

Social Research⁺

清洁纸品行业2025年趋势：社媒热度、品牌营销及需求洞察

向 Social Research 提问 →



扫码前往
Social Research



邀请好友送额度
扫描二维码获取专属的邀请链接

2025年中国清洁纸品行业发展趋势分析报告

发布机构：Social Agent | 发布日期：2026年01月05日

摘要

2025年中国清洁纸品行业在消费升级与健康意识提升的双重驱动下，呈现出稳健增长与结构优化的态势。社媒数据显示，**纸巾**与**湿巾**品类热度领先，前者受电商大促与周期性囤货需求影响，在年初与年末购物季形成声量高峰；后者则凭借在母婴护理场景的刚需地位与功能细分，持续吸引市场关注。^[2,3]

本年度社媒互动量最高的TOP5品牌依次为：**德佑**、**全棉时代**、**心相印**、**洁柔**、**得宝**^[1]。领先品牌普遍采用“明星代言+话题营销”的组合策略，如德佑签约成毅、全棉时代合作孙颖莎、心相印携手肖战等，成功将明星流量转化为品牌声量与用户互动，有效提升了品牌在年轻消费群体中的影响力。^[1]

消费者需求洞察显示，市场正从“一纸通用”向“专纸专用”的精细化消费模式转变。^[4,13]消费者在选购时，除关注基础的产品品质外，对**安全性**（如无添加、天然成分）、**场景适用性**（如厨房专用、母婴护理）与**功能性**（如抑菌、保湿）的重视程度显著提升。^[8,17]棉柔巾、湿厕纸、乳霜纸等满足特定需求的细分品类，正成为驱动行业增长的新引擎。本报告将基于多源数据，对上述趋势进行深度剖析。

1. 行业整体发展概述

1.1 市场规模与增长率

2025年，中国清洁纸品市场在宏观经济与线上零售的双重驱动下，展现出强劲的发展韧性。作为生活必需品，其市场规模持续扩大。数据显示，2024年中国生活用纸市场规模已达到**1550.7亿元**，人均消费量为**9.4千克**，远超全球平均水平。^[6,10,12]

线上渠道成为行业增长的核心引擎。电商平台数据显示，清洁纸品类目购物用户数保持高速增长，相关商品在库销售数量（SKU）同比增长高达**328%**，其中悬挂式抽纸等新兴品类的用户数增长尤为迅猛，同比增长达**183%**。^[4,6]这表明线上消费习惯已深度渗透，并催生了新的增长点。

2024年市场规模

1550.7 亿元

中国生活用纸市场规模 [6,10,12]

2024年人均消费量

9.4 千克

远超5.8千克的全球平均水平 [6,10,12]

电商平台SKU增速

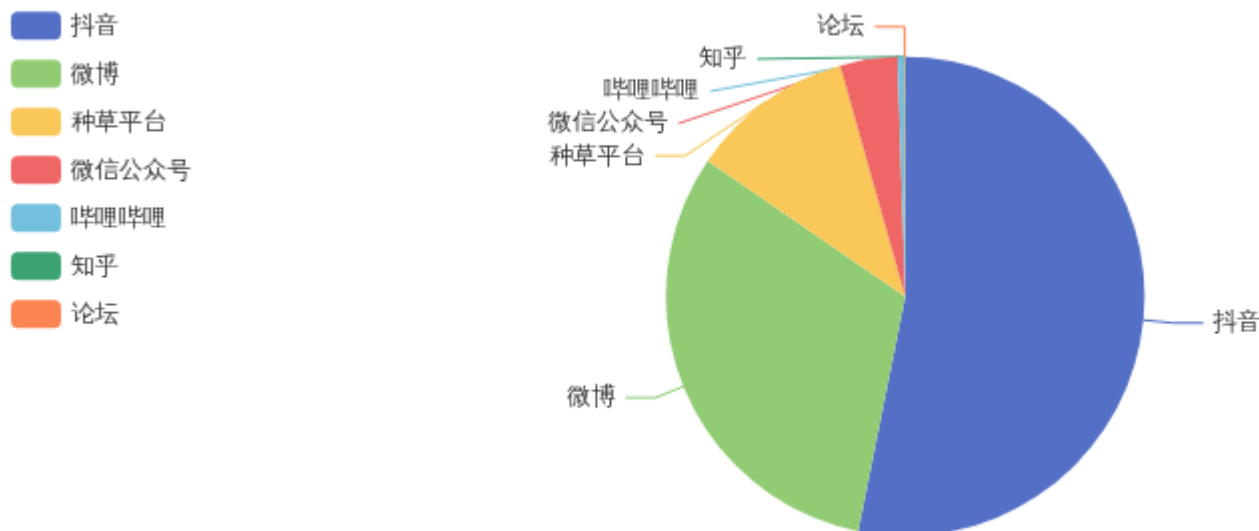
+328%

2024年电商平台在库销售商品数量同比增长 [4,6]

