



► 成人失禁用品市场：商机无限

成人失禁用品市场不断增长。在全球范围内，发达国家的人口正在老龄化，而出生率却在不断下降，这些趋势为成人失禁用品的制造商和品牌带来了巨大商机。根据联合国《2022年世界人口展望》，65岁及以上人口比例的增长速度快于65岁以下人口。根据该报告，全球65岁及以上人口的比例预计将从2022年的10%上

升到2050年的16%。预计到2050年，全球65岁及以上人口的数量将是5岁以下儿童的两倍，几乎与12岁以下儿童的数量相当。

成人失禁品牌 Attn: Grace 的联合创始人 Alexandra Fennell 解释说：“随着全球人口以前所未有的速度不断老龄化，尿失禁的发病率预计将大幅上升。随着社会态度缓慢但

稳步地向消除失禁的污名化转变，该类别产品的持续大幅增长轨迹非常明显。这一趋势凸显了从医疗和社会两方面解决该问题的重要性，以确保为受影响者提供足够的支持和资源，同时采取有效的医疗保健干预措施。”

Price Hanna Consultants 管理合伙人 Pricie Hanna 表示，除了人口统计学因素外，肥胖症

和糖尿病等因素也加速了成人失禁产品市场的增长。“这些情况是推动增长的一些因素，其增长水平高于仅从人们寿命延长的人口统计学角度来看的增长水平。”

此外，在失禁用品类别中，有几个领域的品牌看到了提高市场渗透率的机会。Price Hanna Consultants 公司市场研究总监 Colin Hanna 说，除了主要面向女性市场的轻度至中度失禁产品的渗透率增长外，越来越多的产品也开始面向男性设计和销售。他说：“我们正在努力降低人们对男性尿失禁的成见，因为男性尿失禁在人口统计中占有很大的比重，有很大的市场渗透空间。正是人口统计和市场渗透以许多有趣的方式推动着该产品类型的增长。”

与此同时，根据欧睿（Euromonitor International）的数据，2023 年，中度 / 重度失禁产品在成人失禁用品零售领域的表现连续第二年保持优势，略微超过轻度失禁产品。欧睿研究分析师 Caro Bush 说：“基于消费者的价值取向，中度 / 重度产品拥有更高的成本效益比，这对生活成本上升和随之而来的预算行为很有吸引力。”

Caro 指出：“中度 / 重度产品的成功还得益于创新，这些创新符合人们对低调、轻薄

款式的快速渗漏吸收能力的要求。Poise 公司于 2023 年推出的 7 Drop Pad 就说明了这一点，该产品采用了曲线形护垫，可减轻束缚感。”

线上销售

支持失禁产品类别增长的另一个因素是电子商务的增长，这种增长在新冠疫情期间得到了加强，并为消费者进入该类别产品并实现增长创造了新的机会。

Colin Hanna 认为，从历史上看，成人失禁用品的消费市场和机构市场一直存在分化，而老年人长期护理方面的重大变化是，更多护理是在家中进行。“随着这一趋势的发展，

医疗用品分销商与长期护理服务提供商不得不越来越多地直接面向家庭消费者进行营销，因为即使住在家里的人接受专业机构提供的家庭护理，他们也越来越多地自己购买失禁产品。”

失禁用品品牌 Because Market 的首席运营官 Heidi Robinson 说，电子商务已经改变了个人护理产品各个类别的格局。

因此，越来越多的大型医疗用品分销商正在建立直接面向消费者的电子商务业务。在成人失禁用品领域，与其他大众消费品相比，有更多的参与者和品牌。此外，许多传统的机构医疗供应商也在建立强大的电子商务业务。



此外，随着电子商务的兴起，消费者教育也在同步进行。

“品牌不仅通过在网站上提供产品供消费者购买，并提供方便、隐蔽的送货服务（这对尿失禁患者来说非常重要）来提供价值，而且还在挑选合适产品方面提供指导。面对琳琅满目的产品，人们往往不知道什么才是最合适、性能最好的产品，”他说，“这正是许多电子商务分销商直接与消费者建立关系的成功之处。他们在自有品牌方面也取得了成功，因为他们作为电子商务零售商提供自有品牌。”

欧睿的 Bush 也看到了这些趋势。她说：“隐蔽的送货服务是失禁用品在线交易的一个主要推动因素，同时，坚持不懈地开展有关失禁问题的对话

也为品牌带来了新的机遇，使其能够与消费者互动，并根据消费者的需求提供最适合的产品种类。”

