

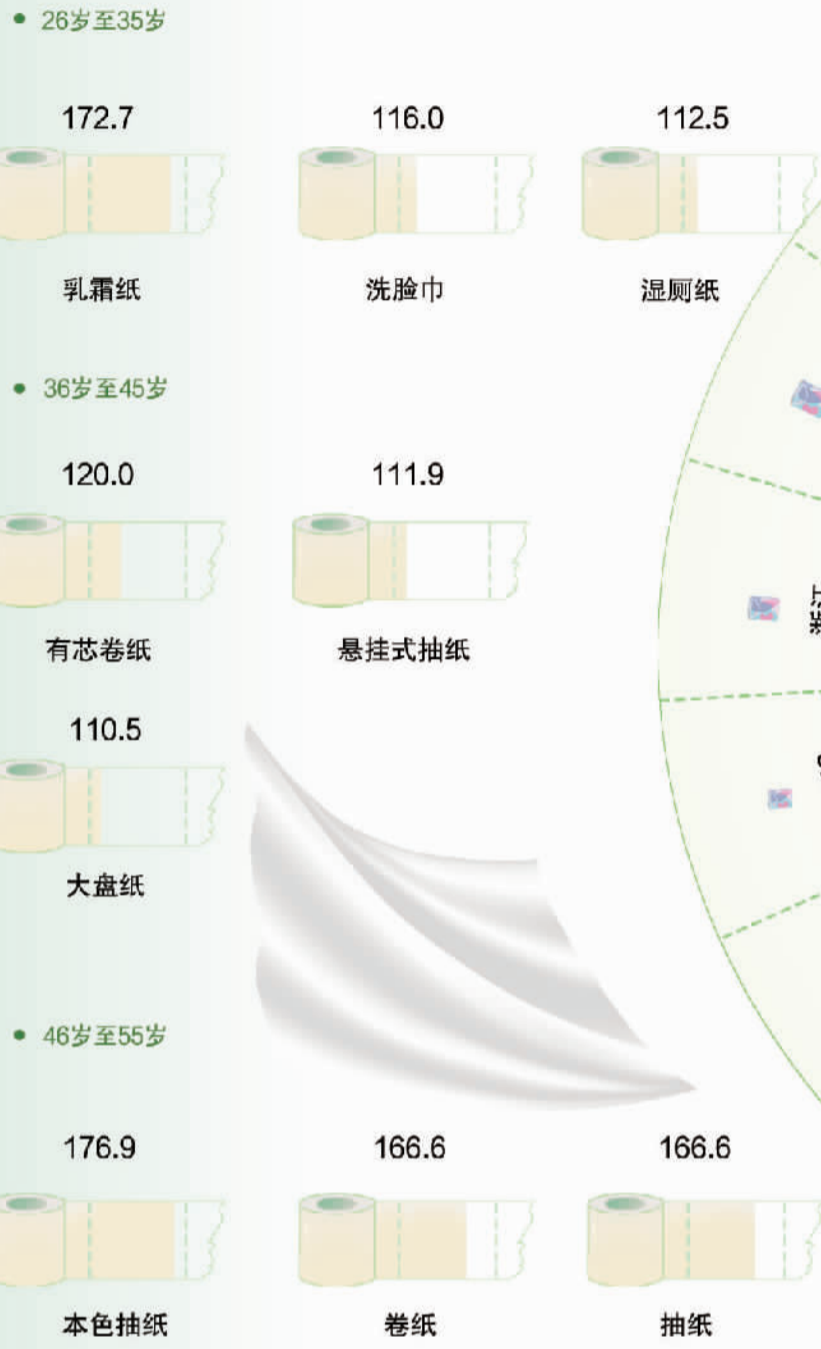
在这里读懂中国消费

纸品向精致健康方向升级

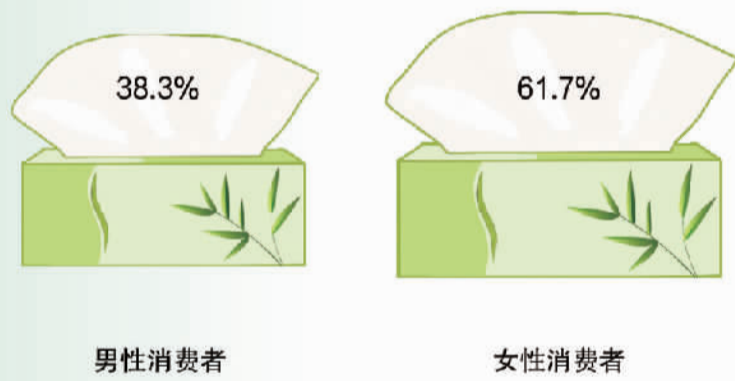


消费者特征

不同年龄段消费者的纸品偏好指数TOP3



不同性别消费者的纸品成交额占比



整体消费情况



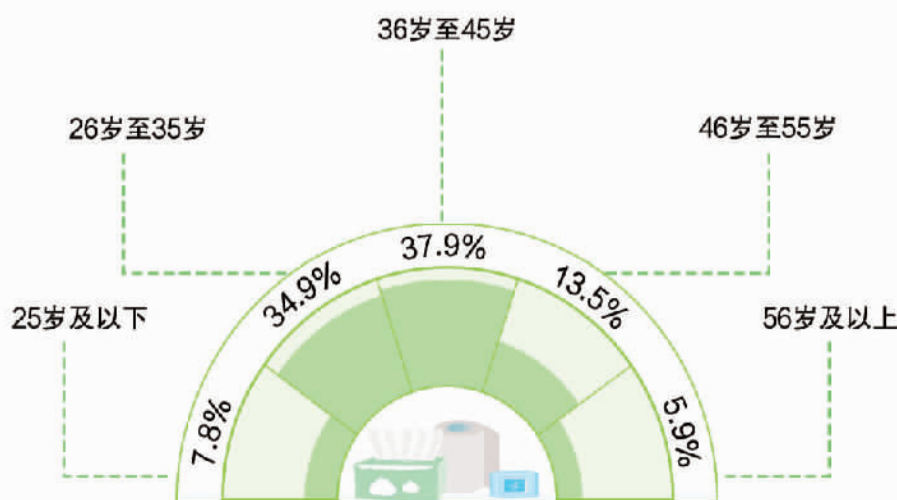
“90后”消费者偏好乳霜纸、洗脸巾、湿厕纸等个人护理用的新型生活纸品，“80后”“70后”消费者偏好卷纸、抽纸等传统家庭用纸。基础产品稳增，细分市场活跃，满足了不同消费者、不同场景下的用纸需求。

不同性别消费者的纸品偏好指数TOP5



悬挂式抽纸销售火热，在生活纸品中的成交量增速最快。相较于常规抽纸，看似简单的悬挂设计不仅应用场景更多、使用更便捷，也节约了收纳空间，深受消费者欢迎，反映出微小创新给行业带来了新增长空间。

不同年龄段消费者的纸品成交额占比



说数

走进现代家庭，客厅里有抽纸、湿巾，厨房里摆放着去油污湿巾、一次性厨房纸等，卫生间里湿厕纸、洗脸巾等清洁纸品琳琅满目……

