

# 2014-2020年中国湿巾行业 监测与发展前景研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2020年中国湿巾行业监测与发展前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201409/112510.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

2009年我国湿巾市场容量约为 268.48亿片，2010年增长至 312.59亿片，2011年市场容量不断扩大，达到378.54亿片，2012年市场容量将提高到438.75亿片。在我国，每年有2000-3000万婴儿出生，其中8-36月龄的婴幼儿约为4500万，针对0-4周岁婴幼儿，消费群体就有 8000万。可见婴儿湿巾在我国有很大的目标消费群，而目前这个市场却只开发20%。在未来的10-20年内，国内婴儿用湿巾将显示出强劲的发展前景。婴儿专用湿巾市场容量将呈现逐渐扩大趋势，2009年市场容量为85.93亿片，2010年达到102.08亿片，随着卫生保健意识提高，婴儿群体的应用不断增多，2011年市场容量达到123.72亿片，2012年市场容量为146.50亿。随着我国经济水平发展及女性消费意识的不断提高，女性专用湿巾市场容量越来越大。2009年女性专用湿巾市场容量仅为16.85亿片，2010年增长至21.56亿片，随着产品质量的不断改善提高，市场容量不断扩大，2011年达到29.95亿片，2012年市场容量提高到36.45亿片。

目前我国湿纸巾行业主要呈现出几大特点：市场前景广阔，目前湿纸巾市场主要是面向个人护理，市场普及率比较低；产品平均价格下降，湿纸巾市场需求的增长吸引了越来越多的投资者进入湿纸巾行业，引起产品价格的下降；品牌集中度高，我国恒安集团的“心相印”品牌分别在婴儿湿巾和普通湿巾中位列第二和第一位；健康发展需要多方位变革，目前，我国湿纸巾产品质量参差不齐、产品同质化现象严重、缺乏行业标准等成为业内普遍关注的问题。湿纸巾行业的发展前提主要有两个方面的工业基础：一是广泛采用的基材即无纺布和干法纸的发展，目前环保、绿色、可降解是湿纸巾材料的发展方向；二是“湿”，也就是溶液，溶液配置体系相对成熟，溶液与材料的搭配及保质和环保就成为问题的关键。

到2014年，工业用和民用湿巾每年需求将增长4.3%，达到230亿美元。湿巾将继续因其便利、一次性、可携带以及少污染等优势而受到消费者青睐。受市场不断完备，更多环保型消费品及清洁方式的出现等影响，湿巾需求增长率将有所下降。随着绿色环保趋势的发展，湿巾制造商将继续开发更环保的产品，如可生物降解的产品等。便利度、市场接受度以及创新度仍然是主要的市场推动力。在手部清洁、身体清洁、家庭清洁以及其它清洁用品市场，小体积的湿巾预计会有较大的增长。对一次性、便捷方便的清洁用品的需求将推进家庭清洁湿巾，如一般的消毒湿巾的大幅增长。手部及身体清洁湿巾，例如卫浴卫生消毒产品，也将会有较大的市场渗透。一般的洗浴湿巾将获得卧床不起或洗浴不便的消费者的较大青睐。婴儿湿巾将仍是湿巾消费市场最大的需求产品，不过同样也会因为市场的日益完备以及更多更新、更细的非尿布替代品的出现而有所下降。

经过几年的市场的培育和消费者卫生习惯的日益建立，消费者对湿巾的需求欲望已经积累

到一定程度，市场也达到了一定的膨胀期，再加上一些大品牌大企业进行推广运作，湿巾市场将迎来新局面。业界预测，中国的湿巾市场正处于“井喷铺垫期”，将会有一个小事情破冰，从而拉动整个行业的增长。

