

2020年中国一次性卫生用品市场调研报告- 行业供需现状与前景评估预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国一次性卫生用品市场调研报告-行业供需现状与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/520658520658.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一次性卫生用品是指使用一次后即丢弃的、与人体直接或间接接触的、并为达到人体生理卫生或卫生保健（抗菌或抑菌）目的而使用的各种日常生活用品。其产业链上游原材料主要包含膜、无纺布、高分子、胶、无尘纸以及浆板等；下游主要有大卖场、超市、便利店、食杂店、电商平台等销售渠道以及终端消费者。

一次性卫生用品行业产业链

数据来源：公开资料整理

上游市场：无纺布，又称非织造布，是由定向或随机纤维而构成的。其产量的多少或将受到一次性卫生用品市场需求的影响。数据显示，2015-2019年我国非织造布产量逐年上升，从485万吨升至631万吨，复合增长率为6.8%；2019年同比上涨8.19%。

2015-2019年我国非织造布产量及增速

数据来源：公开资料整理

现阶段，我国一次性卫生用品行业上游相关企业主要有南六企业（平湖）有限公司、重庆壮大包装材料有限公司、宜兴丹森科技有限公司等。

我国一次性卫生用品行业上游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业优势

南六企业（平湖）有限公司

主生产各种无纺布

研发优势：研发各种无纺布制品的深加工，入各类湿巾、护肤面膜。

生产线优势：有一条保养品专业生产线。

企业规模优势：已成为亚洲最大的水刺无纺布供应商，台湾销售第一的面膜和湿巾OEM最大的制造商。

质量管理优势：拥有领先业界的GMP生产环境与管理，总面积4500m²的洁净车间从一万级无尘生产车间到100级微生物检验室和实验室一应俱全，将可在质量上做最严谨的控管。

生产设备优势：生产设备由德国、法国、日本等国进口世界最先进的自动化设备和在线检验仪器。

产品优势：产品系列有一般洁肤湿巾，婴童口手湿巾，女性生理期、妊娠期专用，等功能性湿巾。

重庆壮大包装材料有限公司

主营卫生巾流延底膜、包膜、纸尿裤膜等

企业规模优势：拥有多年的生产流延膜经验，是国内PE膜卫生用品用品材料重要供应基地，是重庆百亚国际公司（原重庆丝爽公司）、恒安（中国）集团等国内著名品牌的重要供应商。

生产线优势：PE流延膜、高档磨砂膜、打孔膜、彩印线共计十几条生产线。

产能优势：卫生巾流延底膜、包膜、纸尿裤膜、高档磨砂膜、打孔膜网面、透气复合膜年产能10000吨。

质量管理优势：通过了ISO9001：2000国际质量体系认证，设立标准化质量检验中心。

团队优势：新引进多名重点大学本科生、硕士生充实产品研发、质量管理等岗位的优秀人才，构建了一个铁的班底，形成了一个学习型、有凝聚力的创新团队。

宜兴丹森科技有限公司

主要从事高吸水性树脂的研发和生产

产品应用领域优势：高吸水性树脂（SAP）为新型高分子精细化工产品，在工业用品、日用卫生用品、医疗、农业、土建等领域广泛应用。

企业规模优势：是一家具有资本背景和具有自主知识产权的高科技企业。

产能优势：2010年公司SAP生产能力为4万吨/年，2011年年产能为10万吨，截止2014年底丹森产能已达26万吨/年。

研发优势：具备研发能力，具有自主的研发团队并长期与大型企业和科研机构保持紧密合作。

客户资源优势：生产主要原料由目前丙烯酸生产商新加坡上市公司“裕廊化工”提供，为SAP产品不断提供海内外市场的需求。数据来源：公开资料整理

中游市场：近些年，由于我国人口基数较大、居民生活水平提升、消费观念转变，一次性卫生用品需求增加，带动行业市场规模持续扩张，2015-2019年复合增长率为15.59%。2019年我国一次性卫生用品市场规模为1430亿元，同比增长11.98%。

