

少年“纸”间谈

95后线上纸品用品
消费研究

CBNDATA

第一财经商业数据中心

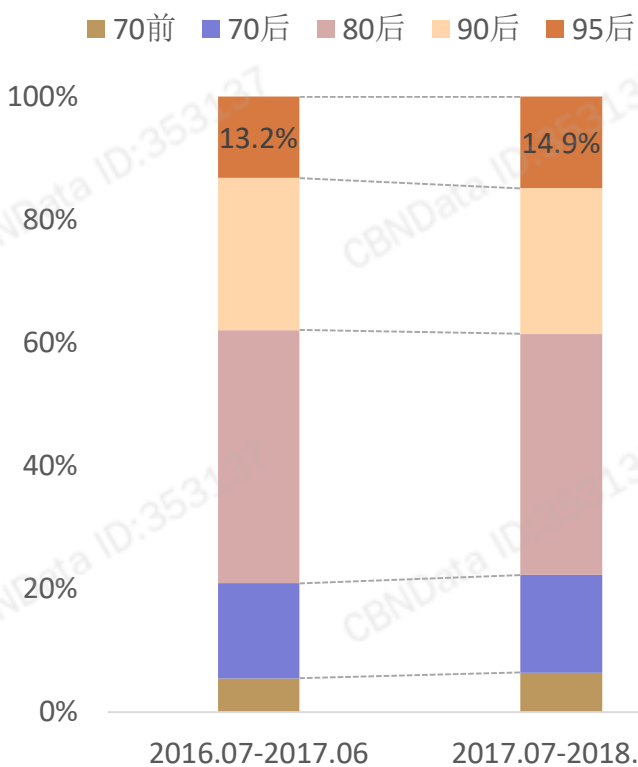
TABLE OF CONTENTS 目录

- **Part1：“纸”间少年初长成**
- **Part2：“纸”上谈兵，还看娘子军**
- **Part3：抽纸称霸，吸油纸领涨**
- **Part4：纸浆三巨头：原生浆、木浆、竹浆**
- **Part5：轻量贩，制胜湿巾市场**

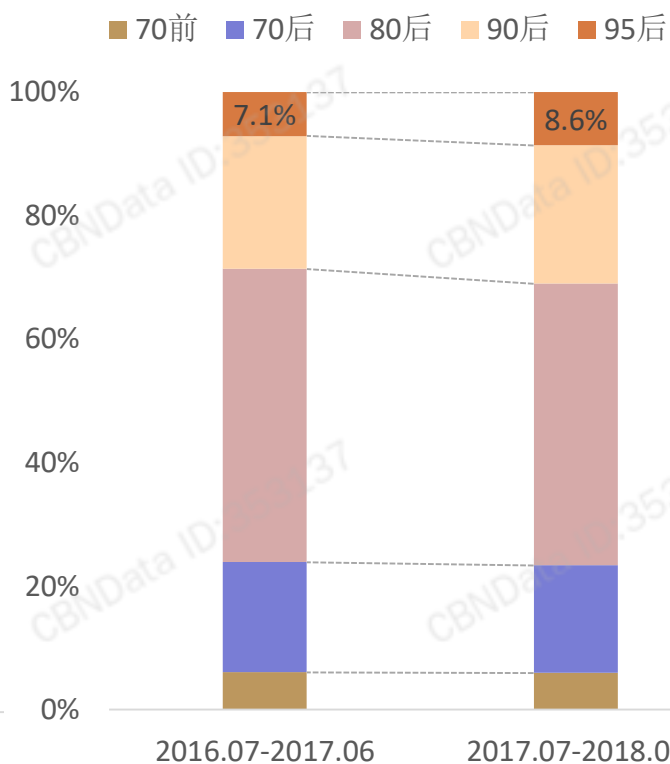
“纸”间少年初长成

随着城市化水平的日益提高和居民卫生习惯的逐渐养成，生活用纸成为必需品。**80后**是线上纸品消费的主力军，成长在物质生活条件富足的**95后**，也逐渐成为生活纸品用品消费的重要新生力量。从**2016年7月至2018年6月**连续两个滚动年的数据来看，**95后**消费人数在整体中的占比从**13.2%**增长到**14.9%**，且贡献的市场规模占比从**7.1%**增至**8.6%**。

