

2022年中国婴儿纸尿裤消费 白皮书

©2022.7 iResearch Inc.



发展背景：新生人口持续减少，鼓励生育政策落地减缓新生儿下降趋势；消费能力提升，需求升级，健康育儿的意识提升，婴儿纸尿裤成为重点消费品类，市场规模和渗透率逐年提升；国产纸尿裤品牌迅速崛起，市场占有率和销售额快速增加；线上线下渠道优势互补，相互融合；技术进步赋能产品迭代升级，产品力成为驱动企业发展的重要引擎。



消费态度：纸尿裤本质为一次性快消品，具有使用便捷、卫生等特点；现阶段消费者购买婴儿纸尿裤的产品价格多集中在2-2.5元/片，略高于消费者期待价格；有吸引力的促销优惠可有效驱动消费者购买。



消费需求：吸收能力差，易变形，红屁屁现象是纸尿裤产品的主要使用痛点；消费者在购买婴儿纸尿裤产品时，对产品有着较高的要求：吸水性好、产品轻薄不闷热、材质健康；研发能力强、技术领先、性价比高的纸尿裤品牌更受消费者青睐。



营销偏好：婴儿纸尿裤消费者日常多通过移动端获取信息，其中社交聊天、刷短视频、看影视综艺等是主要的上网行为；随着精致科学育儿理念的普及，母婴饮食、带娃生活、好物分享等是主要的浏览内容；婴儿纸尿裤具有高频使用、消耗量大的特点，消费者对其价格关注较多，因此在营销活动方面更偏好多买赠送、多购满减以及直接的价格优惠活动。



发展趋势：消费者纸尿裤消费需求更加理性，更注重质量和性价比；未来纸尿裤产品价格回归价值本身；随着购买决策人群年轻化以及疫情影响，纸尿裤营销及销售渠道向线上化转移；线上线下整合营销，抢占市场份额，留住用户心智；具备全产业链资源优势、优秀研发能力、品牌精细化运营的企业将脱颖而出。

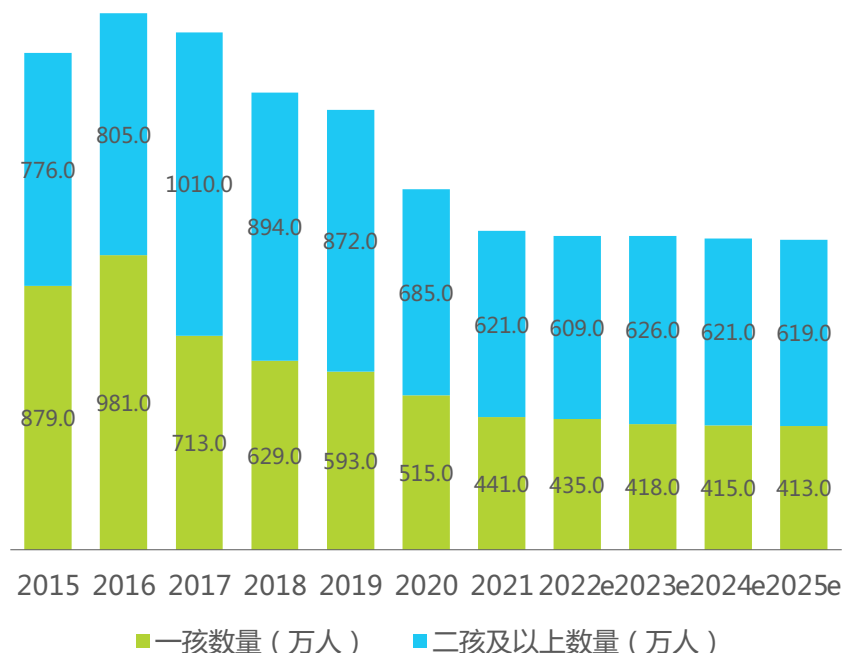
中国婴儿纸尿裤行业发展背景及现状	1
中国婴儿纸尿裤消费态度及购买行为特征	2
中国婴儿纸尿裤消费需求洞察	3
中国婴儿纸尿裤消费者营销偏好	4
中国婴儿纸尿裤行业未来发展趋势	5