2015-2019年我国一次性卫生用品行业市场规模及增速

数据来源：公开资料整理

现阶段，我国一次性卫生用品行业相关企业主要有恒安国际集团有限公司、广东景兴健康护理实业股份有限公司、桂林洁伶工业有限公司、上海尤妮佳有限公司、宝洁公司等。

我国一次性卫生用品行业相关企业情况

企业名称

主营业务

企业优势

恒安国际集团有限公司

主要从事生活用纸、卫生巾、纸尿裤等产品的研发、生产和销售

企业规模优势：是目前国内最大的妇女卫生巾和婴儿纸尿裤生产企业，总资产40多亿元，员工一万余人，在全国14个省、市拥有40余家独立法人公司。

客户资源优势：销售和分销网络覆盖全国。

产品优势：主导产品安乐、安尔乐卫生巾，安儿乐婴儿纸尿裤，心相印纸品市场占有率连续多年位居全国第一。

品牌优势：拥有“安尔乐”和“心相印”，以及“安乐”、“安儿乐”、“安而康”等著名品牌。

企业荣誉优势：在2019年上市公司市值500强中排名第229、名列2020福布斯全球企业2000强榜第1638位、位列2020年《财富》中国500强排行榜第414位等。

广东景兴健康护理实业股份有限公司

主要从事卫生巾和护垫、湿巾及护理液等卫生用品的研发、生产和销售

品牌优势：拥有“ABC”、“Free”等品牌。

产品优势：主导产品有ABC系列卫生巾、清丽系列湿巾、Free系列卫生巾、ABC'S BB系列湿巾、EC系列湿巾等。

客户资源优势：营销网络遍及全国各大、中城市，远销东南亚等地。

桂林洁伶工业有限公司

主要从事女性一次性护理用品和婴幼儿一次性护理用品的研发、生产和销售

品牌优势：主要品牌为“洁伶”、“淘淘氧棉”、“淘淘酷”等。

生产线优势：拥有25条先进的卫生巾（护垫）生产线，其中包括每分钟生产1000片的世界一流的生产线15条。

产能优势：年产能力达到30亿片以上。

销售优势：已在广西、广东、海南、湖南、湖北、河南、安徽、江西、四川、重庆、贵州、云南省区建立了12个销售分公司或办事处。

上海尤妮佳有限公司

主要从事婴儿纸尿裤、卫生巾、成人护理用品、清洁护理用品、湿纸巾、立体口罩、宠物护理用品等产品的研发、生产和销售

品牌优势：主要品牌为“苏菲”、“妈咪宝贝”、“Moony”等。

企业规模优势：是由日本尤妮佳株式会社、上海家化（集团）有限公司、伊藤忠商事株式会社、伊藤忠（中国）集团有限公司四方出资组建的专业生产跨国品牌“苏菲”妇女生理用品以及“妈咪宝贝”婴儿用纸尿裤的中日合资企业。

产品优势：专门生产纸尿裤系列产品

宝洁公司

主要从事洗发、护发、护肤用品、化妆品、婴儿护理产品、妇女卫生用品等产品的研发、生产和销售

人才资源优势：全球员工近110000人。

品牌优势：主要品牌为“护舒宝”、“朵朵”、“帮宝适”等。

产品优势：产品包括洗发、护发、护肤用品、化妆品、婴儿护理产品、妇女卫生用品、医药、织物、家居护理、个人清洁用品等。

客户资源优势：在全球80多个国家设有工厂及分公司，所经营的300多个品牌的产品畅销160多个国家和地区。数据来源：公开资料整理

下游市场：我国一次性卫生用品行业下游销售根据模式可分为传统、现代、电商三种，主要涉及地方有大卖场、超市、便利店、食杂店、电商平台等。从不同销售模式消费者占比情况来看，八成以上的消费者更喜欢现代+电商模式；六成以上的消费者倾向于现代+传统模式，六成的消费者更喜欢电商+传统或现代+传统+电商的模式。

