

## 行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據摘自不同的官方政府刊物、可供查閱的公開市場研究資料來源及獨立供應商的其他資料來源，以及弗若斯特沙利文編製的獨立行業報告（「弗若斯特沙利文報告」）。我們委聘弗若斯特沙利文編製有關[編纂]的獨立行業報告弗若斯特沙利文報告。來自官方政府來源的資料並無經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實且概無就其準確性發表任何聲明。

### 資料來源

我們委託弗若斯特沙利文對中國的一次性使用衛生用品市場以及中國的一次性使用衛生用品出口市場進行分析並編製報告。弗若斯特沙利文為於1961年在紐約成立的一間獨立全球諮詢公司，提供行業研究及市場策略並提供成長諮詢及企業培訓。根據公平磋商協定的服務協議，我們同意向弗若斯特沙利文支付佣金人民幣880,000元。除另有說明外，本節所載之所有數據及預測資料皆來自弗若斯特沙利文報告。我們亦提述載於「概要」、「風險因素」、「業務」及「財務資料」各節之若干信息以提供有關我們經營所在行業更加周全之陳述。

弗若斯特沙利文編製報告時，已進行一手及二手研究，並藉助各種資料來源。一手研究乃通過對主要行業專家及領先行業參與者進行訪談而進行。二手研究則涉及對取自若干公開可得數據來源（如中國國家統計局及其他行業協會）的市場數據進行分析。弗若斯特沙利文報告所載市場預測乃基於以下關鍵假設：(i)於預測期間內，預期中國整體社會、經濟及政治環境將維持穩定；(ii)於預測期間內，中國的經濟及行業發展很可能維持平穩增長；(iii)於預測期間內，相關行業的主要驅動力很可能會帶動中國的一次性使用衛生用品市場以及一次性使用衛生用品出口市場的增長；及(iv)將不會發生極端不可抗力事件或行業法規，以至於對市場造成嚴重或根本性的影響。

## 行業概覽

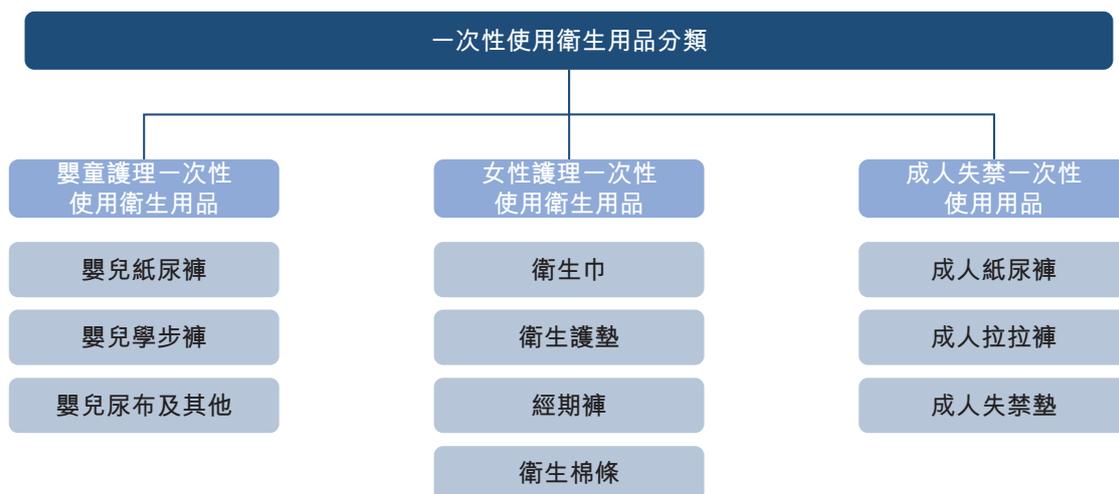
董事確認，據董事採取審慎態度作出合理查詢後所深知，自弗若斯特沙利文報告所載相關數據日期起，市場資料並無發生可能限制、抵觸或影響本節所載資料的重大不利變動。

### 全球一次性使用衛生用品市場概覽

#### 定義及分類

一次性使用衛生用品是指與人體直接接觸的一次性使用衛生用品，主要由絨毛漿、無紡布、高吸水性聚合物等材料組成，是由表層、吸收芯層和防漏底膜層組成的分層結構，旨在吸收和收集人體排洩物。

按目標消費者劃分，一次性使用衛生用品主要指嬰童護理一次性使用衛生用品、女性護理一次性使用衛生用品和成人失禁一次性使用用品。



資料來源：弗若斯特沙利文

### 全球一次性使用衛生用品市場的市場規模及增長

2020年，COVID-19疫情造成了前所未有的破壞，全球經濟經歷了重大挑戰，對吸水性一次性使用衛生用品的全球供應鏈影響深遠，導致嚴重中斷。供應鏈中斷影響原材料的採購及製成品的分銷，從而影響該等產品對消費者的可行性和可普及性。受疫情影響，產能受限，加上運輸及物流受限，導致滿足市場需求的能力下降。因此，全球一次性使用衛生用品的市場規模在2019年至2022年有所下降。