1.2 主要驱动因素

社交媒体已成为影响清洁纸品行业发展的重要场域。数据显示，**抖音** 平台贡献了超过一半的行业声量（53.2%）和绝大部分的互动量（82.7%），成为品牌营销和用户讨论的核心阵地。其次是**微博**（31.4%声量）和**种草平台**（11.1%声量），它们在品牌传播和消费决策中同样扮演着关键角色。 [14]

2025年清洁纸品行业社媒声量渠道分布



行业增长的关键驱动因素包括：

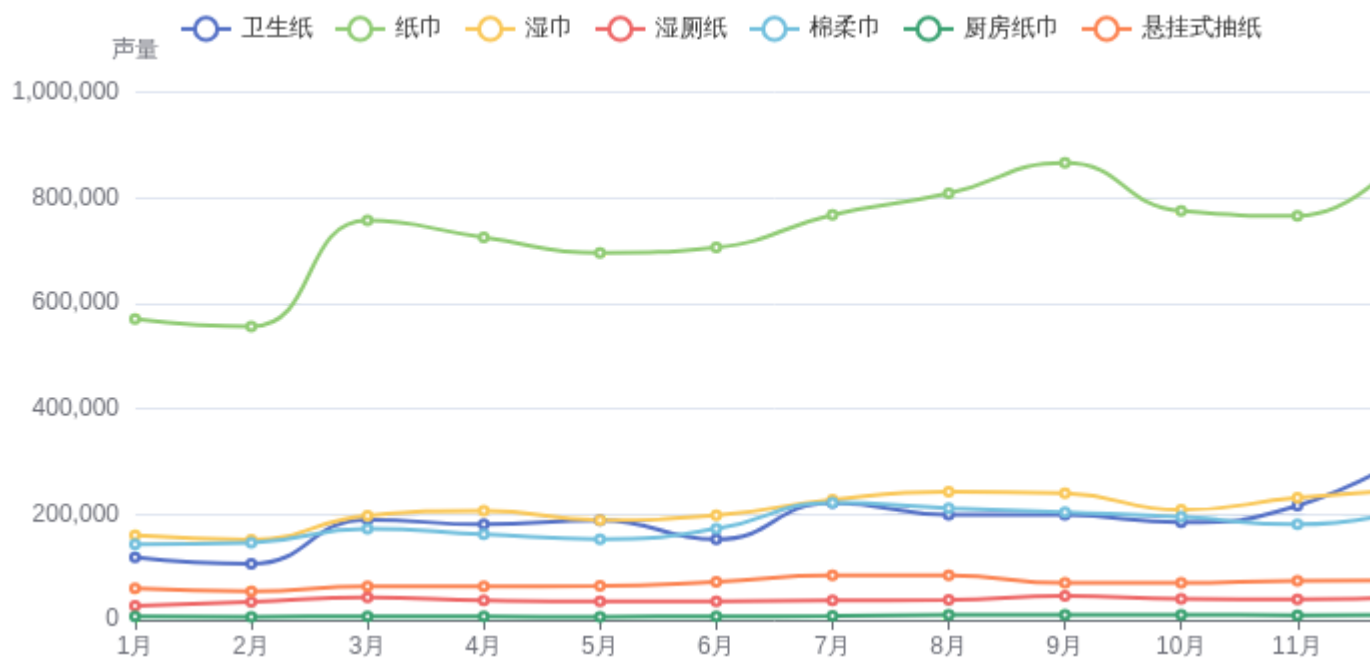
- **消费升级与精细化：** 消费者正从“一纸通用”向“专纸专用”转变，约七成消费者属于“精细型”用纸人群，愿意为特定场景（如厨房、母婴）和特定功能（如保湿、抑菌）的产品支付溢价。 [4,8]
- **健康卫生意识觉醒：** 对产品安全性的关注达到新高度，核心客群将抑菌效果（如99.9%杀菌率）作为关键购买因素，推动了湿厕纸、消毒湿巾等品类的快速增长。 [7,11]
- **母婴市场刚需：** 母婴护理是清洁纸品的核心应用场景，与“宝宝”、“待产包”相关的话题互动量极高，带动了棉柔巾、婴儿湿巾等高品质产品的需求。 [1,3]
- **社媒营销与明星效应：** 品牌通过社交媒体进行内容营销，并借助明星代言人扩大影响力，成为驱动品牌热度和销量的关键手段。 [1,15]