中国婴儿纸尿裤行业发展背景

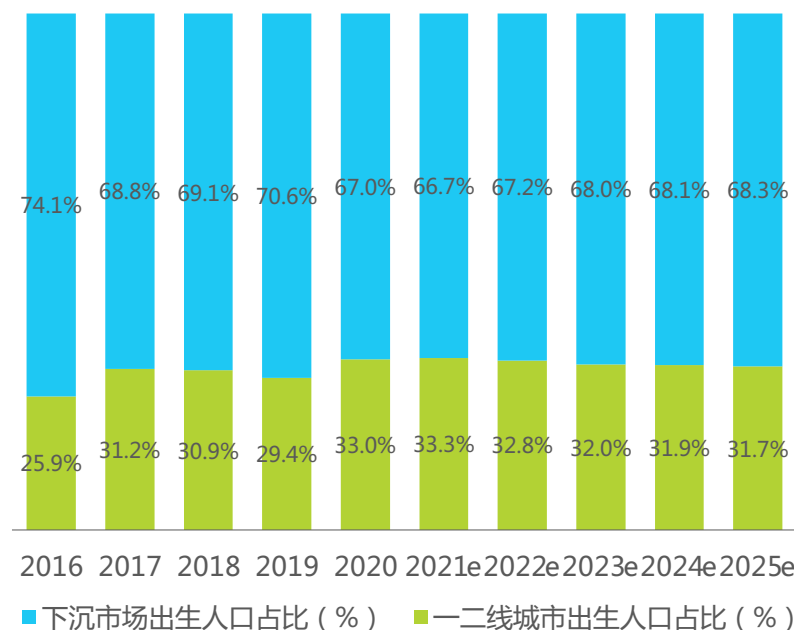
三孩政策出台及配套鼓励生育措施，减缓新生儿下降趋势

受育龄妇女人数减少及人们生育观念转变等因素影响，近几年我国新生人口持续减少，国家相继出台二孩三孩政策及对应配套措施鼓励生育，这使得新生儿数量下降趋势有所缓解。与此同时，由于低线城市住房和养育成本低、年轻人工作和生活压力小，生育意愿和生育率更高，预计未来一段时间，下沉市场新生人口增速将略高于一二线城市。

