



2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

成人失禁用品：挖掘银发经济，成人失禁用品市场潜力巨大 头豹词条报告系列



程希 · 头豹分析师

2024-06-07 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业： [批发和零售业/零售业/纺织、服装及日用品专门零售](#)

[消费品制造/纺织服饰](#)

词目录

<h3>行业定义</h3> <p>成人失禁用品包括成人纸尿裤、成人纸尿裤片和护理垫...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业分类</h3> <p>成人失禁用品按照产品形态可以分为胶贴式成人纸尿裤...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业特征</h3> <p>成人失禁用品行业的特征包括市场认知度低、与政策...</p> <p>AI访谈</p>	<h3>发展历程</h3> <p>成人失禁用品行业目前已达到 3个阶段</p> <p>AI访谈</p>
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> <p>AI访谈</p>	<h3>行业规模</h3> <p>成人失禁用品行业规模评级报告 1篇</p> <p>AI访谈 SIZE数据</p>	<h3>政策梳理</h3> <p>成人失禁用品行业相关政策 5篇</p> <p>AI访谈</p>	<h3>竞争格局</h3> <p>中国成人失禁用品行业呈现以下梯队分布情况：第一...</p> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 成人失禁用品属于吸收性卫生用品，自1996年进入中国市场，受限于中国消费者生活水平及消费观念未实现大范围推广，仍处于初级发展阶段。成人失禁用品行业与政策联系紧密，受益于医疗保障等社会福利政策，且未来集中购销式销售渠道将成为重要发展方向。自2010年以来，中国老龄化进程加快，成人失禁用品市场规模快速增长，未来随着消费者对成人失禁用品认知度的不断加深以及医疗保障等社会福利政策的不断完善，未来成人失禁用品行业发展空间较大。

成人失禁用品行业定义^[1]

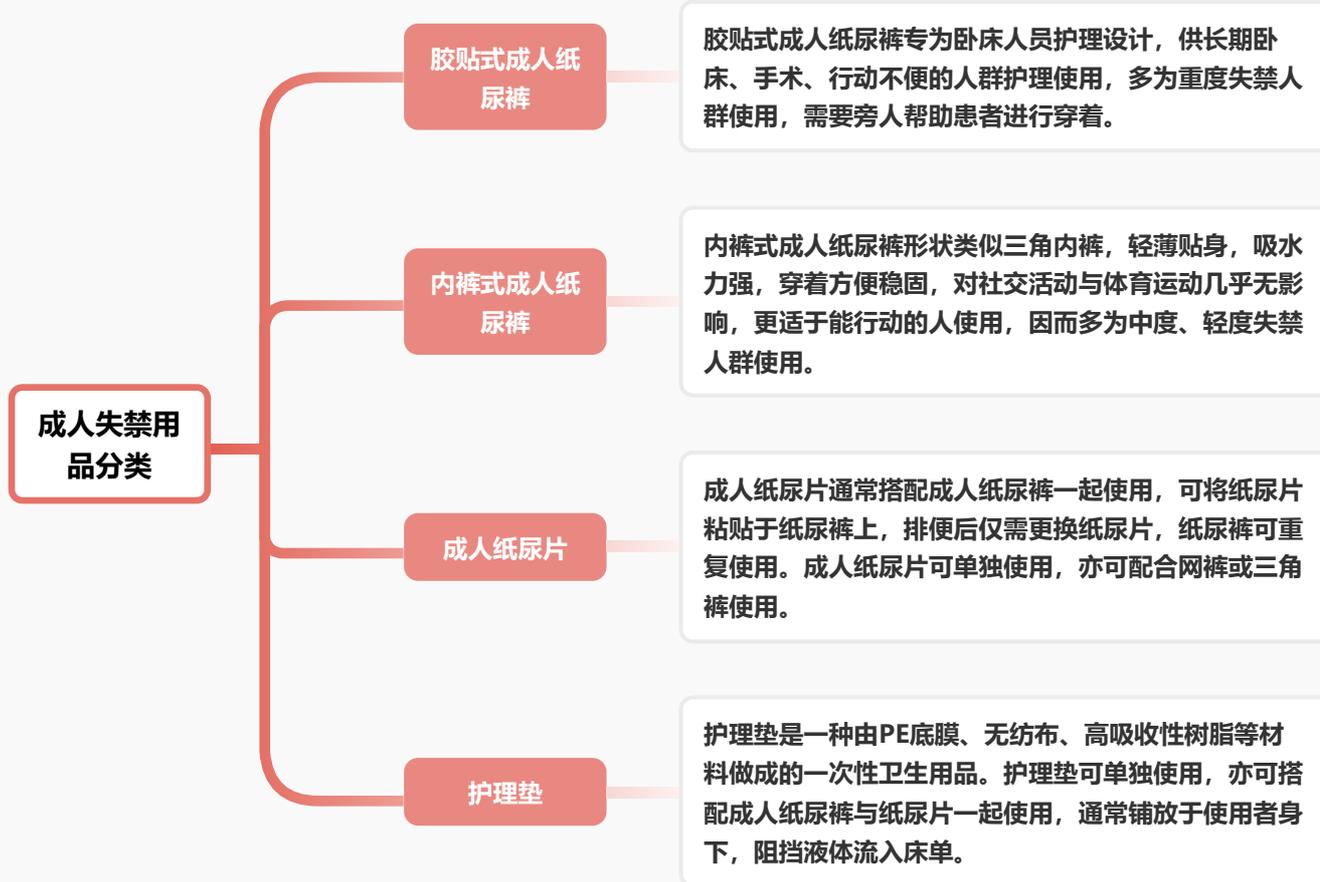
成人失禁用品包括成人纸尿裤、成人纸尿裤片和护理垫，属于吸收性护理用品，功能是为失禁人群提供有效的吸收芯层来接收和保存尿液或粪便（对于双重失禁者则是两者功能兼具），由直接接触皮肤的面层、吸收排泄物的吸收芯体及防漏薄膜组成。成人纸尿裤包括胶贴式与内裤式，胶贴式大多是重度失禁人群使用，内裤式成人纸尿裤与成人纸尿裤片大多是中度、轻度失禁人群使用。护理垫产品多用于产褥期和部分疾病治疗期，通常与成人纸尿裤等产品搭配使用。