2. 各细分品类的社媒热度趋势及关键驱动因素

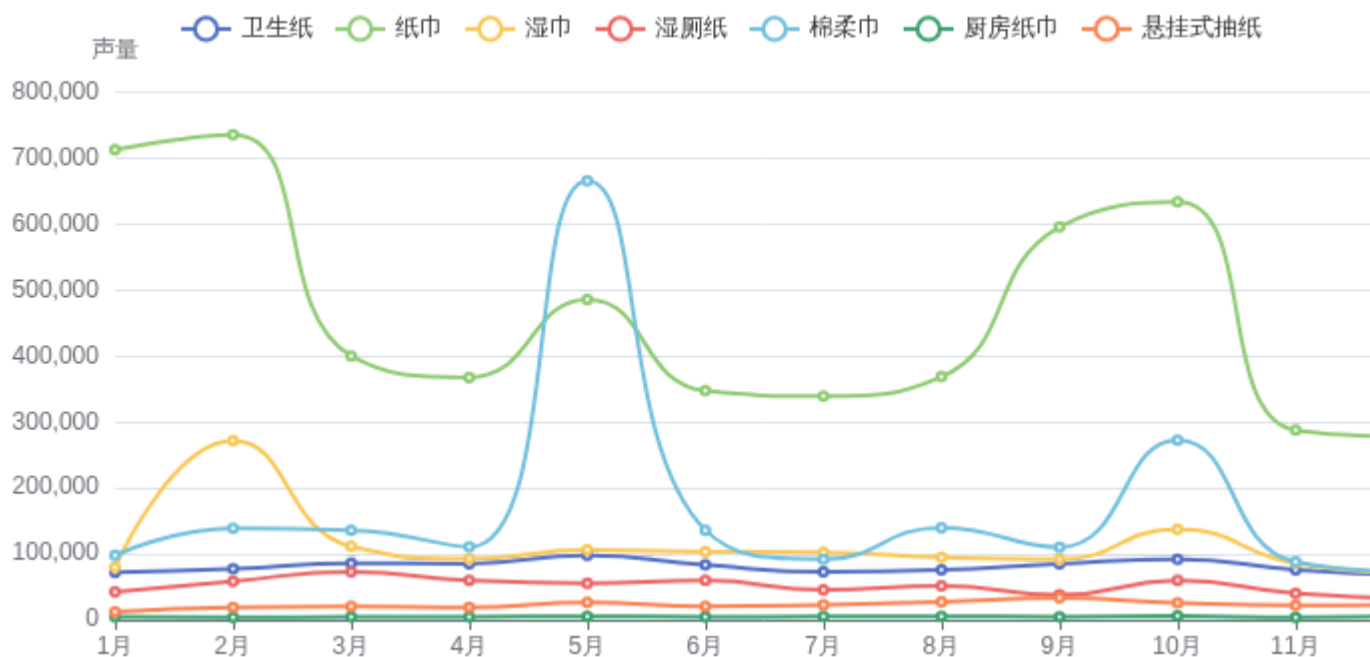
2.1 细分品类社媒热度趋势

2025年，清洁纸品各细分品类在不同社交媒体平台的热度趋势各具特色。**纸巾**和**卫生纸**作为基础品类，在各平台均保持较高声量。**湿巾**和**棉柔巾**则在母婴内容集中的平台（如种草平台）表现突出。新兴品类如**湿厕纸**和**悬挂式抽纸**声量虽不及传统品类，但增长势头显著，反映出市场需求的细分化趋势。 [29]

2025年各细分品类在抖音平台的声量趋势

数据来源 [\[20,21,22,23,24,25,26\]](#)

2025年各细分品类在微博平台的声量趋势

数据来源 [\[20,21,22,23,24,25,26\]](#)

