

Nint 任拓

行业趋势快速报告

纸品&卫生巾行业报告

让增长清晰可见

GROWTH IS PREDICTABLE ... WITH NINT

全域数字零售AI大数据专家

<https://www.nint.com/>

01

纸品与卫生巾行业趋势概览

行业升级潜力、24年电商市场数据、大促结构观察、25Q1对比

02

25Q1 纸品行业两大主要赛道分析

行业品牌格局与价格洞察、生活用纸赛道解读、湿巾赛道解读

03

MAT(2503) 卫生巾行业增长机遇解读

行业结构观察、货品属性观察、品牌格局变化解读

04

家清个护用品深度洞察 行业解决方案

报告
主要内容

01



纸品与卫生巾行业 整体市场与电商趋势概览

行业升级潜力 | 24年电商市场数据 | 大促结构观察 | 25Q1对比

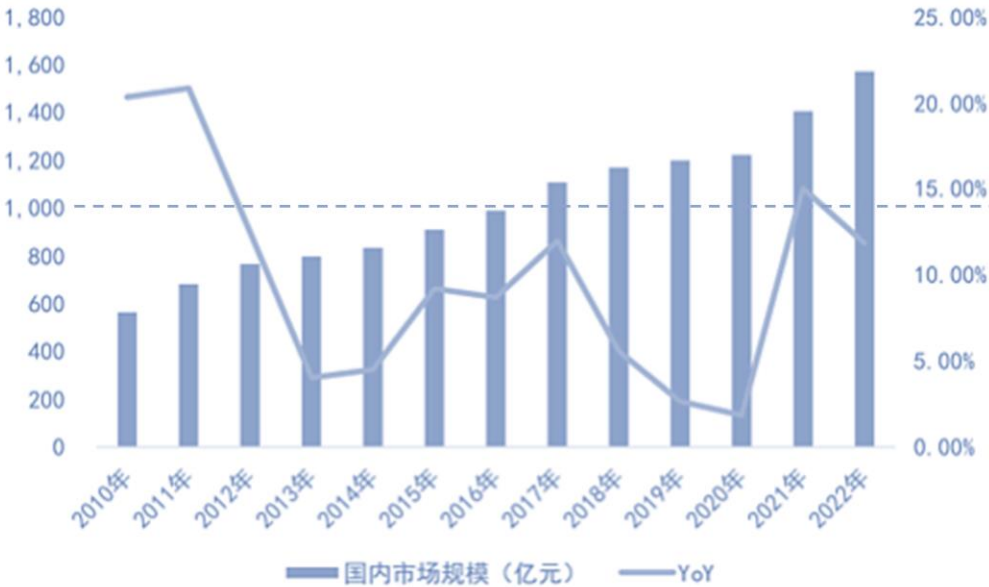


本报告数据来源于任拓情报通
扫描二维码申请免费试用
或获取更多深度行业电商数据

中国整体市场现有统计数据显示，生活用纸市场规模一直稳步提升，而卫生巾市场相对处于存量环境中

国内生活用纸市场消费规模保持稳步增长

2022年行业市场规模达1571亿元，2015-2022 CAGR 达 8.1%



国内卫生巾市场整体增长相对平缓

2022年行业市场规模达991亿元，2012-2022 CAGR 达 5.9%

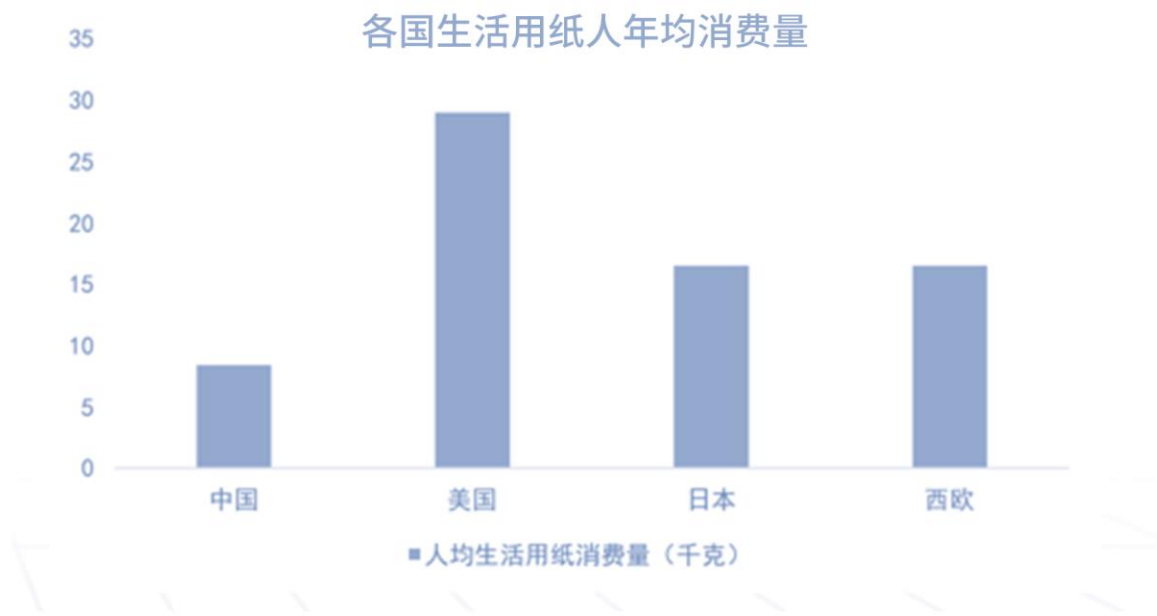


数据来源：网络公开数据，任拓整理

纸品与卫生巾在国内仍存提升空间，促进人均消费量成为增长关键

国内生活用纸人均消费量
对比发达国家有较大提升空间

国内卫生巾渗透率接近发达国家（约90%）
但人均消费量仍旧有提升空间

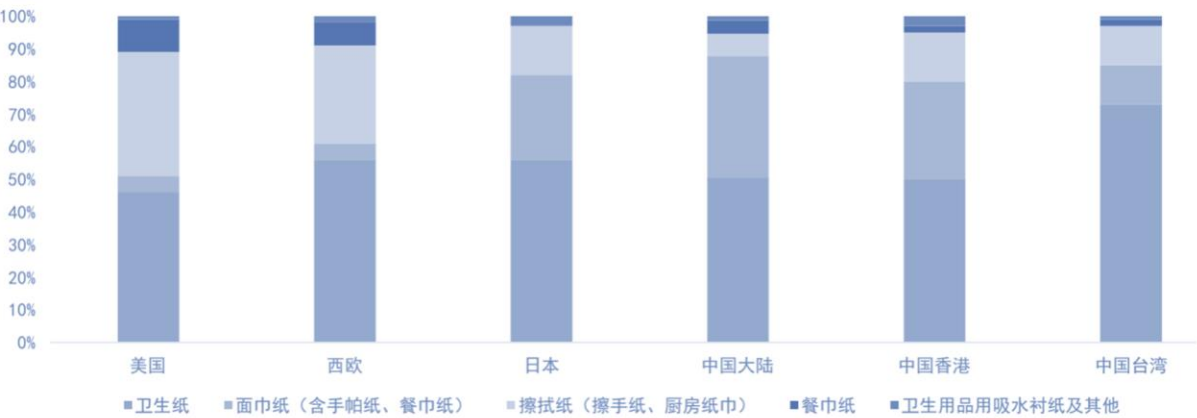


数据来源：网络公开数据，任拓整理