## 行業概覽

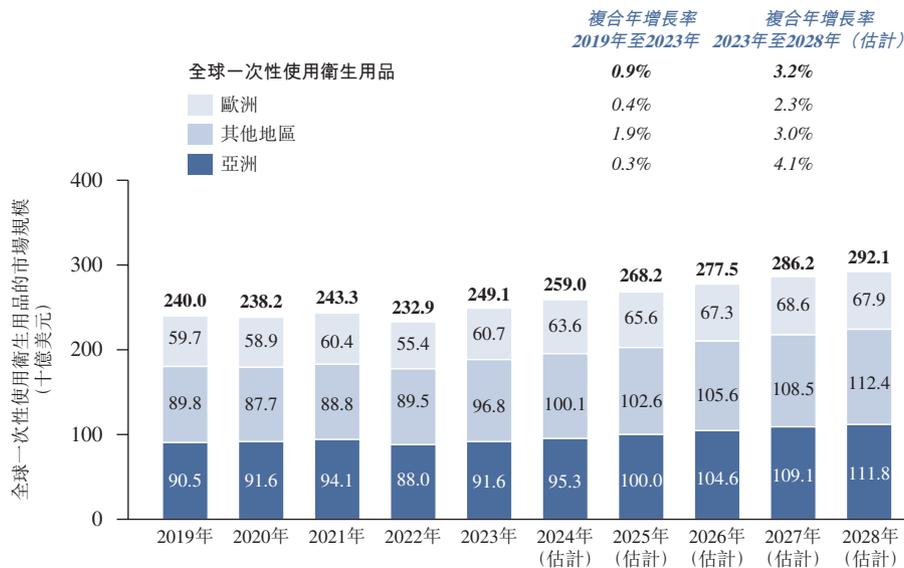
COVID-19疫情後，吸水性一次性使用產品的全球消費市場逐漸復蘇。隨著疫情逐步得到控制，吸水性一次性使用產品的生產活動有所反彈。消費者對健康及個人衛生的高度關注促使其購買偏好轉向衛生及個人護理用品。因此，這一轉變促使吸水性一次性使用產品的市場需求激增，最終導致2022年至2023年的市場規模呈上升趨勢。

儘管經濟波動、受到COVID-19疫情的影響以及原材料價格的波動，全球一次性使用衛生用品市場的市場規模仍然由2019年的約2,400億美元略微上升至2023年的約2,491億美元，複合年增長率約為0.9%。預計2028年將達到約2,921億美元，自2023年起複合年增長率約為3.2%。

在亞洲地區，儘管市場規模由2021年的941億美元略微下降至2022年的880億美元，但該地區仍在全球一次性使用衛生用品市場中發揮著重要作用，佔據約36.8%的市場份額。隨著人口增長及對衛生意識的日益重視，該市場有望復甦，預計到2028年將達到1,118億美元，自2023年起複合年增長率約為4.1%。

然而，歐洲的市場規模下降幅度更大，由2021年的約604億美元降至2022年的約554億美元。儘管如此，歐洲市場有望復甦，預計到2028年將達到約679億美元，自2023年起複合年增長率約為2.3%。

全球一次性使用衛生用品市場的市場規模，2019年至2028年（估計）



資料來源：國際貨幣基金組織 (IMF, 2024年4月)、弗若斯特沙利文

## 行業概覽

### 中國一次性使用衛生用品出口市場概覽

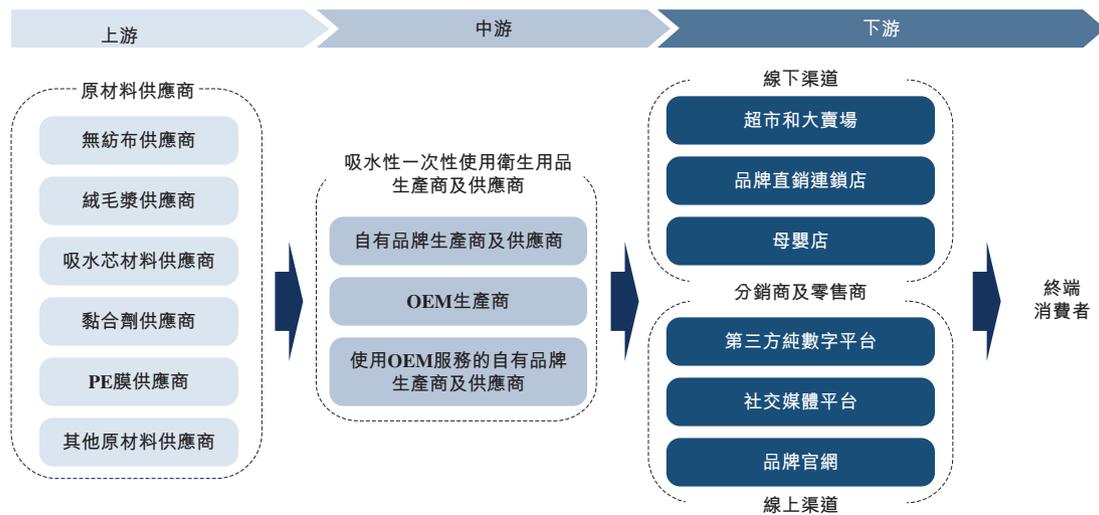
#### 中國一次性使用衛生用品市場價值鏈

中國一次性使用衛生用品市場的價值鏈包括上游原材料供應、中游一次性使用衛生用品生產商和供應商以及下游終端客戶。

在生產加工過程中，一次性使用衛生用品通常採用ODM（原始貼牌生產）及OEM（原始設備製造商）模式。一次性使用衛生用品供應商可根據ODM安排，將生產外包給選定的國內第三方生產商，這有助於該等供應商將資源集中用於研發、產品規劃和設計、品牌樹立和營銷以及銷售和分銷。

在分銷過程中，一次性使用衛生用品的分銷渠道包括第三方純數字平台、品牌官網、關鍵客戶（「KA」）渠道（如超市和大賣場）、品牌直銷連鎖店、母嬰店等，以觸及終端消費者。

#### 中國一次性使用衛生用品市場價值鏈



資料來源：弗若斯特沙利文

## 行業概覽

### 中國一次性使用衛生用品出口市場的市場規模及增長

生產一次性使用衛生用品產生的收入（反映銷售額）由2019年的約人民幣813億元增至2023年的人民幣852億元，複合年增長率約為1.2%。預計到2028年將進一步增至約人民幣1,005億元，自2023年起複合年增長率約為3.4%。

目前，出口銷售額實現大幅增長，由2019年的約人民幣111億元增至2023年的人民幣180億元，複合年增長率高達約12.8%。據預測，出口額將繼續增長，到2028年將達到約人民幣252億元，自2023年起複合年增長率約為7.0%。此外，出口額佔總銷售額的比重由2019年的約13.7%上升到2023年的21.1%，預計到2028年將上升到約25.1%。