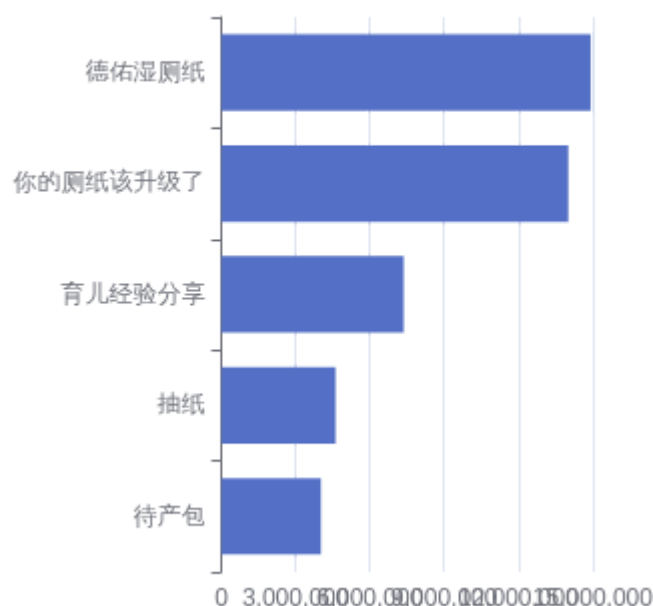
2.2 关键驱动因素分析

社媒讨论的热点关键词和话题直接反映了驱动市场发展的核心因素。“宝宝”以超过3000万的互动量成为第一关键词，凸显了母婴场景的绝对核心地位。紧随其后的“湿巾”、“抽纸”、“卷纸”等品类词，则显示了消费者对具体产品形态的关注。^[1]

2025年清洁纸品行业TOP互动量关键词



2025年清洁纸品行业TOP互动量话题



数据来源^[1]

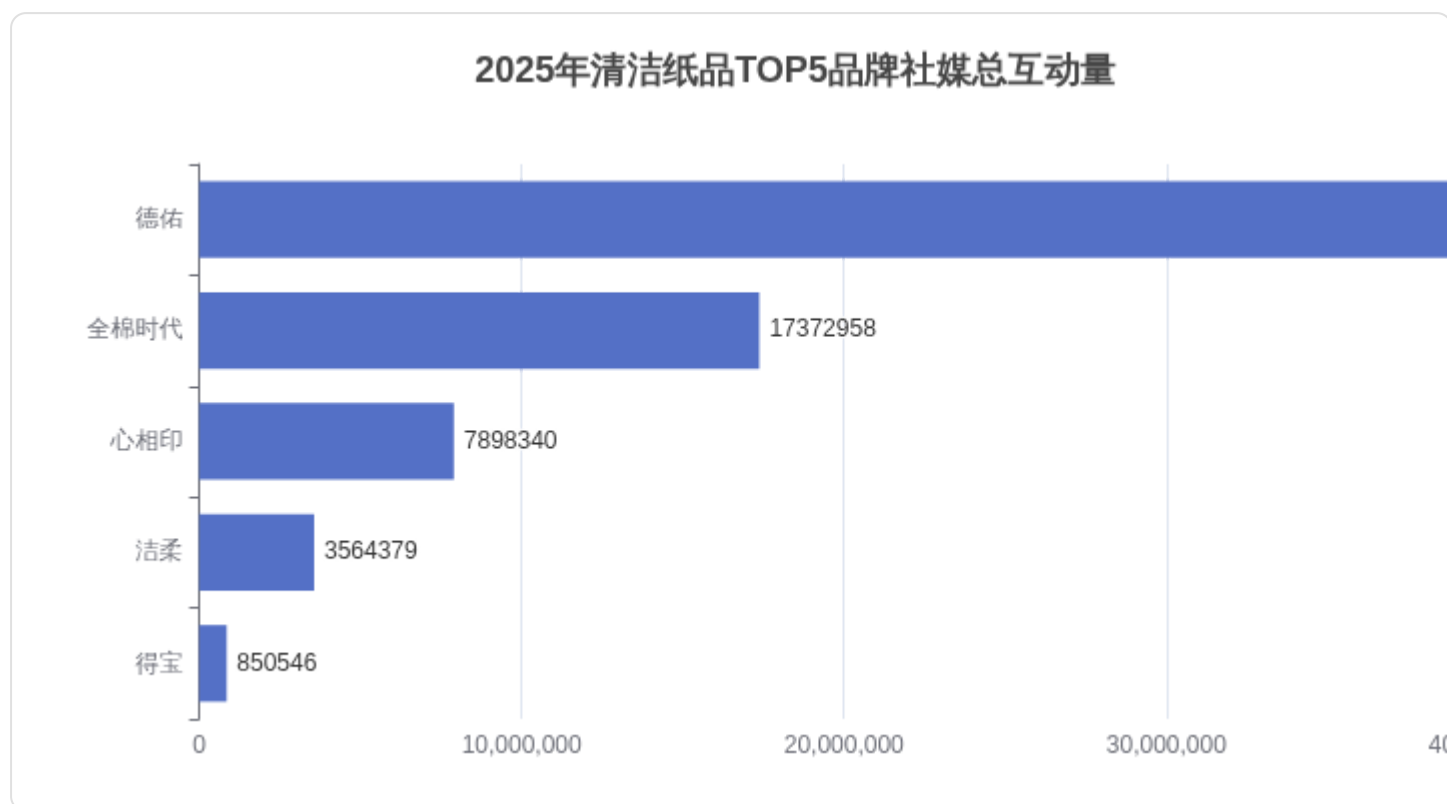
热门话题则进一步揭示了消费趋势。“德佑湿厕纸”和“你的厕纸该升级了”两个话题互动量均突破1400万，前者体现了品牌在细分赛道的统治力，后者则直接反映了消费升级的宏观趋势。^[1]这表明，驱动行业发展的关键因素在于：