根据欧睿的数据，成人失禁用品的电商购买量在 2023 年仍保持两位数的增长。

在线失禁用品品牌 Because Market 的首席运营官 Heidi Robinson 表示，电子商务已经改变了个人护理领域各个品类的格局，失禁用品也不例外。“顾客选择了不同的购物方式，包括老年人。Because 的理念是随时随地满足顾客的需求，网上销售使我们能够在顾客需要的时候，以方便、实惠和隐蔽的方式为他们提供所需的基本产品。”

失禁产品制造商 Principle Business Enterprises (PBE) 也

注意到了这一趋势。PBE 的销售和营销副总裁 Angie Williams 说，在许多情况下，电子商务供应商也会为受众提供量身定制的独特体验。她解释说：“例如，他们可能会为那些照顾失禁亲人的人们提供广泛的指导，通过社交媒体促进社区讨论，或者提供工具，为人们匹配最适合其特定需求的产品。电子商务的发展已经超越了单纯的购物体验，而在于提供一个完整的资源和产品网络，在尿失禁患者的整个治疗过程中为其提供支持。”

与传统销售渠道相比，由于订购方便、产品选择更多，网上销售正在引领增长。尿失禁患者和护理人员可以在家中悄悄订购产品，及时收到产品，甚至还可以加入自动发货计划，这样就不会出现供应不足的情况。这对于行动不便的顾客或需要同时照顾父母和子女的‘三明治一代’来说尤其有利。

据卫生用品制造商 Ontex 的发言人称，电子商务渠道一直在上升，消费者正在选择它作为其全方位渠道体验的一部分来购买失禁产品。消费者还要求无缝购物体验，包括快速送货、退货、多种选择、智能定价和促销、售后支持等，确保满足这些要求是成功的关键因素。

卫生用品生产商 First



Quality 的首席商务官 Sima Delafraz 认为,影响市场的最大因素之一是:“电子商务的数量越来越多。”

成本和创新

近年来,通货膨胀和原材料成本上升导致消费品价格上涨,促使消费者开始尝试自有品牌产品。Bush 说:“2022 年,在整个供应链成本增加和美国高通胀环境的推动下,卫生用品等领域的企业被迫提高产品价格。成人失禁用品也未能幸免于这些外部压力,按 2022 年现值计算,成人失禁用品的零售单价上涨了近 9%。”

欧睿称,成本挑战一直持续到 2023 年,消费者在 2023 年面临挥之不去的价格上涨。她补充说:“尽管与上一年相比,价格上涨已基本平息,但注重价值的消费行为仍然是一个现实。”

根据欧睿的《消费者之声:健康与营养调查》,物有所值是失禁用品消费者最期望的产品特征,32.8% 的受访者选择物有所值作为期望特征。

Bush 解释说:“自有品牌产品正受益于这种预算意识,其价值和销量都将在 2023 年超过整体市场。”除了预算意识为自有品牌产品的成功奠定基础,创新也有助于消费者采用

自有品牌产品。

First Quality 公司的 Delafraz 说,随着生活成本和通货膨胀率的上升,许多人都在重新考虑自有品牌产品的选择,这其中包括可能有固定收入的老年人。她补充说:“无论是为自己还是为所爱的人购买失禁产品,如今许多消费者都有价值意识:他们希望买到价格合理、质量不打折扣的产品。”

根据人口发展趋势,First Quality 预计失禁产品类别将继续有机增长。“年龄是尿失禁的一个已知风险因素,65 岁以上的人口持续增长,”她说,“此外,我们还看到越来越多的年轻消费者在寻求膀胱保护产品,无论他们是由于怀孕、围绝经期还是其他因素而发生变化。这对零售商来说是一个机会,可以投资于自己的失禁品牌,并采取综合方法在各个年龄阶段建立消费者忠诚度。”

Drylock 销售与营销副总裁 Matt Koloseike 表示,过去几年,自有品牌市场的增长速度是所有产品类别平均增长速度的两倍半。“随着这一增长,自有品牌市场在定位、创新水平、可持续发展目标和整体产品质量方面都有了很大发展。它们已经成为那些追求物有所值的消费者购买日常产品的完美选择。”