### 按出口及內銷劃分的一次性使用衛生用品銷售額（中國）， 2019年至2028年（估計）



附註：一次性使用衛生用品銷售額不包括增值稅。

資料來源：中國造紙協會、海關總署、弗若斯特沙利文

## 行業概覽

一次性使用衛生用品的出口額由2019年的約人民幣126億元大幅增至2023年的約人民幣204億元，複合年增長率約為12.8%。預計2028年將達到約人民幣285億元，自2023年起複合年增長率約為6.9%。嬰童護理一次性使用衛生用品出口市場是一次性使用衛生用品出口市場中增長最快的部分，由2019年的約人民幣70億元增至2023年的人民幣120億元，複合年增長率約為14.4%。預計2028年將達到人民幣170億元，自2023年起複合年增長率約為7.2%。

### 按類別劃分的一次性使用衛生用品出口額（中國），2019年至2028年（估計）



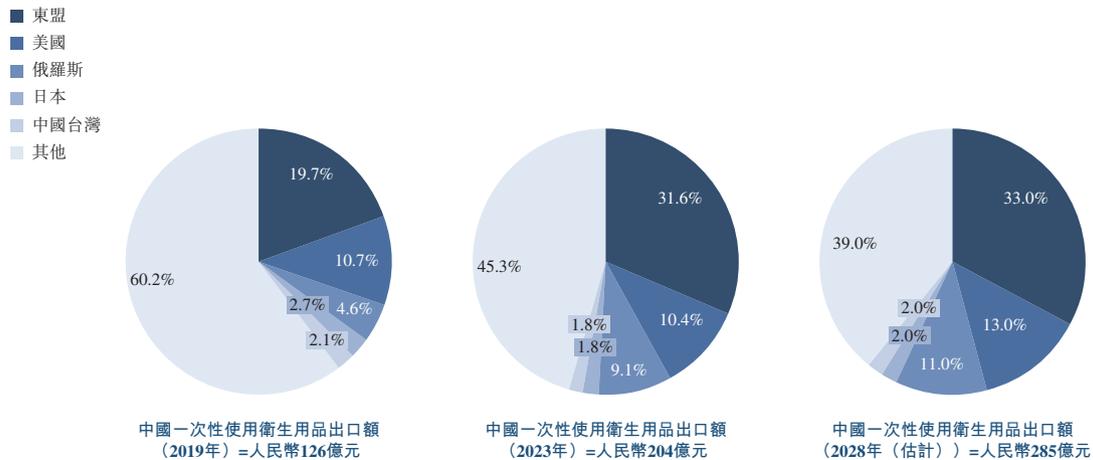
附註：一次性使用衛生用品出口額包括增值稅。

資料來源：海關總署、弗若斯特沙利文

中國一次性使用衛生用品的主要出口目的地為東盟、美國和俄羅斯。中國一次性使用衛生用品出口到這三個地區的比例分別由2019年的19.7%、10.7%及4.6%變更為2023年的31.6%、10.4%及9.1%。這一增長得益於中國在生產、技術方面的進步以及貿易關係的加強，這些因素均為中國提供了更多的出口機會。預計到2028年，中國一次性使用衛生用品對這三個地區的出口比例將分別達到33.0%、13.0%及11.0%。

## 行業概覽

### 按地區劃分的一次性使用衛生用品出口額（中國）， 2019年、2023年、2028年（估計）對比



附註：東盟包括文萊、柬埔寨、印尼、老撾、馬來西亞、緬甸、菲律賓、新加坡、泰國和越南。

資料來源：海關總署、弗若斯特沙利文

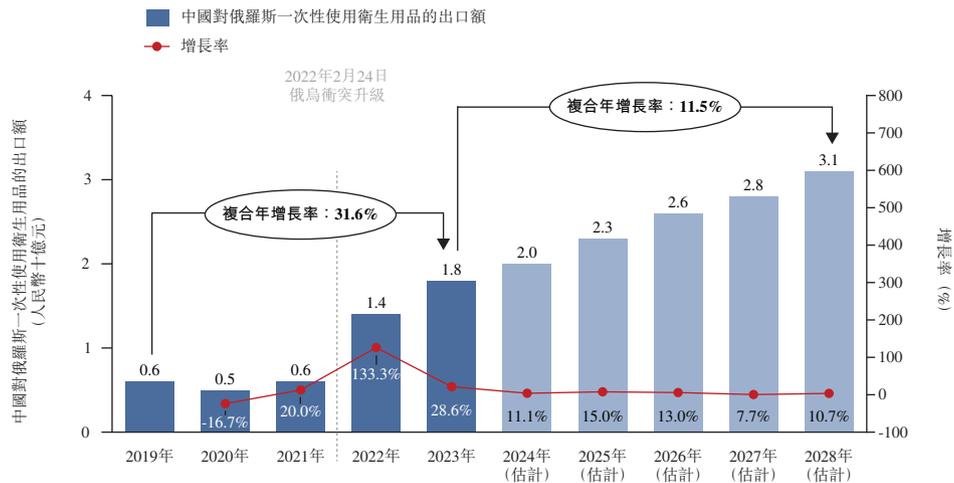
中國對俄羅斯一次性使用衛生用品的出口額出現顯著增長，由2019年的約人民幣6億元激增至2023年的約人民幣18億元，複合年增長率高達約31.6%。這一大幅增長可歸因於多個因素，包括俄羅斯市場對優質衛生用品需求的增加、貿易關係的改善，以及中國生產商在提供可靠、高性價比產品方面的良好聲譽。自有品牌產品已成為俄羅斯一次性使用衛生用品市場的一支重要力量，以適應性強、能靈活應對市場變化和消費者偏好而著稱。因此，預計2028年將達到約人民幣31億元，自2023年起複合年增長率約為11.5%。

值得注意的是，2019年至2021年期間（即實施國際制裁前）中國對俄羅斯一次性使用衛生用品的年出口額穩定在約人民幣5億元至人民幣6億元左右。繼2022年初實施國際制裁後，中國對俄羅斯的出口大幅增加至2022年的約人民幣14億元（同比增加133.3%）及2023年的約人民幣18億元（增幅為28.6%）。有關增長主要是由於俄羅斯零售商和本土紙尿褲品牌的銷售訂單增加，填補了在實施國際制裁後全球品牌大批撤離俄羅斯導致的市場需求缺口。由於俄羅斯本土紙尿褲品牌商及零售商更願意委聘獨立合同生產商，而非其在中國的競爭對手生產合作夥伴（即全球領先紙尿褲企業的OEM製造商），中國對俄羅斯的一次性使用衛生用品出口額增長在很大程度上依賴於獨立的中國合同生產商。

