

# 2024-2030年新冠肺炎疫情 下水刺非织造布行业发展趋势与投资可行性报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年新冠肺炎疫情下水刺非织造布行业发展趋势与投资可行性报告》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/202402/440540.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%。

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。

中企顾问网发布的《2024-2030年新冠肺炎疫情下水刺非织造布行业发展趋势与投资可行性报告》共八章。首先介绍了新冠肺炎疫情下水刺非织造布行业市场发展环境、新冠肺炎疫情下水刺非织造布整体运行态势等，接着分析了新冠肺炎疫情下水刺非织造布行业市场运行的现状，然后介绍了新冠肺炎疫情下水刺非织造布市场竞争格局。随后，报告对新冠肺炎疫情下水刺非织造布做了重点企业经营状况分析，最后分析了新冠肺炎疫情下水刺非织造布行业发展趋势与投资预测。您若想对新冠肺炎疫情下水刺非织造布产业有个系统的了解或者想投资新冠肺炎疫情下水刺非织造布行业，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 新型冠状病毒分析

### 第一节 新型冠状病毒的定义和危害

#### 一、新型冠状病毒定义

#### 二、新型冠状病毒危害

### 第二节 新型冠状病毒发展情况及趋势

#### 一、全国疫情爆发情况

#### 二、未来疫情发展变化趋势

### 第三节 针对新型冠状病毒疫情采取的措施

#### 一、政策

#### 二、经济

#### 三、交通

#### 四、金融

## 第二章 新型冠状病毒对宏观经济影响

### 第一节 全球宏观经济运行概况

#### 一、全球宏观经济

#### 二、新型冠状病毒对全球宏观经济影响

### 第二节 中国宏观经济环境分析

#### 一、中国宏观经济运行概况

#### 二、新型冠状病毒对全球宏观经济影响

### 第三节 社会环境

#### 一、社会环境现状

#### 二、新型冠状病毒对社会环境影响

## 第三章 新型冠状病毒对各行业的影响

### 第一节 新型冠状病毒对消费市场的影响

## 一、消费市场现状

## 二、新型冠状病毒对消费市场的影响

### 第二节 新型冠状病毒对服务行业的影响

#### 一、服务行业现状

#### 二、新型冠状病毒对服务行业的影响

### 第三节 新型冠状病毒对制造行业的影响

#### 一、制造行业现状

#### 二、新型冠状病毒对制造行业的影响

### 第四节 新型冠状病毒对其他行业的影响

#### 一、工业

#### 二、地产

#### 三、基建

#### 四、采矿业和周期类制造业

#### 五、医药

#### 六、食品制造、酒饮料精制茶、烟草制品

#### 七、汽车

#### 八、家具和家电

#### 九、高新科技行业

## 第四章 新型冠状病毒对水刺非织造布行业的影响

### 第一节 我国水刺非织造布行业发展状况分析

#### 一、我国水刺非织造布行业发展阶段

#### 二、我国水刺非织造布行业发展总体概况

截至2018年末，全国水刺非织造布实际产量约为64.26万吨，比2010年23.20万吨增长176.98%，年均复合增长率达13.58%；水刺非织造布占国内非织造布比例达10.83%，比2010年提高约2个百分点。

#### 三、我国水刺非织造布行业发展特点分析

### 第二节 2022年水刺非织造布市场情况分析

#### 一、2022年中国水刺非织造布市场总体概况

#### 二、2022年中国水刺非织造布产品市场发展分析

### 第三节 新型冠状病毒对水刺非织造布行业的影响

#### 一、对企业经营的影响

二、对生产的影响

三、对销售的影响

#### 第四节 新型冠状病毒行业对竞争格局的影响

一、行业竞争格局分析

二、新型冠状病毒改变行业竞争格局

三、疫情过后行业竞争格局展望

#### 第五节 2022年中国水刺非织造布行业存在的问题与风险分析

一、水刺非织造布行业发展面临的困境

二、水刺非织造布行业发展面临的制约

三、水刺非织造布行业发展存在的问题

四、水刺非织造布行业发展存在的风险

#### 第六节 新型冠状病毒对水刺非织造布的机遇和挑战

一、机遇

二、挑战

### 第五章 新型冠状病毒对水刺非织造布相关上下游行业的影响

#### 第一节 行业上游运行分析

一、行业上游介绍

二、行业上游发展状况分析

三、新型冠状病毒对行业上游对影响分析

#### 第二节 新型冠状病毒行业下游运行分析

一、行业下游介绍

二、行业下游发展状况分析

三、新型冠状病毒对行业下游影响分析

### 第六章 新型冠状病毒对水刺非织造布重点企业的影响

#### 第一节 安徽金春无纺布股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业发展现状

三、疫情对企业的影响分析

四、企业应对疫情采取的措施

#### 第二节 欣龙控股（集团）股份有限公司

- 一、企业基本情况
  - 二、企业发展现状
  - 三、疫情对企业的影响分析
  - 四、企业应对疫情采取的措施
- 第三节 杭州诺邦无纺股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展现状
- 三、疫情对企业的影响分析
- 四、企业应对疫情采取的措施

第四节 北京大源非织造股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展现状
- 三、疫情对企业的影响分析
- 四、企业应对疫情采取的措施

第五节 杭州国臻实业有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展现状
- 三、疫情对企业的影响分析
- 四、企业应对疫情采取的措施

第七章 2022年中国水刺非织造布行业应对疫情采取的策略建议

第一节 新型冠状病毒防护

- 一、新型冠状病毒传染途径
- 二、新型冠状病毒防护措施

第二节 应对疫情采取的策略建议

- 一、成立疫情危机处理项目团队
- 二、开源节流，现金流第一位
- 三、企业文化是基石
- 四、围绕客户需求积极开拓新业务
- 五、2022年销售考核指标与奖惩标准
- 六、积极寻求外部资源支持--利用好各类金融工具
- 七、积极寻求外部资源支持--设立专项小组跟踪政策进度

## 八、链转型升级，由做大做强品牌

### 第八章 应对新冠肺炎疫情采取的市场战略（）

第一节 把握疫情稳定后的增长，关键是上下游协同配合，未雨绸缪快速反应

第二节 终端渠道：灵活调整渠道重点，新兴渠道抢占先机，传统渠道保障基本盘不动摇

第三节 品牌营销：及时调整营销内容、投放平台，为抓住疫情后恢复趋势做好准备

第四节 供应链：高效产销协同，紧密跟踪需求端变化，全价值链摸底统筹，推动整体产能恢复

第五节 疫情加速了行业变革，生意模式的创新性布局势在必行（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/440540.html>