[1] 1: <http://www.cnhpia...> | 2: 中国造纸协会生活用纸...

成人失禁用品行业分类^[2]

成人失禁用品按照产品形态可以分为胶贴式成人纸尿裤、内裤式成人纸尿裤、成人纸尿裤片和护理垫。

按照产品形态分



[2] 1: <http://paper.peopl...>

2: <http://www.cnhpia...>

3: 中国造纸协会生活用纸...

成人失禁用品行业特征^[3]

成人失禁用品行业的特征包括市场认知度低、与政策联系紧密、集中购销式为重要发展方向等。

1 成人失禁用品仍处于初级阶段，市场认知度较低

成人失禁用品自1996年进入中国市场，受限于中国消费者生活水平及消费观念未实现大范围推广。随着中国经济快速发展，消费者生活水平不断提高，人口老龄化速度加快，成人失禁用品进入初级发展阶段。现

阶段成人失禁用品品类单一且技术壁垒较低，消费者大多为价格导向，未形成品牌意识，行业竞争激烈。且由于大量消费者对失禁用品认识尚不成熟，抵触使用失禁用品，市场认知度与渗透率均较低。

2 成人失禁用品受益于医疗保障等社会福利政策，与政策联系紧密

随着中国消费者生活水平的不断提高，已完全具备成人失禁用品的使用条件，但由于消费者主体年龄偏大，保留了勤俭节约的消费习惯，因此尚未形成积极的消费理念。医疗保障等社会福利政策有利于提高成人失禁用品的市场渗透率，因此成人失禁用品行业与相关政策联系紧密。随着中国老龄化进程的加快，国务院发布《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》，强调要稳步建立长期护理保险制度，做好与经济困难的高龄、失能老年人补贴及重度残疾人护理补贴等政策的衔接。

3 未来集中购销式销售渠道将成为重要发展方向

养老体系的完善与经济发展有着密切联系，随着中国经济发展水平不断提高，机构性养老是一种必然趋势，当机构式养老体系逐步完善，集中购销式将成为成人失禁用品销售渠道的重要发展方向。

养老体系的完善与经济发展有密切关系，经济发展到一定程度，养老问题自然会被重视，机构性养老将成为一种必然趋势。目前中国部分经济较发达的城市已开始尝试机构性养老，未来中国机构性养老体系较为完善时，成人失禁用品的销售渠道亦会发生变化。目前中国成人失禁用品的市场消费行为仍以各种销售平台直接售卖给消费者为主，未来随着中国养老体系的逐步完善，集中购销式销售渠道将成为未来的重要发展方向。

- [3] 1: <http://www.cnhpia...> | 2: <http://www.cnhpia...> | 3: <http://www.cnhpia...> | 4: <http://www.cnhpia...> | 5: 中国造纸协会生活用纸...

成人失禁用品发展历程^[4]

1996年至2006年是中国成人失禁用品的萌芽期，此阶段市场上首次出现了成人纸尿裤这一产品，1996年中国台湾纸尿裤品牌“包大人”率先进入中国大陆市场。本土企业恒安与杭州可靠护理随之进入成人纸尿裤市场，但受限于中国消费者的消费观念，此阶段并未引起消费者关注。2007年至2010年是中国成人失禁用品的启动期，此阶段国际知名品牌开始进入中国市场，金佰利旗下品牌得伴与尤妮佳旗下品牌乐互宜进入中国，但此阶段中国消费者对于成人失禁用品的接受度依旧不高。

2011年，中国成人失禁用品进入发展阶段，2010年中国的老龄化速度已经明显加快，2021年中国成人失禁用品市场规模达到112.1亿元，2017—2021年复合年均增长率达16.8%。此阶段中国的老龄化速度加快、消费者

