

# 2021-2027年中国互联网+纸尿裤行业市场经营管 理及投资前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国互联网+纸尿裤行业市场经营管理及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202103/942392.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2021-2027年中国互联网+纸尿裤行业市场经营管理及投资前景预测报告》共六章。首先介绍了互联网+纸尿裤行业市场发展环境、互联网+纸尿裤整体运行态势等，接着分析了互联网+纸尿裤行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+纸尿裤市场竞争格局。随后，报告对互联网+纸尿裤做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+纸尿裤行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+纸尿裤产业有个系统的了解或者想投资互联网+纸尿裤行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第1章：中国互联网+纸尿裤行业发展综述

#### 1.1 纸尿裤行业概述

##### 1.1.1 纸尿裤的定义及分类

##### 1.1.2 传统尿布和纸尿裤的比较

##### 1.1.3 纸尿裤的核心技术分析

###### (1) 吸收芯层 (Absorbent Pad)

###### (2) 导流层 (Transfer Layer)

#### 1.2 纸尿裤的用户群体分析

##### 1.2.1 纸尿裤消费特征

##### 1.2.2 纸尿裤消费者画像

#### 1.3 纸尿裤的销售渠道分析

##### 1.3.1 母婴门店渠道发展概况

##### 1.3.2 现代商超卖场渠道发展概况

##### 1.3.3 电商网购渠道发展概况

##### 1.3.4 传统批发渠道发展概况

##### 1.3.5 医药特通渠道发展概况

#### 1.4 互联网+纸尿裤的发展背景分析

##### 1.4.1 需求端：85/90后育儿人群线上基因与生俱来

##### 1.4.2 供给端：国产纸尿裤质量提升，寻求线上突破

### 第2章：中国互联网+纸尿裤行业发展现状分析

#### 2.1 中国纸尿裤行业发展现状分析

##### 2.1.1 纸尿裤行业市场规模发展分析

- (1) 中国纸尿裤销售量
- (2) 中国纸尿裤销售额
- (3) 中国纸尿裤进出口规模
- 2.1.2 纸尿裤行业整体市场格局分析
- 2.1.3 纸尿裤行业市场发展特点分析
- 2.1.4 纸尿裤行业市场前景发展分析
- 2.2 中国互联网+纸尿裤行业发展现状分析
  - 2.2.1 纸尿裤行业线上渠道市场规模
  - 2.2.2 纸尿裤行业线上渠道竞争格局
  - 2.2.3 纸尿裤行业线上渠道渗透率
  - 2.2.4 纸尿裤网店商城分布情况分析
  - 2.2.5 纸尿裤行业线上渠道价格分析
  - 2.2.6 纸尿裤行业线上渠道发展趋势
    - (1) 进口化
    - (2) 高端化
    - (3) 品牌化
- 2.3 纸尿裤品牌线上渠道发展情况分析
  - 2.3.1 国际纸尿裤品牌线上渠道发展情况
  - 2.3.2 国产纸尿裤品牌线上渠道发展情况
- 2.4 中国互联网+纸尿裤发展痛点分析
  - 2.4.1 中国互联网+纸尿裤发展痛点
  - 2.4.2 中国互联网+纸尿裤痛点解决路径
- 第3章：中国互联网+纸尿裤商业模式分析
  - 3.1 前瞻关于商业模式研究的基本思想介绍
    - 3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较
      - (1) 商业模式的定义
      - (2) 商业模式与其他模式的比较
    - 3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
      - (1) 商业模式的核心构成要素
      - (2) 商业模式的构建流程
  - 3.2 互联网+纸尿裤商业模式类型分析
    - 3.2.1 纯线上销售商业模式分析
      - (1) 品牌旗舰店销售模式
      - (2) 综合电商销售模式
      - (3) 母婴垂直电商销售模式

### 3.2.2 线上+线下商业模式分析

- (1) 纸尿裤O2O模式分析
- (2) 纸尿裤社区团购模式

### 3.3 纸尿裤+母婴微商商业模式分析

#### 3.3.1 纸尿裤微商模式发展现状

#### 3.3.2 纸尿裤微商商业模式介绍

- (1) 纸尿裤微商代理模式分析
- (2) 纸尿裤微商平台模式分析

#### 3.3.3 纸尿裤微商模式典型案例

- (1) 米菲纸尿裤
- (2) 爹地童年

#### 3.3.4 纸尿裤微商模式发展趋势

- (1) 微商走向规范化和品牌化
- (2) 推广方式将更加多样化
- (3) 农村市场是微商未来发力点之一
- (4) 跨境电商是微商一大增长点
- (5) 微商生态化发展是趋势

