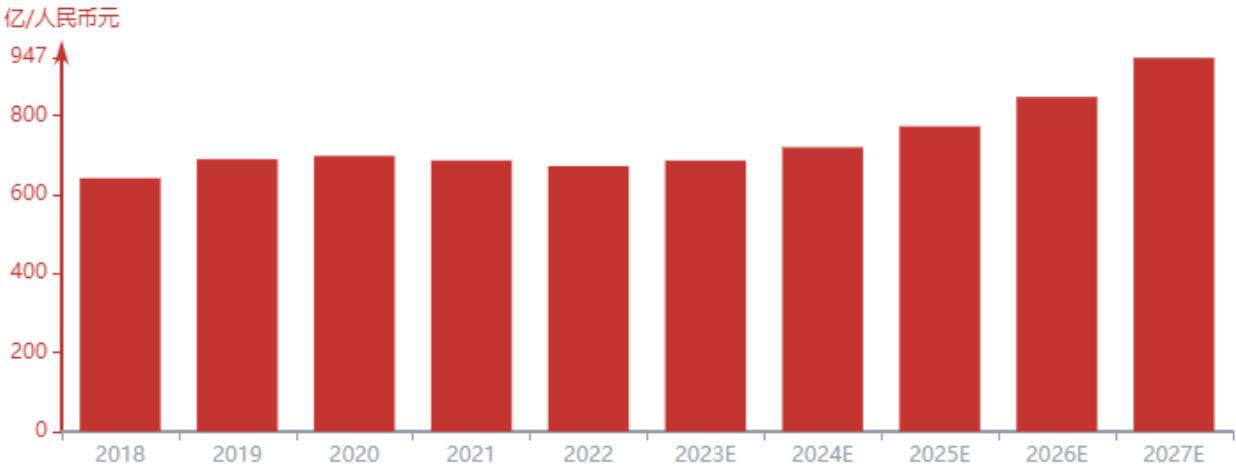
纸尿裤市场规模

★★★★★ 4星评级

纸尿裤行业规模



纸尿裤市场规模



计算规则： 婴儿纸尿裤实际购买人群=婴儿数量*婴幼儿纸尿裤市场渗透率,婴儿纸尿裤消费总量=婴儿纸尿裤实际购买人群*婴儿纸尿裤每天人均用量*365,婴儿纸尿裤市场规模=纸尿裤平均单价*婴儿纸尿裤消费总量,成人纸尿裤实际使用人数=老年人口*成人纸尿裤市场渗透率,成人纸尿裤消费总量=成人纸尿裤人均年用量*成人纸尿裤实际使用人数,成人纸尿裤市场规模=纸尿裤平均单价*成人纸尿裤消费总量 ,纸尿裤行业市场规模=婴儿纸尿裤市场规模+成人纸尿裤市场规模

数据来源：国家统计局，京东，中国知网

- [12]
- 1: <http://www.stats.g...>

2: <http://www.gov.cn...>

3: <http://www.stats.g...>

4: <http://www.stats.g...>

5: <http://www.stats.g...>

6: <http://www.stats.g...>

7: <http://www.stats.g...>

8: <http://www.stats.g...>

9: <http://www.stats.g...>

10: <http://www.stats....>

11: <https://www.swg...>

12: <https://re.jd.com/...>

13: 国家统计局 国务院

纸尿裤政策梳理

[13]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》	国务院办公厅	2022-04	5
政策内容	应对疫情影响，对促进消费有序恢复发展、不断增强消费发展综合能力、持续深化改革，全力营造安全放心诚信消费环境提供意见。			

政策解读	积极促进医疗健康消费和防护用品提高质量，发展适合老年人的生活照护产品和安全健康的国产婴幼儿用品。这一政策促进了老年人和婴幼儿护理用品市场的扩大，进而促进了纸尿裤市场。			
政策性质	指导性政策			

[13]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《纸尿裤 第2部分：成人纸尿裤》 (GB/T 28004.2-2021)	国家市场监督管理总局、中国国家 标准化管理委员会	2022-04	6
政策内容	规定了成人纸尿裤、纸尿片、纸尿垫（护理垫）的产品分类、技术要求、实验方法、检验规则及标志、包装、运输和贮存。			
政策解读	对成人纸尿裤用品的生产、技术要求等制定了标准，有利于成人纸尿裤用品生产标准的规范化，推动了成人纸尿裤市场的发展。			
政策性质	规范类政策			