纸品与卫生巾都未完全完成品质升级阶段，非刚需用纸与升级型卫生巾可进一步提升消费规模

2022年国内生活用纸消费结构
与其他国家存在较大差异

美国、西欧擦拭纸消费占比在30-40%区间
日本、中国香港、中国台湾擦拭纸消费占比在10-15%区间
而中国大陆在擦拭纸消费占比7%



2018-2022年国内【标准卫生巾】规模下降
升级型产品正增加话语权

传统的标准卫生巾市场规模逐渐下降
由2018年时的199.99亿元下降至2022年的169.00亿元

2018-2022年中国标准卫生巾市场规模

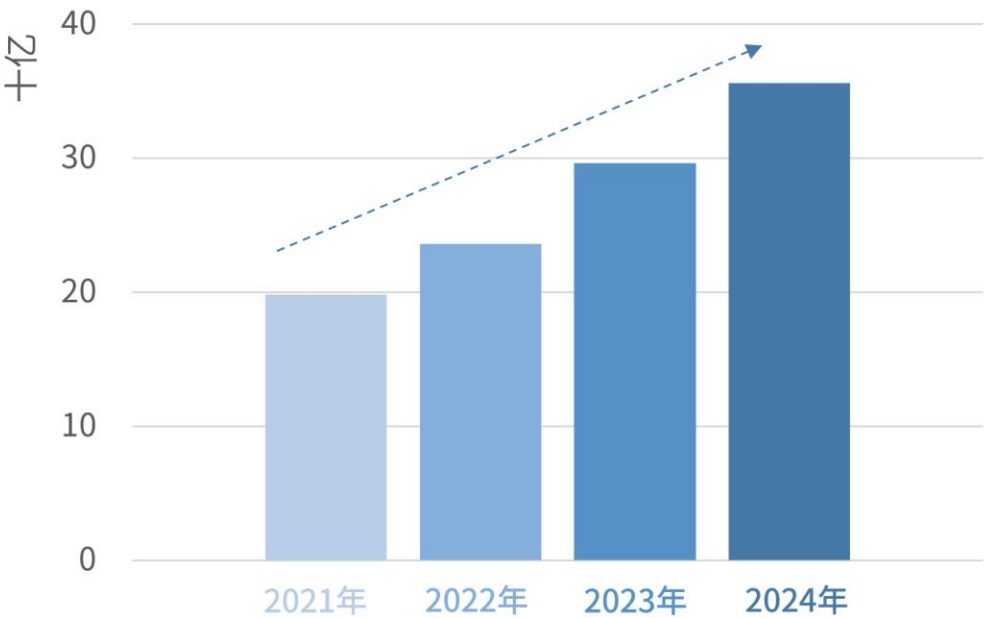


数据来源：网络公开数据，任拓整理

电商市场规模增速远超国内整体表现，卫生巾 2021-2024 CAGR 反超纸品

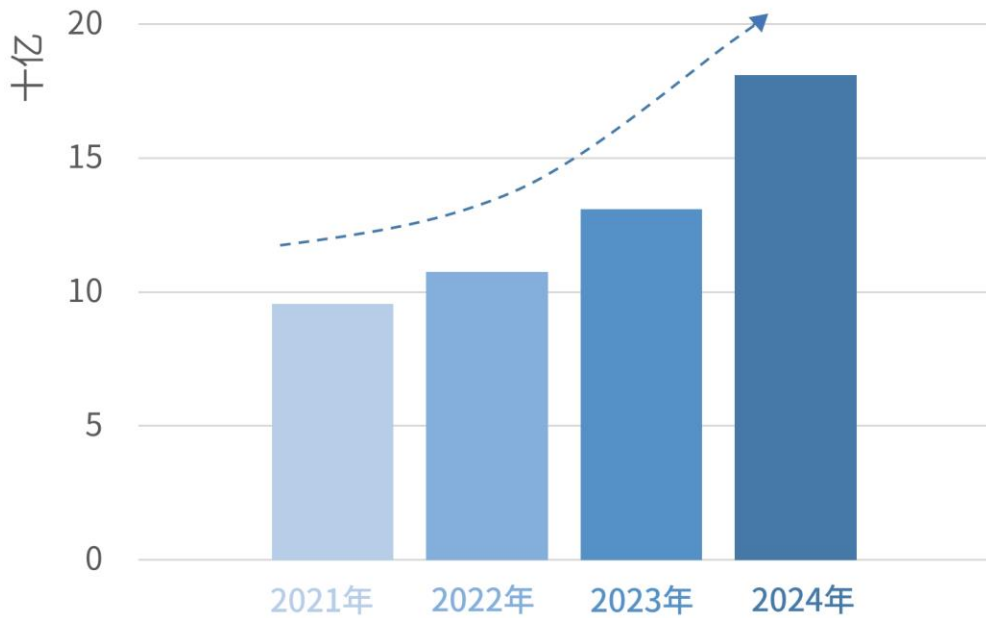
2021-2024 纸品/湿巾行业逐年销额表现

2024年行业市场规模超350亿元，2021-2024 CAGR 达 16%



2021-2024 卫生巾大行业逐年销额表现

2024年行业市场规模超180亿元，2021-2024 CAGR 达 17%



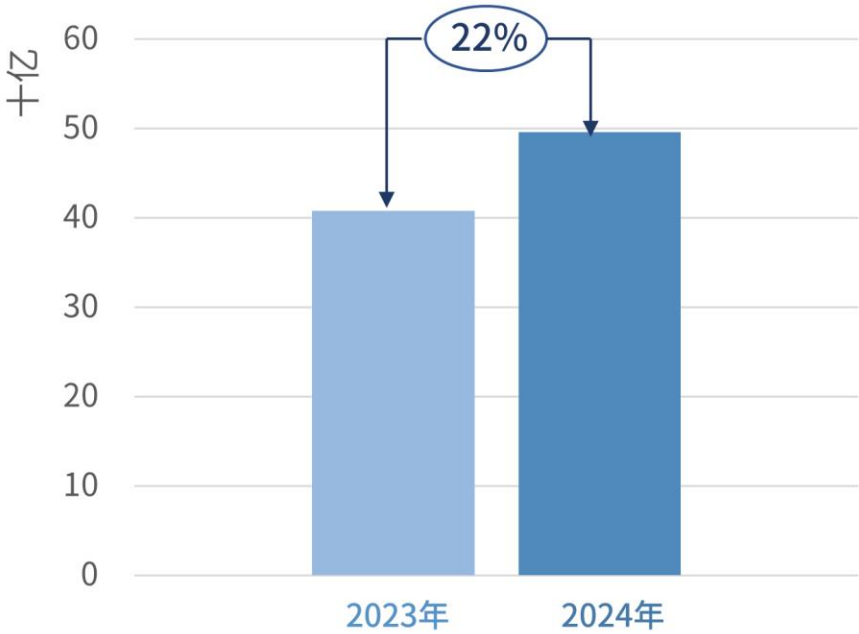
包括部分主流货架与内容电商数据

电商24年表现分析 | 2024年行业整体双位增长，湿巾领跑，卫生巾紧随

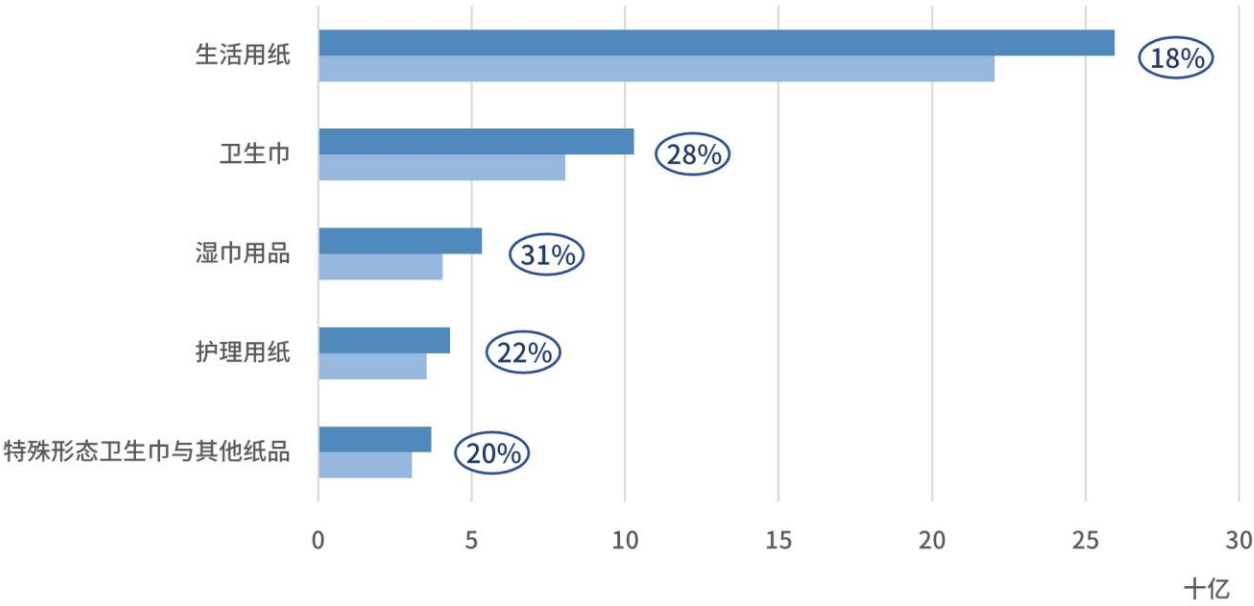
Nint任拓

主要类目增速差异不显著，湿巾增速超30%领跑行业；生活用纸尽管体量近260亿，年同比增速仍达18%

2024 纸品/湿巾&卫生巾行业
部分主流类目年销额逼近500亿



2024 纸品/湿巾&卫生巾行业
部分主流类目同比增速



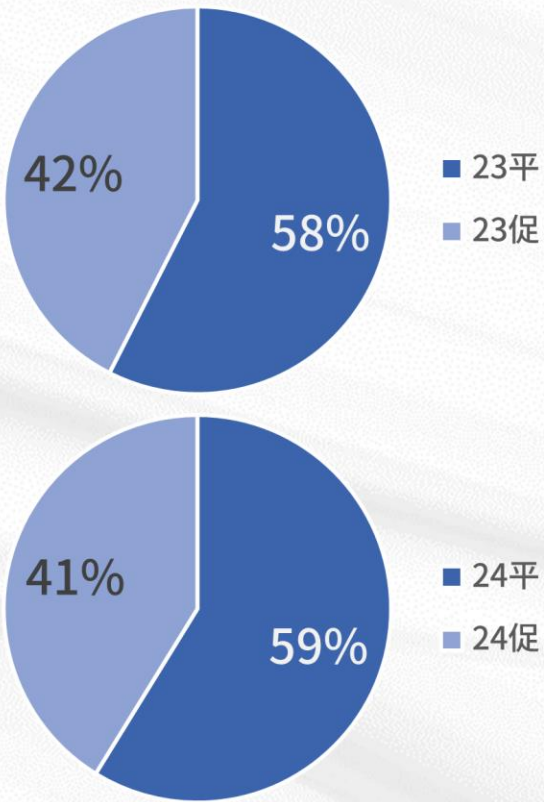
包括部分主流货架与内容电商数据

