

国产纸尿裤“兜”不住中国宝宝

年销超 300 亿片近七成洋品牌 国内中小企业品牌建设待加强

纸尿裤是新手妈妈的一道难题，买什么，怎么买，存在大量盲区与误读。数据显示，我国每年纸尿裤销量超 300 亿片，国产品牌仅占三成。如何在纷繁市场中挑选纸尿裤？为何国产品牌“兜”不住中国宝宝的小屁股？记者近日对纸尿裤市场进行调查。

担心什么？

攻略做了十几页 宝宝还是“红屁股”

一片纸尿裤能够引起婆媳之争，这并不夸张。家住长春市二道区的靳女士就为此烦恼。从日本品牌到德国研发，进口超市到电商海淘，攻略做了十几页，宝宝还是出现“红屁股”。婆婆则认为不勤俭持家，甚至担心纸尿裤用久了会出现“罗圈腿”。

纸尿裤的争议几乎出现在每个婴幼儿家庭。“既有理念差异，也有市场混乱带来的误导。”中国造纸协会生活用纸专业委员会秘书长江曼霞说，在欧洲、日本等地，纸尿裤使用已 40 余年，经过科学论证和理念普及。而我国观念尚未形成，加上收入、环境的不同，会出现认知差异。

我国一二线城市约七成婴幼儿佩戴纸尿裤，三四线城

市、农村等地比例更低。而婴幼儿纸尿裤年消费量达 349 亿片，有 2000 余个品牌。不少品牌在标识、产地、说明上也很难区分。

一些广告容易给消费者带来选择障碍。“比如，个别厂商会将水倒进纸尿裤直观判断好坏。然而，纸尿裤并非只有吸水一个指标。”江曼霞说。

同时，纸尿裤行业进入门槛较低，不少小散乱企业混迹其中。“投个几十万元就能做，还有一些微商直接和工厂对接。”一位纸尿裤行业从业者说。

江曼霞说，我国很早就建立起纸尿裤国家标准体系，也对企业生产、行业秩序严格抽查、暗访。但大品牌规范易，小作坊把控难。“大量小散乱企业，增加了监管的难度。”

有何差别？

“稳定性还达不到花王的水准”

调查显示，本土品牌仅占纸尿裤市场份额 33%，近七成为洋品牌。仅宝洁一个品牌就拥有 28% 的份额，排名第一的本土品牌恒安占比不足 10%。刚刚过去的“双 11”，花王、尤妮佳等国外品牌纸尿裤位居海淘前列。

长春一名二孩妈妈说，大女儿出生时她选日本产纸尿裤，小儿子出生时则是欧洲产纸尿裤。近几年，她在海淘纸尿裤上花费

2 万多元。

“只要能承受，优先考虑国外品牌，总觉得更放心。”云南昆明 10 个月男婴妈妈杨林芬说。

国产纸尿裤和国外品牌究竟有什么差别？中国产业用纺织品协会副会长郑俊林认为，在材料、设计、工艺等多个方面，我国与国外并无太大差别，市场上叫得响的国外品牌也都在中国拥有制造基地。“很多国际

品牌材料供应商是国内企业。”他说。

不过，在制造设备、工业体系和抗菌抑菌功效上，我国产品与日本、欧洲等还存在差距。“我们的稳定性还达不到花王的水准。这说明制造的管理体系、工艺体系集合水平有待提高。”江曼霞说，国内企业以中小企业居多，研发投入有限，品牌建设、市场培育意识有待加强。

如何发力？

用环保材料在安全上“做文章”

数据显示，目前我国婴幼儿纸尿裤人均消费量仅是日本的三成，预计 2017 年市场规模将超 400 亿元。随着二孩时代来临，未来 5 年消费量将保持超过 10% 的年均增长率。面对百亿量级的市场，国产品牌如何发力？行业秩序如何规范？

核心还是要把产品做好，提高附加值。“欧洲、日本迎来老龄化社会，本土需求下降，纷纷瞄准中国市场，推出高端、差异化

产品。”江曼霞说，抓住消费升级，提高产品品质，向中高端领域扩容，是国产品牌发展趋势。

国产纸尿裤品牌恒安研发总经理王添辉告诉记者，恒安研发超薄吸收性材料和生产机台，可将生产效率和质量大幅提高。目前正在建设大数据中心，根据用户需求进行差异化供给。

昱升、爹地宝贝、倍舒特等多个国产品牌也在布局个性生

产，根据宝宝性别、年龄、地区等提供更精准的供给。此外，多个厂商瞄准可降解、天然等更加环保的材料，在安全上“做文章”。

发挥整合优势，形成合力也是途径之一。郑俊林说，中国产业用纺织品协会已将婴幼儿纸尿裤列为“十三五”行业重点发展领域，鼓励大企业、材料企业进行产业链整合，引导中小企业进行科技创新资源合作，并进行理念、使用方法等市场宣传。 据新华社