[13]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《纸尿裤 第1部分：婴儿纸尿裤》 (GB/T 28004.1-2021)	国家市场监督管理总局、中国国家 标准化管理委员会	2022-05	8
政策内容	规定了婴儿用纸尿裤、纸尿片、纸尿垫（护理垫）的产品分类、技术要求、实验方法、检验规则及标志、包装、运输和贮存。			
政策解读	对婴幼儿纸尿裤的生产制定了标准，对纸尿裤吸收能力、舒适性有了新的标准，使得纸尿裤产品生产产品更加安全，消费者更加放心，有利于婴幼儿纸尿裤市场发展。			
政策性质	规范类政策			

[13]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于优化生育政策促进人口长期 均衡发展的决定》	国务院	2021-06	7
政策内容	优化生育政策，实施一对夫妻可以生育三个子女政策，并取消社会抚养费等制约措施。			

政策解读	实施三孩生育政策，在降低生育、养育、教育成本方面提供保障，有利于减缓新生儿人口下降趋势，从而促进婴幼儿纸尿裤市场。
政策性质	鼓励性政策

[13]	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》	国务院	2021-12	7
政策内容	推动老龄事业和产业协同发展，构建多样化的养老服务体系，不断满足老年人日益增长的多层次、高品质健康养老需求			
政策解读	推动养老事业发展，发展老年医疗、康复护理和疗护服务，大力支持与老年人医疗服务相关行业的发展，为成人纸尿裤发展提供机会。			
政策性质	指导性政策			

[13] 1: <https://openstd.sa...> 2: <https://openstd.sa...> 3: 中国政府网 国家标准化...

