纸尿裤和婴儿湿巾 - 中国 - 2014年6月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

"过去五年间，消费者对婴儿个人卫生意识和便捷生活方式的追求不断升温，纸尿裤和婴儿纸巾市场发展迅猛。在这一趋势的助力下，一次性婴儿产品逐步成为日常生活的必需品。尽管增势乐观，但纸尿裤和婴儿湿巾市场仍未完全渗透至包括一、二、三线城市在内的所有城市地区。这种现象说明，纸尿裤和婴儿湿巾市场在多级城市以及农村地区仍然具有巨大的潜力。"

– 刘玉洁（高级研究分析师）

在这篇报告中我们回答了以下问题:

- 中国纸尿裤和婴儿湿巾市场的现状如何？未来趋势又是如何？增长助力及阻力分别是什么？
- 该市场中的领先企业和新晋企业有哪些？各自优势在哪里？机遇又在哪里？
- 购买纸尿裤和婴儿湿巾时，什么是最重要考虑因素以及最具影响力的信息获取渠道？
- 纸尿裤品牌应该优先考虑产品高端化的哪些方面以促进消费者升级购买？
- 纸尿裤品牌应该从哪方面推进品牌细分化，使其在多元化的竞争中脱颖而出？
- 在婴儿湿巾市场中，品牌应如何抓住机遇以满足潜在消费者需求？

随着纸尿裤和婴儿湿巾市场中品牌的多样化以及竞争的白热化，产品高端化和细分化成为不可避免的趋势。品牌可以采用天然材料，降低产品安全隐患，鼓励消费者升级购买。

就纸尿裤而言，使用场合、使用目的、以及季节性需求都能成为品牌抓住细微消费心理的重要考量因素。而对于婴儿湿巾来说，减轻皮肤过敏症状的高级婴儿湿巾是品牌满足用户需求的另一潜在创新领域。为了在竞争中脱颖而出，品牌需要利用社交网络制定个性化营销战略，同时，“线上”“线下”双管齐下，覆盖更广阔的受众群体。

购买这篇报告

地址:
store.mintel.com

电话:
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件:
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