2015-2025年中国一孩及二孩以上 新生人口数量及预测



2016-2025年中国一二线城市及下沉市场 新生人口占比及预测



来源：国家统计局，艾瑞咨询《2022年中国母婴行业研究报告》。

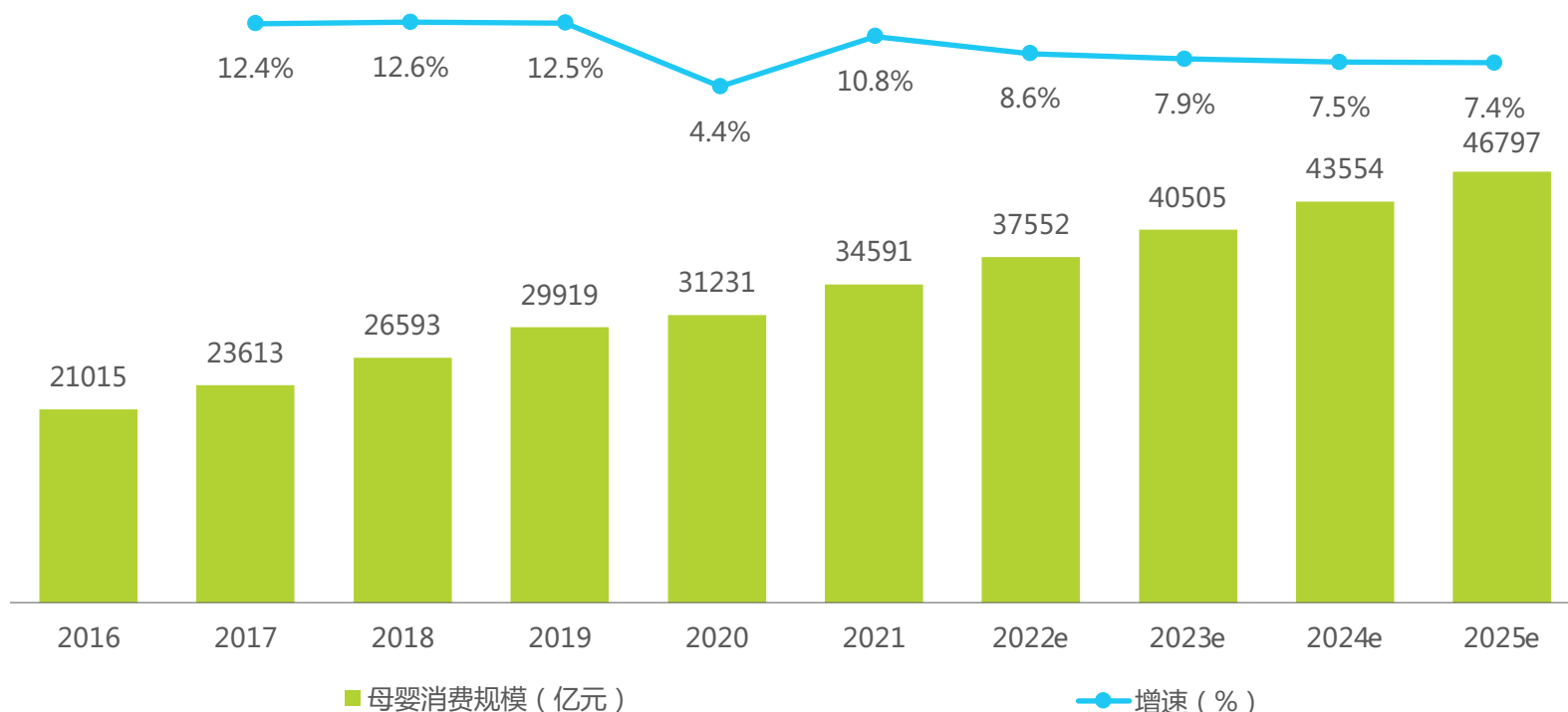
来源：国家统计局，艾瑞咨询《2022年中国母婴行业研究报告》。

中国婴儿纸尿裤行业发展背景

购买力提升，消费需求升级，驱动母婴市场持续增长

2016年-2021年，中国母婴消费规模持续上升，2020年受疫情冲击，消费规模增速出现阶段性下滑，但是随着防疫常态化的进行，2021年中国母婴消费规模开始逐渐回升。虽然近年来我国新生人口持续减少，但伴随着国民经济水平的提升、消费能力的提高以及消费需求的升级，也推动母婴行业消费市场规模的进一步增长，带动行业发展。