## 行業概覽

儘管俄羅斯的出生率較低，但由於消費者尋求更經濟的選擇，自有品牌嬰童護理用品在俄羅斯廣受歡迎。由於原材料短缺及物流成本上漲，眾多俄羅斯零售商對自有品牌產品的需求迅速增長。該趨勢有助於抵銷出生率下降的影響。

### 對俄羅斯一次性使用衛生用品的出口額（中國），2019年至2028年（估計）



資料來源：海關總署、弗若斯特沙利文

### 中國一次性使用衛生用品出口市場的主要驅動因素

**成本競爭力：**中國製造業得益於成本優勢，包括勞工成本較低及規模經濟。該優勢可令中國一次性使用衛生用品的生產商按較眾多其他國家較低的成本來進行生產。因此，中國產品在全球市場上具有競爭力，對尋求物美價廉的一次性使用衛生用品買家極具吸引力。

**技術進步：**對研發的持續投入鞏固了中國一次性使用衛生用品生產行業的技術創新。機器、生產工藝及材料的升級，令產品質量、效率及創新得到提升。技術實力的進步使生產商可生產符合國際標準的產品，確保可靠性且符合全球各地消費者的需求。

**貿易夥伴關係及市場滲透率：**中國積極推廣一次性使用衛生用品的貿易夥伴關係及擴大其市場覆蓋面。進軍新興市場或鞏固既有市場的影響力的投入，令中國在一次性使用衛生用品領域的出口市場顯著增長。有效的分銷網絡、有針對性的目標市場及

---

## 行業概覽

---

充分了解本地消費者的偏好等市場滲透策略，推動了向新地區的出口增長，從而促進了整體出口增長。於2023年，中國向193個貿易夥伴出口一次性使用衛生用品。市場滲透率按中國的一次性使用衛生用品的出口額除以中國以外的全球一次性使用衛生用品市場的市場規模計算，由2019年的0.9%增加至2023年的1.4%。

### 中國一次性使用衛生用品出口市場的未來趨勢

**向可持續發展和生態友好型產品邁進：**全球對環境的關注正推動全球向環保產品的轉變，包括中國的一次性使用衛生用品出口。生產商將投資於環保型生物降解材料的研發，以減少對環境的影響以及採用環保型生產工藝滿足消費者對環保的要求。

**通過專門定制的產品進行創新：**中國的衛生用品出口將優先考慮定制及創新，利用先進的材料及技術根據不同消費需求定制產品，以提高全球競爭力。該等定制將為自有品牌及合同生產打開市場。

### 中國一次性使用衛生用品出口市場的機遇及挑戰

**需求不斷擴大：**衛生和健康意識的提高為中國一次性使用衛生用品出口市場帶來了機遇。隨著個人衛生保健意識的提高，尤其是在新興市場，對高品質一次性使用衛生用品的需求日益增長。中國可以針對不同的消費群體，提供多種多樣物美價廉的產品，從而利用這一不斷擴大的市場。

**激烈的市場競爭：**中國一次性使用衛生用品出口市場面臨的挑戰之一是來自國內生產商和國際參與者的激烈競爭。不同國家生產的產品大同小異，導致價格、質量和品牌成為競爭的關鍵因素。這種競爭需要不斷創新、成本管理和差異化戰略，以保持市場份額。

**質量和合規標準：**達到國際質量標準和遵守法規仍然是中國生產商面臨的一大挑戰。在不同的出口市場，堅持嚴格的質量控制措施和遵守各種法規可能非常複雜。要確保不同地區的質量、安全和認證要求保持一致，需要在研究、測試和生產實踐方面進行大量投資，這對一些生產商而言是一項挑戰。

---

## 行業概覽

---

### 中國一次性使用衛生用品出口市場的准入壁壘

**初期投資大：**一次性使用衛生用品生產是資本密集型行業，新進入者需要大量的初始投資來購買生產設備、原材料及建立生產線。此外，生產商亦需要繼續投資於技術升級及產品研發。

**技術知識及生產經驗：**一次性使用衛生用品的生產涉及複雜的技術工藝，包括原材料的選擇、吸收性能的優化及產品的設計。生產商需要掌握相關的技術知識，確保產品質量符合國內外市場的標準及消費者的期望。

**品牌建設與營銷：**在競爭激烈的市場中，樹立品牌及提高知名度乃是成功的關鍵。新進入者需要在營銷及品牌建設方面投入資源，以吸引消費者並建立忠實客戶群，並根據當地消費者的消費習慣定制營銷策略。鑒於現有品牌可能已經擁有市場份額，新進入者必須制定策略以脫穎而出並吸引消費者。

### 中國一次性使用衛生用品出口市場的競爭格局

#### 中國一次性使用衛生用品供應商的排名及市場份額

2022年及2023年，中國嬰童護理一次性使用衛生用品對俄羅斯的出口市場高度集中，前三大一次性使用衛生用品供應商的出口額合計分別約佔市場份額的56.4%及77.0%。