oxygen.mintel.com © 2014 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

纸尿裤和婴儿湿巾 - 中国 - 2014年6月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

引言

定义

报告结构

研究方法

综述

市场

数据 1: 中国纸尿裤及婴儿湿巾销售总额，2009-19年

数据 2: 纸尿裤和婴儿湿巾市场细分分类（按零售额区分），2014年

公司和品牌

市场份额

数据 3: 领先公司在中国纸尿裤市场所占的份额（按销售额区分），2012-13年

谁在创新？

消费者

纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用情况

数据 4: 纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用情况

纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用场合

数据 5: 纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用场合，2014年3月

试用/频繁使用纸尿裤/婴儿湿巾产品的阻碍因素

数据 6: 试用/频繁使用纸尿裤/婴儿湿巾产品的阻碍因素，2014年3月

纸尿裤/婴儿湿巾产品的购买因素

数据 7: 纸尿裤产品的购买因素，2014年3月

数据 8: 婴儿湿巾产品的购买因素，2014年3月

最具影响力的纸尿裤/婴儿湿巾产品的信息来源

数据 9: 最具影响力的纸尿裤/婴儿湿巾产品的信息来源，2014年3月

针对纸尿裤/婴儿湿巾产品功能/益处的重要性排序

数据 10: 针对纸尿裤功能/益处的重要性排序，2014年3月

数据 11: 针对婴儿湿巾产品各功能/益处的重要性排序，2014年3月

对纸尿裤/婴儿湿巾产品的总体态度

数据 12: 对纸尿裤/婴儿湿巾产品的总体态度，2014年3月

关键趋势

纸尿裤品牌应该优先考虑产品高端化的哪些方面以促进消费者升级购买？

纸尿裤市场的产品细分如何帮助品牌在激烈的市场竞争下吸引消费者？

为什么减缓皮肤症状的高级婴儿湿巾为品牌探索消费者未被满足的需求创造了新机遇？

我们的观点

关键议题与市场洞察

纸尿裤品牌应该优先考虑产品高端化的哪些方面以促进消费者升级购买？

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

纸尿裤和婴儿湿巾 - 中国 - 2014年6月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

现状

启示

数据 13: 中国纸尿裤产品推出时的十大宣称，2010-14年

数据 14: 来自本地以及国外市场含有天然植物成分的纸尿裤，2014年

纸尿裤市场的产品细分如何帮助品牌在激烈的市场竞争下吸引消费者？

现状

启示

数据 15: 中国纸尿裤产品推出时的十大宣称——男/女婴专用，2010-14年

数据 16: 本地及国外市场的季节性纸尿布范例，2012年

数据 17: 国外市场纸尿垫产品举例,2013年

为什么减缓皮肤症状的高级婴儿湿巾为品牌探索消费者未被满足的需求创造了新机遇？

现状

启示

数据 18: 国外市场中减缓过敏症状婴儿湿巾产品举例，2014年

趋势

专家建议重返时尚

透明化经营模式建立信任

消费者——每一个声音都很重要

市场规模及预测

要点

纸尿裤和婴儿湿巾市场增长强势

数据 19: 中国纸尿裤及婴儿湿巾销售总额，2009-14年

中国人均消费额正在赶超领先消费大国

数据 20: 六大纸尿裤消费国和其人均消费额（根据国家区分），2013年

预计市场将继续增长

数据 21: 中国纸尿裤及婴儿湿巾销售总额，2009-19年

预测方法

增长因素

中国政府放松独生宝宝政策

方便导向型价值观刺激一次性婴儿用品的消费

国际品牌的发展促进产品高端化

网上营销渠道通过商品折扣刺激大宗购买

市场增长阻碍因素

不孕比例的升高以及妈妈人口数量的缩减为一次性婴儿产品需求带来冲击和挑战

市场细分

要点

近年来纸尿裤市场不断扩张，占据市场一席之地

数据 22: 纸尿裤市场销售额，2009-14年

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

纸尿裤和婴儿湿巾 - 中国 - 2014年6月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 23: 中国纸尿裤市场销售总额，2009-14年

婴儿湿巾市场有望进一步扩大市场份额

数据 24: 婴儿湿巾市场销售额，2009-14年

数据 25: 中国婴儿湿巾销售总额，2009-19年

市场份额

要点

品牌份额

数据 26: 领先公司在中国纸尿裤市场所占份额（按销售额区分），2012-13年

谁在创新？

要点

纸尿裤

针对瞬间吸收超薄纸尿裤，品牌可进行高端定价

数据 27: 中国新上市纸尿裤产品吸收时间/速度的宣称，2010-14年

数据 28: 纸尿裤产品功能/益处重要性排序——吸收后表面仍然干爽，2014年3月

数据 29: 本地市场超薄纸尿裤品牌范例，2014年

植物草药成分的宣称占有利地位

数据 30: 中国新上市纸尿裤产品的植物天然成分的宣称，2010-14年

数据 31: 纸尿裤产品的购买因素，2014年3月

数据 32: 市场中含植物草药成分的纸尿裤范例，2014年

方便使用的纸尿裤带来便捷感受

数据 33: 中国新上市纸尿裤产品使用方便的宣称，2010-14年

数据 34: 中国市场中便于使用的进口纸尿裤品牌举例，2014年4月

防过敏纸尿解决皮肤问题

数据 35: 中国新上市纸尿裤产品防过敏的宣称，2010-14年

数据 36: 国外市场中防过敏的纸尿裤范例，2013年和2014年

纸尿裤及婴儿湿巾组合装为跨品类销售带来协同效应

数据 37: 国外市场纸尿裤组合装产品举例，2014年

滋养成分成为高端品牌的象征

数据 38: 中国新上市纸尿裤产品含有丰富的维他命的宣称，2010-14年

数据 39: 本地市场含有维他命的纸尿裤产品举例，2014年

除臭功能产品为市场空白

数据 40: 中国新上市纸尿裤产品除臭功能的宣称，2010-14年

数据 41: 中国及国外市场中推出除臭功能纸尿布品牌范例，2012-14年

婴儿湿巾

天然成分婴儿湿巾席卷大众市场

数据 42: 婴儿湿巾产品的购买考虑因素，2014年3月

数据 43: 中国及国外市场含有天然成分的婴儿湿巾品牌范例，2013年和2014年

便携式婴儿湿巾迎合消费者特殊需求

数据 44: 婴儿湿巾产品功能/益处重要性排序——婴儿湿巾适合外出使用功能，2014年3月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 45: 国外市场中适合外出场合使用的婴儿湿巾品牌范例，2014年

