

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

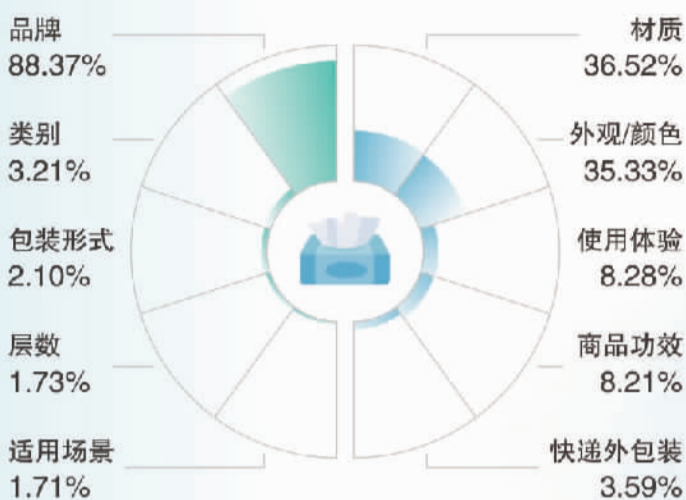
清洁纸品细分化趋势明显



1 清洁纸品消费

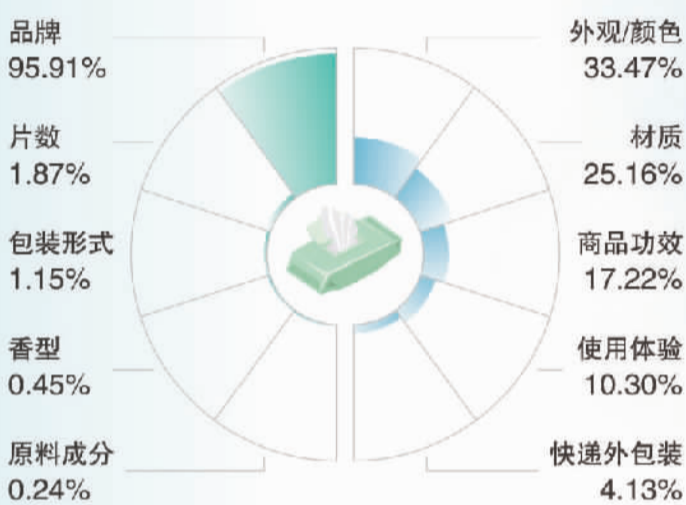
抽纸类产品消费情况

影响消费者购买抽纸的因素



湿巾类产品消费情况

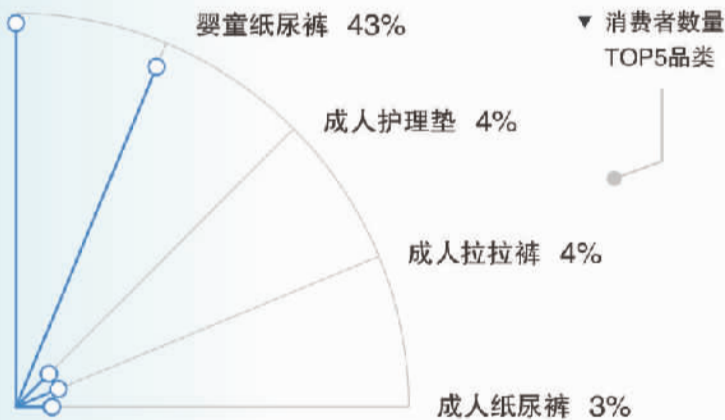
影响消费者购买湿巾的因素



清洁纸品上，不怕湿水、不易破、不含荧光、柔软亲肤等特点受到更多关注。此外，一次性洗脸巾、杀菌卫生、悬挂式抽纸、100%全棉、环保无胶等性能，正在成为越来越多消费者关注的内容。