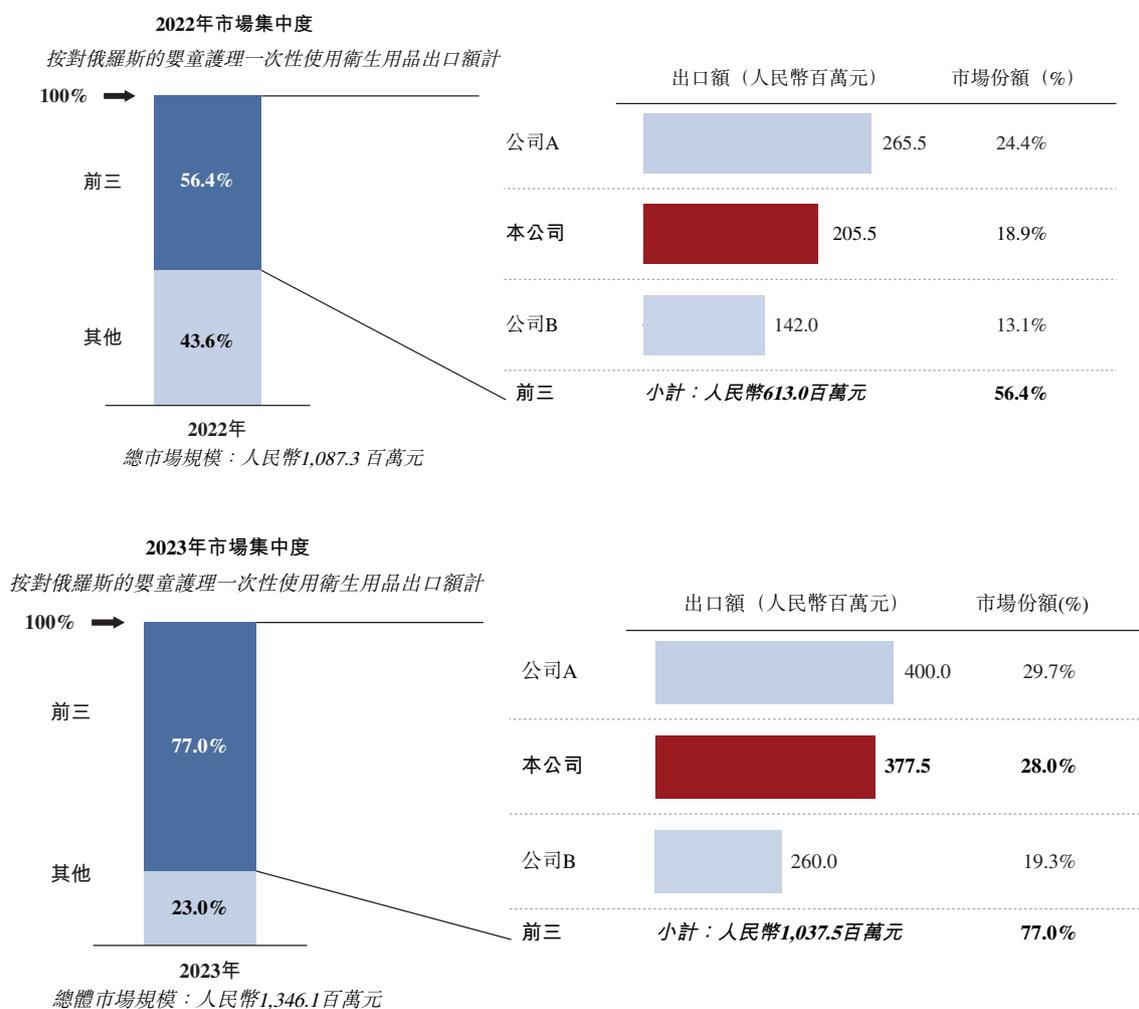
2022年及2023年，在中國所有一次性使用衛生用品供應商中，本公司對俄羅斯的嬰童一次性使用衛生用品出口額排名第二。本公司的收入主要來自合同生產業務，由於俄羅斯遭受國際制裁，於往績記錄期間，來自俄羅斯的收入可觀，且持續增加。

全球領先的紙尿褲公司在俄羅斯銷售的嬰童護理一次性使用衛生用品並非完全國產。隨著中國公司不斷積累豐富的生產經驗和技術日趨熟練，其現在能夠生產符合國際標準的高質量產品。因此，公司C及公司G等知名紙尿褲公司已與中國的OEM製造商合作。

## 行業概覽

此外，對俄羅斯的經濟制裁可能會擾亂原材料供應鏈或提高原材料價格，從而提高當地生產商的生產成本。相比之下，中國擁有成熟的供應鏈和強大的生產能力，即使在制裁下也能保持對俄羅斯的穩定供應。這使中國嬰童護理用品生產商在俄羅斯市場具有競爭力。

### 按對俄羅斯的嬰童護理一次性使用衛生用品出口額計算排名前三的一次性使用衛生用品供應商排名及其市場份額（中國），2022年及2023年



附註：

1. 公司A是一家國內民營企業，成立於2012年，總部位於福建省，主要提供嬰童護理一次性使用衛生用品、女性護理一次性使用衛生用品、成人失禁一次性使用用品、寵物紙尿褲、濕巾等產品。
2. 公司B是一家國內民營企業，成立於2005年，總部位於福建省，主要提供嬰童護理一次性使用衛生用品、女性護理一次性使用衛生用品、成人失禁一次性使用用品等產品。

---

## 行業概覽

---

### 中國一次性使用衛生用品市場概覽

#### 中國一次性使用衛生用品市場的市場規模及增長

一次性使用衛生用品包括嬰童護理一次性使用衛生用品、女性護理一次性使用衛生用品及成人失禁一次性使用用品。受中國出生率持續下降和COVID-19疫情的嚴重影響，2019年至2023年，中國嬰童護理一次性使用衛生用品市場的銷售額由約人民幣755億元下降到人民幣504億元，複合年增長率約為-9.6%。因此，一次性使用衛生用品市場的銷售額由2019年的約人民幣1,421億元小幅下降至2023年的人民幣1,309億元，複合年增長率約為-2.0%。預計2028年將達到約人民幣1,480億元，自2023年起複合年增長率約為2.5%。