- **场景化需求驱动：**以母婴护理为代表的特定场景，对清洁纸品的安全性、舒适性提出了更高要求，是品类创新的重要源泉。
- **消费升级驱动：**消费者不再满足于基础清洁功能，开始追求更高品质、更健康、更具体验感的产品，推动了湿厕纸、棉柔巾等高端品类的发展。
- **品牌营销驱动：**成功的品牌营销，特别是明星代言和精准的话题引导，能够有效聚合用户关注，创造消费热点。

3. 热度TOP5品牌及关键营销动作

3.1 TOP品牌社媒热度排名

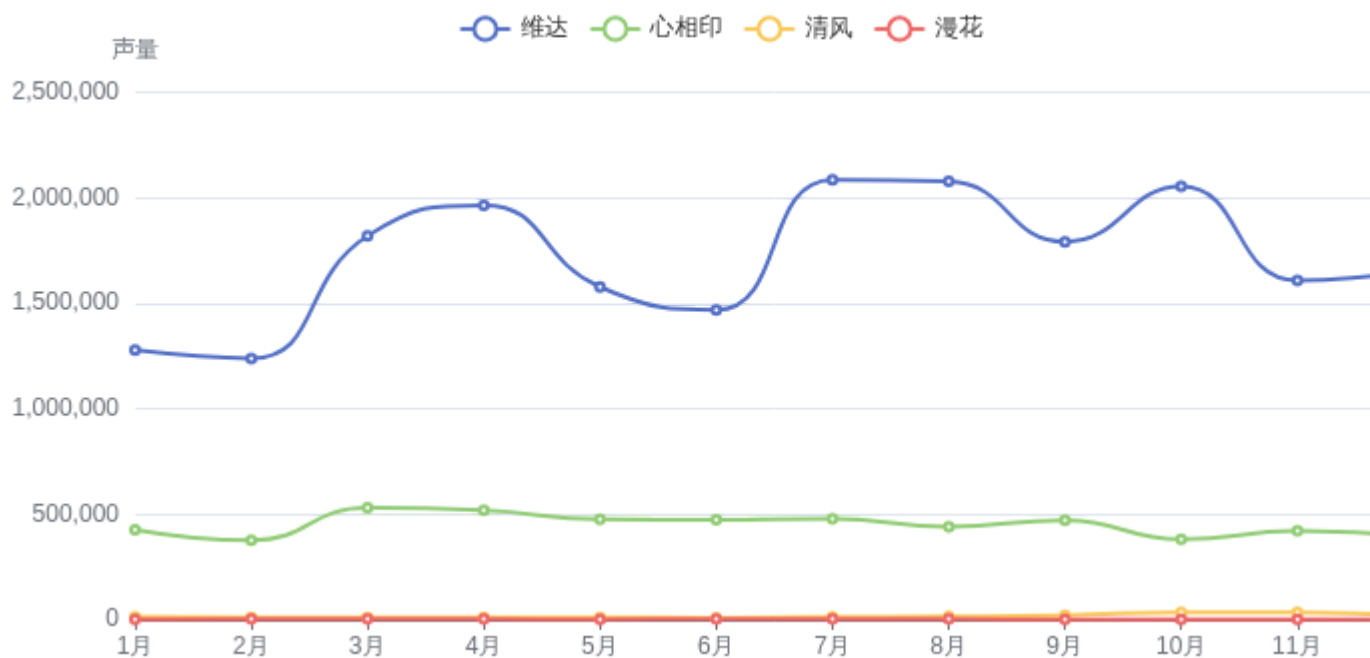
根据2025年全平台总互动量估算，清洁纸品行业社媒热度TOP5品牌分别为 **德佑**、**全棉时代**、**心相印**、**洁柔**、**得宝**。其中，德佑以近4000万的互动量遥遥领先，全棉时代和心相印分列二、三位，展现出强大的品牌势能。 [\[1\]](#)