公司与品牌

宝洁公司
公司背景
品牌和产品综述
品牌和产品战略
市场营销策略
网络和社交媒体
尤妮佳公司
公司背景
品牌和产品综述
品牌和产品战略
市场营销策略
网络和社交媒体
金佰利公司
公司背景
品牌和产品综述
品牌和产品战略
市场营销策略
网络和社交媒体
恒安国际集团有限公司
公司背景
品牌和产品综述
品牌和产品战略
市场营销策略
网络和社交媒体
花王公司
公司背景
品牌和产品综述
品牌和产品战略
市场营销策略
网络和社交媒体
强生
公司背景
品牌和产品综述
品牌和产品战略
企业公民
网络和社交媒体

消费者——纸尿裤 / 婴儿湿巾产品的使用情况

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com
电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094
美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100
邮件: reports@mintel.com

纸尿裤和婴儿湿巾 - 中国 - 2014年6月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

要点

数据 46: 纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用情况, 2014年3月

纸尿裤是市场主流产品，市场渗透率不断扩大

交替使用裤型纸尿裤和腰贴型纸尿片的家庭不断增多

婴儿湿巾迎头赶上，占领湿巾市场

数据 47: 腰贴型一次性纸尿片产品的使用情况（按人口统计区分），2014年3月

宝宝年龄在0-24个月的家庭以及上海和泉州居民更青睐腰贴型纸尿片

数据 48: 裤型一次性纸尿裤产品的使用情况（按人口统计区分），2014年3月

裤型一次性纸尿裤使用者多为35-39岁、宝宝年龄6-24个月的高收入高学历的妈妈

数据 49: 婴儿湿巾产品的使用情况（按 人口统计区分），2014年3月

高收入、高学历的妈妈（宝宝年龄6-24个月）以及一线城市居民更青睐婴儿湿巾

数据 50: 布尿布的使用情况（按人口统计区分），2014年3月

年轻妈妈，家庭低、高收入妈妈以及新生儿家庭更青睐布尿布

消费者——纸尿裤 / 婴儿湿巾产品的使用场合

要点

数据 51: 纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用场合，2014年3月

消费者青睐白天使用婴儿湿巾

腰贴型纸尿片外出使用存在不足

裤型纸尿裤填补外出使用场合的市场空白

布尿布通常白天在家使用

数据 52: 婴儿湿巾产品的使用场合（按人口统计区分），2014年3月

35-39岁的妈妈倾向外出时为宝宝使用婴儿湿巾

消费者——试用 / 频繁使用纸尿裤 / 婴儿湿巾产品的阻碍因素

要点

数据 53: 试用/频繁使用纸尿裤/婴儿湿巾产品的阻碍因素, 2014年3月

产品质量是阻碍使用一次性纸尿裤和婴儿湿巾的主要原因

消费者看重布尿布天然不伤皮肤特性

数据54: 试用/频繁使用纸尿裤/婴儿湿巾产品的阻碍因素（按产品质量区分），2014年3月

高收入家庭、高学历家庭以及宝宝年龄小于12个月的家庭往往最担心质量问题

数据 55: 试用/频繁使用纸尿裤/婴儿湿巾产品的阻碍因素（按人口统计区分），2014年3月

年轻妈妈、低收入家庭以及宝宝年龄小于6个月的家庭更看重布尿布的质量

消费者——纸尿裤 / 婴儿湿巾产品的购买考虑因素

要点

数据 56: 纸尿裤产品的购买考虑因素，2014年3月

数据 57: 婴儿湿巾产品的购买考虑因素，2014年3月

对于纸尿裤和婴儿湿巾产品而言，“产品安全”、“适合敏感肌肤使用”及“天然高品质材料”的重要性甚至超过“品牌资产”和“产品效果”

数据 58: 纸尿裤最普遍购买考虑因素——第一重要因素（按妈妈年龄区分），2014年3月

数据 59: 婴儿湿巾最普遍购买考虑因素——第一重要因素（按妈妈年龄区分），2014年3月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