大促结构观察 | 大促整体“轻囤货”，卫生巾大促表现胜一筹

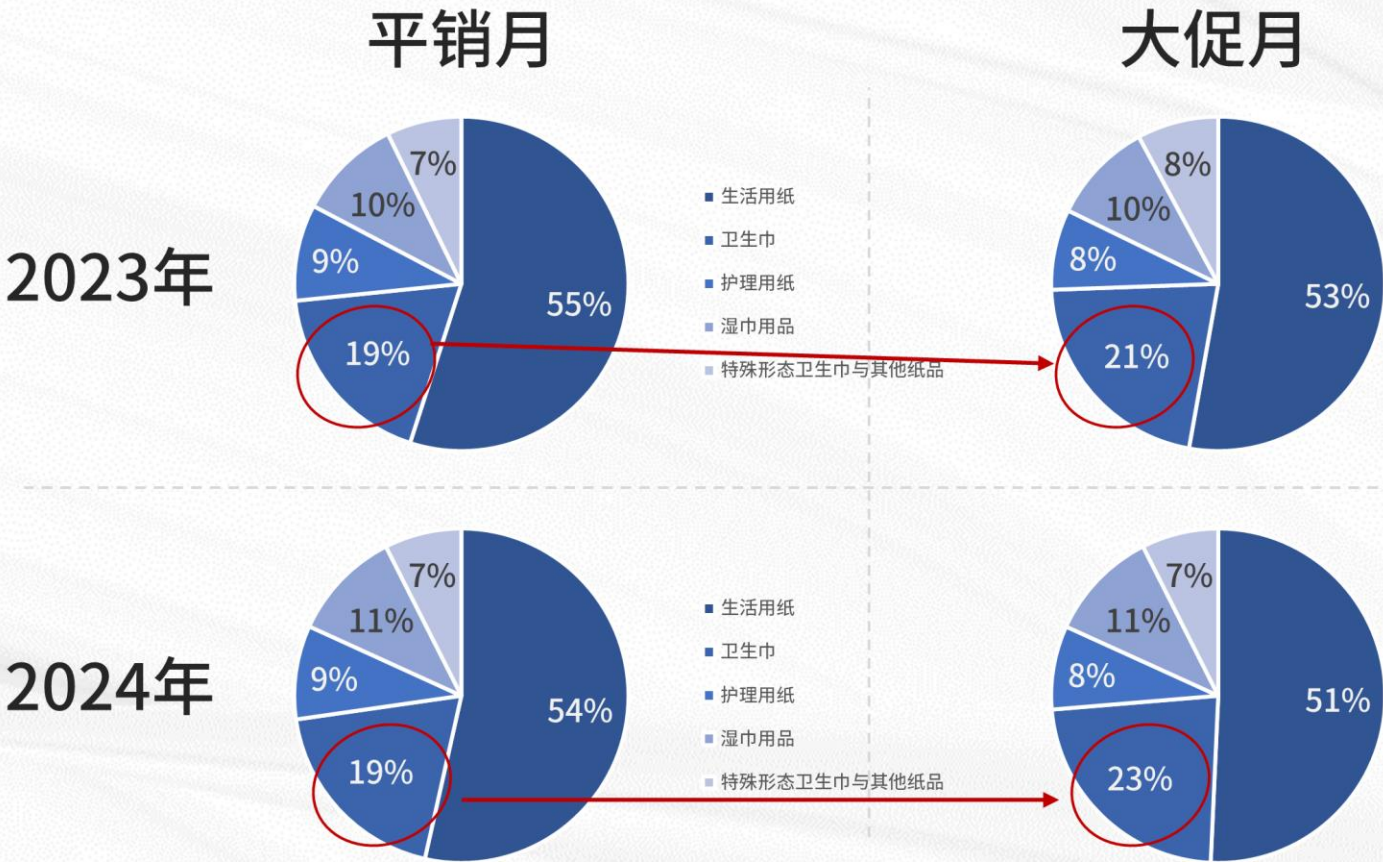
Nint任拓

大促月整体销额占比超40%，趋势较为平稳；下拆子类中，卫生巾在大促时抢占市场份额的表现比较明显

2023-2024 纸品/湿巾&卫生巾行业
平销月 VS 大促月销售份额情况



2023-2024 分平促月下拆子类市场份额占比



包括部分主流货架与内容电商数据；大促月指5、6、10、11四个月份；平销月指不包括大促月在内的其他月份

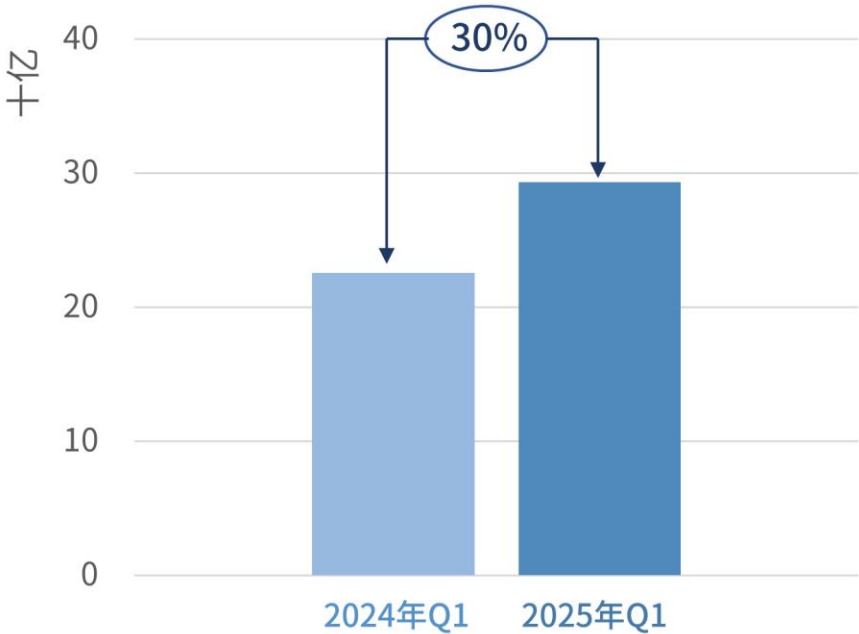
电商25年Q1表现分析 | Q1增速开门红，卫生巾暴涨38%或为价格驱动

Nint 任拓

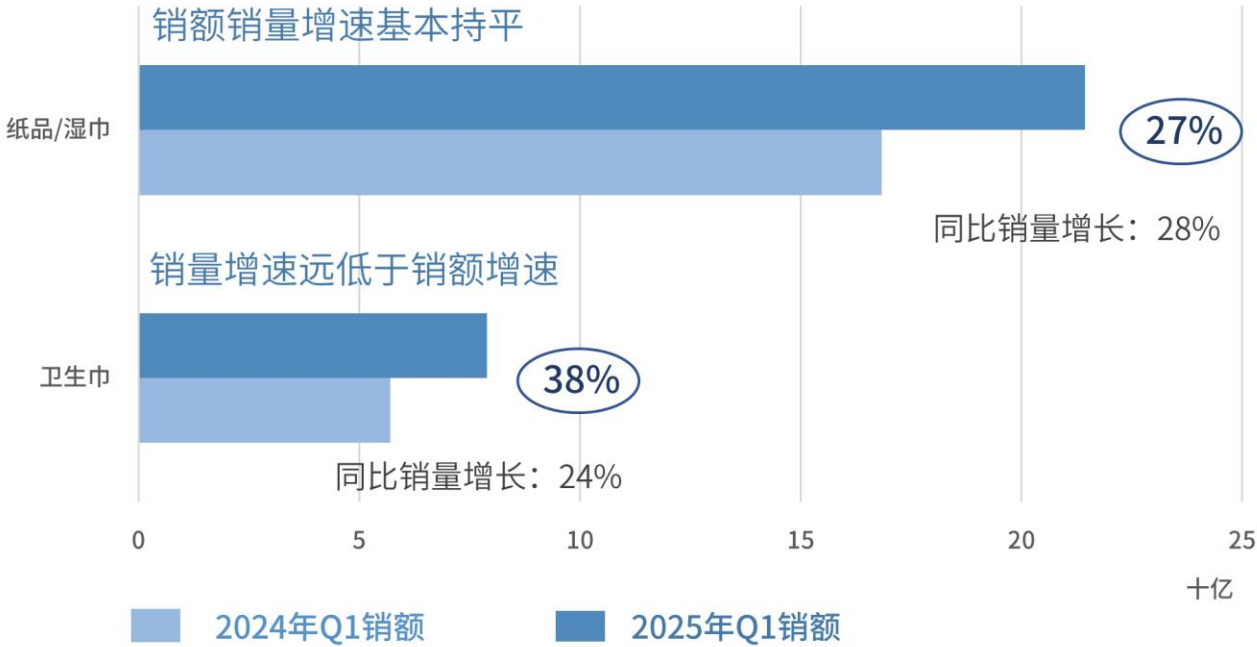
纸品增长符合市场增长惯性，卫生巾Q1同比销额暴增或为价格驱动，或为单件内组合销量增加

*本报告为快速报告，如需家清&卫生巾统一为KG/片数的深度清洗数据，判断真实市场动因，见本报告版块04

2025Q1 纸品/湿巾&卫生巾行业
部分主流类目销额超过290亿



2025Q1 纸品/湿巾&卫生巾行业
销额增速与销量增速对比



包括部分主流货架与内容电商数据

02



25Q1 纸品行业格局 及两大主要赛道分析

子赛道概览 | 品牌格局 | 价格洞察 | 生活用纸洞察 | 湿巾用品洞察



本报告数据来源于任拓情报通
扫描二维码申请免费试用
或获取更多深度行业电商数据

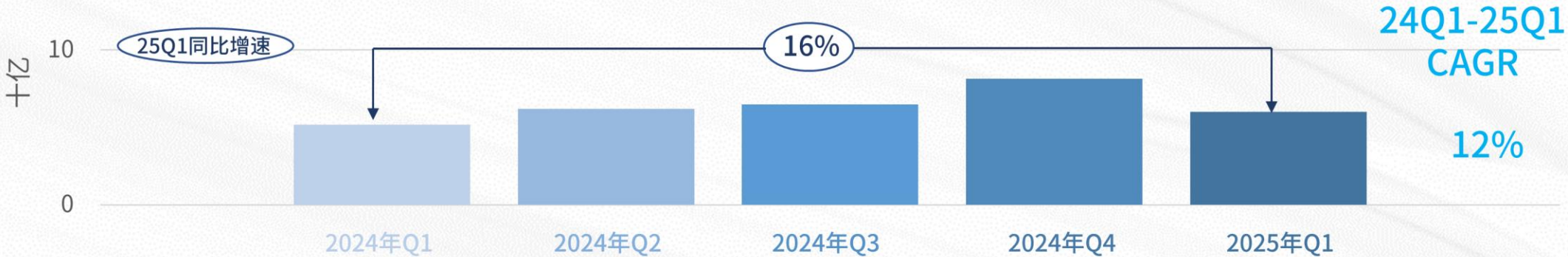
纸品赛道分析 | 纸品三大类目近5个季度销售趋势观察

Nint 任拓

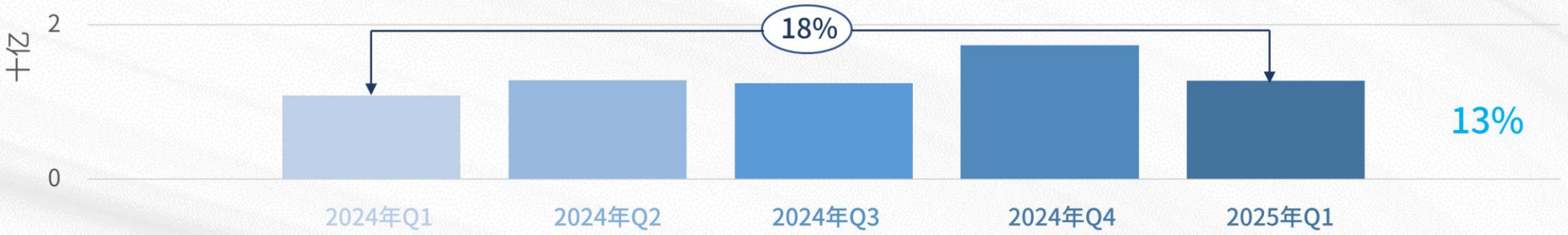
生活用纸占据最大体量，其中24年Q3单季度销额达到80亿以上；湿巾共享最高增速，同比24年Q1增长28%