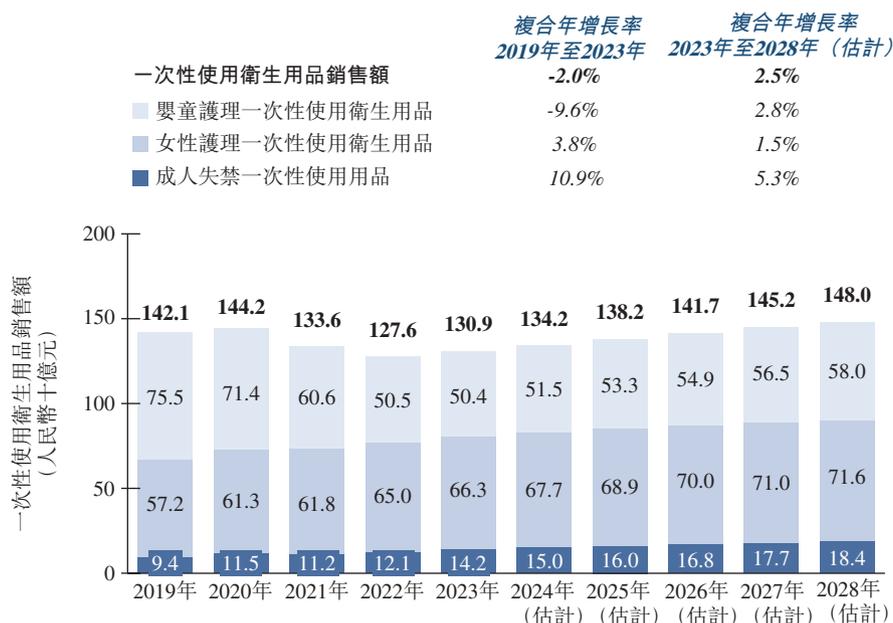
成人失禁一次性使用用品市場是一次性使用衛生用品市場中增長最快的部分，其銷售額由2019年的約人民幣94億元增長到2023年的人民幣142億元，複合年增長率約為10.9%。預計2028年將達到約人民幣184億元，自2023年起複合年增長率約為5.3%。

2019年至2023年，中國的一次性使用衛生用品市場複合年增長率為負，主要由於2019年至2022年嬰童護理一次性使用衛生用品市場收縮以及COVID-19疫情的影響。嬰童護理一次性使用衛生用品市場由2019年的約人民幣755億元減少至2022年的人民幣505億元，複合年增長率約為-12.5%。2023年，嬰童護理一次性使用衛生用品的市場規模為人民幣504億元，較2022年僅略微下降0.2%。相反，該期間的女性護理一次性使用衛生用品市場及成人失禁一次性使用用品市場卻在增長。

2021年8月三孩政策實施及政府出台多項政策支持生育後，出生率下降趨勢有望緩解，逐步扭轉。此外，隨著中國消費者購買力的提高、對優質嬰童護理一次性使用衛生用品的需求增加，中國嬰童護理一次性使用衛生用品市場出現價格更高的嬰童學步褲，因具備鮮明的特性功能而獲市場青睞。生育率反彈及嬰童學步褲消費頻率增加預計將於2023年至2028年期間推動中國的一次性使用衛生用品市場發展。

## 行業概覽

### 按類別劃分的一次性使用衛生用品銷售額（中國），2019年至2028年（估計）



資料來源：中國造紙協會、國家統計局、弗若斯特沙利文

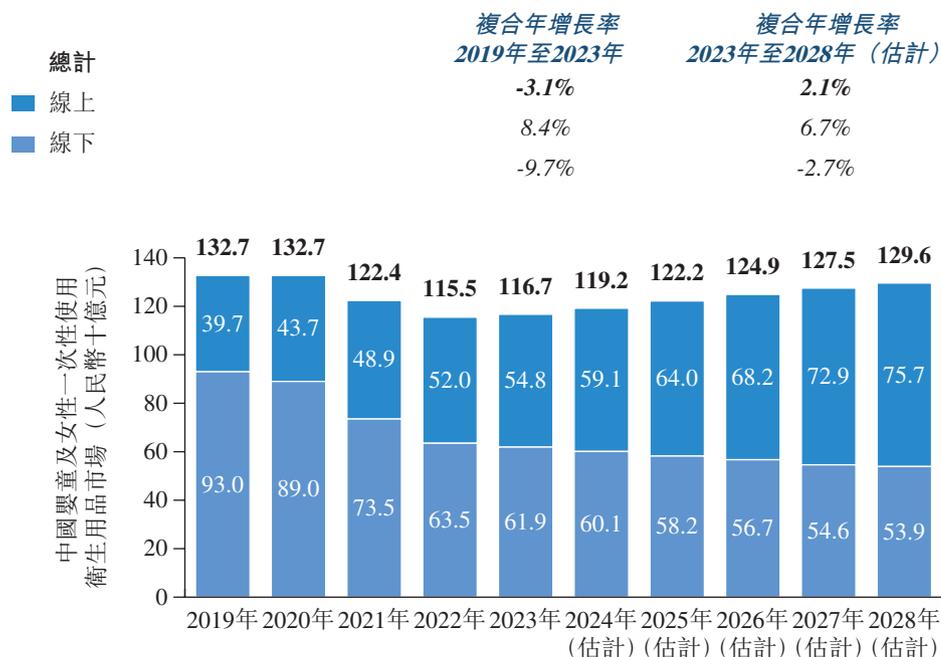
根據渠道細分，嬰童及女性護理一次性使用衛生用品市場可分為線上和線下市場。2019年至2023年，嬰童及女性護理一次性使用衛生用品的線上線下銷售渠道發生了顯著變化。線上市場由2019年的約人民幣397億元增長到2023年的人民幣548億元，複合年增長率約為8.4%，佔2023年嬰童及女性護理一次性使用衛生用品市場的47.0%。與此同時，嬰童及女性護理一次性使用衛生用品線下市場由2019年的約人民幣930億元下降至2023年的人民幣619億元，複合年增長率約為-9.7%。

在數字時代，消費者越來越傾向於網上購物，尤其是日用品，包括嬰童及女性護理一次性使用衛生用品。線上零售商提供有競爭力的價格，通常還有額外的折扣和優惠，使線上購物體驗不僅省時，而且具有成本效益。在預測期內，嬰童及女性護理一次性使用衛生用品的線上零售額預計將在2028年達到約人民幣747億元，2023年至2028年的複合年增長率約為6.7%。預計到2028年，嬰童及女性護理一次性使用衛生用品的線下零售額將進一步下降至約人民幣539億元，複合年增長率約為-2.7%。預計到2028年，線上市場和線下市場將分別佔整個市場的約58.4%及41.6%。

## 行業概覽

線下銷售佔比下降本質上並不表示整體市場規模收縮。隨著電商不斷普及，消費者購物便捷，嬰童及女性護理一次性使用衛生用品的銷售逐漸轉向線上渠道。該趨勢降低了對線下市場的依賴。然而，拓寬線上銷售渠道有可能抵銷線下市場份額縮減，從而使一次性使用衛生用品總體市場規模維持現狀，甚至有所擴大。