纸尿裤和婴儿湿巾 - 中国 - 2014年6月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

不同产品锁定不同年龄的妈妈

数据 60: 纸尿裤最普遍购买考虑因素——第一重要因素（按宝宝年龄区分），2014年3月

为6-24个月的宝宝使用安全优质纸尿裤；为25-36个月宝宝使用成分天然的知名品牌纸尿裤

消费者——最具影响力的纸尿裤/婴儿湿巾产品的信息来源

要点

数据 61: 最具影响力的纸尿裤/婴儿湿巾产品的信息来源，2014年3月

最有影响力的信息渠道包括专家推荐、线上产品评价以及品牌官方网站

数据 62: 最具影响力的产品信息来源——品牌官方网站（按人口统计区分），2014年3月

大多数35-39岁的妈妈习惯通过品牌官方网站获取产品信息

数据 63: 最具影响力的产品信息来源——我周围人的推荐（按人口统计区分），2014年3月

中低收入家庭、一线城市居民、受过高等教育的消费者更加信任熟人推荐

消费者——针对纸尿裤/婴儿湿巾产品功能/益处的重要性排序

要点

数据 64: 针对纸尿裤/婴儿湿巾产品功能/益处的重要性排序，2014年3月

“良好的透气性”是衡量纸尿裤产品功能的重要指标

数据 65: 针对婴儿湿巾产品各功能/益处的重要性排序，2014年3月

防过敏和缓解皮肤症状的婴儿湿巾需求巨大

便携式湿巾满足外出需要

其他附加功能——滋润皮肤

数据 66: 针对纸尿裤产品各功能/益处的重要性排序——良好的透气性（按人口统计区分），2014年3月

宝宝年龄6-24个月的家庭和一线城市居民更加注重产品良好的透气性

数据 67: 针对婴儿湿巾产品各功能/益处的重要性排序——非常重要功能排序（按人口统计区分），2014年3月

6-24个月的宝宝是防过敏和缓解皮肤症状湿巾品牌的目标使用者

数据 68: 针对婴儿湿巾产品各功能/益处的重要性排序——可以治愈小的伤口和淤青（按人口统计区分），2014年3月

二线城市中宝宝年龄0-6个月的高低收入家庭青睐婴儿湿巾治疗小伤口和淤青的功能

消费者——对纸尿裤/婴儿湿巾产品的总体态度

要点

数据 69: 对纸尿裤/婴儿湿巾产品的总体态度，2014年3月

“产品材质天然”以及“产品功效卓越” 是高端价位产品的核心卖点

消费者追求便捷性，来源于多个方面

纸尿裤和婴儿湿巾产品有潜力不断提高消费者忠诚度

数据 70: 对纸尿裤/婴儿湿巾产品最普遍的态度（按人口统计区分），2014年3月

一线城市居民拥有更高品牌忠诚度，追求高端化婴儿产品

附录——纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用情况

数据 71: 纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用情况，2014年3月

数据 72: 纸尿裤产品的使用情况（按人口统计区分），2014年3月

数据 73: 纸尿裤及布尿裤产品的使用情况（按人口统计区分），2014年3月

数据 74: 腰贴型一次性纸尿片产品的使用情况（按人口统计区分），2014年3月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

纸尿裤和婴儿湿巾 - 中国 - 2014年6月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 75: 裤型一次性纸尿裤产品的使用情况（按人口统计区分），2014年3月

数据 76: 婴儿湿巾产品的使用情况（按 人口统计区分），2014年3月

数据 77: 普通湿巾产品的使用情况（按人口统计区分），2014年3月

数据 78: 布尿布的使用情况（按人口统计区分），2014年3月

数据 79: 纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用情况（按纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用情况区分），2014年3月

数据 80: 纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用情况（按纸尿裤及布尿裤产品的使用情况区分），2014年3月

数据 81: 纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用情况（按腰贴型一次性纸尿片产品的使用情况区分），2014年3月

数据 82: 纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用情况（按裤型一次性纸尿裤产品的使用情况区分），2014年3月

数据 83: 纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用情况（按婴儿湿巾产品的使用情况区分），2014年3月

数据 84: 纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用情况（普通婴儿湿巾产品的使用情况区分），2014年3月

数据 85: 纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用情况（布尿布产品的使用情况区分），2014年3月