Koloseike 说,自有品牌市

场的产品种类也大幅增加:产品开发更加广泛,提供的益处也更多。“自有品牌产品的增长率几乎是国内品牌同类产品的三倍。”

2023 年,同时生产零售商品牌和自有品牌的 Drylock 在北美推出了获得专利的防漏通道芯体技术。这项创新技术不仅提高了产品效率、安全性和舒适性,还促进了可持续发展举措。

这项创新技术旨在使液体均匀分布于整个芯体,保持使用者干爽,同时使他们能继续非常活跃的社交生活方式。它的设计旨在加强保护,同时为消费者提供目前最低调、最舒适的解决方案。

这项受专利保护的创新技术展示了一种专有的设计,在提高性能的同时减少了材料的使用。Koloseike 说:“Drylock 坚定不移地致力于环保设计,在坚持最高质量标准的同时,减少了产品对环境的影响。”

与此同时,Ontex 的成人护理产品需求在 2023 年继续增长,包括品牌产品和自有品牌产品。Ontex 欧洲销售量在保健渠道实现了强劲增长。Ontex 发言人表示,消费者正在转向性价比更高的替代品,而且人口正在老龄化。零售品牌在融入创新产品功能方面也做得很好,这使得渗透率增加,尤其

是在中度和重度失禁方面。

创新热潮

成人失禁产品类别不断推出新产品和新技术，而且没有停止的迹象。事实上，NorthShore Care Supply 创始人 Adam Greenberg 表示，失禁护理领域急需创新。

他说：“随着婴儿潮一代进入大小便失禁的高峰期，同时我们的医疗保健行业也面临着严重的劳动力短缺，因此迫切需要以病人为中心的解决方案，为大小便失禁管理提供有尊严的解决方案。每两三个小时换尿布以保持皮肤干燥一直是一种有缺陷的策略，尤其是在夜间。NorthShore 专注于以价值为基础的解决方案，在不影响干爽度的前提下，将换尿布次数减少到每天不超过三次，这将改变游戏规则，尤其是在老年护理领域。”

NorthShore 的最新产品系列是 NorthShore MegaMax

AirLock 标签式内裤系列。AirLock 是该公司旗舰产品 MegaMax 内裤的透气系列延伸。“透气内裤长期以来一直是严重失禁患者面临的难题，因为它们通常无法防止渗漏、异味和下垂，” Greenberg 说，“NorthShore 的 MegaMax AirLock 系列与 PE 背衬的 MegaMax 一样，旨在防止渗漏、异味和下垂，而且不会像其他大多数透气内裤那样牺牲覆盖面（内芯尺寸）。”

Attn: Grace 的 Fennell 认为，在未来几年里，人口老龄化对社会的影响将仅次于气候变化。她说：“七十岁是新的五十岁。现在，活跃、社交、时尚的生活持续到 90 多岁都很正常。在 65 岁以上的女性中，高达 75% 的人都有膀胱漏尿的经历，因此越来越多的女性需要尿失禁护理产品。”

她继续说：“作为一个社会，我们也终于开始关注女性健康的重要方面，而在此之前，这些方面在很大程度上一直被

现代医学所忽视。几乎每周，我们都能听到有关支持女性衰老的创新，无论是围绝经期和绝经期骨质流失、整体健康、脑部健康、心脏健康还是盆底健康，不胜枚举。”

Fennell 补充说，过去十多年来经期护理领域的演变为失禁护理类别的类似创新铺平了道路。“新兴品牌成功地颠覆了生理期护理领域，消费者现在知道，他们不必接受国内品牌或自有品牌提供的产品。膀胱护理是下一个前沿领域。消费者将继续寻求性能更高、更清洁、更可持续的产品解决方案，并由更了解他们需求的品牌提供。”

与此同时，Because Market 最近推出了三款新产品，以满足成人失禁产品类别的主要需求。该品牌的女性敏感隔夜内衣将皮肤健康和高性能放在首位。该产品认识到敏感皮肤人士所面临的挑战，采用超强吸水性芯体和植物性内衬，在保持柔软舒适的同时有效吸湿。

备受欢迎的 Because's Premium Maximum Plus 女士失禁内裤现在有了时尚的黑色款式，为寻求更多选择的顾客提供了更多选择和灵活性。新款产品保持了同样值得信赖的特性，确保最大程度的保护和防漏信心。

来源：荣格非织造布资讯