数据来源 [\[1\]](#)

由于缺乏各平台细分品类下TOP5品牌的精确月度声量数据，我们以“卫生纸”品类下主要品牌的声量趋势作为参考，观察其在主流平台的表现。数据显示，**维达**和**心相印**在抖音和微博两大平台均保持着较高的声量，反映了其强大的市场基础和品牌影响力。 [\[29\]](#)

主要品牌在抖音平台声量趋势 (以卫生纸品类为例)



数据来源 [\[28\]](#)

3.2 关键营销动作分析

TOP5品牌的成功离不开精准有效的营销策略。它们通过明星代言、品类聚焦和内容创新，成功抓住了消费者的注意力。

品牌	核心品类/定位	关键营销动作	代表性话题/活动
德佑 (DeYou)	湿巾、湿厕纸	- 签约成毅、展轩、陈鑫海等多位明星，打造代言人矩阵 - 聚焦“干净、健康”理念，进行场景化内容营销	#成毅德佑全球品牌代言人# #德佑爱干净更健康# [1]
全棉时代 (PurCotton)	棉柔巾	- 签约孙颖莎、丁禹兮，绑定健康、阳光形象 - 邀请郭晶晶等公众人物探秘工厂，强化品质信赖	#孙颖莎代言全棉时代# #洗脸就用全棉时代棉柔巾# [1,15]
心相印 (Heart to Heart)	全品类生活用纸	- 签约顶流艺人肖战为全球品牌代言人，引爆社媒流量 - 推出采用TAD技术的高端产品线，引领技术升级	#肖战心相印全球品牌代言人# [1,8]
洁柔 (C&S)	中高端纸巾	- 持续产品创新，推出Face系列、Lotion系列等高品质产品 - 积极参与电商平台大促，以高性价比吸引消费者	锁水柔韧高品质 [5]
得宝 (Tempo)	高端纸手帕、纸巾	- 签约王一博，进行“品位时空之旅”主题营销 - 强调德国品质与高端定位，吸引追求生活品质的消费者	#接住王一博递的得宝纸巾# [1,27]

4. 消费者需求洞察

4.1 消费者关注场景与产品特性

2025年，消费者对清洁纸品的需求呈现出明显的场景化和功能化特征。社媒数据显示，**母婴护理**是提及率最高的场景，相关讨论占据主导地位。此外，**家居清洁**和**个人护理**也是消费者关注的核心场景。 [1,15]

在产品特性方面，**安全性**和**舒适性**是消费者最关心的两大要素。关键词如“纯棉”、“无添加”、“柔软”、“厚实”等被高频提及，尤其是在母婴产品中，消费者对成分安全的要求近乎苛刻。 [16,17]