### 3.4 互联网+纸尿裤商业模式创新分析

#### 3.4.1 互联网思维+科技创新模式分析

#### 3.4.2 纸尿裤新零售商业模式分析

- (1) 标签IP撬动新零售
- (2) 新营销撬动新零售

## 第4章：中国互联网+纸尿裤创业战略战术分析

### 4.1 互联网+纸尿裤产品打造战略分析

#### 4.1.1 产品市场定位

#### 4.1.2 产品区域定位

#### 4.1.3 产品研发走向

#### 4.1.4 产品颜值打造

### 4.2 互联网+纸尿裤品牌调性战略分析

#### 4.2.1 互联网+纸尿裤品牌人格化策略分析

#### 4.2.2 互联网+纸尿裤品牌调性策略分析

#### 4.2.3 互联网+纸尿裤品牌调性案例分析

### 4.3 互联网+纸尿裤品牌推广战略分析

#### 4.3.1 互联网+纸尿裤明星网红社交策略

#### 4.3.2 互联网+纸尿裤话题营销策略分析

#### 4.3.3 互联网+纸尿裤IP借势策略分析

#### 4.3.4 互联网+纸尿裤公益助力策略分析

#### 4.3.5 互联网+纸尿裤动漫营销策略分析

### 4.4 纸尿裤行业互联网思维切入方法分析

#### 4.4.1 互联网思维的定义与核心分析

#### 4.4.2 互联网思维产品成功案例分析

(1) 玩转个性定制的“可口可乐”

(2) 玩转饥饿营销的“小米手机”

#### 4.4.3 纸尿裤行业互联网思维切入方法

#### 4.4.4 纸尿裤行业互联网思维切入案例

(1) 用户思维——给宝宝最好的

(2) 极致思维——尽可能做到最好

### 4.5 互联网+纸尿裤市场营销战略分析

#### 4.5.1 纸尿裤行业互联网营销策略

#### 4.5.2 纸尿裤行业互联网策划方案

#### 4.5.3 纸尿裤行业互联网营销案例

(1) 创意内容联动平台，实现品效合一

(2) IP联名、跨界合作

## 第5章：中国互联网+纸尿裤重点企业案例分析

### 5.1 互联网+纸尿裤行业企业发展总况

### 5.2 国内电商企业纸尿裤销售情况分析

#### 5.2.1 京东

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业纸尿裤销售品牌

(4) 企业纸尿裤销售情况

(5) 企业纸尿裤业务发展优势

#### 5.2.2 天猫

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业纸尿裤销售品牌

(4) 企业纸尿裤销售情况

(5) 企业纸尿裤业务发展优势

#### 5.2.3 考拉

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业纸尿裤销售品牌
- (4) 企业纸尿裤销售情况
- (5) 企业纸尿裤业务发展优势

#### 5.2.4 唯品会

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业纸尿裤销售品牌
- (4) 企业纸尿裤销售情况
- (5) 企业纸尿裤业务发展优势

#### 5.2.5 国美

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业纸尿裤销售品牌
- (4) 企业纸尿裤销售情况
- (5) 企业纸尿裤业务发展优势

### 5.3 互联网+纸尿裤企业销售情况分析

#### 5.3.1 小鹿叮叮

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业纸尿裤产品简介
- (3) 企业纸尿裤业务发展情况
- (4) 企业商业模式分析
- (5) 企业纸尿裤销售渠道
- (6) 企业发展优劣势分析

#### 5.3.2 凯儿得乐

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业纸尿裤产品简介
- (3) 企业纸尿裤业务发展情况
- (4) 企业商业模式分析
- (5) 企业纸尿裤销售渠道
- (6) 企业发展优劣势分析

