

2022-2028年中国互联网+ 非织造布市场深度分析与战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国互联网+非织造布市场深度分析与战略咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202203/273960.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

新冠肺炎疫情发生以来，医用防护服用量激增，成为一线抗疫迫切需求的重要医用防护物资。医用防护服具有良好的透湿性和阻隔性，能有效抵抗酒精、血液、体液、空气粉尘微粒、细菌的渗透，使用安全方便，能有效保护穿着者免受感染威胁，穿用舒适、手感好、抗拉力强、透气防水、无交叉感染等。

从产业链来看，医用防护服产业链主要包括三个环节：上游材料供应、中游生产以及下游应用环节。防护服通常采用复合材料制成，如用聚酯或聚丙烯纺丝成网非织造布与透气微孔薄膜或其它非织造布复合，或采用水刺非织造布与透气微孔薄膜复合，或采用木浆复合水刺非织造布。目前广泛使用聚乙烯闪纺法非织造布及纺黏/熔喷/纺黏（SMS）或纺黏/熔喷/熔喷/纺黏（SMMS）复合非织造布与微孔薄膜复合，并经“三拒一抗”（拒水、拒血液、拒酒精，抗静电）功能性后整理。基于非织造布生产工艺和产品性能优势，非织造布行业在我国迅猛发展，目前中国已成为全球最大的非织造布生产国和消费国。在产量方面，我国非织造布在行业发展前期呈指数式增长，2018年我国各类非织造布年产量达593.22万吨，较2008年增长196.31%，年均复合增长率达11.47%。在应用领域方面，目前非织造布的应用集中在高新技术的渗透和新型材料使用上，在建筑、汽车、服装、卫生材料、航空航天、环保等行业使用广泛，尤其是在卫生材料市场中的需求量逐渐扩大。目前，我国医用防护服主要应用的是SMS非织造布。

从防护服企业地区分布情况来看，河南省为我国防护服生产制造最大的省份，企业数量约占全国的37.5%；湖北省约占12.5%，安徽省约占10.0%。2020年我国各省市部分医用防护服生产企业名单

区域	生产商
湖北	湖北瑞康医用耗材有限公司 稳健医疗（崇阳）有限公司 武汉市协卓卫生用品有限公司
江西	江西博美斯特医疗科技股份有限公司 江西海福特卫生用品有限公司
广西	南宁腾科宝迪生物科技有限公司
吉林	辽源市广而洁消毒剂和有限公司
河北	河北迎宝医疗器械有限公司
天津	瑞安森（天津）医疗器械有限公司 天津市远航工贸发展有限公司
北京	北京邦维高科特种纺织品有限责任公司
山东	山东九尔实业集团有限公司 山东康力医疗器械科技有限公司
福建	福建省安康医疗器械有限公司
江苏	苏州市奥健医卫用品有限公司
安徽	安徽富美医疗科技有限公司 合肥美迪普医疗卫生用品有限公司
湖南	湖南永霏特种防护用品有限公司
新疆	新疆乐贝尔贸易有限公司
河南	河南省蓝天医疗器械有限公司 河南省斯科赛斯科技发展有限公司 河南省中健医疗器械有限公司
广东	佛山市南海康得福医疗用品有限公司
浙江	振德医疗用品股份有限公司

从非织造布供应商来看，我国非织造布行业竞争格局高度分散，企业大多技术相对薄弱

，鏖战于低端同质化竞争。在行业的上市企业中，诺邦股份年报显示其非织造布制造集中在水刺非织造布，而欣龙控股其主营水刺非织造布和熔纺非织造布。在这次疫情期间，欣龙控股表示公司位于湖南省的基地日生产的SMS无纺布可供下游生产防护服约15万套。

2018年中国非织造布上市企业诺邦股份和欣龙控股的主营业务产品产销量情况（单位：万吨）

企业	主营业务	产量（万吨）	销量（万吨）
诺邦股份	水刺非织造材料	2.55	2.48
欣龙控股	水刺产品	2.56	2.60

中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+非织造布市场深度分析与战略咨询报告》共十四章。首先介绍了中国互联网+非织造布行业市场发展环境、互联网+非织造布整体运行态势等，接着分析了中国互联网+非织造布行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+非织造布市场竞争格局。随后，报告对互联网+非织造布做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+非织造布行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+非织造布产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+非织造布行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二章 互联网环境下非织造布行业的机会与挑战

第一节 2019年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下非织造布行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网非织造布行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 非织造布与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 非织造布所属行业发展现状分析