中国产业研究报告网发布的《2014-2020年中国湿巾行业监测与发展前景研究报告》共十三章。在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家海关总署、国家商务部、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国产业研究报告网、国内外相关报刊杂志提供的基础信息以及湿巾专业研究单位公布的大量资料，对国内外湿巾行业发展状况，我国湿巾行业目前的竞争状况、成长性，发展趋势、主要企业的发展状况，中国湿巾行业所面临的机遇与冲击等进行了分析。报告还重点探寻了湿巾行业的市场需求状况，企业竞争状况，行业发展趋势，以及企业应当采取的发展策略，准确了解目前湿巾行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的专业性报告。

## 报告目录

### 第一章 湿巾综合概述

#### 第一节 湿巾相关概念

##### 一、湿巾简介

##### 二、湿巾的分类

##### 三、湿巾的质量指标

#### 第二节 湿巾的主要作用及用途简介

##### 一、普通用湿布

##### 二、消毒湿巾

##### 三、女士护理消毒专用湿巾

##### 四、女士卸妆专用湿巾

##### 五、婴儿专用消毒、护理湿巾

##### 六、祛臭用湿巾

##### 七、其他用途湿巾

### 第二章 2012-2013年世界湿巾行业发展状况分析

#### 第一节 2012-2013年世界湿巾行业运行概况

#### 第二节 2012-2013年世界主要地区湿巾行业运行情况分析

##### 一、美国

##### 二、日韩地区

##### 三、欧洲

### 第三节 2014-2020年世界湿巾行业发展趋势分析

## 第三章 2012-2013年中国湿巾的行业发展环境分析

### 第一节 2012-2013年中国经济环境分析

#### 一、宏观经济

#### 二、工业形势

#### 三、固定资产投资

### 第二节 2012-2013年中国湿巾的行业发展政策环境分析

#### 一、行业政策影响分析

#### 二、相关行业标准分析

### 第三节 2014-2020年中国湿巾的行业发展社会环境分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育情况分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、居民消费观念和习惯分析

#### 五、生态环境分析

## 第四章 2012-2013年中国湿巾行业市场调查情况分析

### 第一节 2012-2013年中国湿巾市场运行现状分析

#### 一、国内湿巾市场现状分析

#### 二、国内湿巾市场需求情况分析

### 第二节 2012-2013年中国湿巾行业发展形势分析

#### 一、国内湿巾行业现状

#### 二、中国湿巾行业影响因素分析

### 第三节 2012-2013年中国湿巾行业发展对策与建议分析

## 第五章 2012-2013年中国湿巾行业数据调查分析

### 第一节 2012-2013年中国湿巾行业规模分析

#### 一、企业数量增长分析

#### 二、从业人数增长分析

#### 三、资产规模增长分析

### 第二节 2013年中国湿巾行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节 2012-2013年中国湿巾行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第四节 2012-2013年中国湿巾行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章 中国湿巾区域市场调查状况分析

