

婴幼儿纸尿裤 - 中国 - 2020年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“新生儿数量减少，意味着市场增长将更依赖于人均消费情况。品牌需提供高品质的产品，不仅要满足家长对纸尿裤透气性材料的基本需求，还要通过专利对产品进行创新。同时，品牌针对超敏感肌肤在产品中添加护肤功效，也是从激烈竞争中脱颖而出的一种方式。”

— 靳尧婷，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 为超敏感肌肤深化产品细分
- 为新手父母提供试用装尝试产品
- 推出专利产品，与大品牌竞争

大众一贯认为，婴幼儿纸尿裤是新生儿出生后就会立刻派上用场的刚需产品，因此新冠疫情未对该市场造成较大影响。影响主要在于短期疫情封锁和消费者对存货是否充足的担忧，导致消费者从线上渠道囤货。从根本上看，尽管经济压力不断累积，但家长仍然认为该品类的消费优先级高。

2017年后，婴幼儿纸尿裤市场增速放缓，而英敏特预测该市场2020年至2025年的年均复合增长率为6.8%。相比销量，增长将更受消费升级带动，因为新生儿数量下降是可预知的——除非生育政策有所变化。人均消费情况令品牌有望在更多具体的细分中推出不同类型的婴幼儿纸尿裤，如适合超敏感肌肤的纸尿裤，并投资创新。此外，推出专利产品也是一种提高价位并在与其他品牌竞争时加强竞争力的方式。

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

中国
+86 (21) 6032 7300

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

婴幼儿纸尿裤 - 中国 - 2020年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

概述

您所需要了解的

报告涵盖的产品

综述

新冠疫情对婴幼儿纸尿裤市场的影响

数据1: 新冠疫情对婴幼儿纸尿裤的短期、中期和长期影响，2020年10月

市场

数据2: 婴幼儿纸尿裤市场的销售额与预测，中国，2015-2025年

公司与品牌

数据3: 领先婴幼儿纸尿裤制造商的销售额市场份额，中国，2018-2019年

消费者

裤型纸尿裤的使用率稳健增长

数据4: 不同类型纸尿裤的使用频率，2020年7月

帮宝适的人气大幅攀升

数据5: 最常使用的品牌，2020vs2018年

宝宝的肤感是首要考虑因素

数据6: 溢价因素，2020年7月

多渠道购买

数据7: 购买渠道，2015vs2020年

每片3元人民币为最优价格点，品牌有望高端化

数据8: 价格敏感度——最优价格，2020年7月

知名品牌有优势，但进口产品优势下降

数据9: 对婴幼儿纸尿裤的态度，2020年7月

我们的观点

议题与洞察

为超敏感肌肤深化产品细分

现状

启示

数据10: 绿手指婴幼儿护肤纸尿裤

数据11: 欧贝比敏感肌婴幼儿纸尿裤

数据12: Rossmann Babydream婴幼儿纸尿裤，德国，2019年

为新手父母提供试用装尝试产品

现状

启示

数据13: 社交媒体平台上的免费试用装攻略

数据14: 娇韵诗孕产妇产品套装，英国，2020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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

婴幼儿纸尿裤 - 中国 - 2020年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

推出专利产品，与大品牌竞争

现状

启示

数据15: 雀氏CU裤型纸尿裤

数据16: 获得德国专利认证的BBG婴幼儿纸尿裤

市场——您所需要了解的

市场增长放缓

提拉式纸尿裤出现强劲增长

市场规模、细分与预测

新生儿数量减少，市场增速将随之放缓

数据17: 婴幼儿纸尿裤市场的销售额与预测，中国，2015-2025年（预估）

数据18: 新生儿和0-3岁婴幼儿的总数量，2015-2019年

相比前几年，提拉式纸尿裤赢得更大市场份额

数据19: 婴幼儿纸尿裤市场销售额（按市场细分区分），中国，2018-2020年（预估）

市场因素

出生率下跌，用户人数缩减

数据20: 出生率与新生儿数量，中国，2014-2019年

有二孩的家庭体现品牌忠实度的重要性

家长有强烈意愿为宝宝花钱并给宝宝最好的，这将拉动消费升级

电商带给新品牌进驻市场的快速通道

疫情后，消费者对企业社会责任和环保的意识持续加强

重点企业——您所需要了解的

国际品牌仍引领市场

进行创新的国产品牌拥有机遇

值得关注的因素——便利性和适合敏感肌肤

市场份额

得益于在提拉式纸尿裤上的传统优势，宝洁的领先地位加强

数据21: 领先婴幼儿纸尿裤制造商的销售额市场份额，中国，2018-2019年

花王与金佰利逐渐丧失竞争力，原因各异

竞争策略

本土品牌受较年轻妈妈喜爱

数据22: 雀氏营销海报/IP卡通图案设计

持续高端化——超高端品牌

数据23: 大王高端产品系列，中国，2020年

为婴幼儿纸尿裤添加天然护肤成分

数据24: 添加花草成分的帮宝适产品，中国，2020年

在营销中拥抱中国文化

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

婴幼儿纸尿裤 - 中国 - 2020年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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25: 好奇御级丝柔系列，中国，2020年