生活用纸

体量最大

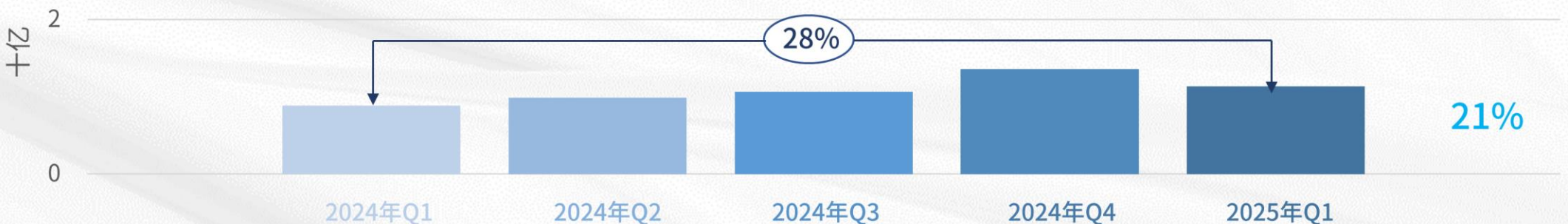


护理用纸



湿巾用品

增速最快



包括部分主流货架与内容电商数据

品牌格局分析 | CR10 相对平稳，降价为成为头部主流打法，但并非唯一解

Nint任拓

前十品牌中，八席均选择降价让利以确保销额增长；但仍有两席成交均价有所提升，且均获得了排名上升

24Q1 CR10

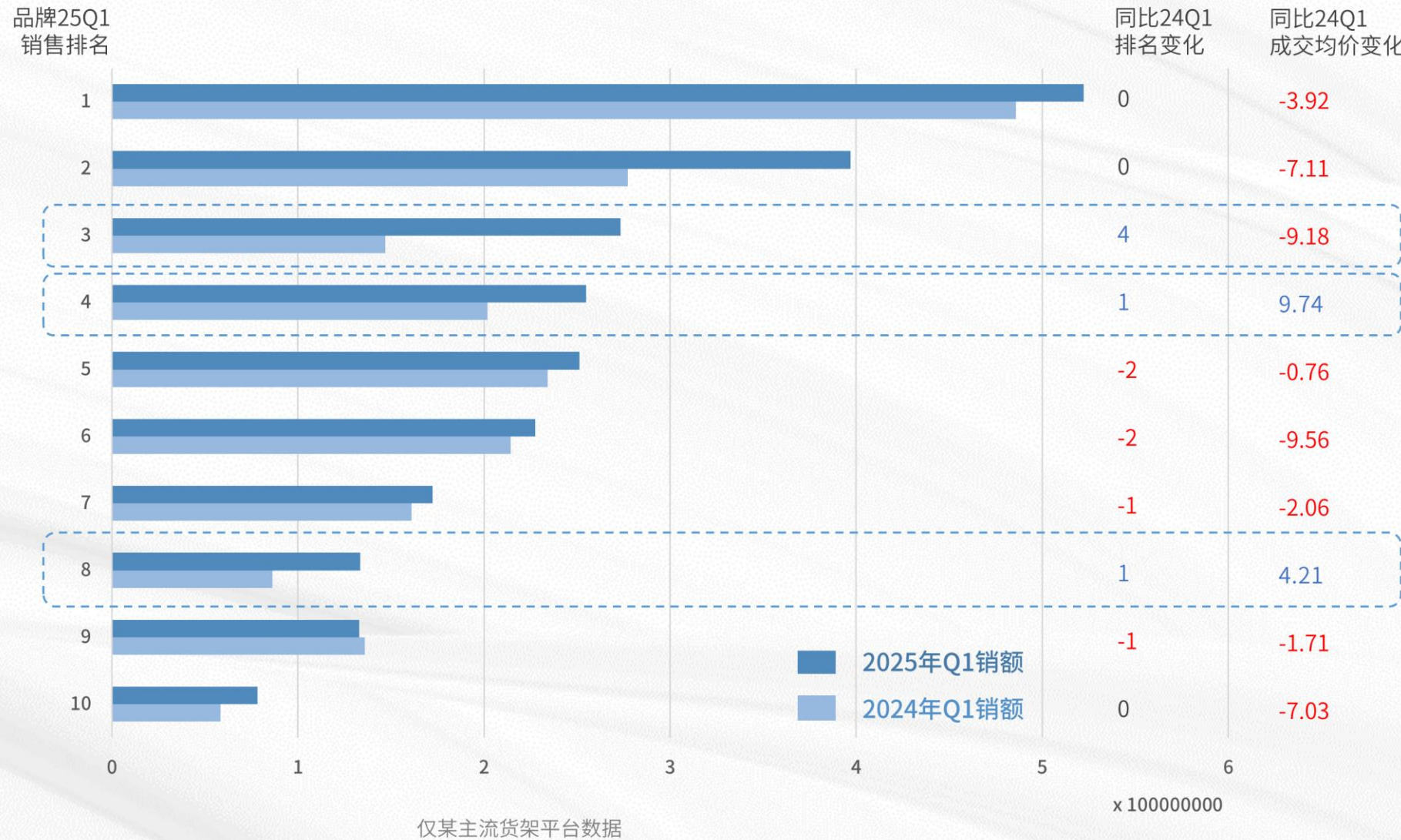
62%

25Q1 CR10

61%

NOTE

如需未脱敏版品牌与排名
或某品牌详细打法分析
请联系任拓获取资讯



生活用纸洞察 | 购后评价整体好评有所上升，但质量下滑与图物不符问题仍旧严重

Nint 任拓