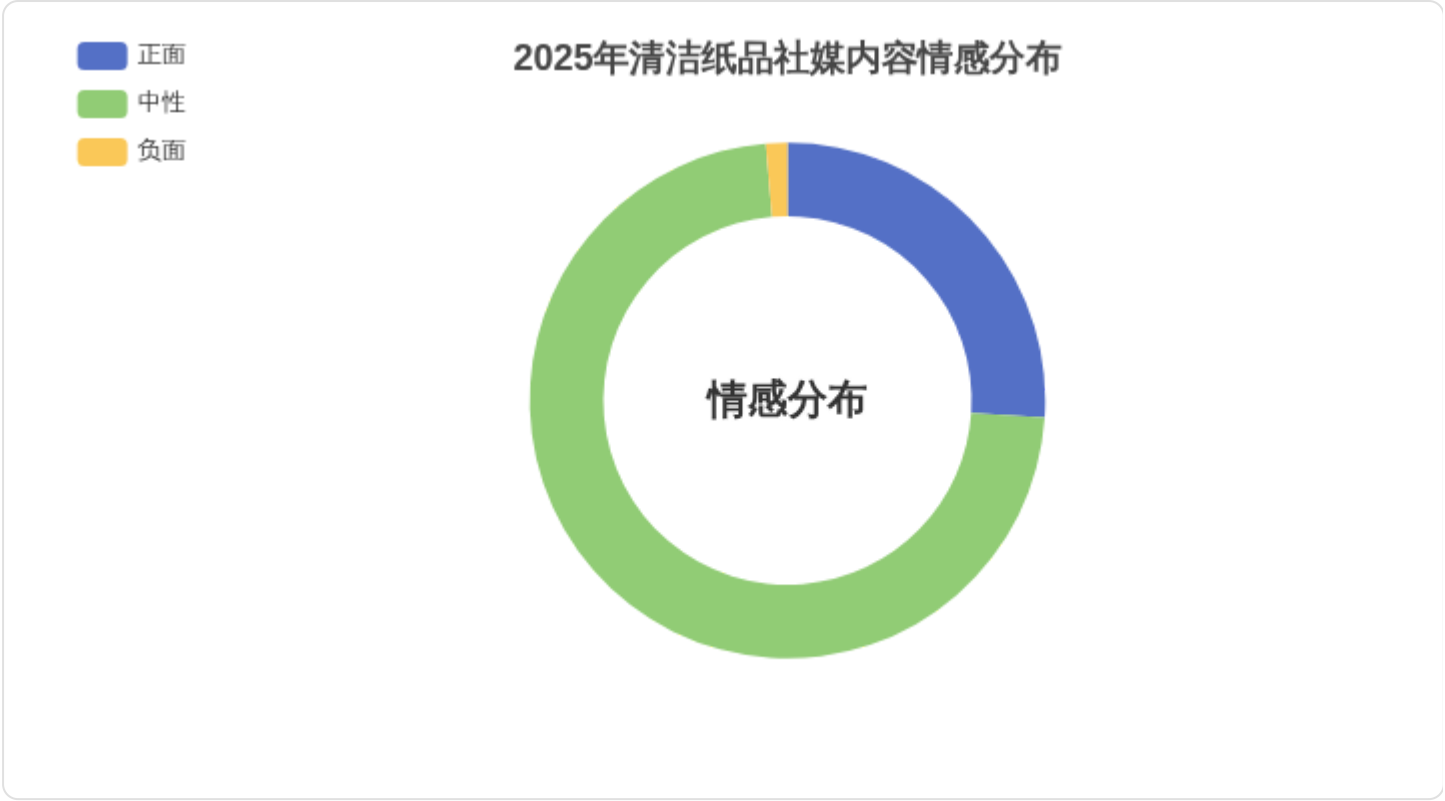
消费者对不同纸品的核心需求关注点



数据来源 [8,9,13,17]

4.2 消费者评价与行为模式

社媒内容的情感分析显示，关于清洁纸品的讨论以 **中性**（72.6%）和 **正面**（26.1%）为主，负面评价占比极低（1.3%）。这表明大多数内容为信息分享和使用体验的正面交流，市场整体口碑良好。 [14]



数据来源 [\[14\]](#)

消费者群体正明显分化为“精细型”与“一纸通用型”两类。 [\[4\]](#)

消费者类型	核心理念	购买偏好	社媒讨论特征
精细型消费者	专纸专用，追求品质生活	- 购买具有特定功能的产品（如乳霜纸、湿厕纸） [19] - 关注成分、材质和品牌口碑 [13] - 愿意为高品质支付溢价 [18]	- 搜索“敏感肌适用”、“孕妇可用”等关键词 - 积极分享和讨论产品使用体验和成分分析
一纸通用型消费者	一物多用，追求高性价比	- 偏爱大包装、价格实惠的通用产品 [12] - 对品牌忠诚度较低，易被促销吸引 [8]	- 关注“哪个牌子便宜好用”、“如何更省” - 积极参与“薅羊毛”、拼团等优惠活动

5. 结论

2025年的中国清洁纸品行业，在社交媒体的放大效应下，呈现出市场稳步增长、品类加速细分、品牌营销升级和消费者需求日趋精细化的四大核心趋势。基础品类如纸巾、卫生纸依靠庞大的用户基数和促

销活动维持高声量，而湿巾、棉柔巾、湿厕纸等功能性品类则通过深耕母婴、个护等垂直场景，成为驱动市场增长的关键力量。以德佑、全棉时代为代表的头部品牌，通过精准的“明星代言+内容营销”策略，成功捕获了目标消费群体的关注，构筑了强大的品牌护城河。展望未来，能够精准洞察并满足消费者在特定场景下的细分需求，同时在产品安全、舒适和功能创新上持续投入的品牌，将更有可能在激烈的市场竞争中赢得先机。