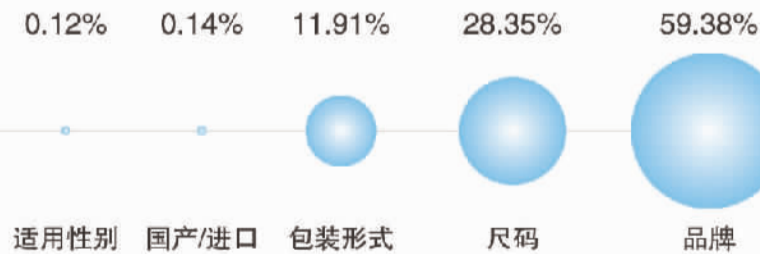
3 婴童尿裤及成人护理类纸品消费

婴童拉拉裤 45%



婴童拉拉裤消费情况

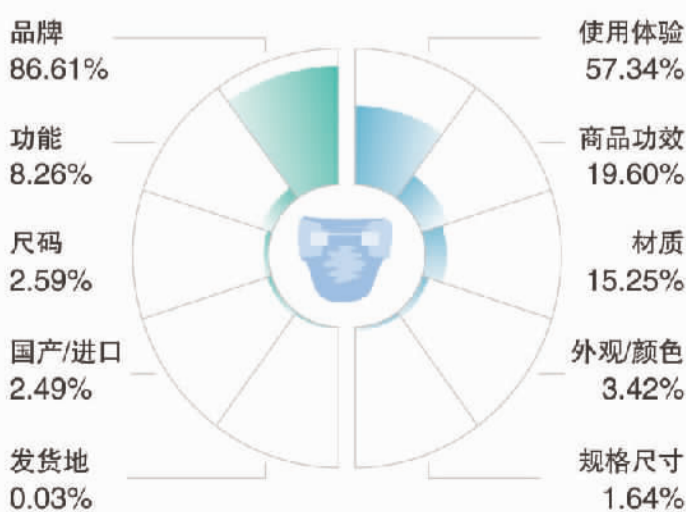
影响消费者购买婴童拉拉裤的因素



在婴童尿裤产品的消费上，婴童拉拉裤、纸尿裤等产品受到更多消费者关注，影响消费者购买婴童拉拉裤的因素中，品牌、尺码以及包装形式占据前三。使用体验、材质、外观颜色等成为影响消费者复购的重要因素。