唯品会 12.8 大促不烧脑 超强攻略来袭

距离唯品会一年一度的 12.8 周年庆还有一天时间，各项惊喜活动已在近期纷纷上线。作为唯品会年度最大规模的促销盛典，唯品会开足马力，加大促销力度，倾尽全力为用户送福利。相比其他繁复的促销方式，唯品会 12.8 坚持一贯的简单风格，让用户轻松省钱不烧脑。玩转 12.8，只要收下这份超强攻略就够了。

5000+ 大牌联袂巨献 狂撒 128 亿红包

在 12.8 大促期间，用户不仅可以在购买前收藏领品牌红包，参加活动领全场大额红包，还可在结算和晒单时分别领取红包。

从 12 月 1 日开始，在主会场“惊喜红包馆”可领取品牌红包，最高减 1000 元。4 日-10 日，每天早 10 晚 8 红包馆还将豪掷 60 亿打造大额红包烟花，红包最高面额为 500 元（满 600 元即可用）。除此之外，移动端用户可在唯品会 APP 二楼“惊喜之城”，通过玩游戏赢取 500 元优惠券、转发膨胀红包翻倍金额。

结算时，用户选择快捷支付，可随机立减 1-100 元，瓜分 21 亿购物补贴。如选择唯品会支付，同样也能享受红包补贴。购买成功后，分享订单

即可领 30 元全场红包。从购物前到购物后，红包无处不在，惊喜连连。

800+ 买手全球精选 蓝血大牌低至 1.8 折

“蓝血”一词象征高贵，以“蓝血大牌”作称，表现了品牌奢华尊贵的地位。此次周年庆，唯品会买手团队精心甄选了 50+ 国际大牌，其中包括 GUCCI、HERMES、CHANEL、TOM FORD、VALENTINO、TORY BURCH、ARMANI、D&G、MARC JACOBS、CHLOE、MICHAEL KORS、YSL、MCM、MOSCHINO 等国际一线品牌。

此次“蓝血大牌”可谓超级让利，精选大牌低至 1.8 折。深受用户喜欢的美国轻奢品牌 COACH 全场 4 折起，意大利时尚女包 FURLA 全场 4.5 折起，部分品牌还参与跨品牌满减



活动。如此大力度的折扣，错过一年就只能等明年了。

10000 个爆款折上折 百万商品 0 元试用

围绕“惊喜”主题，唯品会还诚意满满地精选了 10000 个爆款，特别奉上“惊喜官特价”。折上 5 折起，加上满减和红包优惠，惊喜就是这么实实在在。

12 月 7 日 20:00-12 月 10 日 20:00，美妆个护、冬尚女装、海外尖货、数码家电等十几个品类爆款齐聚“惊喜特价”专场，品质好物，低至 31 元。比如玉兰油经典的“大红瓶”系列，平时的价格为 795 元，周年庆惊喜官特价只要 596，还参与满 298 减 80，不用凑单直降 200 元，再加上 20 元红包，376 就到手，降价幅度达 50% 以上。

为了让更多用户享受周年庆福利，12 月 1 日-12 日每天早 10 点，通过唯品会 APP 12.8 进入主会场入口、搜索栏搜索“免费试用”、“0 元试用”等方式，就可活动页面，申请试用商品。华为 P10、科沃斯扫地机器人、飞利浦音箱、魔声无线运动耳机、美的洗碗机等百万爆款免费，无需归还。

唯品会支付全场免息 20 亿提额安心购

除了推出各项优惠活动，唯品会还贴心地为用户准备好了好用的“购物神器”——唯品会。面对心仪的商品，不必担心额度限制。使用唯品会支付，尽享购物乐趣。

12 月 7 日 20:00-12 月 10 日 10:00，使用唯品会支付订单即可享全场免息优惠，相比使用

信用卡支付需要支付手续费和利息费，使用唯品会支付能让用户一边花钱的同时还能一边省钱。活动期间，使用唯品会支付满 1280 元的用户，还将获得抽取全年免息资格的机会。

不仅如此，12.8 大促期间，唯品会金融还提供了 20 亿临时额度，给唯品会用户提额，活动期间用户点击开启宝箱，即可获得相应的 12.8 大促提额。

在此基础上，唯品会升级玩法，携手唯品公益开展“开通唯品会、使用唯品会支付，送爱心捐赠金活动”，在消费的同时献出自己的一份爱心。让用户不留遗憾的过一个完美的 12.8。

全球精选，100% 正品保证，唯品会年度最大折扣就在唯品会 12.8 周年庆。看完超强购物攻略，快去唯品会抢购吧！

(王晨)