#### 5.3.3 爸爸的选择

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业纸尿裤产品简介
- (3) 企业纸尿裤业务发展情况

- (4) 企业商业模式分析
- (5) 企业纸尿裤销售渠道
- (6) 企业发展优劣势分析

#### 5.3.4 雀氏

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业纸尿裤产品简介
- (3) 企业纸尿裤业务发展情况
- (4) 企业商业模式分析
- (5) 企业纸尿裤销售渠道
- (6) 企业发展优劣势分析

#### 5.3.5 可靠

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业纸尿裤产品简介
- (3) 企业纸尿裤业务发展情况
- (4) 企业商业模式分析
- (5) 企业纸尿裤销售渠道
- (6) 企业发展优劣势分析

### 第6章：互联网+纸尿裤行业前景预测与投资建议（ZY KT）

#### 6.1 互联网+纸尿裤行业发展趋势与前景预测

##### 6.1.1 行业发展因素分析

##### 6.1.2 行业发展趋势预测

- (1) 产品发展趋势——中高端产品百花齐放，占据市场主导地位
- (2) 品牌发展趋势——国货崛起，日本品牌的市场份额被分割
- (3) 渠道发展趋势——大数据提升用户体验，线上线下全渠道建设

##### 6.1.3 行业发展前景预测

#### 6.2 互联网+纸尿裤行业投资现状与风险分析

##### 6.2.1 行业投资现状分析

##### 6.2.2 行业进入壁垒分析

- (1) 资质壁垒
- (2) 环保要求
- (3) 技术壁垒
- (4) 产品与技术思维壁垒

##### 6.2.3 行业经营模式分析

##### 6.2.4 行业投资风险预警

- (1) 网络购物新用户流量红利在逐渐消退



(2) 流量碎片化，获客成本显著增加。

#### 6.2.5 行业兼并重组分析

### 6.3 互联网+纸尿裤行业投资机会与热点分析

#### 6.3.1 行业投资价值分析

#### 6.3.2 行业投资机会分析

(1) 产业链投资机会分析

(2) 重点区域投资机会分析

(3) 细分市场投资机会分析

(4) 产业空白点投资机会

### 6.4 互联网+纸尿裤行业发展战略与规划分析

#### 6.4.1 互联网+纸尿裤行业发展战略研究分析

(1) 战略综合规划

(2) 产业战略规划

(3) 营销品牌战略

#### 6.4.2 对我国互联网+纸尿裤企业的战略思考

(1) 用户资产为核心经营资产

(2) 跨界连带运营+用户和流量经营是核心

(3) 积极布局线下

#### 6.4.3 中国互联网+纸尿裤行业发展建议分析

(1) 纵向延伸，增加原材料供给

(2) 横向整合，优化产业组织结构

(3) 引入循环经济理念和生产系统 (ZY KT)

部分图表目录：

图表1：纸尿裤的产品分类

图表2：传统尿布与纸尿裤性能对比

图表3：纸尿裤产品购买消费者特征分析（单位：%）

图表4：消费者选购纸尿裤关注的因素分析（单位：%）

图表5：消费者每片纸尿裤接受的价格区间（单位：%）

图表6：纸尿裤产品购买渠道分析（单位：%）

图表7：消费者是否经常选择线上购物的原因对比（单位：%）

图表8：2020年区域零售商各品类销售额占比情况（单位：%）

图表9：不同年龄母婴消费者最常购买孕婴童产品的渠道（单位：%）

图表10：2016-2020年中国市场纸尿裤总体销售量（单位：亿片，%）

图表11：2016-2020年中国市场纸尿裤总体销售量（单位：亿片）

图表12：2016-2020年中国纸尿裤销售额及增速变动（单位：亿元，%）

图表13：2016-2020年中国不同消费群体纸尿裤销售额占比（单位：%）

图表14：2016-2020年纸尿裤出口量及出口额统计（单位：百吨，亿元）

图表15：2016-2020年纸尿裤进口量及出口额统计（单位：百吨，亿元）

图表16：纸尿裤制造行业竞争格局分析

图表17：纸尿裤行业发展特点分析

图表18：2021-2027年中国纸尿裤市场规模预测（单位：亿元）

图表19：2016-2020年中国纸尿裤线上渠道销售规模及占比情况（单位：亿元，%）

图表20：2020年中国尿片/尿裤品牌不同电商渠道销售结构（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202103/942392.html>