2016-2025年中国母婴消费规模及预测



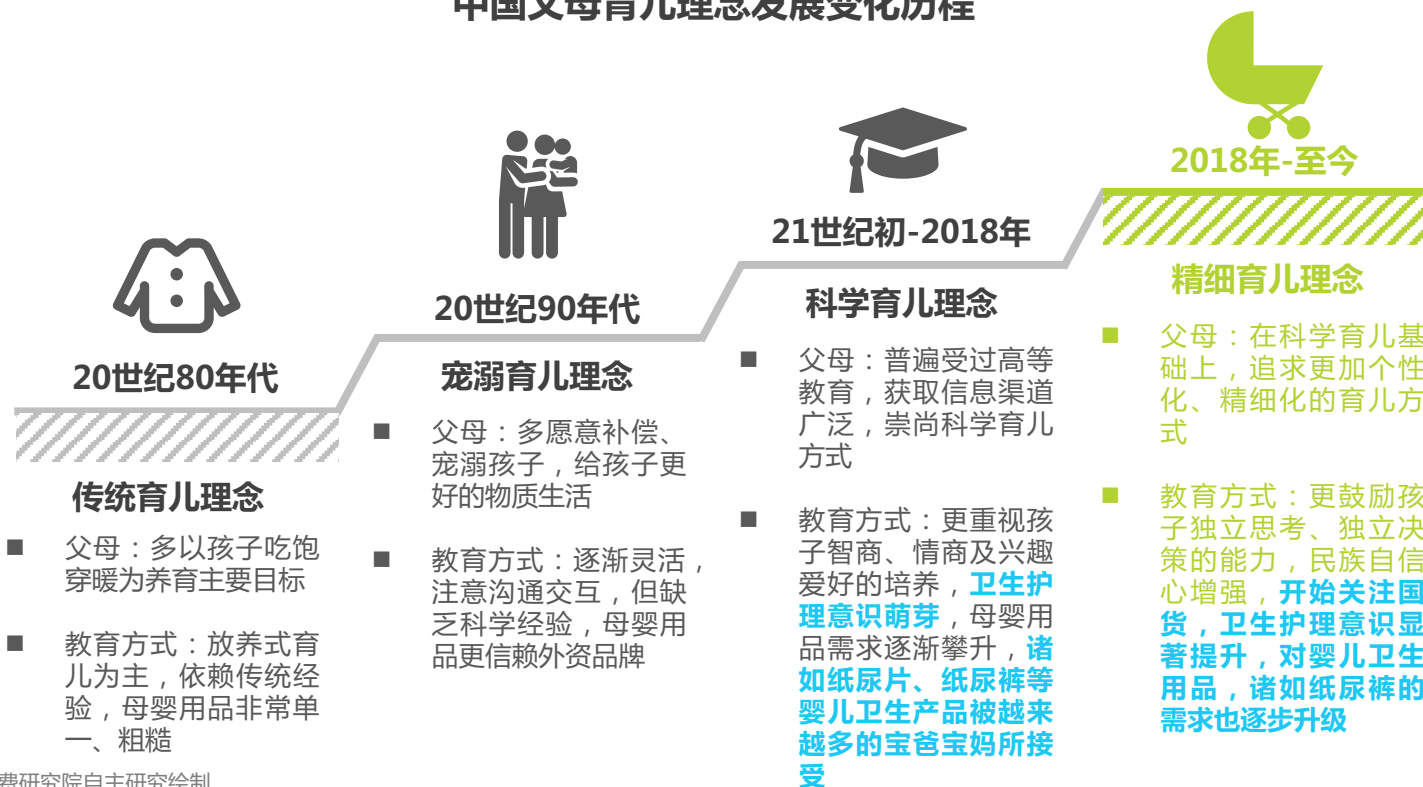
来源：艾瑞咨询《2022年中国母婴行业研究报告》。
注释：母婴消费包含孕产期女性和0-14岁婴童的商品和服务消费。

中国婴儿纸尿裤行业发展背景

健康育儿理念深入人心，婴儿纸尿裤成为重点消费品类

随着生活水平和受教育程度的提升，中国父母的育儿理念也出现新的特征，从过去传统、粗糙的育儿方式转变为现阶段科学化、精细化、个性化的育儿方式。育儿理念的更新带动母婴消费的升级，婴童父母卫生护理意识开始逐渐提升，追求健康育养，诸如以纸尿裤为代表的母婴卫生用品被越来越多的消费者所接受并选择购买，这从需求端给中国婴儿纸尿裤行业带来广阔的发展空间。现阶段，婴儿纸尿裤已经成为母婴消费中的重点品类之一。

中国父母育儿理念发展变化历程



来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

中国婴儿纸尿裤行业发展背景

政策护航，推动国内婴儿纸尿裤行业规范化、品质化发展

近几年，国家不断出台并完善纸尿裤相关行业发展政策，除了对纸尿裤的技术标准、分类规格等作出规范与约束外，还出台了“三品”等一系列专项行动，扶持和促进纸尿裤相关企业不断学习和积累先进技术经验，提升国产纸尿裤产品及品牌的竞争力。