附录——纸尿裤 / 婴儿湿巾产品的使用场合

数据 86: 纸尿裤/婴儿湿巾产品的使用场合，2014年3月

数据 87: 纸尿裤产品的使用场合（按人口统计区分），2014年3月

数据 88: 纸尿裤及布尿裤产品的使用场合（按人口统计区分），2014年3月

数据 89: 腰贴型一次性纸尿片产品的使用场合（按人口统计区分），2014年3月

数据 90: 裤型一次性纸尿裤产品的使用场合（按人口统计区分），2014年3月

数据 91: 婴儿湿巾产品的使用场合（按人口统计区分），2014年3月

数据 92: 普通湿巾产品的使用场合（按人口统计区分），2014年3月

数据 93: 布尿布产品的使用场合（按人口统计区分），2014年3月

数据 94: 对纸尿裤/婴儿湿巾产品的总体态度（按纸尿裤产品的使用场合区分），2014年3月

数据 95: 对纸尿裤/婴儿湿巾产品的总体态度（按纸尿裤及布尿裤产品的使用场合区分），2014年3月

数据 96: 对纸尿裤/婴儿湿巾产品的总体态度（按腰贴型一次性纸尿片产品的使用场合区分），2014年3月

数据 97: 对纸尿裤/婴儿湿巾产品的总体态度（按裤型一次性纸尿裤产品的使用场合区分），2014年3月

数据 98: 对纸尿裤/婴儿湿巾产品的总体态度（按婴儿湿巾产品的使用场合区分），2014年3月

数据 99: 对纸尿裤/婴儿湿巾产品的总体态度（按普通湿巾产品的使用场合区分），2014年3月

数据 100: 对纸尿裤/婴儿湿巾产品的总体态度（按布尿布产品的使用场合区分），2014年3月

附录——试用 / 频繁使用纸尿裤 / 婴儿湿巾产品的阻碍因素

数据 101: 试用/频繁使用纸尿裤/婴儿湿巾产品的阻碍因素，2014年3月

数据 102: 最常见阻碍试用/频繁使用纸尿裤/婴儿湿巾产品的因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 103: 第二常见阻碍试用/频繁使用纸尿裤/婴儿湿巾产品因素（按人口统计区分），2014年3月

附录——纸尿裤产品的购买考虑因素

数据 104: 纸尿裤产品的购买考虑因素，2014年3月

数据 105: 纸尿裤最普遍购买考虑因素——第一重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 106: 纸尿裤第二普遍购买考虑因素——第一重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 107: 纸尿裤其他购买考虑因素——第一重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 108: 纸尿裤最普遍购买考虑因素——第二重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 109: 纸尿裤第二普遍购买考虑因素——第二重要因素（按人口统计区分），2014年3月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

纸尿裤和婴儿湿巾 - 中国 - 2014年6月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 110: 纸尿裤其他购买考虑因素——第二重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 111: 纸尿裤最普遍购买考虑因素——第三重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 112: 纸尿裤第二普遍购买考虑因素——第三重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 113: 纸尿裤其他购买考虑因素——第三重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 114: 纸尿裤最普遍购买考虑因素——第四重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 115: 纸尿裤第二普遍购买考虑因素——第四重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 116: 纸尿裤其他购买考虑因素——第四重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 117: 纸尿裤最普遍购买考虑因素——第五重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 118: 纸尿裤第二普遍购买考虑因素——第五重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 119: 纸尿裤其他购买考虑因素——第五重要因素（按人口统计区分），2014年3月

附录——婴儿湿巾产品的购买考虑因素

数据 120: 婴儿湿巾产品的购买考虑因素，2014年3月

数据 121: 婴儿湿巾最普遍购买考虑因素——第一重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 122: 婴儿湿巾第二普遍购买考虑因素——第一重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 123: 婴儿湿巾其他购买考虑因素——第一重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 124: 婴儿湿巾最普遍购买考虑因素——第二重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 125: 婴儿湿巾第二普遍购买考虑因素——第二重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 126: 婴儿湿巾其他购买考虑因素——第二重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 127: 婴儿湿巾最普遍购买考虑因素——第三重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 128: 婴儿湿巾第二普遍购买考虑因素——第三重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 129: 婴儿湿巾其他购买考虑因素——第三重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 130: 婴儿湿巾最普遍购买考虑因素——第四重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 131: 婴儿湿巾第二普遍购买考虑因素——第四重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 132: 婴儿湿巾其他购买考虑因素——第四重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 133: 婴儿湿巾最普遍购买考虑因素——第五重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 134: 婴儿湿巾第二普遍购买考虑因素——第五重要因素（按人口统计区分），2014年3月