第一节 非织造布所属行业发展现状分析

一、非织造布行业产业政策分析

二、非织造布行业发展现状分析

基于非织造布生产工艺和产品性能优势，非织造布行业在我国迅猛发展，目前中国已成为全球最大的非织造布生产国和消费国。在产量方面，我国非织造布在行业发展前期呈指数式增长，2018年我国各类非织造布年产量达593.22万吨，较2008年增长196.31%，年均复合增长率达11.47%。在应用领域方面，目前非织造布的应用集中在高新技术的渗透和新型材料使用上，在建筑、汽车、服装、卫生材料、航空航天、环保等行业使用广泛，尤其是在卫生材料市场中的需求量逐渐扩大。2017-2019年中国非织造布产量走势

三、非织造布行业主要企业分析

四、非织造布行业市场规模分析

第二节 非织造布行业市场前景分析

一、非织造布行业发展机遇分析

二、非织造布行业市场规模预测

三、非织造布行业发展前景分析

第四章 非织造布所属行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 非织造布电商所属行业市场规模与渗透率

一、非织造布电商总体开展情况

二、非织造布电商交易规模分析

三、非织造布电商渠道渗透率分析

第二节 非织造布电商所属行业盈利能力分析

一、非织造布电子商务发展有利因素

二、非织造布电子商务发展制约因素

三、非织造布电商行业经营成本分析

四、非织造布电商行业盈利模式分析

五、非织造布电商行业盈利水平分析

第三节 电商所属行业未来前景及趋势预测

一、非织造布电商行业市场空间测算

二、非织造布电商市场规模预测分析

三、非织造布电商发展趋势预测分析

第五章 非织造布企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 非织造布企业转型电商构建分析

一、非织造布电子商务关键环节分析

- (一) 产品采购与组织
- (二) 电商网站建设
- (三) 网站品牌建设及营销
- (四) 服务及物流配送体系
- (五) 网站增值服务

二、非织造布企业电子商务网站构建

- (一) 网站域名申请
- (二) 网站运行模式
- (三) 网站开发规划
- (四) 网站需求规划

第二节 非织造布企业转型电商发展途径

- 一、电商B2B发展模式
- 二、电商B2C发展模式
- 三、电商C2C发展模式
- 四、电商O2O发展模式

第三节 非织造布企业转型电商平台选择分析

- 一、非织造布企业电商建设模式
- 二、自建商城网店平台
 - (一) 自建商城概况分析
 - (二) 自建商城优势分析
- 三、借助第三方网购平台
 - (一) 电商平台的优劣势
 - (二) 电商平台盈利模式
- 四、电商服务外包模式分析
 - (一) 电商服务外包的优势
 - (二) 电商服务外包可行性
 - (三) 电商服务外包前景
- 五、非织造布企业电商平台选择策略

第六章 非织造布行业电子商务运营模式分析

第一节 非织造布电子商务B2B模式分析

- 一、非织造布电子商务B2B市场概况

二、非织造布电子商务B2B盈利模式

三、非织造布电子商务B2B运营模式

四、非织造布电子商务B2B的供应链

第二节 非织造布电子商务B2C模式分析

一、非织造布电子商务B2C市场概况

二、非织造布电子商务B2C市场规模

三、非织造布电子商务B2C盈利模式

四、非织造布电子商务B2C物流模式

五、非织造布电商B2C物流模式选择

第三节 非织造布电子商务C2C模式分析

一、非织造布电子商务C2C市场概况

二、非织造布电子商务C2C盈利模式

三、非织造布电子商务C2C信用体系

四、非织造布电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 非织造布电子商务O2O模式分析

一、非织造布电子商务O2O市场概况

二、非织造布电子商务O2O优势分析

三、非织造布电子商务O2O营销模式

四、非织造布电子商务O2O潜在风险

第七章 非织造布主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 网站A

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第二节 网站B

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第三节 网站C

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第四节 网站D

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第五节 网站E

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第八章 非织造布企业进入互联网领域投资策略分析()

第一节 非织造布企业电子商务市场投资要素

一、企业自身发展阶段的认知分析

二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 非织造布企业转型电商物流投资分析

一、非织造布企业电商自建物流分析

(一) 电商自建物流的优势分析

(二) 电商自建物流的负面影响

二、非织造布企业电商外包物流分析()

第三节 非织造布企业电商市场策略分析

图表目录（部分）

图表 2015-2019年中国网民规模及互联网普及率

图表 2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2015-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2015-2019年我国网络零售市场交易规模

图表 2015-2019年我国移动网民规模及增长速度

图表 移动端网购增长仍处爆发阶段

图表 移动端网购占比大幅提升

图表 传统非织造布消费存在的“痛点”

图表 非织造布电子商务重构供应链流程

图表 中国电商相关政策汇总

图表 2015-2019年非织造布电商交易规模趋势图

图表 2015-2019年非织造布电商市场渗透率趋势图

图表 2022-2028年非织造布电商交易规模预测趋势图

图表 2022-2028年非织造布电商市场渗透率预测趋势图

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/273960.html>