随着生活水平不断提升，曾经“一卷卫生纸满足全家所需”的时代已渐行渐远。如今的纸品种类丰富多元，已从基础日用进化为适配不同生活场景。数据显示，今年9月以来，悬挂式抽纸成交量同比增长177%，洗脸巾同比增长101%，湿巾、厨房纸巾等品类也实现高速增长。

消费者用纸需求朝着功能化方向不断细分的同时，纸品也逐渐演变为个人生活方式的载体，悄然重塑着人们的生活习惯。便携湿巾、香氛纸巾、敏感肌专用面巾等创新品类应运而生，纸品市场正以精致、健康为目标升级进化。

从消费群体看，女性消费者的生活用纸成交量

占比超六成，尤其爱买乳霜纸、洗脸巾等融合护肤概念的纸品；男性消费者则更青睐湿厕纸、湿巾等强调清洁效率与便捷使用的品类。

纸品消费日益精致、多元，造纸带来的环境问题也不容忽视。全球每年因造纸而砍伐的树木数量惊人，传统造纸业更是水污染与碳排放的重要源头之一。

因此，引导产业向竹浆等可持续原料转型至关重要。不少纸品企业已开始布局竹浆纸品线，通过“以竹代木”的环保理念赢得消费者认可。数据显示，46岁至55岁消费者对本色抽纸的偏好指数最高，这种抽纸是一种以竹浆为主要原料、不经过漂白处理的纸品，从原料到生产过程更环保低碳。市场对天然纸品的积极接纳，为竹浆纸品的市场推广创造了良好条件。

李苑



数据周期：
2025年9月20日
至11月10日