按銷售渠道劃分的嬰童及女性護理一次性使用衛生用品的市場規模（中國），  
2019年至2028年（估計）



資料來源：國家統計局、中國造紙協會、弗若斯特沙利文

經濟實惠的優質嬰童護理一次性使用衛生用品以其成本效益而著稱，並提供日常使用的基本功能。其為注重價格的消費者提供經濟實惠的解決方案，以其品質優良、價格具有競爭力而成為備受廣大消費者青睞的選擇。於2020年因其受到COVID-19疫情的影響而有所下降，最終於2023年達到約人民幣370億元，自2019年起複合年增長率約為-5.1%，佔2023年嬰童護理一次性使用衛生用品市場總銷售額的73.4%。未來，經濟實惠的優質嬰童護理一次性使用衛生用品的銷售額將於2028年增至約人民幣446億元，自2023年起的複合年增長率約為3.8%。

高端優質的嬰童護理一次性使用衛生用品被定位為高檔選擇，具有品質卓越、技術先進及附加功能等特點。該等嬰童護理一次性使用衛生用品旨在提供頂級性能及舒適度，使其成為尋求優質紙尿褲體驗的消費者的首選，其平均零售價通常在每片人民

## 行業概覽

幣2.0元以上。高端優質的嬰童護理一次性使用衛生用品市場的銷售額由2019年約人民幣298億元減少至2023年約人民幣134億元，複合年增長率約為-18.1%，佔2023年嬰童護理一次性使用衛生用品市場總銷售額的26.6%。未來，高端優質的嬰童護理一次性使用衛生用品的零售額將保持穩定，並於2028年達到約人民幣134億元。

隨著經濟實惠的優質嬰童護理一次性使用衛生用品的質量不斷提高，且消費者的偏好轉向具有成本效益的解決方案，市場上經濟實惠的優質嬰童護理一次性使用衛生用品的市場份額逐漸擴大。眾多品牌利用線上渠道提供更具競爭力的價格選擇，進一步推動了這一轉變。因此，該等經濟實惠的優質產品將在廣闊的市場中贏得更大的高端市場份額。

按產品定位劃分的嬰童護理一次性使用衛生用品市場的市場規模（中國），  
2019年至2028年（估計）



附註：按每片平均零售價，嬰童護理一次性使用衛生用品可分為兩大類。一般每片定價低於人民幣2.0元的屬於經濟優質嬰童護理一次性使用衛生用品，奢侈高端嬰童護理一次性使用衛生用品的定價通常為每片人民幣2.0元以上。

資料來源：國家統計局、中國造紙協會、弗若斯特沙利文

---

## 行業概覽

---

### 中國一次性使用衛生用品市場的主要驅動因素

**婦女和有嬰兒家庭的購買力不斷提高：**隨著女性經濟能力的不斷提高，以及對兒童健康和幸福的關注，為嬰兒和母親購買高品質一次性使用衛生用品的支出明顯激增。根據弗若斯特沙利文的資料，自2023年至2028年，每戶家庭的一次性使用衛生用品的消費支出預計將由約人民幣254.5元增加至約人民幣298.0元，複合年增長率約為3.2%。這一人口群體偏好高端和專業產品，加上可支配收入的增加，極大地促進了國內嬰童和婦女專用吸收性衛生用品市場的擴大。

**嬰童護理一次性使用衛生用品的滲透率不斷提高：**嬰童護理一次性使用衛生用品的市場滲透率按使用嬰童護理一次性使用衛生用品的嬰童數除以嬰童總數計算。中國嬰童護理一次性使用衛生用品市場的滲透率持續增長，2023年達到約86.5%，預計到2028年將攀升至約92.7%。隨著父母對各種嬰童護理一次性使用衛生用品認識的提高，市場需求也隨之激增，極大地促進了嬰童護理一次性使用衛生用品市場的持續擴張和發展。

**實施三孩政策及配套支持措施：**為實現人口均衡持續增長，國務院於2021年發佈《關於優化生育政策促進人口長期均衡發展的決定》，實施三孩政策及多項激勵措施，進一步適應人口結構新變化和高質量發展新要求。三孩政策及減稅措施的落地刺激了嬰童護理一次性使用衛生用品市場增長。

### 中國一次性使用衛生用品市場的未來趨勢

**越來越多地使用可持續和環保型原材料：**隨著消費者和生產商的環保意識及關注度不斷提高，一次性使用衛生用品的原材料採購明顯轉向更具可持續性和生態意識。正在開發的可生物降解SAP更易於在自然環境中分解。同樣，無紡布的原料越來越偏向植物基或可循環利用纖維，使用竹子、棉花等生物基材料及可生物降解的高聚合物。為提高環境可持續發展，生產商不斷提高原材料利用率，採納較傳統方式更為無害的化工工藝，在不影響吸收性能的同時減少用料。預計這一趨勢將推動創新型環保材料和生產工藝的開發及採用，滿足人們對減少環境足跡、符合全球可持續發展目標的產品的需求。

---

## 行業概覽

---

**國內一次性使用衛生用品品牌的滲透率不斷提高：**國內一次性使用衛生用品品牌的滲透率不斷提高，將成為中國一次性使用衛生用品市場的新趨勢。國家發展和改革委員會與工業和信息化部於2022年發佈的《產業用紡織品行業十四五發展指導意見》進一步支持了這一趨勢。上述指導意見強調了政府對培育國內消費品品牌的重視，預計將推動本地一次性使用衛生用品品牌的增長，並提高其市場佔有率。

**行業標準不斷完善：**中國政府正在積極修訂衛生用品行業標準，以推進產業升級，提高消費品標準和質量。為滿足消費者不斷變化的需求，中國一次性使用衛生用品市場的生產商將制定並遵守更嚴格的質量和安全標準。這種不斷完善行業標準的承諾將成為一次性使用衛生用品行業高質量發展的基石。