的观念已有所转变，对成人失禁用品的接受度逐步提升，且国家愈发重视老年护理产业的发展，未来中国成人失禁用品这一领域将会有更大的市场空间。

萌芽期 · 1996~2006

1993年，中国开始生产纸尿裤，但多为婴儿纸尿裤；1996年，中国台湾纸尿裤品牌“包大人”最先进入中国大陆市场，但没有引起太大的波澜；2000年，恒安集团推出本土成人失禁用品品牌“安而康”，正式进入成人纸尿裤行业；2005年，杭州可靠护理用品股份有限公司引入第一条成人纸尿裤生产线。

此阶段市场上首次出现了成人纸尿裤这一产品，但未引起消费者的关注。本土品牌开始进入成人纸尿裤行业。

启动期 · 2007~2010

2008年，金佰利旗下成人失禁护理领导品牌Depend得伴正式登陆中国，为中国的尿失禁人群带来了福音，同期可靠股份旗下品牌CoCo可靠在中国首次上市；2009年，尤妮佳旗下成人失禁护理品牌乐互宜在中国的几个城市中推出了“乐互宜安心柔薄内裤型成人纸尿裤”。

此阶段市场上的成年纸尿裤产品逐渐增多，国外知名品牌开始进入中国市场，但中国消费者对于成人纸尿裤的接受度依旧不高。

高速发展期 · 2011~2023

2010年，中国的老龄化速度已经明显加快，根据全国老龄工作委员会办公室的数据，中国的老年人口数量由年均增加311万发展到年均增加800万，特别是80岁以上的高龄老人和失能老人保持了年均100万的增长速度；2021年，中国成人失禁用品市场规模达到112.1亿元，2017—2021年复合年均增长率达16.8%。

此阶段中国的老龄化速度加快、消费者的观念已有所转变，对成人失禁用品的接受度逐步提升，且国家愈发重视老年护理产业的发展。

[4] 1: <http://ny.zdline.cn...> | 2: <https://www.heng...> | 3: <https://www.hnis.c...> | 4: <http://ny.zdline.cn...> |

5: <https://www.ikjzd...> | 6: 三联生活周刊、恒安集...

成人失禁用品行业产业链上游为原材料供应环节，主要参与者为非织造布、高吸水性树脂等原材料的供应商；产业链中游为生产制造环节，主要参与者为成人失禁用品的生产商和品牌商；产业链下游为销售环节，主要参与者为成人失禁用品的批发商、零售商及终端消费者。成人失禁用品产业链有以下三个核心研究观点：

1.非织造布行业发展时间较短，产能稳步提升，2020年的投资热潮后，现阶段仍处于产能调整期，纺粘非织造布产量占比最高。非织造布行业的产量由2001年的56.9万吨增长至2023年的814.3吨，2001-2023年非织造布行业产量年均增速约12.9%。非织造布的出口额由2001年的1.1亿元增长至2023年的38.1亿元，2001-2023年非织造布出口额复合年均增长率为17.5%。非织造布包括大量不同种类，其中纺粘非织造布产量占比最高，约48.0%，纺粘非织造布是生产吸收性卫生用品的重要原材料。**2.成人失禁用品技术壁垒较低，市场集中度较低，龙头企业营收较为稳定。**成人失禁用品进入壁垒较低，生产制造商众多，龙头企业营收较为稳定，2023年可靠护理成人失禁用品行业营业收入为5.7亿元，占公司总营业收入比重为52.3%，毛利率为16.0%；2023年豪悦护理成人失禁用品行业营业收入为5.6亿元，毛利率为37.6%；恒安集团成人失禁用品营业收入为3.2亿元，占纸尿裤收入比例为25.4%，较上年同比上涨11.5%。**3.人口“老龄化”趋势加快，推动成人失禁用品市场增长。**国家统计局数据显示，2023年末，中国60岁以上人口达29,697万人，占中国人口的21.1%，其中65岁以上人口21,676万人，占中国人口的15.4%，随着老龄化程度日益加剧，老年疾病患者数量亦持续增长，中风、痴呆、糖尿病、前列腺疾病、膀胱疾病等造成的尿失禁或者行动不便，均为成人失禁用品创造了巨大的市场需求。

产业链上游

生产制造端

非织造布、绒毛浆、高吸水性树脂、热熔胶及PE薄膜等原材料供应商

上游厂商

三大雅精细化学品（南通）有限公司 >

宜兴丹森科技有限公司 >

山东诺尔生物科技有限公司 >

[查看全部](#) v

产业链上游说明

成人失禁用品上游是非织造布、绒毛浆、高吸水性树脂等原材料供应商，上游呈现出以下特点：**1.非织造布行业发展时间较短，产能稳步提升，2020年的投资热潮后，现阶段仍处于产能调整期，纺粘非织造布产量占比最高。**非织造布行业的产量由2001年的56.9万吨增长至2023年的814.3万吨，2001-2023年非织造布行业产量年均增速约12.9%。非织造布的出口额由2001年的1.1亿元增长至2023年的38.1亿元，2001-2023年非织造布出口额复合年均增长率为17.5%。非织造布包括大量不同种类，其中纺粘非织造布产量占比最高，约48.0%，纺粘非织造布是生产吸收性卫生用品的重要原材料。