数据 135: 婴儿湿巾其他购买考虑因素——第五重要因素（按人口统计区分），2014年3月

附录——最具影响力的纸尿裤 / 婴儿湿巾产品的信息来源

数据 136: 最具影响力的纸尿裤/婴儿湿巾产品的信息来源，2014年3月

数据 137: 最具影响力的产品信息来源——最重要信息来源（按人口统计区分），2014年3月

数据 138: 第二大具有影响力的产品的信息来源——最重要渠道（按人口统计区分），2014年3月

数据 139: 其他具有影响力产品的信息来源——最重要渠道（按人口统计区分），2014年3月

数据 140: 最具有影响力产品的信息来源——第二重要渠道（按人口统计区分），2014年3月

数据 141: 第二大具有影响力产品的信息来源——第二重要渠道（按人口统计区分），2014年3月

数据 142: 其他具有影响力产品的信息来源——第二重要渠道（按人口统计区分），2014年3月

数据 143: 最具有影响力产品的信息来源——第三重要渠道（按人口统计区分），2014年3月

数据 144: 第二大具有影响力产品的信息来源——第三重要渠道（按人口统计区分），2014年3月

数据 145: 其他具有影响力产品的信息来源——第三重要渠道（按人口统计区分），2014年3月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com

纸尿裤和婴儿湿巾 - 中国 - 2014年6月

报告价格: £2463.80 | $3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

附录——针对纸尿裤 / 婴儿湿巾产品功能 / 益处的重要性排序

数据 146: 针对纸尿裤/婴儿湿巾产品功能/益处的重要性排序，2014年3月

数据 147: 针对婴儿湿巾产品各功能/益处的重要性排序，2014年3月

数据 148: 针对纸尿裤产品各功能/益处的重要性排序（按人口统计区分），2014年3月

数据 149: 针对纸尿裤产品各功能/益处的重要性排序——防渗漏功能（按人口统计区分），2014年3月

数据 150: 针对纸尿裤产品各功能/益处的重要性排序——每一片产品能使用更久的时间（按人口统计区分） 2014年3月

数据 151: 针对纸尿裤产品各功能/益处的重要性排序——吸收尿液后表面仍然干燥（按人口统计区分），2014年3月

数据 152: 针对纸尿裤产品各功能/益处的重要性排序——尿显功能（按人口统计区分），2014年3月

数据 153: 针对纸尿裤产品各功能/益处的重要性排序——带有湿度显示功能（按人口统计区分），2014年3月

数据 154: 针对纸尿裤产品各功能/益处的重要性排序——良好的透气性（按人口统计区分），2014年3月

数据 155: 针对婴儿湿巾产品各功能/益处的重要性排序（按人口统计区分），2014年3月

数据 156: 针对婴儿湿巾产品各功能/益处的重要性排序——缓解尿布疹（按人口统计区分），2014年3月

数据 157: 针对婴儿湿巾产品各功能/益处的重要性排序——滋润功能（按人口统计区分），2014年3月

数据 158: 针对婴儿湿巾产品各功能/益处的重要性排序——适合外出时使用（按人口统计区分），2014年3月

数据 159: 针对婴儿湿巾产品各功能/益处的重要性排序——不会导致皮肤过敏（按人口统计区分），2014年3月

数据 160: 针对婴儿湿巾产品各功能/益处的重要性排序——可以治愈小的伤口和淤青（按人口统计区分），2014年3月

数据 161: 针对婴儿湿巾产品各功能/益处的重要性排序——可以缓解感染症状（按人口统计区分），2014年3月

附录——对纸尿裤 / 婴儿湿巾产品的总体态度

数据 162: 对纸尿裤/婴儿湿巾产品的总体态度，2014年3月

数据 163: 对纸尿裤/婴儿湿巾产品最普遍的态度（按人口统计区分），2014年3月

数据 164: 对纸尿裤/婴儿湿巾产品第二普遍的态度（按人口统计区分），2014年3月

数据 165: 对纸尿裤/婴儿湿巾产品第三普遍的态度（按人口统计区分），2014年3月

数据 166: 对纸尿裤/婴儿湿巾产品最不普遍的态度（按人口统计区分），2014年3月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: reports@mintel.com