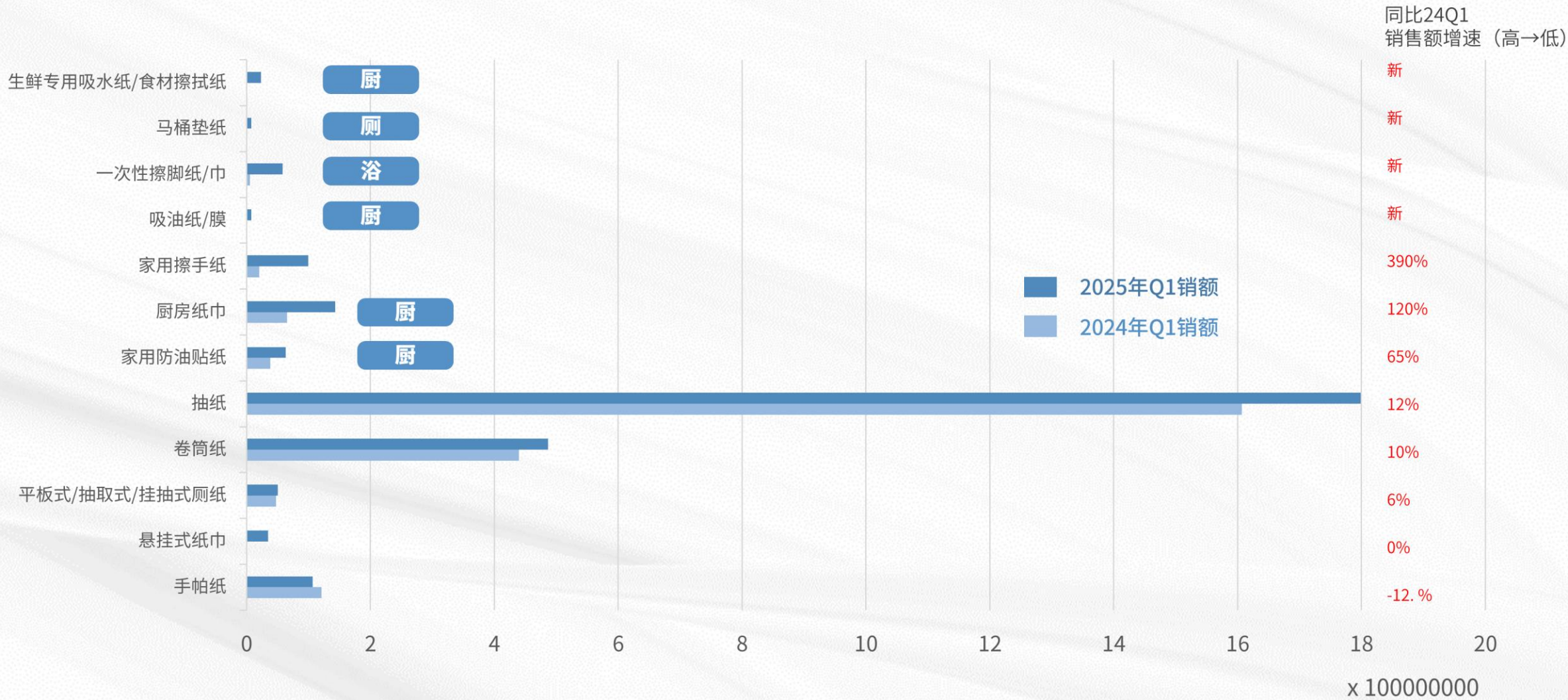


仅某主流货架平台数据

生活用纸洞察 | 生活用纸功能“精耕细作”，新场景=高增速

Nint 任拓

生活用纸显著场景化，并且已经有了场景细分的趋势。

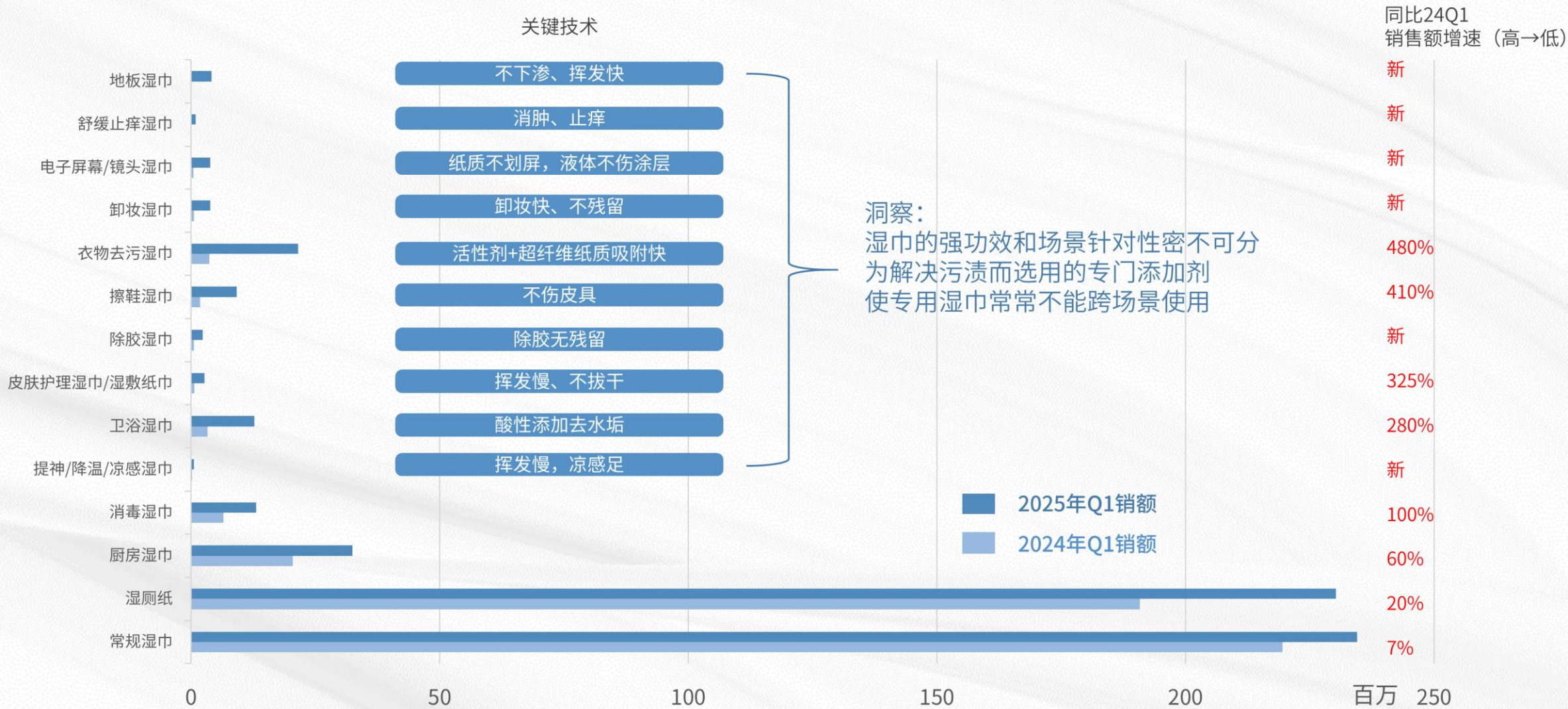


仅某主流货架平台数据

湿巾用品洞察 | 湿巾处于行业上升期，需求蓝海，亟需进一步技术升级

Nint 任拓

湿巾是生活用纸的专用型升级。核心开发思路为“解决干型纸难解决的问题”以及“提前组合污渍针对清洁剂”



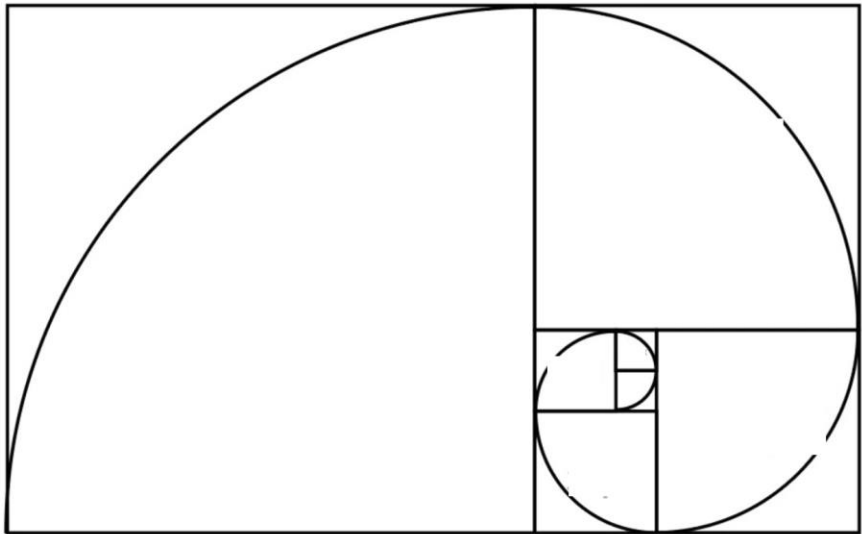
深挖“污渍场景”，细分“污渍等级”，配置“等效产品”，创新“组合出击”