第一节 华北市场

一、地区发展状况

二、地区需求状况

三、地区竞争状况

第二节 中南市场

一、地区发展状况

二、地区需求状况

三、地区竞争状况

第三节 华东市场

一、地区发展状况

二、地区需求状况

三、地区竞争状况

第四节 东北市场

一、地区发展状况

二、地区需求状况

三、地区竞争状况

第五节 西南市场

一、地区发展状况

二、地区需求状况

三、地区竞争状况

第六节 西北地区

一、地区发展状况

二、地区需求状况

三、地区竞争状况

## 第七章 中国湿巾用户度市场调查情况分析

第一节 湿巾用户认知程度

第二节 湿巾用户关注因素

一、功能

二、质量

三、价格

四、外观

五、服务

## 第八章 2012-2013年中国湿巾产业市场竞争格局分析

第一节 2012-2013年中国湿巾产业竞争现状分析

一、市场竞争程度分析

二、湿巾产品价格竞争分析

三、湿巾产业技术竞争分析

第二节 湿巾竞争优劣势分析

一、优势

二、劣势

第三节 2012-2013年中国湿巾行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度

第四节 2012-2013年中国湿巾企业提升竞争力策略分析

一、基于核心竞争力的湿巾企业发展方向

二、基于战略地图的湿巾企业资源配置

## 第九章 2012-2013年中国湿巾行业重点厂商分析

第一节 中顺洁柔纸业股份有限公司

一、企业概况

二、企业竞争优势分析

三、企业经营状况分析

#### 四、企业发展战略分析

### 第二节 强生（中国）投资有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、企业经营状况分析

#### 四、企业发展战略分析

### 第三节 维达国际控股有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、企业经营状况分析

#### 四、企业发展战略分析

### 第四节 东冠集团

#### 一、企业概况

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、企业经营状况分析

#### 四、企业发展战略分析

### 第五节 恒安国际集团有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、企业经营状况分析

#### 四、企业发展战略分析

### 第六节 金佰利公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、企业经营状况分析

#### 四、企业发展战略分析

### 第七节 宝洁公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业竞争优势分析

#### 三、企业经营状况分析

#### 四、企业发展战略分析

### 第八节 金红叶纸业集团有限公司



- 一、企业概况
- 二、企业竞争优势分析
- 三、企业经营状况分析
- 四、企业发展战略

## 第十章 2012-2013年中国湿巾行业产业链分析

### 第一节 湿巾上游行业分析

- 一、上游行业发展现状
- 二、上游行业发展趋势
- 三、上游行业对湿巾行业的影响

### 第二节 湿巾下游行业分析

- 一、下游行业发展现状
- 二、下游行业发展趋势
- 三、下游行业对湿巾行业的影响

## 第十一章 2014-2020年中国湿巾产业发展趋势预测分析

### 第一节 2014-2020年中国湿巾产业发展趋势分析

- 一、湿巾技术发展方向分析
- 二、湿巾行业前景分析

### 第二节 2014-2020年中国湿巾产业市场预测分析

- 一、湿巾市场供给预测分析
- 二、湿巾行业需求预测分析

### 第三节 2014-2020年中国湿巾产业市场盈利预测分析

## 第十二章 2014-2020年中国湿巾产业投资机会与风险分析

### 第一节 2014-2020年中国湿巾产业投资环境分析

- 一、研发环境
- 二、政策环境

### 第二节 2014-2020年中国湿巾产业投资机会分析

- 一、湿巾行业区域投资热点分析
- 二、湿巾行业投资潜力分析

### 第三节 2014-2020年中国湿巾产业投资风险分析

- 一、市场运营风险
- 二、技术风险
- 三、政策风险
- 四、进入退出风险

## 第十三章 结论和建议

### 第一节 结论

### 第二节 建议

- 一、行业投资环境考察
- 二、投资风险及控制策略
- 三、产品投资方向建议
- 四、项目投资建议

### 图表目录

图表：湿巾主要检验项目和执行标准

图表：普通用湿布的溶剂配方实例

图表：卸妆用湿巾溶剂配方实例

图表：婴儿护理用湿巾溶剂配方实例

图表：2009-2013国内生产总值及其增长速度

图表：2012-2013年中国GDP季度同比增长

图表：2009-2013年国内粮食产量

图表：2013年规模以上工业增加值增速

图表：2013年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2013年固定资产投资增速

图表：2013年分行业固定资产投资及其增长速度

图表：2008-2012中国城乡人口增长情况

图表：2008-2012年中国出生率、死亡率和自然增长率

图表：2009-2013年中国湿巾市场容量增长趋势图

图表：2009-2013年中国婴儿湿巾市场容量趋势图

图表：2009-2013年中国女性湿巾市场容量增长趋势图

图表：2013年国内市场各湿巾销售所占比例

图表：2009-2013年国内湿巾生产厂商数量及增长率

图表：2012年国内纸及纸板生产量区域分布情况

图表：2011-2012年国内纸及纸板生产量区域分布情况及占比

图表：中国生活用纸2003～2012年生产量和消费量

图表：2013主要省（区、市）纸制品产量比例

图表：2010年-2012年国内主要生活用纸品牌销售额占比

图表：2012年纸及纸板生产和消费情况

图表：2009-2013年北京纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年天津纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年河北纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年山西纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年内蒙古纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年广东纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年广西纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年海南纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年河南纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年湖北纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年湖南纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年上海纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年江苏纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年浙江纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年安徽纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年福建纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年江西纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年山东纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年辽宁纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年吉林纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年黑龙江纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年重庆纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年四川纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年贵州纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年云南纸制品制造工业销售产值