2.高吸水性树脂有较强的吸水性，现阶段高端市场被外资产品占据，全球高吸水性树脂行业集中度高。高吸水性树脂分子链上带有大量亲水基，因此有较强的吸水性，能够吸收自身重量500~1,000倍

的水。从全球高吸水性树脂产能格局来看，主要分布于中国、欧洲和日本、美国等地区及国家，其中日本触媒、德国巴斯夫和赢创是全球高吸水性树脂最大的生产企业，产能合计占全球总产能份额超40%，前10大生产企业总产能约占全球90%，产业集中度较高。中国高吸水性树脂下游产品同质化严重，卫生用品市场占据90%以上的份额。

中 产业链中游

品牌端

成人失禁用品制造商及品牌商

中游厂商

[杭州可靠护理用品股份有限公司 >](#)

[杭州千芝雅卫生用品有限公司 >](#)

[浙江珍琦护理用品有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链中游说明

成人失禁用品的中游是产品的制造商与品牌商，中游呈现以下特点：**1.中国成人失禁用品行业发展时间较短，市场认知度不足，渗透率与世界平均水平仍存在较大差距。**日本成人失禁用品渗透率高达80%，北美成人失禁用品渗透率为60%，仅次于日本，西欧市场的平均渗透率达58%，世界平均水平为12%，而中国成人失禁用品产业起步较晚，市场渗透率仅为3%。

2.成人失禁用品技术壁垒较低，市场集中度较低，龙头企业营收较为稳定。成人失禁用品进入壁垒较低，生产制造商众多，龙头企业营收较为稳定，2023年可靠护理成人失禁用品行业营业收入为5.7亿元，占公司总营业收入比重为52.3%，毛利率为16.0%；2023年豪悦护理成人失禁用品行业营业收入为5.6亿元，毛利率为37.6%；恒安集团成人失禁用品营业收入为3.2亿元，占纸尿裤收入比例为25.4%，较上年同比上涨11.5%。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

渠道商及终端用户

渠道端

[淘宝（中国）软件有限公司 >](#)

[京東集團股份有限公司 >](#)

[拼多多（上海）网络科技有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链下游说明

成人失禁用品的下游是产品的销售和分销过程，包括批发商、零售商和终端客户，下游呈现以下特点：**1.人口“老龄化”趋势加快，推动成人失禁用品市场增长。**国家统计局数据显示，2023年末，中国60岁以上人口达29,697万人，占中国人口的21.1%，其中65岁以上人口21,676万人，占中国人口的15.4%，随着老龄化程度日益加剧，老年疾病患者数量亦持续增长，中风、痴呆、糖尿病、前列腺疾病、膀胱疾病等造成的尿失禁或者行动不便，均为成人失禁用品创造了巨大的市场需求。

2.随着互联网的快速发展，线上渠道逐渐成为重要的销售渠道。2023年全年社会消费品零售总额47.2万亿元，同比增长7.2%，网上零售额为15.4万亿元，同比增长11.0%，占社会消费品零售总额比重为32.7%。截至2024年4月28日，可靠护理天猫旗舰店粉丝数量为43.4万，抖音旗舰店粉丝数量为2.9万，可靠护理京东自营旗舰店粉丝数量为157.1万。

[5] 1: <http://www.cnhpia...> 2: <http://www.cnhpia...> 3: <http://www.cnhpia...> 4: <https://www.gov.c...> 5: 中国造纸协会生活用纸...

成人失禁用品行业规模^[6]

成人失禁用品行业市场规模由2018年的70.4亿元增长至2023年的134.6亿元，预测至2028年市场规模将达到227.0亿元，2023-2028年的复合年均增长率为11.0%。

中国成人失禁用品行业近年来保持增长趋势，主要得益于以下两方面原因：**1.2010年后中国老龄化进程加快，且消费者观念有所改变，成人失禁用品市场认知度有所提升。**联合国报告以65岁以上人口占总人口的比重界定人口老龄化的进程。初级人口老龄化社会的标准为7%，深度人口老龄化社会的标准为14%，高度人口老龄化社会标准为20%。2000年中国65岁以上人口占比达到7%，进入老龄社会。从人口老龄化的速度看，2000~2010年，60岁以上人口与65岁以上人口分别增加了4,689万人和3,072万人，2010~2020年则增加了8,673万人和7,181万人，2010年后中国老龄化速度明显加快。

2.随着互联网的发展，线上渠道逐渐成为主要的销售渠道，线上渠道的隐私性驱使部分排斥使用成人失禁用品的用户购买。电商等渠道的隐私性使得线上渠道复购率高，截至2024年4月28日，可靠护理天猫旗舰店粉丝数量为43.4万，抖音旗舰店粉丝数量为2.9万，可靠护理京东自营旗舰店粉丝数量为157.1万，销量超50万件。

未来成人失禁用品规模将保持平稳上升，主要原因如下：**1.未来中国人口老龄化趋势不变，推动成人失禁用品市场增长。**国家统计局数据显示，2023年末，中国60岁以上人口达29,697万人，占中国人口的21.1%，其中65岁以上人口21,676万人，占中国人口的15.4%，中国进入深度人口老龄化社会。根据全国老龄工委发布的《中