引用资料

1. ^[1] MCP查询工具-趋势统计数据查询-TOP列表统计查询.(2026-01-05) <https://hermes.datastory.com.cn>
2. ^[2] MCP查询工具-趋势统计数据查询-数据查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
3. ^[3] MCP查询工具-趋势统计数据查询-数据查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
4. ^[4] [京东]: 2025清洁纸品线上消费趋势报告 - 发现报告.(5172-12-02) <https://fxbaogao.com/detail/4788089>
5. ^[5] 2025年卫生纸品牌排行榜 最新卫生纸排名分享_报告大厅. <https://m.chinabgao.com/top/brand/102494.html>
6. ^[6] 京东联合六大品牌发布清洁纸品消费报告：基础纸类稳增、高端功能爆发成趋势_央广网.(2025-04-18) http://tech.cnr.cn/techph/20250418/t20250418_527139179.shtml
7. ^[7] 抖音湿厕纸市场怎么样_2025湿厕纸市场综合分析报告-蝉妈妈AI电商工具. <https://ai.chanmama.com/article/69>
8. ^[8] 2025年清洁纸品线上消费趋势报告 （附下载）.(2026-01-05) <https://m.10100.com/article/9017426>
9. ^[9] 清洁纸品细分化趋势明显. https://cqnews.net/1/detail/1247094460857856000/web/content_1247094460857856000.html
10. ^[10] 京东联合六大品牌发布清洁纸品消费报告：基础纸类稳增、高端功能爆发成趋势_央广网.(2025-04-18) http://tech.cnr.cn/techph/20250418/t20250418_527139179.shtml
11. ^[11] 抖音湿厕纸市场怎么样_2025湿厕纸市场综合分析报告-蝉妈妈AI电商工具. <https://ai.chanmama.com/article/69>

12. ^[12] 京东联合六大品牌发布清洁纸品消费报告：消费者选购纸品最关注产品品质、价格、安全标准 性价比优先的消费观成为主流-品玩.(2025-04-17) <https://pingwest.com/a/304020>
13. ^[13] 京东《2024生活用纸行业消费趋势报告》：乳霜纸、迷你卫生巾、婴童游泳尿裤等细分产品受关注_中国企业网.(2024-05-15) <http://zqcn.com.cn/250/60237.html>
14. ^[14] MCP查询工具-趋势统计数据查询-数据分布统计查询.(2026-01-05) <https://hermes.datastory.com.cn>
15. ^[15] MCP查询工具-趋势统计数据查询-TOP列表统计查询.(2026-01-05) <https://hermes.datastory.com.cn>
16. ^[16] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒原贴查询.(2026-01-05) <https://hermes.datastory.com.cn>
17. ^[17] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒原贴查询.(2026-01-05) <https://hermes.datastory.com.cn>
18. ^[18] 第一财经商业数据中心-造纸轻工行业：2024中国品质生活用纸消费趋势洞察白皮书-240408.pdf.(2024-04-13) https://pdf.dfcfw.com/pdf/H3_AP202404161630272260_1.pdf
19. ^[19] 生活用纸场景细分品类丰富.(2025-04-24) http://paper.ce.cn/pad/content/202504/24/content_312755.html
20. ^[20] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒声量趋势查询.(2026-01-05) <https://hermes.datastory.com.cn>
21. ^[21] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒声量趋势查询.(2026-01-05) <https://hermes.datastory.com.cn>
22. ^[22] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒声量趋势查询.(2026-01-05) <https://hermes.datastory.com.cn>
23. ^[23] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒声量趋势查询.(2026-01-05) <https://hermes.datastory.com.cn>
24. ^[24] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒声量趋势查询.(2026-01-05) <https://hermes.datastory.com.cn>
25. ^[25] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒声量趋势查询.(2026-01-05) <https://hermes.datastory.com.cn>
26. ^[26] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒声量趋势查询.(2026-01-05) <https://hermes.datastory.com.cn>
27. ^[27] MCP查询工具-趋势统计数据查询-TOP列表统计查询.(2026-01-05) <https://hermes.datastory.com.cn>
28. ^[28] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒声量趋势查询.(2026-01-05) <https://hermes.datastory.com.cn>
29. ^[29] MCP查询工具-趋势统计数据查询-数据查询. <https://hermes.datastory.com.cn>

Social Research

推荐有礼



活动时间

2025年08月07日-2025年12月31日



活动内容

邀请好友注册成为新用户，免费获取额度！



活动规则

通过个人专属邀请链接每注册1个用户，可获得2个Social Reserach免费额度。被邀请人每产生一次付费行为，您可额外获得2个额度。(每人最多邀请50人)



立即解锁

邀请好友送额度

扫描二维码获取专属的邀请链接