成人纸尿裤消费情况

影响消费者购买成人纸尿裤的因素

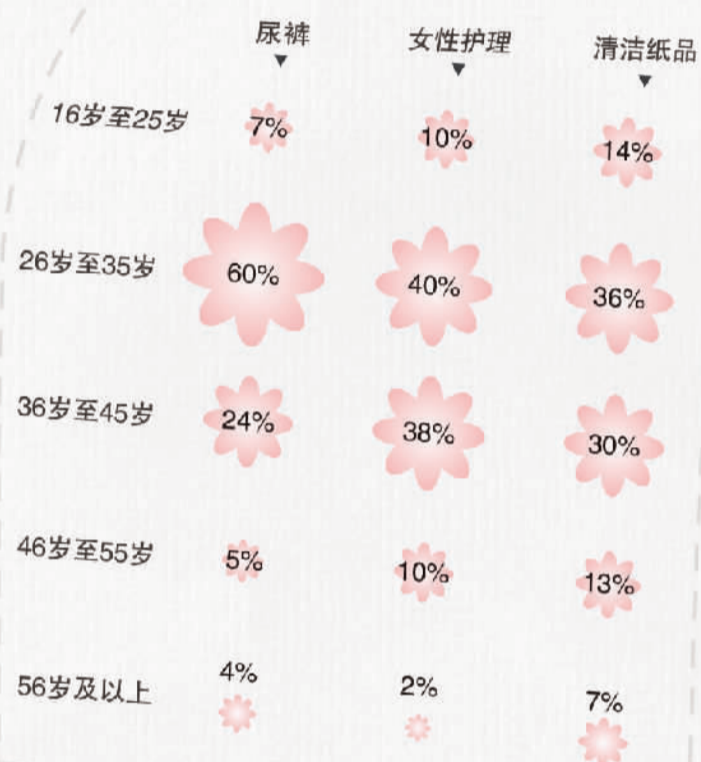


总体消费情况

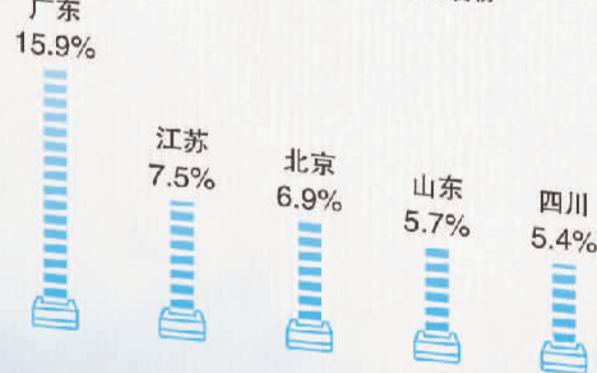
消费者数量占比分布



不同年龄段消费者生活用纸消费占比



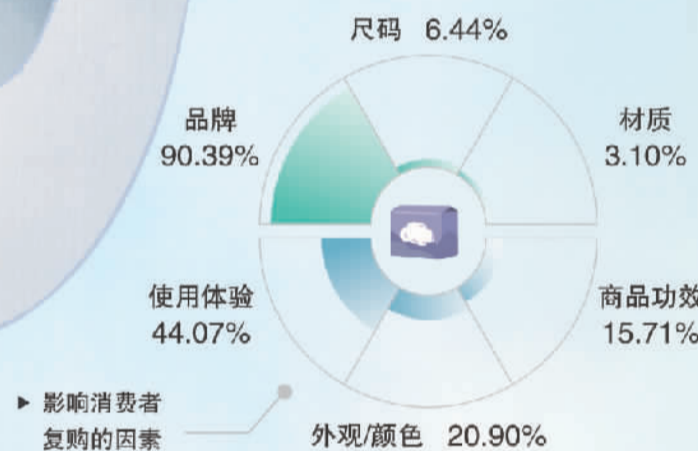
生活用纸消费者数量占比TOP5省份



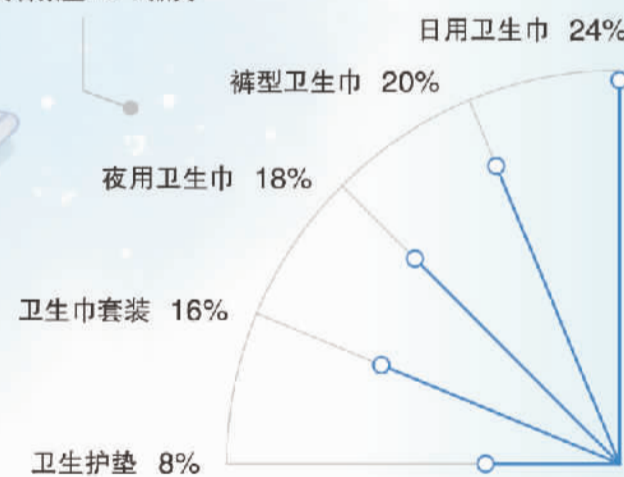
2 女性护理类纸品消费

裤型卫生巾消费情况

影响消费者购买裤型卫生巾的因素



消费者数量TOP5品类



说数

本期点评 樊超

随着人们对品质生活的追求以及消费能力的不断提升，生活用纸越来越要求“专纸专用”，并具体表现为适用场景细分、人群偏好细分、产品功能细分等特点。

在清洁纸品品类中，清洁干巾、乳霜纸、抽纸、手帕纸等销量增长亮眼。清洁纸品的需求快速增长，产品形态也日趋多样，呈现出“干湿兼顾”的特点，产品形态已从常规抽纸、卷纸发展成涵盖湿巾、清洁干巾、乳霜纸、手帕纸等在内的庞大产品家族。抽纸和卷纸仍然是市场的消费主流，用户数量位居纸品消费的前两位，其中，抽纸类产品贡献了一半的市场销量。湿厕纸和清洁干巾的销量受消费者卫生清洁需求的驱动增速明显。

大部分纸品与人体直接接触，消费者对产品

品质、功能、使用体验等格外关注，其中对于品牌的关注度最高，在购买抽纸时，关注品牌的消费者占比高达88.37%；在购买湿巾时，有95.91%的消费者将品牌作为首选要素。同时，在女性护理类纸品消费上，影响消费者购买裤型卫生巾的因素中，品牌位居第一，达90.39%。

国货品牌对国人身体特点和生活习惯更为了解，加之产品的性价比优势较为突出，受到消费者的普遍欢迎，占据了较大的市场份额。作为高频消费品，清洁纸品“专纸专用”趋势明显，品牌商家在保障家庭用户消费需求的同时，可重点关注“00后”“90后”年轻消费群体的用纸需求，提升产品的使用体验，为产品增长创造空间。

(点评人：京东超市清洁纸品采购)



更多内容 扫码观看 数据周期：2023年全年