国老龄产业发展报告》，2050年中国老年人口数量将达到4.8亿，消费潜力将增长到百万亿元级，占GDP的比例将达33%，成为全球老龄产业市场潜力最大的国家。

2.中国成人失禁用品的渗透率与其他国家及世界平均水平仍有较大差距，未来增长空间较大。日本成人失禁用品渗透率高达80%，北美成人失禁用品渗透率为60%，仅次于日本，西欧市场的平均渗透率达58%，世界平均水平为12%，而中国成人失禁用品产业起步较晚，市场渗透率仅为3%。

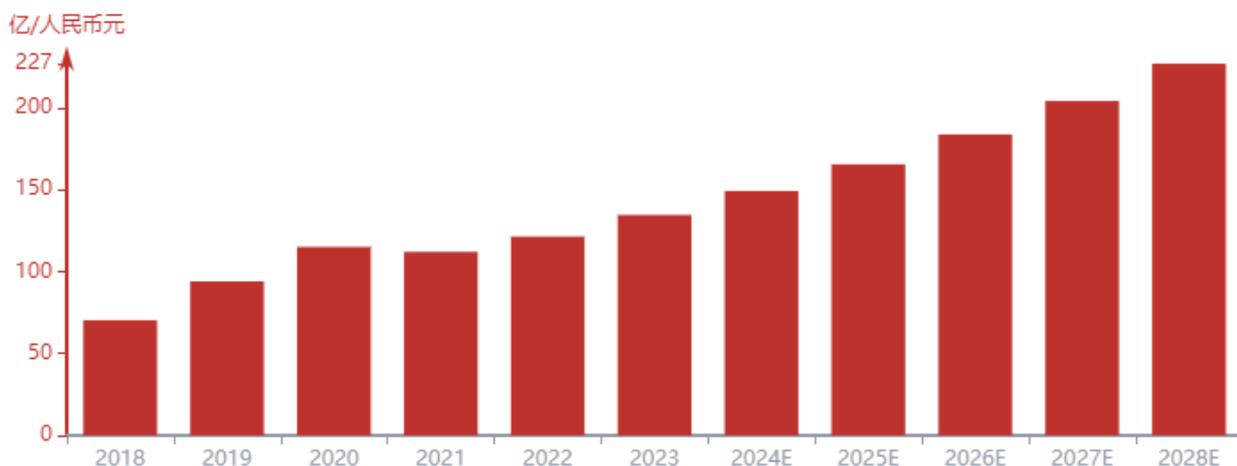
企业VIP免费

成人失禁用品市场规模

★★★★★ 4星评级

成人失禁用品行业规模

成人失禁用品市场规模



数据来源：《中国生活用纸年鉴》、中国造纸协会生活用纸专业委员会

[6] 1: 广东省人口发展研究院...

成人失禁用品政策梳理^[7]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》	国务院	2022-02-21	9
政策内容	该政策提出要实施积极应对人口老龄化国家战略，推动老龄事业和产业协同发展，内容包括规划背景、总体要求、织牢社会保障和兜底性养老服务网、扩大普惠型养老服务覆盖面等十二部分。			

政策解读	政策中强调要进一步健全社会保障制度，稳步建立长期护理保险制度，做好与经济困难的高龄、失能老年人补贴以及重度残疾人护理补贴等政策的衔接，成人失禁用品作为失禁群体个人护理的重要产品，受益于该补贴政策。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于促进老年用品产业发展的指导意见》	工业和信息化部、民政部、卫生健康委、市场监督管理总局、全国老龄工作委员会办公室	2019-12-31	8
政策内容	该政策引导老年用品产业高质量发展，培育经济新增长点和新动能，内容包括总体要求、促进各领域老年用品创新升级、夯实老年用品产业发展基础、加大组织保障实施力度四部分。			
政策解读	政策中强调要提升尿裤、护理垫、护理湿巾等护理产品的适老性能。政府需要持续完善产业政策，推进行业应用推广，建立老年用品目录，促进优质产品应用推广。优化消费环境，培育规范消费市场。建立老年用品领域标准化信息服务平台，加快标准制修订。优秀的成人失禁用品有望依托政策支持打开市场，进一步提高市场渗透率。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于开展长期护理保险制度试点的指导意见》	人力资源社会保障部	2016-06-27	6
政策内容	该政策提出探索建立长期护理保险制度，是应对人口老龄化、促进社会经济发展的战略举措，是实现共享发展改革成果的重大民生工程，是健全社会保障体系的重要制度安排。			
政策解读	政策中强调长期护理保险制度以长期处于失能状态的参保人群为保障对象，重点解决重度失能人员基本生活照料和与基本生活密切相关的医疗护理等所需费用。试点地区可根据基金承受能力，确定重点保障人群和具体保障内容，并随经济发展逐步调整保障范围和保障水平。成人失禁用品是重度失能人员的必需品，企业可以通过与机构达成合作进一步打开市场。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响