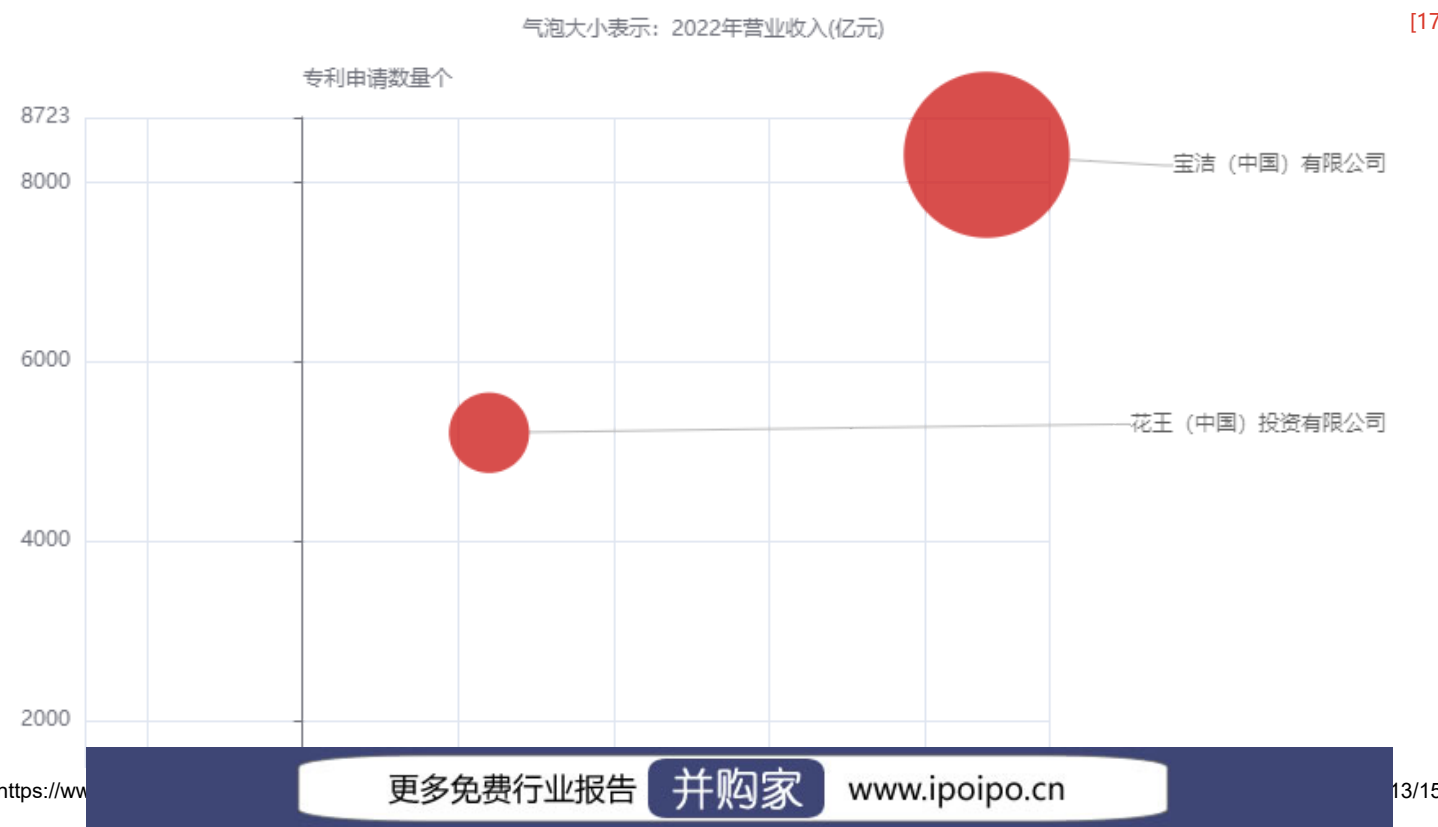
纸尿裤竞争格局

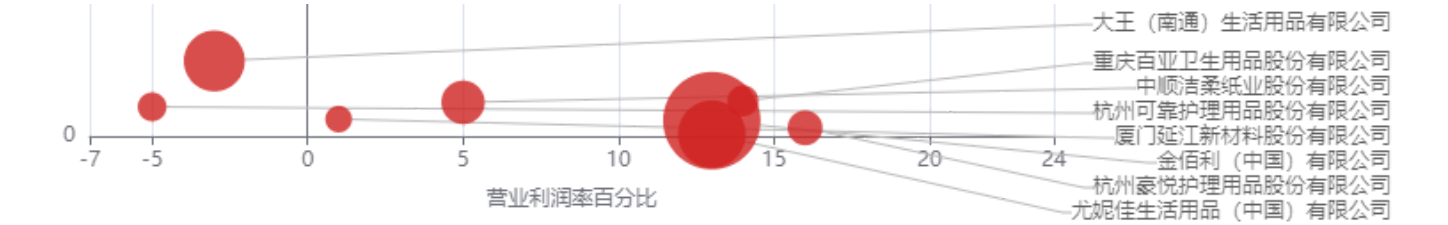
中国纸尿裤市场呈现出一超多强的局面。纸尿裤市场竞争激烈，2022年纸尿裤市场规模达到了672.08亿元。中国纸尿裤市场龙头企业主要是宝洁、花王、好奇等国际品牌，这些品牌在市场占有率、品牌知名度、产品品质等方面占据领先地位。花王、宝洁和大王处于中国纸尿裤市场的第一梯队，在中国的市场份额已超过50%；第二梯队为好奇、尤妮佳和妈咪宝贝；第三梯队为安儿乐、雀氏和Babycare。随着人口结构的变化和消费升级，成人纸尿裤市场需求扩大，可靠和豪悦等国产品牌也进入消费者视野，在市场上所占份额超过5%。

产品创新与多渠道发展是纸尿裤行业发展的重中之重。从创新渠道方面分析，宝洁和花王自20世纪80年代就引入中国，是中国纸尿裤行业发展的领军企业。在中国纸尿裤市场处于起步阶段时，宝洁、花王等外资品牌已有了相对成熟的技术与发展经验，拥有知名度和良好的品牌形象。随着纸尿裤市场需求扩大和政策支持，许多企业加入了纸尿裤行业的赛道。纸尿裤产品功能相同，可替代性很强，所以加大研发投入升级产品功能是在纸尿裤行业中抢占先机的关键。对此，很多国际品牌积极投入研发，如：宝洁公司已申请专利8,307个；花王品牌已申请专利5,209个；大王品牌已申请专利839个。中国国产品牌也奋起直追，如：重庆百亚卫生用品有限公司在2019-2022年研发投入不断增加，研发费用率分别为1.57%、2.4%、3.49%、2.73%，已申请专利数量394个；杭州豪悦护理用品股份有限公司2022年研发费用为1.01亿元，比上年增长11.23%等。**宝洁、花王和大王等国际品牌处于市场领先地位。**消费升级与育儿观念的转变导致消费者对纸尿裤的舒适性、柔软性、环保性甚至美观性