- 产品创新 | 强力去油+手套形态，去重油不伤手
- 产品细分 | 低克重灶台擦拭纸，小油小腻小擦一下
- 产品升级 | 高克重厨房擦手纸，一次下厨只用一张

产品场景细分与对策
+
消费者预期管理
+
套包组合协助用纸规划

纸品/湿巾
黄金分割销售法



03



MAT(2503) 卫生巾行业 主要增长机遇解读

行业结构观察 | 价格观察 | 货品属性观察 | 品牌格局变化解读



本报告数据来源于任拓情报通
扫描二维码申请免费试用
或获取更多深度行业电商数据

卫生巾大行业结构观察 | 卫生巾销额独大，卫生棉条中国市场水土不服

Nint 任拓

卫生巾

体量最大

五个季度成交均价：30.55元

十亿

24Q1-25Q1
CAGR

20%

护垫

增速最快

五个季度成交均价：20.86元

亿

50%

裤型卫生巾

平稳增长

五个季度成交均价：27.66元

亿

13%

卫生棉条

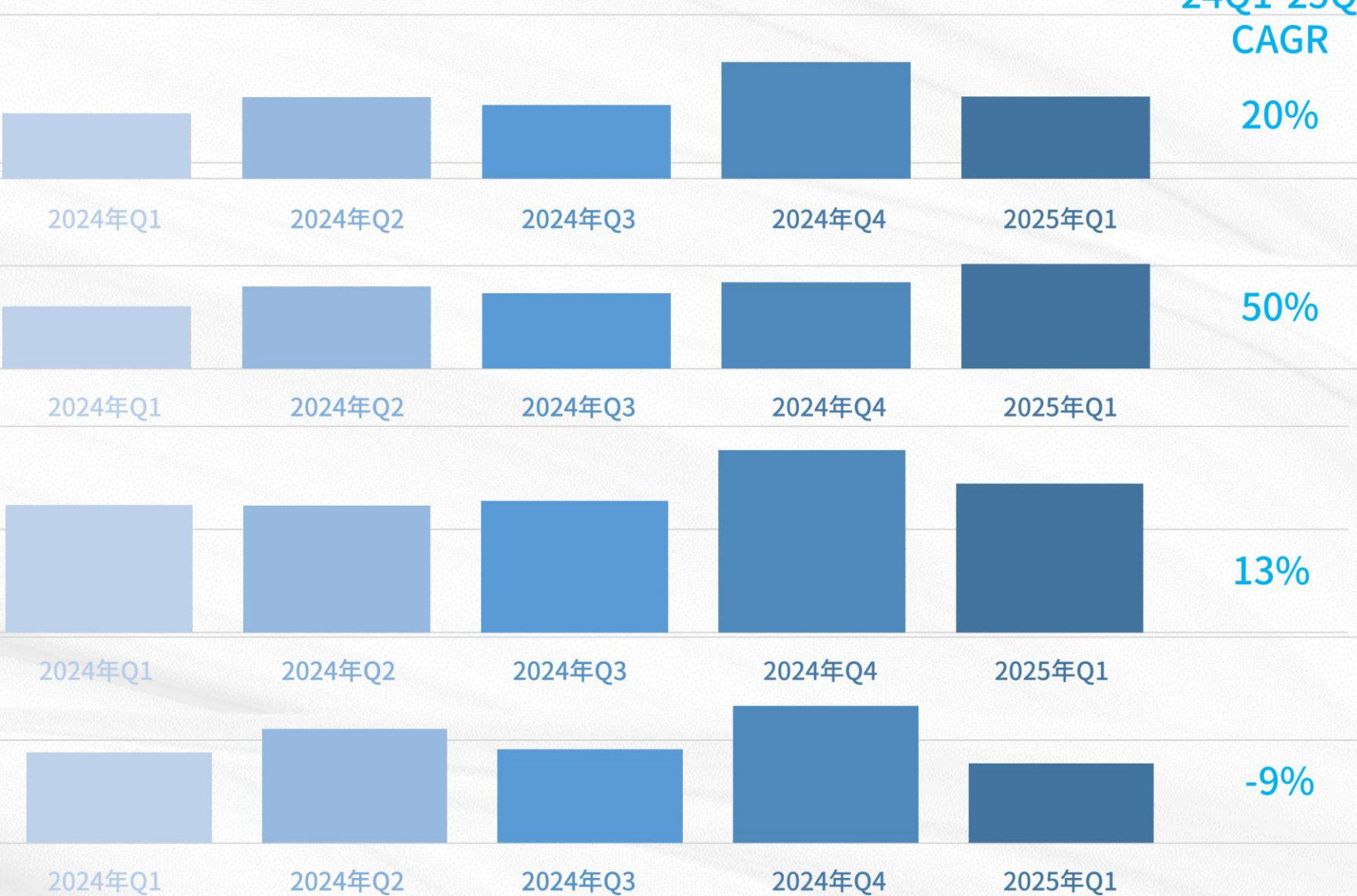
表现不佳

五个季度成交均价：56.47元

百万

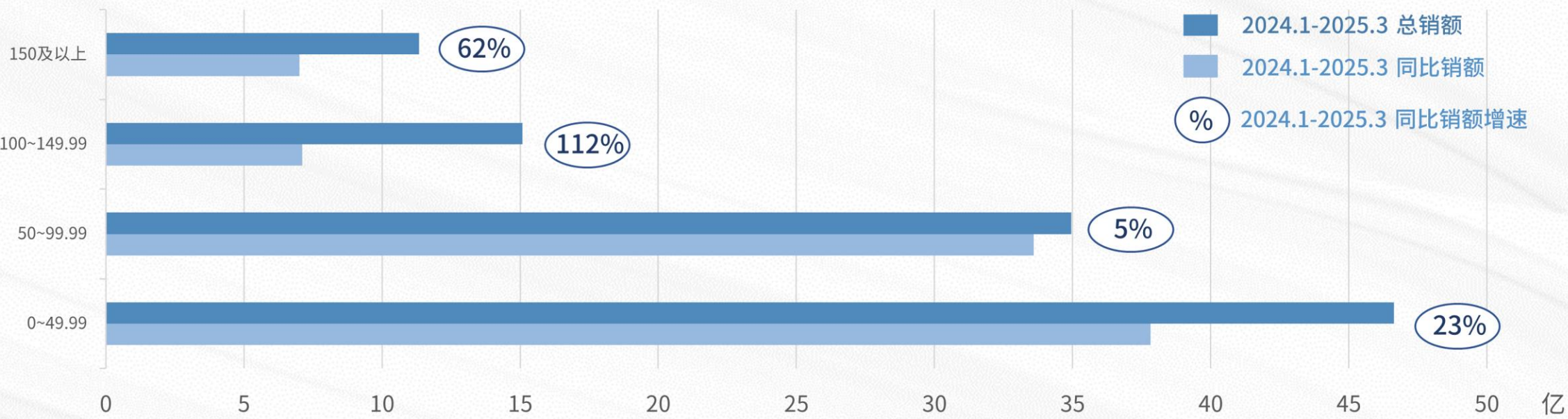
-9%

包括部分主流货架与内容电商数据



卫生巾价格带观察 | 增速由高价格带驱动，并非升级，而是大量囤货

Nint任拓



情报通显示
成交均价100+的高销宝贝榜单中
绝大部分链接到手片数
超过120片
实际片单价不支持品类升级结论
概为囤货行为驱动

排名	宝贝名称	上架月份	商品类别	参考价格	成交均价
1	薄透气日用量多姨妈巾	2017-11	洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰 卫生巾/私处护理卫生巾		209.25
2	纯棉卫生巾日夜姨妈巾超薄透气	2023-05	洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰 卫生巾/私处护理卫生巾		118.23
3	卫生巾无感赠安睡裤超薄透气姨妈巾	2025-02	洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰 卫生巾/私处护理卫生巾		189.91

超省囤货装 到手120片

【送旅行袋】含赠到手142片

拍2到手200片

含赠到手片数200片

4月装 | 128片

日夜94片: 240mm*64片+290mm*30片

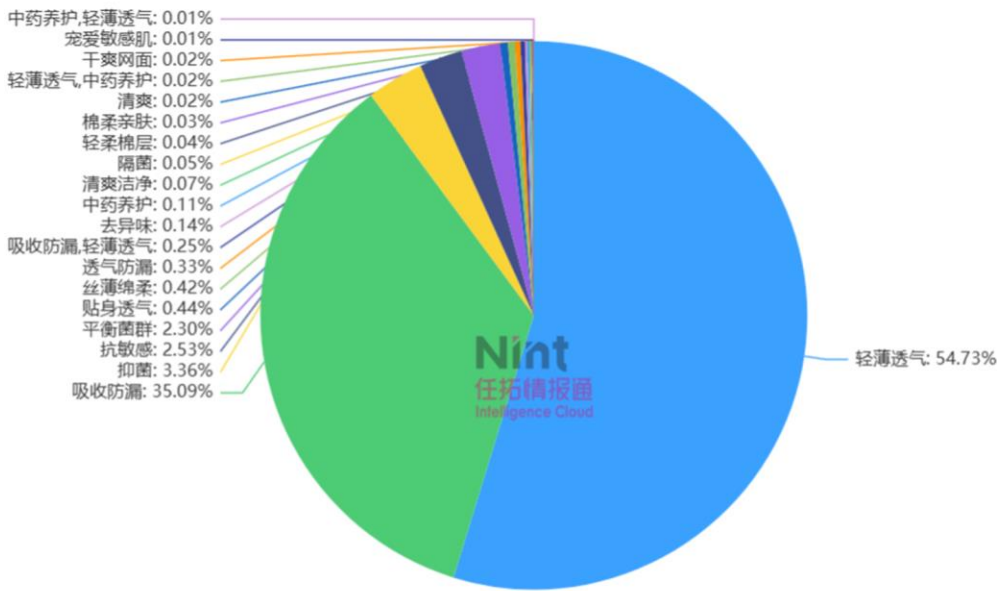
包括部分主流货架与内容电商数据

卫生巾属性观察 | 功效-基础功效占绝对统治地位，但抑菌与抗敏功效有望突围

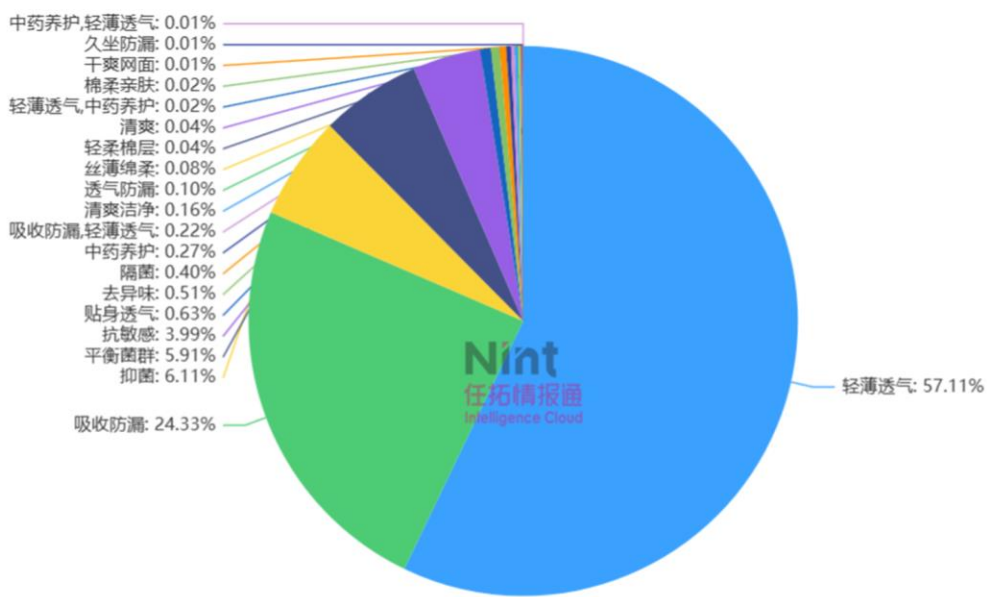
Nint 任拓

MAT（202503）属性数据显示，轻薄透气和吸收防潮占了90%的销额体量
但2025Q1属性数据对比来看，抑菌的功效正在收到消费者青睐，拿下了12%的市场
抗敏功效也有抬升的趋势，从全年的2.5%来到了Q1的3.99%