	《关于扩大长期护理保险制度试点的指导意见》	医保局 财政部	2020-09-10	8
政策内容	该政策提出试点阶段从职工基本医疗保险参保人群起步，重点解决重度失能人员基本护理保障需求，优先保障符合条件的失能老年人、重度残疾人。有条件的地方可随试点探索深入，综合考虑经济发展水平、资金筹集能力和保障需要等因素，逐步扩大参保对象范围，调整保障范围。			
政策解读	政策中强调要逐步扩大参保对象方位，调整保障范围，成人失禁用品是重度失能人员的必需品，企业可以通过与机构达成合作进一步打开市场，随着保障范围的扩大，成人失禁用品的市场渗透率将进一步扩大。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于进一步推进医养结合发展的指导意见》	卫生健康委、发展改革委、教育部、民政部、财政部、人力资源社会保障部、自然资源部、住房城乡建设部、应急部、市场监管总局、医保局	2022-08-16	6
政策内容	该政策提出推进医养结合是优化老年健康和养老服务供给的重要举措，是积极应对人口老龄化、增强老年人获得感和满意度的重要途径。内容包括发展居家社区医养结合服务、推动机构深入开展医养结合服务、优化服务衔接等六个部分。			
政策解读	政策中强调要提升养老机构医养结合服务能力，支持社会力量建设专业化、规模化、医养结合能力突出的养老机构，接收需要长期照护的失能老年人。成人失禁用品可以与医养结合能力突出的养老机构合作，提高产品认知度，扩大市场渗透率。			
政策性质	指导性政策			

- [7] 1: <https://www.gov.c...> 2: <https://www.gov.c...> 3: <https://www.gov.c...> 4: <https://www.gov.c...>
- 5: <https://www.gov.c...> 6: <https://www.gov.c...> 7: <http://www.mohrs...> 8: <https://www.gov.c...>
- 9: <https://www.cncap...> 10: <https://www.cnca...> 11: 中华人民共和国中央人...

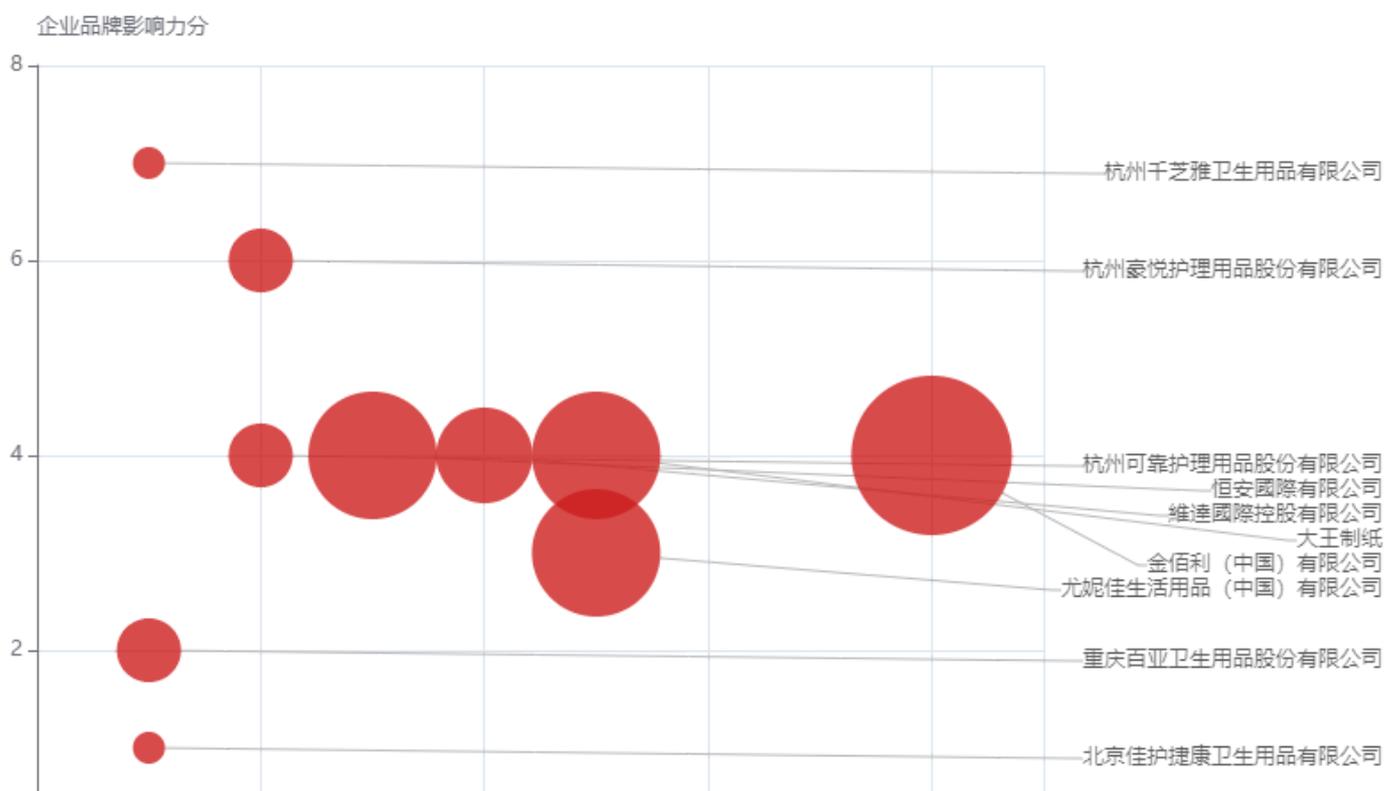
成人失禁用品竞争格局^[8]