我国一次性卫生用品不同销售模式消费者占比情况（单位：%）

数据来源：公开资料整理

现阶段，我国一次性卫生用品行业下游相关企业主要有苏州绿叶日用品有限公司、永辉超市股份有限公司、重庆商社新世纪百货公司、沃尔玛（中国）投资有限公司等。

我国一次性卫生用品行业下游相关企业情况

企业名称

主营业务

企业优势

苏州绿叶日用品有限公司

生产、销售：日用洗涤用品、个人清洁护理用品、日用化妆品、家具及皮具护理用品等

企业规模优势：是一家集科技研发、智能制造、自主品牌推广、互联网营销、绿叶惠购APP平台与连锁经营于一体的现代化集团企业。

品牌价值优势：荣登2020中国品牌价值评价榜，品牌强度807，品牌价值33.67亿元。

产品优势：推出希诺丝化妆品、爱生活精品日用、卡丽施个人护理、家得丽家居清洁、纽维兹食品、玛维莎私人定制等品牌的系列化生活用品。

一体化新业态优势：创立了“智慧零售+品牌电商+绿叶惠购APP”三位一体的新业态。

企业荣誉优势：在2020苏州民营企业100强中排名第50、获得第五届“江苏慈善奖”最具爱心慈善捐赠企业荣誉称号。

永辉超市股份有限公司

农副产品、水产品、粮油及制品、食品饮料、酒及其他副食品、日用百货等

企业规模：是中国大陆首批将生鲜农产品引进现代超市的流通企业之一，是中国500强企业之一，是国家级“流通”及“农业产业化”双龙头企业。

企业荣誉优势：被国家七部委誉为中国“农改超”推广的典范，被百姓誉为“民生超市、百姓永辉”等。

品牌优势：荣获“中国驰名商标”。

连锁超市业务优势：确立以生鲜为主的食品用品、服装“三位一体”的连锁超市市场定位,形成以生鲜为特色的市场品牌。

重庆商社新世纪百货公司

主营零售领域

企业规模及客户资源优势：是重庆著名大型国有零售企业，已拥有13家综合商场，82家连锁超市，遍及22个区县。

企业荣誉优势：相继荣获“全国文明单位”、“全国五一劳动奖状”、“中国商业名牌企业”和“全国金鼎（品牌）百货店”等多项荣誉称号

沃尔玛（中国）投资有限公司

以运输、装卸、包装、配送为主营业务

企业荣誉优势：入选2018年零售百强名单、在2019年中国连锁百强榜单中排名第7等

客户资源优势：目前已在中国170多个城市开设了400多家商场、21家配送中心。

人才资源优势：在中国已拥有约10万名员工。女性员工占比约65%，管理团队近50%为女性。
。数据来源：公开资料整理（CMY）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国一次性卫生用品市场调研报告-行业供需现状与前景评估预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深

分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国一次性卫生用品行业发展概述

第一节 一次性卫生用品行业发展情况概述

- 一、一次性卫生用品行业相关定义
- 二、一次性卫生用品行业基本情况介绍
- 三、一次性卫生用品行业发展特点分析
- 四、一次性卫生用品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、一次性卫生用品行业需求主体分析

第二节 中国一次性卫生用品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、一次性卫生用品行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国一次性卫生用品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国一次性卫生用品行业生命周期分析

- 一、一次性卫生用品行业生命周期理论概述
- 二、一次性卫生用品行业所属的生命周期分析

第四节 一次性卫生用品行业经济指标分析

- 一、一次性卫生用品行业的赢利性分析
- 二、一次性卫生用品行业的经济周期分析
- 三、一次性卫生用品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国一次性卫生用品行业进入壁垒分析

- 一、一次性卫生用品行业资金壁垒分析
- 二、一次性卫生用品行业技术壁垒分析

- 三、一次性卫生用品行业人才壁垒分析
- 四、一次性卫生用品行业品牌壁垒分析
- 五、一次性卫生用品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球一次性卫生用品行业市场发展现状分析

- 第一节 全球一次性卫生用品行业发展历程回顾
- 第二节 全球一次性卫生用品行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲一次性卫生用品行业地区市场分析
 - 一、亚洲一次性卫生用品行业市场现状分析
 - 二、亚洲一次性卫生用品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲一次性卫生用品行业市场前景分析
- 第四节 北美一次性卫生用品行业地区市场分析
 - 一、北美一次性卫生用品行业市场现状分析
 - 二、北美一次性卫生用品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美一次性卫生用品行业市场前景分析
- 第五节 欧盟一次性卫生用品行业地区市场分析
 - 一、欧盟一次性卫生用品行业市场现状分析
 - 二、欧盟一次性卫生用品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟一次性卫生用品行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界一次性卫生用品行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球一次性卫生用品行业市场规模预测

第三章 中国一次性卫生用品产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品一次性卫生用品总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国一次性卫生用品行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国一次性卫生用品产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国一次性卫生用品行业运行情况

第一节 中国一次性卫生用品行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国一次性卫生用品行业市场规模分析

第三节 中国一次性卫生用品行业供应情况分析

第四节 中国一次性卫生用品行业需求情况分析

第五节 我国一次性卫生用品行业进出口形势分析

- 一、进口形势分析
- 二、出口形势分析
- 三、进出口价格对比分析

第六节 我国一次性卫生用品行业细分市场分析（2015-2019年）

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第七节 中国一次性卫生用品行业供需平衡分析

第八节 中国一次性卫生用品行业发展趋势分析

第五章 中国一次性卫生用品所属行业运行数据监测

第一节 中国一次性卫生用品所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国一次性卫生用品所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国一次性卫生用品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国一次性卫生用品市场格局分析