MAT（202503）某主流货架电商
卫生巾 [功效] 属性数据市场销售份额



2025Q1 某主流货架电商
卫生巾 [功效] 属性数据市场销售份额

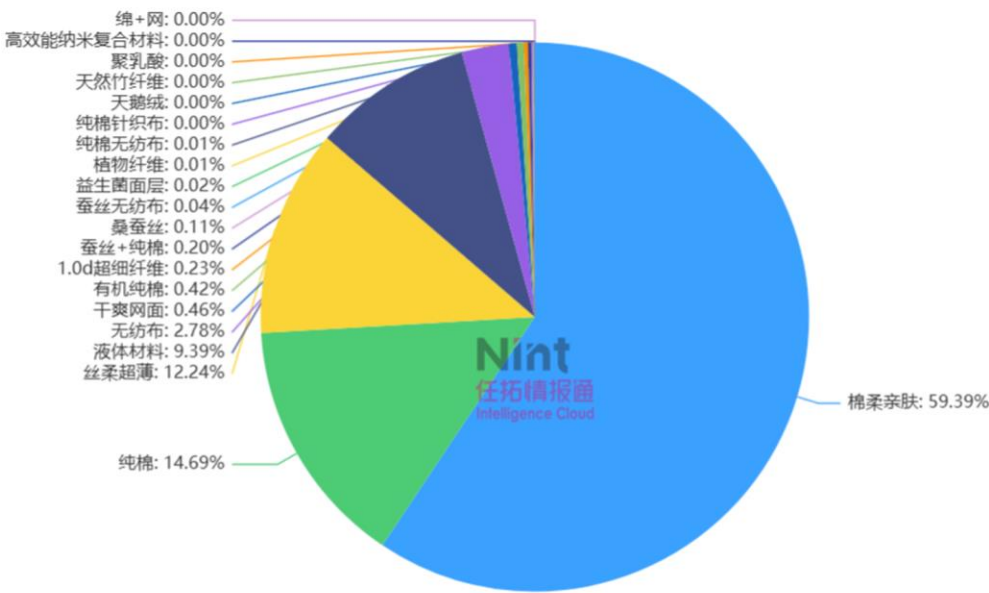


仅某主流货架平台数据

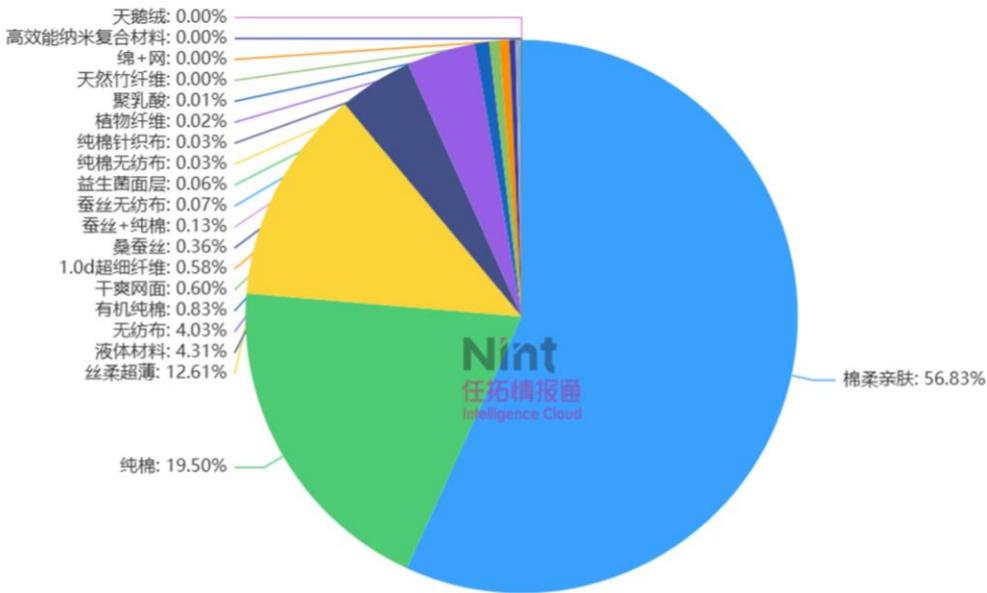
卫生巾属性观察 | 材质-纯棉材质维持优势地位，但无纺布面料有望成为新机会

两阶段属性数据对比显示，[棉柔亲肤]与[纯棉]材质占比幅度持续上涨（74.08%→76.33%）
液体材料关注度下降（9.39%→4.31%），但无纺布反而有小幅提升（2.78%→4.03%）

MAT（202503）某主流货架电商
卫生巾 [材质] 属性数据市场销售份额



2025Q1 某主流货架电商
卫生巾 [材质] 属性数据市场销售份额



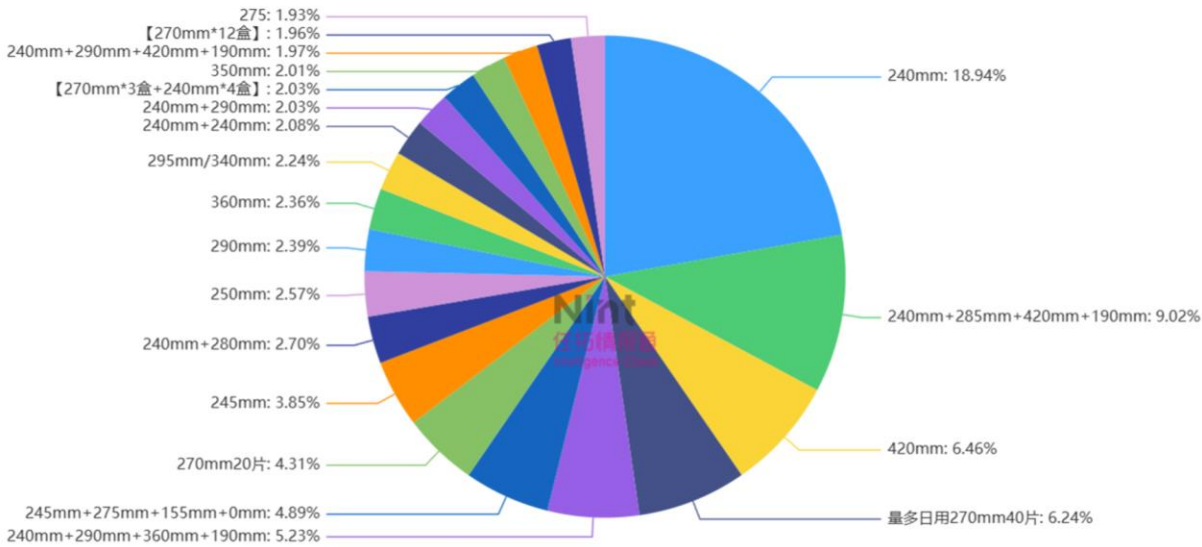
仅某主流货架平台数据

卫生巾属性观察 | 长度-240需求量最大，卫生巾或正“加长化”

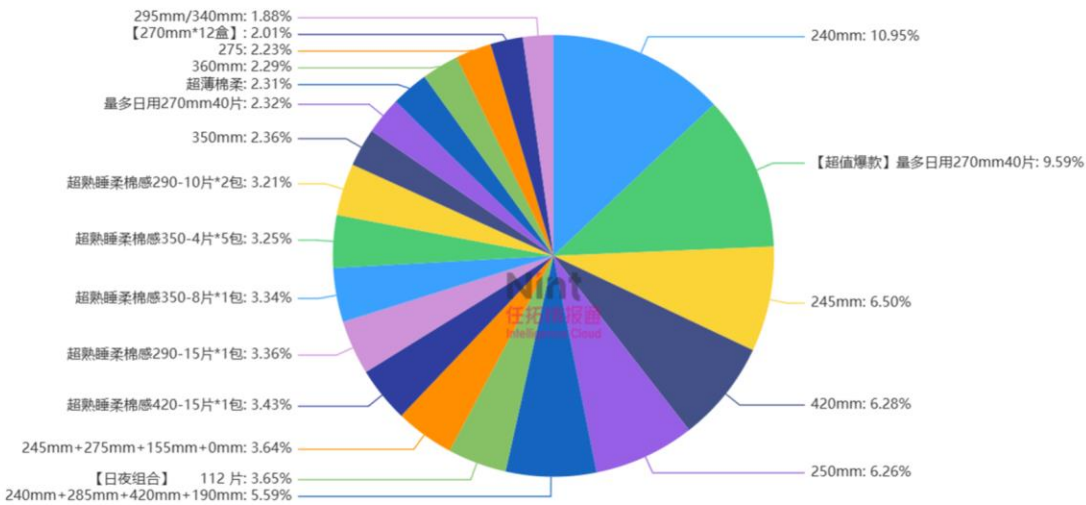
Nint 任拓

240-250区间的长度约为卫生巾整体需求的1/3；270日用加长需求量有所提升，或因“棉长事变”导致；

MAT (202503) 某主流货架电商
卫生巾 [材质] 属性数据市场销售份额



2025Q1 某主流货架电商
卫生巾 [材质] 属性数据市场销售份额



仅某主流货架平台数据

卫生巾格局变化解读 | 品牌格局动荡，头部维稳不易，第二梯队品牌集中发力

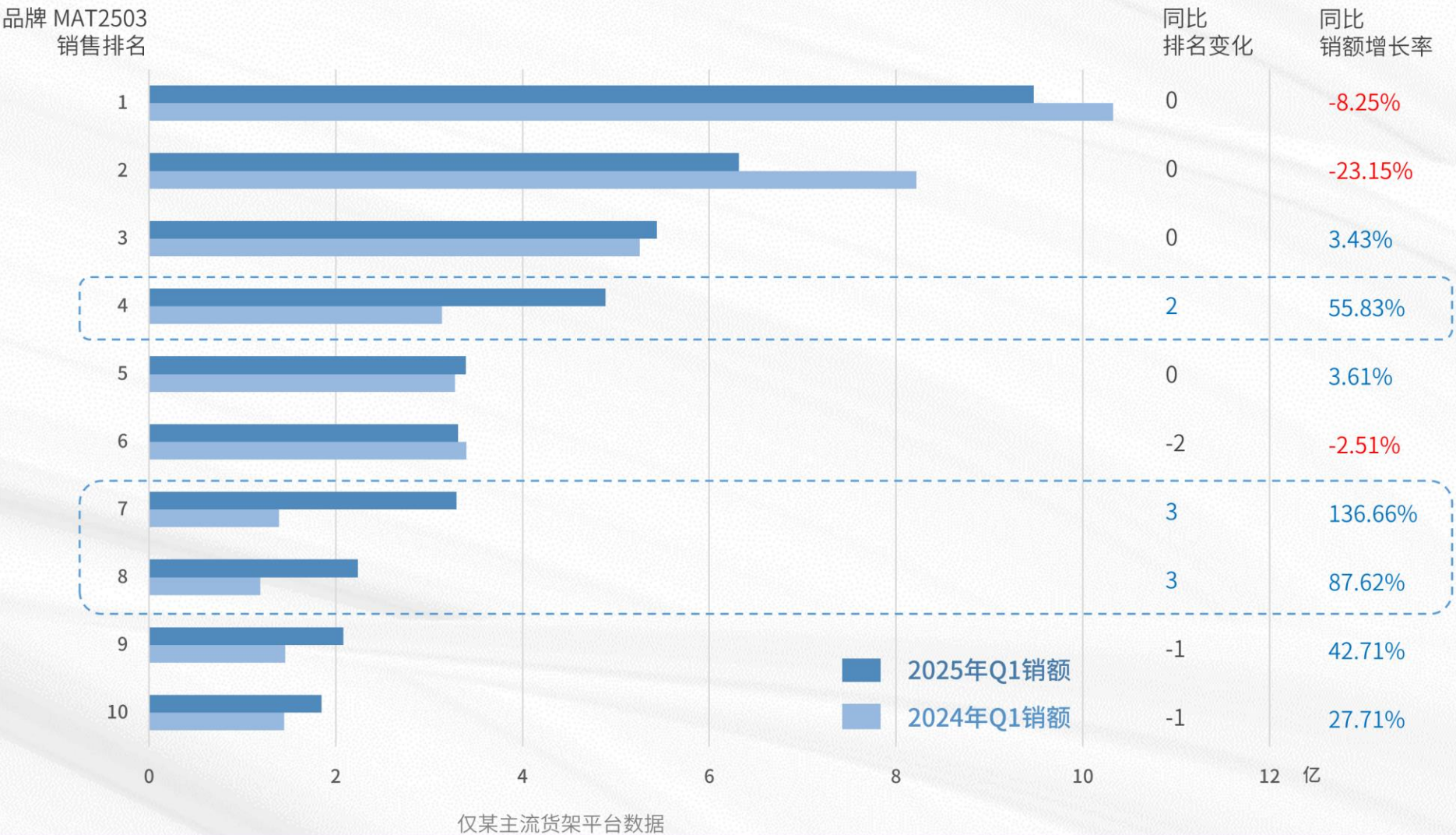
Nint任拓

货架电商端（mat2503），头部三强的地位暂时没有变化，但是增速和销额表明，这一地位想要维稳并不容易；部分品牌在一年时间，以超50%甚至超100%的增速，快速跻身品牌TOP10