中国成人失禁用品行业呈现以下梯队分布情况：第一梯队为本土成人失禁用品品牌，包括可靠股份旗下的可靠coco、吸收宝，豪悦护理旗下康福瑞，杭州千芝雅和北京佳护捷康等；第二梯队为发展时间较长的本土传统纸品品牌，包括恒安集团旗下安而康、便利妥，维达国际旗下添宁、包大人等；第三梯队为知名度较高的美日外资品牌，包括金佰利旗下得伴、蓓姿，尤妮佳旗下乐互宜，日本大王制纸旗下安托等。

中国成人失禁用品形成当前竞争格局的原因如下：**1.本土成人失禁用品生产企业代工起家，产品价格低廉，符合中国当下市场主流需求，发展迅速。**可靠股份成立于2001年，坚持“自主品牌+ODM”双轮驱动发展模式，深耕成人失禁用品行业20余年，2023年公司实现营业收入10.8亿元，其中，公司自主品牌业务实现销售收入4.9亿元，较上年同期增长10.1%，占当期公司营业收入的45.4%，ODM业务实现销售收入5.6亿元，占当期公司营业收入的51.9%。**2.国际品牌虽然发展时间长，产品质量好，但价格相应较高，不符合中国市场需求，在中国的销售并不占优势。**金佰利旗下得伴成人纸尿裤价格约为4.3元/片，尤妮佳旗下品牌乐互宜成人纸尿裤价格约为4.4元/片，远高于可靠股份旗下可靠coco成人纸尿裤价格2.6元/片，恒安国际旗下便利妥成人纸尿裤价格2.4元/片。

未来成人失禁用品行业本土品牌有望占据更多市场空间，主要原因如下：**1.本土品牌把握电商发展的红利，拥有丰富的品牌矩阵及线上线下全渠道布局的本土品牌发展空间更为广阔，市场份额有望进一步提升。**以京东自营旗舰店粉丝数量为例，截至2024年4月29日，国际品牌乐互宜旗舰店粉丝数量为22.0万，得伴旗舰店粉丝数量为24.1万，远低于本土品牌旗舰店的粉丝数量。本土品牌添宁旗舰店粉丝数量为255.9万，安而康旗舰店粉丝数量为144.0万。**2.随着中国成人失禁用品支持政策的进一步落地，本土品牌更易凭借政策支持扩大市场份额。**2020年9月，中国医疗保障局同财政部印发《关于扩大长期护理保险制度试点的指导意见》，新增天津、晋城市等14个城市扩大试点，累计在49个城市开展长期护理保险试点，本土品牌可通过与机构达成合作进一步打开市场，随着保障范围的扩大，本土品牌市场份额有望持续提升。

气泡大小表示：企业规模(分)





企业市场影响力分

上市公司速览

杭州可靠护理用品股份有限公司 (301009)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
34.2亿元	3.2亿元	-0.88	16.59

杭州豪悦护理用品股份有限公司 (605009)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
70.7亿元	6.3亿元	22.79	23.06

恒安国际 (1044)

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
334.0亿元	-	8.78%	34.00%

[8] 1: <https://www.jiemo...> | 2: <https://jobs.tiango...> | 3: wind、公司官网、芥末...

[9] 1: 公司年报、公司官网

[10] 1: 公司年报, 公司官网

[11] 1: Wind

成人失禁用品代表企业分析

1 杭州千芝雅卫生用品有限公司

• 公司信息

企业状态	存续	注册资本	22988万人民币
企业总部	杭州市	行业	医药制造业
法人	吴跃	统一社会信用代码	913301225743823940
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2011-05-30
品牌名称	杭州千芝雅卫生用品有限公司		
经营范围	许可项目：卫生用品和一次性使用医疗用品生产；医用口罩生产；医护人员防护用品生产 (... 查看更多)		

2 杭州豪悦护理用品股份有限公司【605009】

• 公司信息

企业状态	存续	注册资本	15522.6949万人民币
企业总部	杭州市	行业	医药制造业
法人	李志彪	统一社会信用代码	91330110670633683B
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	2008-03-11
品牌名称	杭州豪悦护理用品股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	一般项目：生产、加工、制造：第一类医疗器械（限医用卫生材料及敷料），第二类医疗器... 查看更多		