2011-2021年中国推动纸尿裤行业发展相关政策梳理

发布年份	政策名称	发布单位	政策明细
2011年	《纸尿裤（片、垫）》 （GB/T28004-2011）	国家质检总局、国家 标准化管理委员会	规定了婴儿及成人用纸尿裤、纸尿裤片、纸尿裤垫（护理垫）的产品分类、技术要求、试验方法、检验规则及标志、包装、运输、贮存。
2016年	《轻工业发展规划2016-2020》	工信部	规划扶持轻工业企业，提出增品种、提品质、创品牌的“三品”战略。
	《纸尿裤规格与尺寸》国家标准	国家质检总局、国家 标准化管理委员会	规定了纸尿裤的分类、规格与尺寸要求、试验方法、检验规则和标识。
2017年	《产业用纺织品行业“十三五”发展指导意见》	工信部、国家发改委	提倡防护口罩、成人和婴儿纸尿裤等领域开展品牌评价和研究，重点培育终端消费品品牌。
2018年	《纸尿裤和卫生巾用高吸收性树脂》国家标准	国家市场监管总局、 国家标准委	规定了纸尿裤和卫生巾用料的产品分类和要求，试验方法，检测、包装、运输、存储的各个标准。
	《2018年消费品工业“三品”专项行动重点工作安排》	工信部	促进“品质革命”和精品制造，开展婴儿推车、儿童汽车安全座椅、纸尿裤等重点产品与国外产品质量及性能实物对比，引导企业参照国际先进质量标准组织生产。
2021年	《纸尿裤第1部分：婴儿纸尿裤》 （GB/T28004.1-2021）	国家质检总局、国家 标准化管理委员会	规定了婴儿纸尿裤、纸尿裤片、纸尿裤垫（护理垫）的技术指标、安全指标、卫生指标，标准还对纸尿裤的原材料、产品销售标识及包装、运输贮存等提出了具体要求

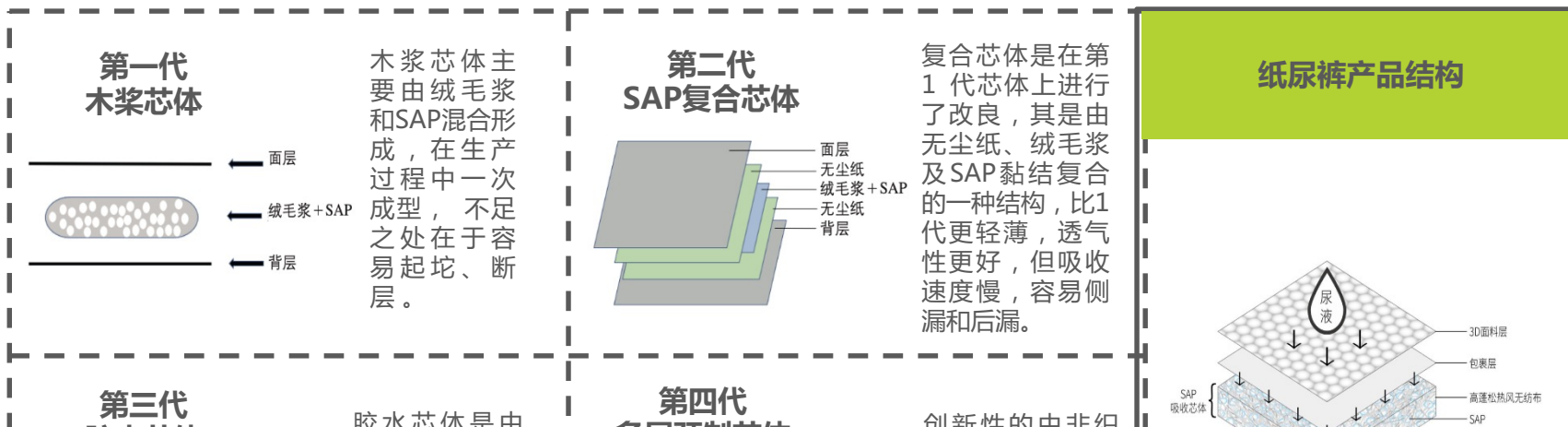
来源：艾瑞消费研究院自主研究绘制。

中国婴儿纸尿裤行业发展背景

技术进步及应用，赋能纸尿裤产品迭代升级，提升产品力

芯体是纸尿裤的核心，目前已经发展至第四代多层预制芯体，兼顾了轻薄、透气、平整等特点。目前大部分国产纸尿裤品牌仍以第三代芯体为主，未来将从结构和材料两方面继续提升产品性能。此外，不同群体消费需求差异会进一步引导厂商对纸尿裤产品进行迭代升级，根据消费者的不同使用偏好打造更加个性化、定制化的纸尿裤产品。

纸尿裤芯体发展过程



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_43507