2016.07-2018.06 纸品用品
分代际消费人数占比



2016.07-2018.06 纸品用品
分代际消费占比



数据来源：CBNData大数据 - 2017年7月至2018年6月

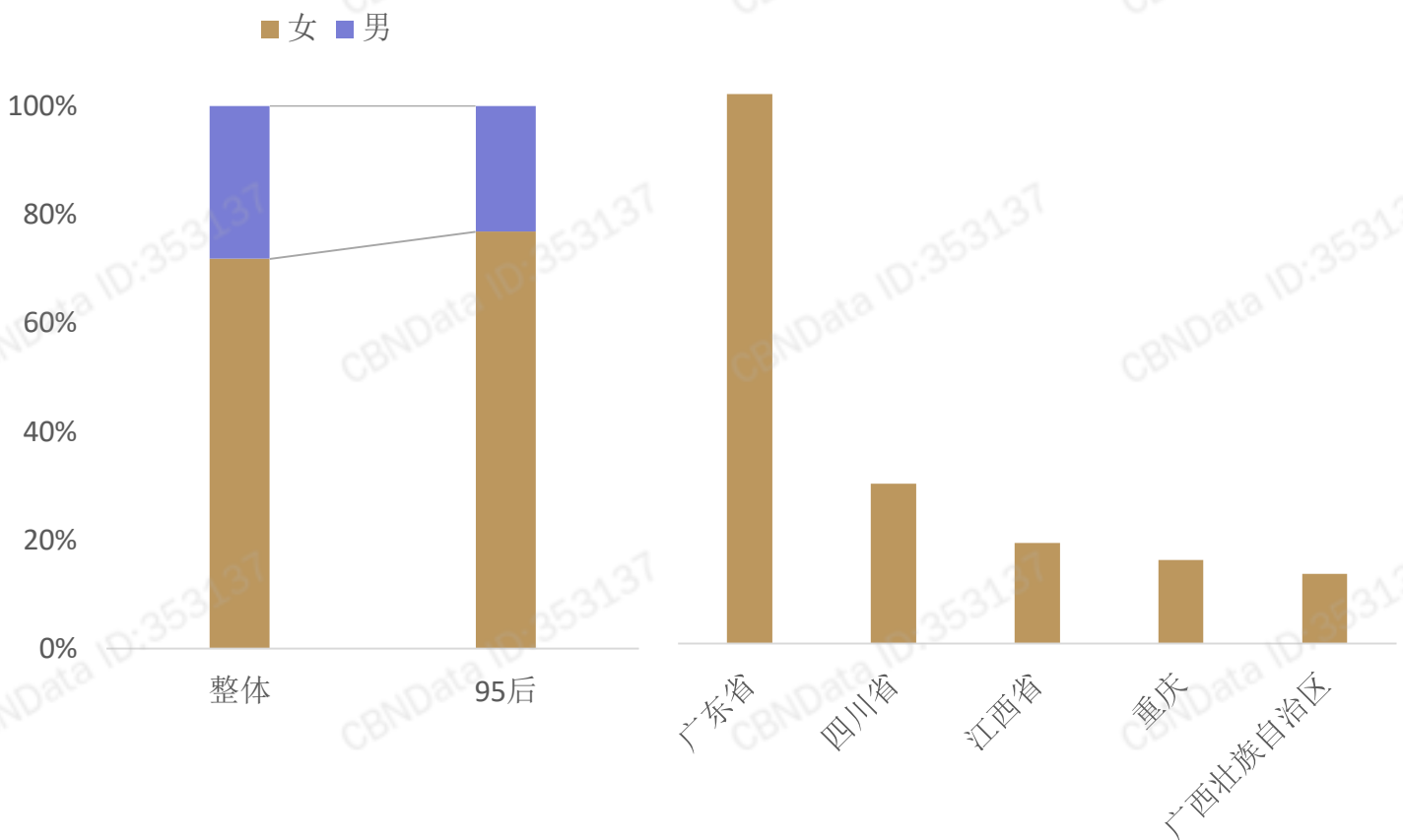
纸品用品包含：抽纸,卷筒纸,湿巾,手帕纸,平板卫生纸,家用防油贴纸,厨房纸巾

“纸”上谈兵， 还看娘子军

从性别来看，女性是线上纸品消费的“大户”，毕竟多数已婚妇女有持家需求，选购日化产品的决策多数是由她们制定；未婚少女也比汉子们活得更精致细腻，因此95后女性消费者在线上纸品的消费贡献高于整体女性消费者。此外，从地域来看，广东对线上纸品的消费偏好更明显。