有了更高的要求，对此，一些品牌与各大时尚IP联名，增强竞争力。如好奇纸尿裤上印上皮卡丘图案。随着科技发展，网民规模不断扩大，2022年实物商品的网上零售额达到119,642亿元，75.8%的消费者表示，会通过线上线下两个渠道购买婴儿纸尿裤产品。线上渠道成为购物购物的重要组成部分，各大品牌入驻京东、淘宝、拼多多、抖音等电商平台。其中，帮宝适、好奇、大王、花王、Babycare和尤妮佳处于销量前十。**广阔的纸尿裤市场是纸尿裤行业竞争的先决条件。**从需求方面分析，2021年中国出台三孩政策，2022年中国新生儿数量为956万人，比2021年减少106万人，下降趋势减缓。2021年中国婴幼儿纸尿裤市场渗透率已达到80.9%，市场广阔。中国2022年65岁及以上的人数有20,978万人，相比于2021年增长922万人，占全国人口的14.9%，成人纸尿裤市场规模不断扩大，2022年成人纸尿裤市场规模增长率为24.55%，发展空间巨大。对于成人纸尿裤，中国国产品牌具有很大潜力。在天猫、京东商城、亚马逊等购物平台上，目前中国成人纸尿裤的电商销售量排名靠前的分别为COCO可靠、优帮、Palmjoy手心呵护、康福瑞这几大中国国产品牌。**可靠、豪悦等国产品牌奋勇直追。**在营业利润方面，行业平均利润率为8.2%。2022年，大王纸尿裤营业利润发生了负增长，主要是由成本上升的所导致。在2022年，大王的营业收入为329亿人民币，而在2022年由于新冠疫情影响，以及俄罗斯-乌克兰危机和全球通胀引发的消费变化使成本上升。成本费用为272亿人民币，比2021年增长19%，导致2022年企业毛利率为17%，比2021年下降9%，营业利润出现负增长。而宝洁公司在严峻的市场竞争环境中依然取得22%营业利润，是因为在原材料成本不断上升的情况下，宝洁公司对产品实行加价策略，由此抵消了成本上升以及销量下降的不利影响。

未来纸尿裤行业将出现少数品牌垄断市场的局面。在激烈的市场竞争环境中，中国纸尿裤市场中国际品牌的份额已超过50%，中国国产品牌面临更加严峻的挑战，小型企业难以生存，没有优势的企业将出局。**在成人纸尿裤方面，中国国产品牌将有很大发展空间。**2018-2022年中国老年人口年复合增长率为5.93%，预计2023-2027年年复合增长率为6.3%，人口老龄化不断加深，成人纸尿裤市场规模逐步扩大。中国人对于成人失禁用品的态度与婴幼儿纸尿裤不同，所以在电商平台上，中国国产品牌具有优势。与此同时，由于市场需求和价格等原因，医疗机构也更愿意与国产品牌合作。^[14]





上市公司速览

厦门延江新材料股份有限公司 (300658)				重庆百亚卫生用品股份有限公司 (003006)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	31,406.56万 元	-3.28	17.21	-	52,265.72万 元	20.99	46.86

杭州可靠护理用品股份有限公司 (301009)				杭州豪悦护理用品股份有限公司 (605009)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	31,879.44万 元	-0.88	16.59	-	63,203.80万 元	22.79	23.06

[14]	1: https://data.eastm...	2: http://www.stats.g...	3: https://www.dong...	4: 企业年报 国家统计局 观...
[15]	1: https://www.unich...	2: https://data.eastm...	3: https://data.eastm...	4: https://data.eastm...
	5: https://data.eastm...	6: 各企业年报		
[16]	1: https://www.tiany...	2: https://data.eastm...	3: https://data.eastm...	4: https://www.tiany...
	5: https://www.cbnd...	6: https://www.tiany...	7: https://www.tiany...	8: https://www.tiany...
	9: 各企业年报 天眼查			
[17]	1: http://k.sina.com.c...	2: https://www.unich...	3: https://www.kao.c...	4: http://emweb.east...
	5: https://data.eastm...	6: http://vip.stock.fin...	7: https://quotes.sina...	8: 新浪财经 各公司年报 中...

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。