产品使用更环保的材料

数据26: 全棉时代婴幼儿纸尿裤，中国，2020年

推出因季节而异的婴幼儿纸尿裤

数据27: 因季节而异的婴幼儿纸尿裤，中国，2020年

谁在创新？

便利、亲肤和环保宣称与日俱增

数据28: 婴幼儿纸尿裤的前十大宣称，中国，2018-2020年（截至10月）

适合敏感肌肤的婴幼儿纸尿裤

数据29: 设计时尚的新上市婴幼儿纸尿裤，中国，2020年

便于使用宣称增多，鼓励爸爸换尿布

数据30: BBG乐意贴设计纸尿裤

数据31: 爸爸的选择纸尿裤

将智能纸尿裤与手机app相结合

数据32: Lumix帮宝适，美国，2019年

适合不同场合的纸尿裤

数据33: 为不同场合设计的婴幼儿纸尿裤，中国，2020年

消费者——您所需要了解的

一次性纸尿裤的使用率保持稳定

最常使用的品牌帮宝适使用率提升

大多数消费者从多种渠道购买婴幼儿纸尿裤

每片3元人民币是最优价格点

家长愿为更好的肤感支付溢价

品牌知名度是该市场的关键

使用频率

裤型一次性纸尿裤使用频率最高

数据34: 不同类型纸尿裤的使用频率，2020年7月

宝宝的年龄对使用频率影响重大

数据35: 不同类型纸尿裤的使用频率（按最小孩子的年龄区分），2020年7月

最常使用的品牌

帮宝适和尤妮佳Moony的使用率增长

数据36: 最常使用的品牌，2020vs2018年

较年轻的父母偏好国产品牌

数据37: 最常使用的品牌（按年龄区分），2020年7月

国产品牌更受预算紧张消费者青睐

数据38: 最常使用的品牌（按家庭收入区分），2020年7月

购买渠道

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

婴幼儿纸尿裤 - 中国 - 2020年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

母婴购物网站败给综合性购物网站

数据39: 购买渠道，2015vs2020年

较年轻家长更信赖母婴专门渠道和品牌官方渠道

数据40: 购买渠道（按代际区分），2020年7月

消费者从多重渠道购买国产品牌

数据41: 购买渠道（按最常使用的品牌区分），2020年7月

价格敏感度分析

分析发现，每片3元人民币是最优价格点

数据42: 价格敏感度——最优价格，2020年7月

数据43: 价格敏感度——价格临界值，2020年7月

家长愿为6-12个月宝宝花费更多

数据44: 均价——“性价比，物有所值”（按宝宝的年龄区分），2020年7月

溢价因素

肤感驱动高端化

数据45: 溢价因素，2020年7月

重要性因宝宝年龄而异

数据46: 溢价因素（按宝宝的年龄区分），2020年7月

消费者认知因品牌而异

数据47: 溢价因素（按最常使用的品牌区分），2020年7月

裤型纸尿裤用户看重亲肤和干爽，粘胶带型纸尿裤用户关注透气性

数据48: 溢价因素（按纸尿裤类型区分），2020年7月

数据49: 大王高端系列纸尿裤，中国，2020年

对婴幼儿纸尿裤的态度

知名品牌有优势，但进口产品优势下降

数据50: 对婴幼儿纸尿裤的态度，2020年7月

一次性囤货购买的比例不及预料的高

数据51: 对婴幼儿纸尿裤的态度，2020年7月

创意十足的设计创新能吸引富裕消费者

数据52: 对婴幼儿纸尿裤的态度（按家庭月收入区分），2020年7月

较年轻家长更有可能购买不同类型的纸尿裤，但不会从微信渠道购买

数据53: 对婴幼儿纸尿裤的态度（按年龄区分），2020年7月

认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群更愿为高端因素支付溢价

数据54: 溢价因素（按消费者分类区分），2020年7月

非英敏特城市精英人群使用更多国产品牌

数据55: 最常使用的品牌（按消费者分类区分），2020年7月

英敏特城市精英人群愿意为纸尿裤花费更多，并从多渠道购买纸尿裤

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

婴幼儿纸尿裤 - 中国 - 2020年10月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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：市场规模与预测

数据56: 中国婴幼儿纸尿裤市场总销售额，2015-2025年

附录——研究方法与缩写

研究方法

缩写

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com