2017.07-2018.06 95后vs. 纸品用品整体分性别消费占比

2017.07-2018.06 95后纸品用品偏好Top5省份



数据来源：CBNDATA大数据 - 2017年7月至2018年6月

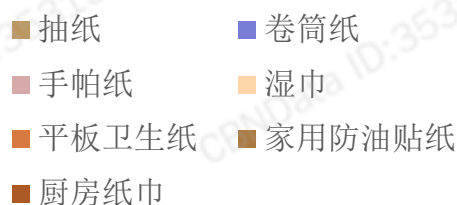
纸品用品包含：抽纸,卷筒纸,湿巾,手帕纸,平板卫生纸,家用防油贴纸,厨房纸巾

偏好度 = (95后纸品用品各省份消费额占比 - 整体代际各省份销售额占比) * 100, 大于0为偏好, 否则为不偏好

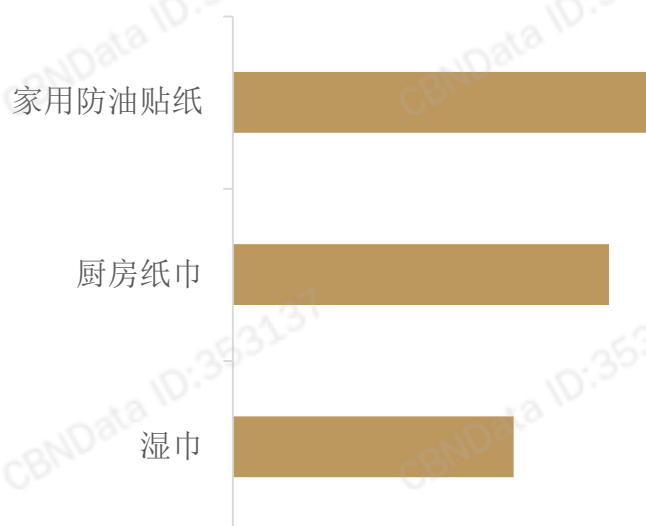
抽纸称霸，吸油纸领涨

和卷纸相比，抽纸使用方便，品质相对更高，深得“十指不沾阳春水”的95后的欢心。在2017年7月至2018年6月的滚动年间，95后抽纸的消费占比超过一半。95后也是新兴细分品类的尝鲜热衷者，家用防油贴纸的消费同比增速最高。看来老年人还在使用抹布擦油的时候，小年轻们已经开始摆弄起了厨房新物件。