图表：2008-2012年西藏纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年陕西纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年甘肃纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年青海纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年宁夏纸制品制造工业销售产值

图表：2009-2013年新疆纸制品制造工业销售产值

图表：2012年重点造纸企业产量前三十名企业

图表：2012年主要纸巾品牌市场份额

图表：微观环境-五力模型

图表：2012年纸及纸板产量100万吨以上省份情况

图表：2012年纸及纸板区域布局情况

图表：2012年纸及纸板生产力区域布局情况

图表：2013年中顺洁柔公司财务情况情况分析

图表：2012年中顺洁柔公司盈利能力分析

图表：2010-2012年中顺洁柔公司偿还能力分析

图表：2010-2012年中顺洁柔公司主营业务分析

图表：2010-2012年中顺洁柔公司营运能力分析

图表：强生ECR系统

图表：2013年强生主要财务分析

图表：2013年强生资产负债表分析

图表：2013年强生利润表分析

图表：2013年强生现金流量分析

图表：2012-2013年强生（中国）投资有限公司发展能力分析

图表：2012-2013年强生（中国）投资有限公司现金流分析

图表：2012-2013年强生（中国）投资有限公司投资收益分析

图表：强生（中国）有限公司SWOT分析

图表：2013年维达集团主营业务构成情况

图表：2013年维达集团主要财务指标分析

图表：2013年维达集团利润表分析

图表：2013年维达集团现金流分析

图表：2013年维达集团资产负债分析

图表：2013年斯米克集团主要财务分析

图表：2013年斯米克集团盈利能力分析

图表：2013年斯米克集团偿还能力分析

图表：2013年斯米克集团成长能力分析

图表：2013年斯米克集团营运能力分析

图表：2012-2013年斯米克集团现金流分析

图表：2012-2013年斯米克集团投资收益分析

图表：2013年恒安集团主营业务构成情况

图表：2013年恒安集团利润情况分析

图表：2013年恒安集团财务情况分析

图表：2013年恒安集团资产负债分析

图表：2013年恒安集团现金流分析

图表：金佰利公司创新成果

图表：2013年金佰利公司主要财务指标分析

图表：金佰利公司地域收入占比

图表：2013年金佰利公司现金流量分析

图表：2013年金佰利公司利润表

图表：2013年金佰利公司资产负债表分析

图表：2013年宝洁公司利润表分析

图表：2013年宝洁公司资产负债表分析

图表：金红叶纸业集团有限公司在华主要产品

图表：金光纸业公司主要投资公司情况

图表：2010-2013年金光纸业公司利润情况

图表：2010-2013年金光纸业负债结构分析

图表：2010-2013年金光纸业公司现金流量分析

图表：2010-2013年主营业务毛利构成及占比情况

图表：湿巾行业产业链情况

图表：国内生活用纸原料结构

图表：2003-2012年中国生活用纸进出口情况

图表：2003-2012年中国纸浆消耗情况

图表：2005-2012年中国纸制品生产和消费情况

图表：全球主要化妆品市场情况

图表：2013年美国公司计划将研发活动向外转移的目的地国

图表：企业问卷调查：政府如何支持制造业研发

图表：2009-2012年全球和美国能源工业研发投入情况

图表：2009-2012年全球和美国材料工业研发投入情况

图表：2010-2012年全球主要国家和地区研发支出占全球百分比

图表：美国2013年研发投入来源

图表：2013年不同组织所面临的研发挑战

图表：全球研发者对技术/研究领域的领头国家的看法

图表：女性专用湿巾产品特点

图表：2009-2013年女性专用湿巾市场容量

图表：女性专用湿巾消费特点

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201409/112510.html>