第一节 中国一次性卫生用品行业竞争现状分析

一、中国一次性卫生用品行业竞争情况分析

二、中国一次性卫生用品行业主要品牌分析

第二节 中国一次性卫生用品行业集中度分析

一、中国一次性卫生用品行业市场集中度分析

二、中国一次性卫生用品行业企业集中度分析

第三节 中国一次性卫生用品行业存在的问题

第四节 中国一次性卫生用品行业解决问题的策略分析

第五节 中国一次性卫生用品行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国一次性卫生用品行业需求特点与动态分析

第一节 中国一次性卫生用品行业消费市场动态情况

第二节 中国一次性卫生用品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 一次性卫生用品行业成本分析

第四节 一次性卫生用品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国一次性卫生用品行业价格现状分析

第六节 中国一次性卫生用品行业平均价格走势预测

一、中国一次性卫生用品行业价格影响因素

二、中国一次性卫生用品行业平均价格走势预测

三、中国一次性卫生用品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国一次性卫生用品行业区域市场现状分析

第一节 中国一次性卫生用品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区一次性卫生用品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区一次性卫生用品市场规模分析

四、华东地区一次性卫生用品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区一次性卫生用品市场规模分析

四、华中地区一次性卫生用品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区一次性卫生用品市场规模分析

四、华南地区一次性卫生用品市场规模预测

第九章 2017-2020年中国一次性卫生用品行业竞争情况

第一节 中国一次性卫生用品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国一次性卫生用品行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国一次性卫生用品行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 中国一次性卫生用品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 一次性卫生用品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国一次性卫生用品行业发展前景分析与预测

第一节 中国一次性卫生用品行业未来发展前景分析

- 一、一次性卫生用品行业国内投资环境分析
- 二、中国一次性卫生用品行业市场机会分析
- 三、中国一次性卫生用品行业投资增速预测

第二节 中国一次性卫生用品行业未来发展趋势预测

第三节 中国一次性卫生用品行业市场发展预测

- 一、中国一次性卫生用品行业市场规模预测
- 二、中国一次性卫生用品行业市场规模增速预测
- 三、中国一次性卫生用品行业产值规模预测
- 四、中国一次性卫生用品行业产值增速预测
- 五、中国一次性卫生用品行业供需情况预测

第四节 中国一次性卫生用品行业盈利走势预测

- 一、中国一次性卫生用品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国一次性卫生用品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国一次性卫生用品行业投资风险与营销分析

第一节 一次性卫生用品行业投资风险分析

- 一、一次性卫生用品行业政策风险分析
- 二、一次性卫生用品行业技术风险分析
- 三、一次性卫生用品行业竞争风险
- 四、一次性卫生用品行业其他风险分析

第二节 一次性卫生用品行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国一次性卫生用品行业发展战略及规划建议

第一节 中国一次性卫生用品行业品牌战略分析

- 一、一次性卫生用品企业品牌的重要性
- 二、一次性卫生用品企业实施品牌战略的意义
- 三、一次性卫生用品企业品牌的现状分析
- 四、一次性卫生用品企业的品牌战略
- 五、一次性卫生用品品牌战略管理的策略
- 第二节 中国一次性卫生用品行业市场重点客户战略实施
 - 一、实施重点客户战略的必要性
 - 二、合理确立重点客户
 - 三、对重点客户的营销策略
 - 四、强化重点客户的管理
 - 五、实施重点客户战略要重点解决的问题
- 第三节 中国一次性卫生用品行业战略综合规划分析
 - 一、战略综合规划
 - 二、技术开发战略
 - 三、业务组合战略
 - 四、区域战略规划
 - 五、产业战略规划
 - 六、营销品牌战略
 - 七、竞争战略规划
- 第四节 一次性卫生用品行业竞争力提升策略
 - 一、一次性卫生用品行业产品差异性策略
 - 二、一次性卫生用品行业个性化服务策略
 - 三、一次性卫生用品行业的促销宣传策略
 - 四、一次性卫生用品行业信息智能化策略
 - 五、一次性卫生用品行业品牌化建设策略
 - 六、一次性卫生用品行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国一次性卫生用品行业发展策略及投资建议

- 第一节 中国一次性卫生用品行业产品策略分析
 - 一、服务产品开发策略
 - 二、市场细分策略
 - 三、目标市场的选择
- 第二节 中国一次性卫生用品行业定价策略分析
- 第三节 中国一次性卫生用品行业营销渠道策略
 - 一、一次性卫生用品行业渠道选择策略

二、一次性卫生用品行业营销策略

第四节 中国一次性卫生用品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国一次性卫生用品行业重点投资区域分析

二、中国一次性卫生用品行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/520658520658.html>