2017.07-2018.06 95后纸品细分用品消费分布



2017.07-2018.06 95后纸品细分用品消费同比增速Top3用品



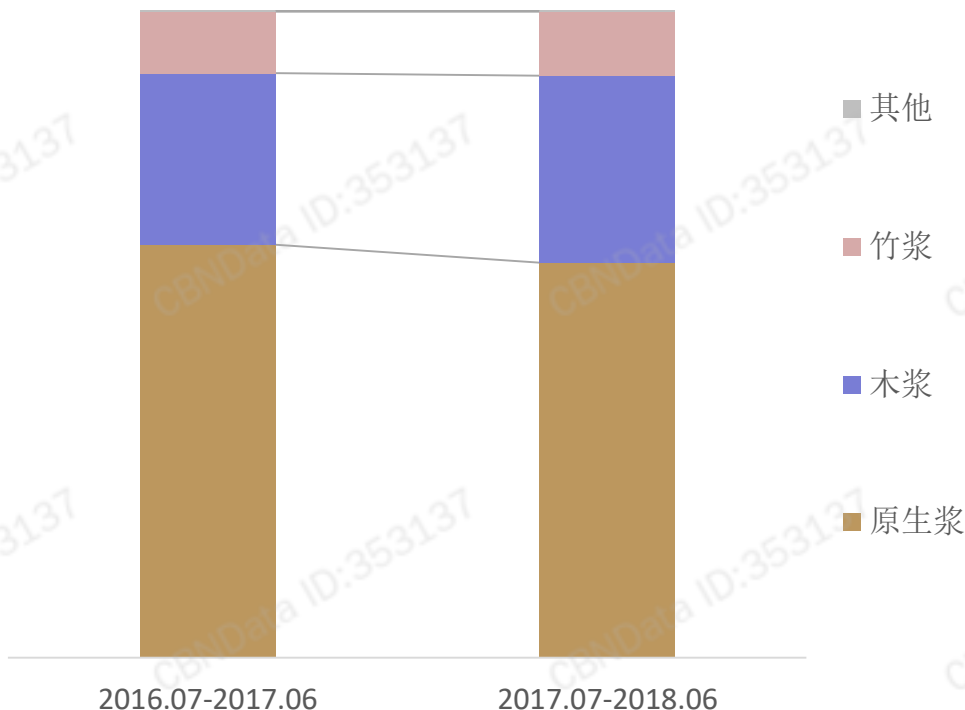
数据来源：CBNDATA大数据 - 2017年7月至2018年6月

纸品用品包含：抽纸,卷筒纸,湿巾,手帕纸,平板卫生纸,家用防油贴纸,厨房纸巾

纸浆三巨头：原生浆、木浆、竹浆

在消费愈发精细化的95后眼中，买纸不仅选种类，还要看成分。原生浆一般不含荧光粉和漂白剂，品质更高，价格也更高，最受95后的欢迎，消费占比过半。经常泛着天然木材黄色的木浆纸紧随其后并有明显增长。此外，更具韧性的竹浆纸也占据一定的市场份额。

2016.07-2018.06 95后抽纸原料成分消费分布



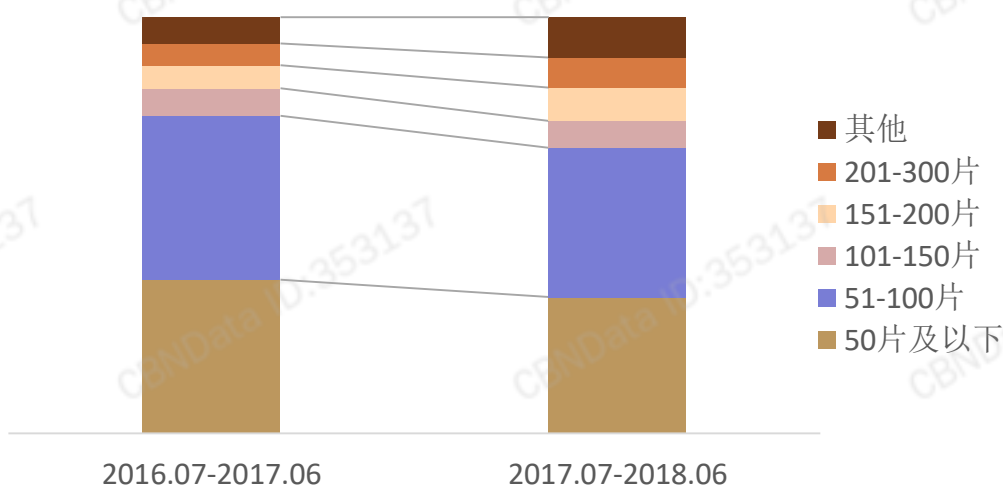
数据来源：CBNDATA大数据 - 2017年7月至2018年6月

纸品用品包含：抽纸,卷筒纸,湿巾,手帕纸,平板卫生纸,家用防油贴纸,厨房纸巾

轻量贩，制胜湿巾市场

95后的精致消费需求也体现在对湿巾的使用上，湿巾进入2017年7月至2018年6月的滚动年销售增速最快的品类TOP3。从趋势来看，50片及以下的便携式包装正在逐渐失宠，多片数的量贩式包装消费占比增长明显。最受95后偏好的是50-100片的轻量贩包装，消费占比也最高。可见湿巾在家庭场景的使用频率在不断提高。

2016.07-2018.06 95后湿巾片数消费分布



2017.07-2018.06 不同代际间不同性别对湿巾片数偏好度

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17162