### 機會與挑戰

**老年人口不斷增長，失禁滲透率上升：**隨著老年人口的激增，加上對失禁相關問題的認識和接受程度提高，推動了對專為老年人護理量身定制的高品質一次性使用衛生用品的大量需求。這種人口結構的變化以及對專業衛生用品需求的認識日益提高，尤其促進了中國國內針對老年人口需求的一次性使用衛生用品市場的增長。

**電商和數字營銷的快速發展：**不同銷售渠道的發展壯大，使中國消費者更容易獲得更多種類的一次性使用衛生用品，並提高了產品的消費頻率。傳統銷售渠道（KA渠道、專業渠道等）為並將繼續為一次性使用衛生用品的重要銷售渠道，而電商渠道則受益於消費者的網購習慣以及此類渠道提供的更大便利性和可及性而迅速發展。

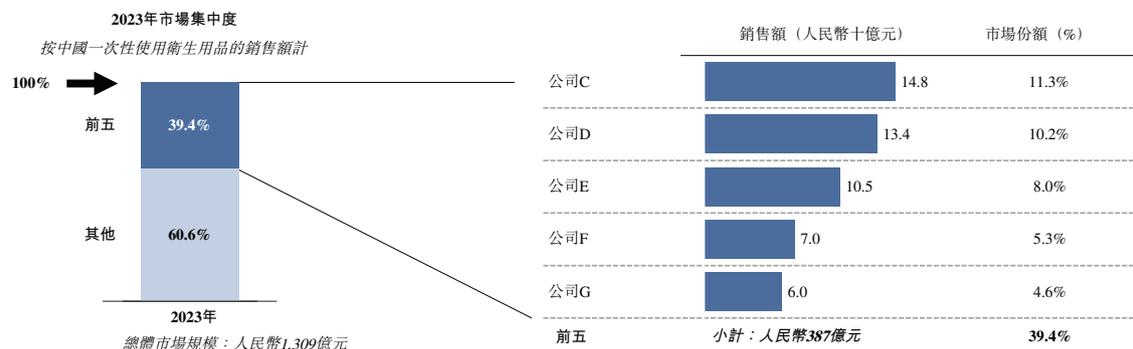
### 中國一次性使用衛生用品市場的競爭格局

#### 中國一次性使用衛生用品供應商的排名及市場份額

- 中國一次性使用衛生用品市場相對集中，按2023年銷售額計，五大一次性使用衛生用品供應商合計約佔市場份額的39.4%。
- 按中國市場一次性使用衛生用品的銷售額計，本公司2023年約佔市場份額0.2%。

## 行業概覽

### 按一次性使用衛生用品銷售額計算的五大一次性使用衛生用品供應商排名及市場份額（中國），2023年



#### 附註：

1. 公司C成立於1993年，是一家紐約證券交易所上市公司的子公司，專供各類個人保健／保健消費品、個人護理及一次性使用衛生用品。
2. 公司D成立於1872年，是一家紐約證券交易所上市公司的子公司。其為美國跨國個人護理公司，主要生產紙質消費品。
3. 公司E是一家聯交所上市公司，於1985年在中國成立，總部位於福建省，專供個人護理及一次性使用衛生用品。
4. 公司F成立於2014年，是本土民營公司，總部位於浙江省，主要提供補充營養、母嬰保健品、母嬰消費品及其他產品。
5. 公司G成立於1961年，是一家東京證券交易所上市公司的子公司，專供各類個人護理及寵物護理用品。

資料來源：中國造紙協會、弗若斯特沙利文

## 中國一次性使用衛生用品的原材料概覽

### 無紡布市場的市場規模

按收入計，無紡布的市場規模從2019年的約人民幣1,234億元飆升至2020年的人民幣2,206億元，同比增長約78.8%。於2023年，無紡布的市場規模為約人民幣1,596億元，自2019年起複合年增長率約為6.6%。預計2028年達約人民幣2,000億元，自2023年起複合年增長率約為4.6%。

COVID-19疫情對無紡布生產的影響深遠。疫情期間，無紡布需求隨著消費者個人衛生和健康保護意識增強而出現激增。這導致一次性使用衛生用品的使用和存儲顯著增加。因此，疫情對無紡布行業的生產活動產生了重大而持久的影響。2020年，COVID-19疫情爆發導致對防疫材料的需求激增，特別是用於生產口罩的無紡布。這

## 行業概覽

導致中國無紡布市場顯著上揚。無紡布產量由2019年的6,213.0千噸激增至2020年的8,785.0千噸，同比增長約41.4%。儘管首次爆發後對口罩的需求有所下降，惟2020年至2022年期間COVID-19的反覆使個人衛生及健康防護意識不斷提高。在此期間，上述意識的提高及預防行為的改變，使對口罩及無紡布材料的需求高企。於2023年，無紡布產量為8,143.0千噸，自2019年起複合年增長率約為7.0%。

由於COVID-19疫情的影響逐漸減弱，無紡布的總體產量於2022年及2023年逐漸放緩，之後將保持穩定。到2028年，產量預計將達到約9,240.0千噸，自2023年起複合年增長率約為2.6%。

無紡布市場的市場規模(中國)，  
2019年至2028年(估計)



無紡布的產量(中國)，  
2019年至2028年(估計)



資料來源：中國產業用紡織品行業協會、弗若斯特沙利文

### 原材料價格趨勢

高吸水性聚合物的平均價格由2019年的約人民幣12,200元／噸增至2023年的人民幣13,200元／噸，2019年至2023年的複合年增長率約為2.1%。未來，高吸水性聚合物的市場需求有望持續增長，導致高吸水性聚合物價格穩定上升。

## 行業概覽

無紡布均價由2019年的約人民幣19,900元／噸飆升至2020年的人民幣25,100元／噸，同比增長約26.1%。於2023年，無紡布均價約為人民幣19,600元／噸，自2019年起複合年增長率約為-0.4%。無紡布的價格趨於穩定，預計2028年無紡布的價格約為人民幣21,600元／噸，自2023年起複合年增長率約為2.0%。

高吸水性聚合物的平均價格（中國），  
2019年至2023年（估計）



無紡布的平均價格（中國），  
2019年至2028年（估計）



資料來源：中國產業用紡織品行業協會、弗若斯特沙利文