中国互联网+纸尿裤行业商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

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（AbsorbentPad）
（2）导流层（TransferLayer）
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
（7）企业最新发展动态
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
（7）企业最新发展动态
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
（7）企业最新发展动态
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
（7）企业最新发展动态
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
（7）企业最新发展动态
第6章：互联网+纸尿裤行业前景预测与投资建议
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

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8：2023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10：2016-2023年中国市场纸尿裤总体销售量（单位：亿片，%）
图表11：2016-2023年中国市场纸尿裤总体销售量（单位：亿片）
图表12：2016-2023年中国纸尿裤销售额及增速变动（单位：亿元，%）
图表13：2016-2023年中国不同消费群体纸尿裤销售额占比（单位：%）
图表14：2018-2023年纸尿裤出口量及出口额统计（单位：百吨，亿元）
图表15：2018-2023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18：2024-2029年中国纸尿裤市场规模预测（单位：亿元）
图表19：2018-2023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20：2023年中国尿片/尿裤品牌不同电商渠道销售结构（单位：%）
图表21：2023年一季度中国纸尿裤线上渠道份额情况（单位：亿元）
图表22：2023年婴幼儿用品网购TOP品类渗透率（单位：%）
图表23：2023年纸尿裤网店分布情况（单位：%）
图表24：2023年京东纸尿裤销售均价（单位：元/件）
图表25：2019-2023年我国纸尿裤线上市场TOP10品牌国产与进口品牌销售份额变化情况（单位：%）
图表26：2023年我国主要国际纸尿裤品牌线上市场销售份额和增长率情况（单位：%）
图表27：2023年我国主要国际纸尿裤品牌线上市场销售份额和增长率情况（单位：%）
图表28：2023年我国主要国产纸尿裤品牌线上市场销售份额和增长率情况（单位：%）
图表29：2023年我国主要国产纸尿裤品牌线上市场销售份额和增长率情况（单位：%）
图表30：2023年我国纸尿裤品牌线上市场份额占比情况（单位：%）
图表31：2023年我国纸尿裤品牌线上市场份额占比情况（单位：%）
图表32：中国互联网+纸尿裤行业发展痛点分析
图表33：商业模式与其它模式的区别
图表34：商业模式框架图
图表35：一般行业盈利公式
图表36：商业模式构建流程
图表37：我国纸尿裤线上销售商业模式类型
图表38：品牌旗舰店模式优劣势分析
图表39：2023年中国母婴用品B2C市场份额（单位：%）
图表40：BAT涉足纸尿裤市场的方式特点
图表41：综合平台模式优劣势分析
图表42：2023年母婴电商购买品类分布情况（单位：%）
图表43：母婴垂直电商四大优势
图表44：垂直平台模式优缺点分析
图表45：纸尿裤020典型案例
图表46：母婴类软件使用渗透率情况（单位：%）
图表47：2023年中国纸尿裤社区团购模式优势分析
图表48：纸尿裤品牌微商模式典型案例
图表49：纸尿裤微商代理模式分析
图表50：纸尿裤微商代理模式弊端
图表51：纸尿裤微商平台模式优势
图表52：2019-2023年中国微商行业相关法律法规
图表53：爹地童年微商运营发展特点
图表54：规范化和品牌化推动微商升级
图表55：2018-2023年中国农村网络零售规模及增长情况（单位：亿元，%）

图表56：2017-2023年我国跨境电商交易规模及增长情况（单位：万亿元，%）
图表57：微商生态图
图表58：纸尿裤结合互联网思维+科技创新案例
图表59：互联网+纸尿裤产品市场定位
图表60：互联网+纸尿裤产品区域定位
图表61：互联网+纸尿裤产品产品定位
图表62：互联网+纸尿裤品牌人格化策略分析
图表63：互联网+纸尿裤产品品牌调性策略分析
图表64：互联网九大思维解析
图表65：纸尿裤行业互联网思维整合办法
图表66：纸尿裤互联网营销策略
图表67：纸尿裤行业互联网策划方案
图表68：北京京东世纪贸易有限公司基本信息表
图表69：2023年-Q4京东营收和净利润情况（单位：亿元，%）
图表70：2018-2023年京东活跃用户数及增长趋势（单位：亿，%）
图表71：京东纸尿裤销售主要品牌
图表72：2023年京东纸尿裤销售TOP10（单位：元，件，元/件，%）
图表73：浙江天猫网络有限公司基本信息表
图表74：2018-2023年天猫GMV及增长情况（单位：万亿，%）
图表75：天猫纸尿裤销售品牌
图表76：2023年天猫纸尿裤销售情况（单位：亿元）
图表77：2023年份天猫平台纸尿裤线上零售数据（单位：亿元，%）
图表78：2023年份天猫平台纸尿裤销售结构（单位：亿元，%）
图表79：杭州优卖网络科技有限公司基本信息表
图表80：2018-2023年网易电子商务服务营业收入和增长情况（单位：亿元，%）
图表81：考拉纸尿裤销售品牌
图表82：广州唯品会信息科技有限公司基本信息表
图表83：2019-2023年唯品会营业收入及变化情况（单位：亿元，%）
图表84：唯品会纸尿裤销售品牌
图表85：国美控股集团有限公司基本信息表
图表86：2023年国美经营情况分析（单位：亿元，%）
图表87：国美纸尿裤销售品牌
图表88：北京小鹿科技有限公司基本信息表
图表89：小鹿叮叮纸尿裤产品简介
图表90：小鹿叮叮产品原料供应体系
图表91：小鹿叮叮商业模式分析
图表92：小鹿叮叮纸尿裤无布局线下原因
图表93：北京小鹿科技有限公司发展优劣势分析
图表94：凯儿得乐（深圳）科技发展有限公司基本信息表
图表95：凯儿得乐纸尿裤产品简介
图表96：凯儿得乐商业模式分析
图表97：凯儿得乐纸尿裤销售渠道分析
图表98：凯儿得乐（深圳）科技发展有限公司发展优劣势分析
图表99：北京爸爸的选择科技有限公司基本信息表
图表100：爸爸的选择纸尿裤产品简介
图表101：爸爸的选择商业模式分析
图表102：北京爸爸的选择科技有限公司发展优劣势分析
图表103：雀氏（福建）实业发展有限公司基本信息表
图表104：雀氏纸尿裤产品简介
图表105：雀氏商业模式分析
图表106：雀氏（福建）实业发展有限公司发展优劣势分析
图表107：杭州可靠护理用品股份有限公司基本信息表
图表108：可靠纸尿裤产品简介
图表109：可靠纸尿裤业务发展
图表110：可靠商业模式分析
图表111：可靠纸尿裤销售渠道分析
图表112：杭州可靠护理用品股份有限公司发展优劣势分析
图表113：互联网+纸尿裤行业发展驱动因素分析
图表114：2023年一季度纸尿裤品牌线上市场份额国别分布情况（单位：%）

图表115：2017-2023年我国0-2岁新生儿人口数量（单位：万，%）
图表116：2017-2023年中国纸尿裤渗透率情况（单位：%）
图表117：2017-2023年我国纸尿裤日均使用量和均价情况（单位：片，元）
图表118：2015-2023年我国主要纸尿裤融资事件情况（单位：百万，千万）
图表119：2015-2023年我国主要纸尿裤融资事件轮次分布情况（单位：起，%）
图表120：我国互联网+纸尿裤行业经营模式总结
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！