• 财务数据分析

财务指标	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023(Q1)
销售现金流/营业收入	1.02	1.12	1.12	1.12	1.13	-	-	-
资产负债率(%)	87.5054	70.3485	61.6419	49.0777	17.684	24.272	27.629	26.44
营业总收入同比增长(%)	-	63.692	90.4826	34.7587	32.6393	-4.975	13.819	22.787
归属净利润同比增长(%)	-	202.4086	176.1944	70.3513	90.9023	-	-	-
应收账款周转天数(天)	-	17.08	14.0754	15.2661	10.2138	21	30	32
流动比率	0.572	0.6375	0.8098	0.9554	4.1491	2.904	2.465	2.658
每股经营现金流(元)	0.44	1.75	2.83	5.35	7.7211	3.775	3.817	0.057
毛利率(%)	30.5883	26.8839	26.5688	30.3617	36.9287	-	-	-
流动负债/总负债(%)	85.2687	84.6849	86.4659	81.5106	89.823	93.969	90.062	88.873
速动比率	0.3064	0.2476	0.3245	0.5035	3.5094	2.59	2.17	2.319
摊薄总资产收益率(%)	4.1815	11.2232	23.3988	29.0368	25.9455	9.883	10.419	1.897
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	-	2.8338	-15.2628	-	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	47.8366	-17.4801	-	-	-
加权净资产收益率(%)	37.62	52.94	64.49	65.39	45.39	-	-	-

基本每股收益 (元)	-	0.84	2.31	3.94	6.95	2.28	2.69	0.51
净利率(%)	4.7671	8.8068	12.7696	16.1423	23.233	14.7303	15.0906	12.5636
总资产周转率 (次)	0.8772	1.2744	1.8324	1.7988	1.1168	0.671	0.69	0.151
归属净利润滚动 环比增长(%)	-	-	-	45.6471	-6.3055	-	-	-
每股公积金(元)	-	0.8879	0.8879	0.8879	14.9342	9.822	8.829	8.8381
存货周转天数 (天)	110.2975	77.6096	55.5221	51.1233	47.0029	51	49	59
营业总收入(元)	4.65亿	7.61亿	14.50亿	19.53亿	25.91亿	24.62亿	28.02亿	6.32亿
每股未分配利润 (元)	-	0.5317	2.2522	5.4746	9.2497	7.5166	8.9639	9.4754
稀释每股收益 (元)	-	0.84	2.31	3.94	6.95	2.28	2.7	0.51
归属净利润(元)	2216.15万	6701.83万	1.85亿	3.15亿	6.02亿	3.63亿	4.23亿	7940.69万
扣非每股收益 (元)	-	0.79	2.25	3.85	6.65	2.22	2.46	0.4657
经营现金流/营 业收入	0.44	1.75	2.83	5.35	7.7211	3.775	3.817	0.057

3 杭州可靠护理用品股份有限公司【301009】



· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	27186万人民币
企业总部	杭州市	行业	医药制造业
法人	金利伟	统一社会信用代码	913301007309330480
企业类型	股份有限公司(港澳台投资、上市)	成立时间	2001-08-07
品牌名称	杭州可靠护理用品股份有限公司	股票类型	A股
经营范围	许可项目：卫生用品和一次性使用医疗用品生产；第二类医疗器械生产；医用口罩生产；医... 查看更多		

· 财务数据分析

财务指标	2017	2018	2019	2020	2022	2023(Q1)

销售现金流/营业收入	0.97	1.01	1.06	-	-	-
资产负债率(%)	50.6286	46.236	57.2693	54.2678	26.525	26.477
营业总收入同比增长(%)	-	15.1605	29.5158	39.3111	-0.01	-0.883
归属净利润同比增长(%)	-	42.5837	46.5286	146.5339	-	-
应收账款周转天数(天)	81.8368	73.4844	58.3828	-	67	78
流动比率	1.153	1.2181	0.9375	-	2.441	2.451
每股经营现金流(元)	0.55	0.57	1.1	1.9415	-0.137	0.076
毛利率(%)	28.5907	25.4674	27.0218	-	-	-
流动负债/总负债(%)	99.5948	99.0062	99.0296	-	91.809	91.004
速动比率	0.883	0.9378	0.6517	-	2.057	2.112
摊薄总资产收益率(%)	5.0028	6.3162	9.0399	17.5088	-2.138	0.567
营业总收入滚动环比增长(%)	-	-	-	-7.3714	-	-
扣非净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	23.2613	-	-
加权净资产收益率(%)	9.89	13.17	18.09	-	-	-
基本每股收益(元)	0.21	0.3	0.44	-	-0.16	0.0408
净利率(%)	6.0849	6.8073	7.9646	13.7357	-4.7414	3.5079
总资产周转率(次)	0.8222	0.9279	1.135	1.2747	0.588	0.163
归属净利润滚动环比增长(%)	-	-	-	29.481	-	-
每股公积金(元)	-	-	-	-	2.6603	2.6603
存货周转天数(天)	79.5035	63.7947	52.4453	-	59	58

营业总收入(元)	7.87亿	9.06亿	11.74亿	16.35亿	11.86亿	3.19亿
每股未分配利润 (元)	-	-	-	-	1.0457	1.0865
稀释每股收益 (元)	0.21	0.3	0.44	-	-0.16	0.0408
归属净利润(元)	4185.74万	5968.18万	8745.09万	2.16亿	-43128735.25	1109.72万
扣非每股收益 (元)	0.16	0.29	0.51	-	-0.18	0.0358
经营现金流/营 业收入	0.55	0.57	1.1	1.9415	-0.137	0.076

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13080197867（李先生）

电话：13631510331（刘先生）

@深圳市华润置地大厦E座4105室

诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