MAT2503
CR 10
77%

NOTE

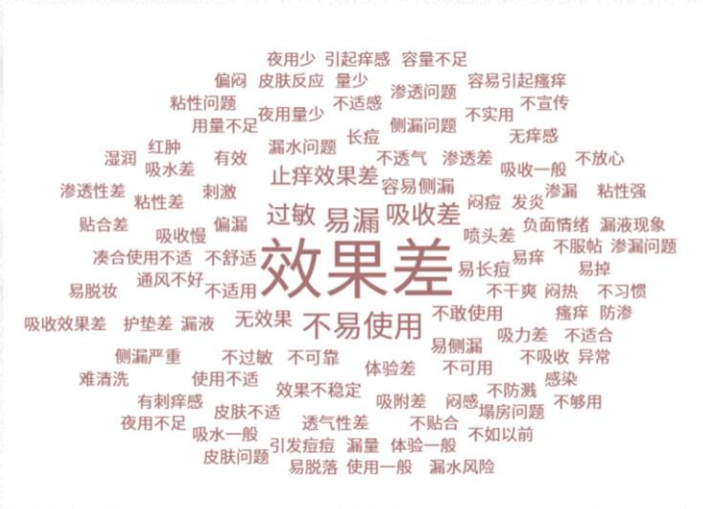
如需未脱敏版品牌与排名
或某品牌详细打法分析
请联系任拓获取资讯



Nint 任拓

卫生巾销售高峰月，也是差评多发月。差评数量增速远远高于好评，且好评率在五个主要二级维度上都在下降。同时从评价中发现，卫生巾还有海量的基础痛点没有解决，比如侧漏，吸收差，过敏，胶面不粘等。

2024年10-12月 某主流货架电商平台购后评价情况



维度一览 ⓘ

请选择

二级维度

🔍

🔗

排名	维度 评论点数 ↓	评论点数	① 提及率	评论点 好评数	① NPS	评论点 好评率	评论点 差评数	评论点 差评率
1	产品-整体	95,474	25.97%	86,06661.95 % ↑	81%	90.15 % -2.48 % ↓	9,286117.17 % ↑	9.73 % 30.78 % ↑
2	产品-使用效果	46,332	12.60%	41,83665.26 % ↑	81%	90.30 % -1.43 % ↓	4,43694.56 % ↑	9.57 % 16.00 % ↑
3	价格与促销-...	40,655	11.06%	35,72583.39 % ↑	76%	87.87 % -2.71 % ↓	4,870136.64 % ↑	11.98 % 25.58 % ↑
4	其他-其他	26,129	7.11%	21,97160.57 % ↑	69%	84.09 % -4.06 % ↓	4,043117.60 % ↑	15.47 % 30.00 % ↑
5	产品-质量	20,090	5.47%	17,50795.33 % ↑	74%	87.14 % -2.56 % ↓	2,578143.67 % ↑	12.83 % 21.50 % ↑
6	物流-物流	19,508	5.31%	17,70787.87 % ↑	82%	90.77 % 0.64 % ↑	1,79375.27 % ↑	9.19 % -6.13 % ↓

不好，用完过敏，

太薄了，易漏

一点不粘

有点反渗。

用了两天痒死我了 还痛 *

仅某主流货架平台数据

外部媒体观点摘录

2024年下半年以来，卫生巾行业负面事件不断，被消费者称为“集体塌房之年”。“我用过的卫生巾都塌房了”“卫生巾居然跟窗帘是一类的，都是C类产品”等话题引发热议，医护级卫生巾和“医用级卫生巾”成为消费者关注的重点。

2024年6月25日，市场监管总局(国家标准委)颁布了《一次性使用卫生用品卫生要求》(GB15979-2024)这一强制性国家标准，并规定自2025年7月1日起正式执行。该标准明确了一次性使用卫生用品的定义和卫生要求，规定妇女经期卫生用品包括普通级和消毒级，医护级卫生巾的卫生安全指标和其他特性优于普通级和消毒级。

相关卫生用品领域专家表示，卫生巾产品更新换代快，2025年新国标实施后，对医护卫生巾的质量要求会更高，指标更多、更严格。预计到2025年年底，国内卫生巾质量将进一步提升。消费者期盼相关部门加快新标准的实施，严格规范行业生产，因为卫生巾质量直接关系到女性的身体健康和生活质量。

导火索事件：
2024卫生巾行业因公关事件洗牌

直接影响：
小品牌有机会在头部厂商压制下上浮

间接影响：
加速卫生巾新国标颁布

进一步影响：
质量升级——解决基础痛点，整肃行业标准
功效升级——杀菌、清洁等
材质升级——新面料研究

任拓观点：
存量市场下，大盘整体增长可能不显
但是值得作为新品牌爆发赛道去突破

04



家清个护用品深度洞察 行业解决方案

市场研究关键难点 | 任拓解决方案



本报告数据来源于任拓情报通
扫描二维码申请免费试用
或获取更多深度行业电商数据

家清品类统计时



1L和5L 能够都算为1件么

2kg+1kg+1kg 的组合链接能算为1件么

2kg洗衣液+2kg洗衣粉的套售能算为1件么

卫生巾品类统计时



链接80片到手200片怎么做统计呢

日用和夜用能一起算单片价么

240+270+380+420组合怎么算单片价呢

QUESTION

在进行家清市场研究的时候

**如何统一不同产品的规格
从而指向更精确的产品及市场决策？**

任拓家清用量研究解决方案

统一用量度量衡，还原市场真实趋势



统计更精准

销量统一到kg 或片
杜绝规格导致的数据偏差
跨平台与跨品类数据可比



数据更灵活

兼容主流电商平台数据接口
支持动态调整清洗规则
如赠品剔除、组合装拆分

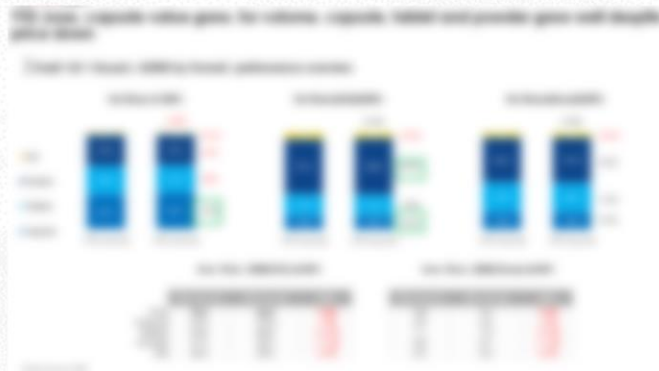


洞察更真实

基于用量进行洞察
深入识别真实消费需求

以统一数据维度，提升品牌决策精度

交付方式



更多定制交付方式支持

免责声明 Disclaimer

- 1、本文及其所载的数据信息及资料由Nint任拓作为中立第三方机构提供，请读者理性参考。在任何情况下，本文及其所载的数据信息及资料或表述的意见、案例等均不构成对任何人的商业建议、投资引导。
- 2、请读者知悉,本文所载的数据是通过运用公开数据资源并借助AI建模技术进行推算而得出的结果,所使用类目结构分类及品牌合并规则基于Nint任拓定义分类。
- 3、本文仅反映Nint任拓截至本文公开发布当日的观点，伴随着各主流电商平台公布的最新公开变动情况，Nint任拓可能随时补充、更新和修订本文及其所载的数据信息及资料，您应当自行关注相关更新和修订。
- 4、未经Nint任拓明确的书面许可及授权，读者请勿自行转载或引用本文及其所载的数据信息及资料，或以制作任何形式的拷贝、复印件或复制品，或拆分、再次分发给任何其他人，或以任何其他方式侵犯Nint任拓的知识产权（以上统称“侵权行为”）。
- 5、如读者希望转载或引用本文及其所载的数据信息及资料的，请务必联络Nint任拓business@nint.com并获得明确的书面许可及授权，并需注明出处为Nint任拓，且不得对Nint任拓进行有悖原意的引用和删改。
- 6、未经Nint任拓明确的书面许可及授权，读者擅自转载或引用本文及其所载的数据信息及资料或产生任何侵权行为的，应当承担侵权行为所引起的一切后果及法律责任。Nint任拓并保留追究其法律责任的权利。
- 7、Nint任拓与第三方电商平台及其权属公司之间不存在任何代理、合作、合伙、合营或任何投资、关联关系，特此声明。
- 8、如果读者对本文内容存在异议或认为本公司及相关权利人提供的内容或服务以任何方式对读者的权利造成了侵害，可通过发送邮件至：business@nint.com，联系Nint任拓。Nint任拓将根据相关法律法规认真处理投诉，并适时给予反馈。
- 9、以上关于数据的定义，最终解释权归Nint任拓所有。

版权声明 Copyright Declaration

本数据报告包括单不仅限于数据分析内容、页面设计、图片、图表、标志、Logo等的所有内容版权均归任拓集团所有。

凡未经任拓集团书面授权，任何企业或个人不得复制、转载、修改、重制或以任何形式提供任意第三方使用本数据报告的局部或全部内容。

任何企业或个人如若违反上述声明，均属于侵犯任拓集团版权的行为，任拓集团将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿相应责任。

本次活动及相关文章报告所采用的数据非明确说明来自于Nint任拓，均来自于外部公开信息，我司与第三方平台及权属公司之间不存在任何代理、合作、合伙、合营或任何投资、关联关系，特此申明。

如果您对报告中的内容存在异议或认为本公司及相关权利人提供的内容或服务以任何方式对您的权利造成了侵害，可通过发送邮件至：business@nint.com，联系我们。我们将根据相关法律法规认真处理您的投诉，并适时给予反馈。

以上最终数据的定义及最终解释权归Nint所有