

2018年中国女性吸收性用品行业分析报告- 市场深度分析与发展前景研究

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《2018年中国女性吸收性用品行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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/baihuo/342190342190.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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) 优势分析 在生产技术上，近年来中国吸收性卫生用品设备制造水平迅速提高，采用模块化设计，全伺服电动控制，开发一机多用的生产设备来满足企业的需求，同时在车速、稳定性、噪声控制等方面不断改进，大大提高了生产效率，降低了生产成本，也使生产越来越多地依赖于科技的进步。

外国女性吸收性用品虽然具有全球化的资源和品牌，但却需要在很大程度上保持产品设计和全球化品牌营运的一致性，因此不可能在一些细分市场上充分地满足本地消费者的需求，这也是我国国产女性吸收性用品的优势所在，还有，国产女性吸收性用品在满足我国消费者文化需求和亲近感方面具有强大的优势。

资料来源：互联网

(二) 劣势分析 1. 原材料的稀缺。绒毛浆是卫生巾的核心原料之一，在卫生巾生产成本构成中占有比例相当大。

但由于受地理气候与植物分布的限制，目前我国卫生巾企业生产用的绒毛浆主要还是依赖于进口。2015年我国吸收性卫生用品行业绒毛浆用量约为85万吨，而国内主要制造商福建腾荣达纸业BCTMP杉木绒毛浆年产能仅4万吨。

生产技术的不断更新和核心原料严重依赖于进口，使得生产企业不得不在设备购置和购买原料上投入大量的资金，这也导致行业新进入者通常难以具备新产品生产等环节所需的大量资金。

2. 一二线城市的渗透能力低。我国国产女性吸收性用品企业实施的是以分品牌战略为主的营销策略，高中低市场占位，全面覆盖消费者需求，渗透能力强，特别是在中国广大的三四级市场，渗透深、分销强。但主要优势是在三四线市场，在一二线市场表现弱。以恒安集团为例，有七度空间、安尔乐、安乐三大品牌，处于市场领先地位。三大品牌分别占据不同类型的细分市场，三个品牌中最具品牌力的七度空间，在一线市场的表现也相对较弱。虽然说恒安集团的分销网络覆盖全国，但公司整体对现代通路的投入不足，对现代通路的运营能力弱，需求把握不准，也缺乏专业现代通路操作队伍，尤其在一线市场，弱势更加明显。

3. 产品的创新能力弱。我国国产女性吸收性用品的创新能力弱于跨国品牌，卫生巾的产品力也相对较弱，产品竞争力提供的支持力度不足，市场表现不足，产品新卖点和新概念

少，产品在实际功能上，与跨国品牌还存在着有一定差距。如安尔乐的夜用卫生巾与苏菲相比，弱点明显，安尔乐的防漏产品与护舒宝相比，也缺乏足够的竞争力。

(三) 机会分析

国际金融危机以来，女性经济正逐步成为中国乃至全球经济增长的“隐形发动机”。女性在家庭之中往往充当消费的决策者的角色，具有强大的购买力。根据数据，中国女性卫生用品市场的年复合增长率达到8%，遥遥领先于二、三位的俄罗斯(2%)和巴西(0.8%)。

随着我国女性可支配收入增多以及女性卫生知识的普及，三四线城市以及乡镇市场将成为未来卫生巾企业重要的战略性市场。九零后、零零后的年轻用户群体，需求更趋于高端化和个性化，消费潜力巨大。抓住和拓展这一部分消费者，培养中高端消费人群，将有机会为企业创造更多的利润。

农村乡镇市场一直是卫生巾消费的潜力市场，并且还有进一步增长的空间，特别是随着农村城镇化等扶农政策的实行，将极大地改善农村地区农民的生活条件和生活习惯，而且相对来说竞争较弱，再加上城市卫生巾市场已基本趋于饱和，所以是企业不容忽视的利基市场。对于企业而言，一方面，中低价位的产品在农村市场存在着较大的市场空间，品牌还可以继续向下延伸，扩大自身的市场份额；另一方面，品牌可以依据自身的品牌优势，提升产品质量，保持较高的性价比优势，在农村市场形成消费者的品牌认知，培养潜在忠诚顾客。

(四) 威胁分析

外资品牌长期占据着中高端消费市场，产品质量稳定，资金雄厚，广告投放多，市场推广力度大，在一线城市表现尤为明显。随着与外资企业竞争的日益激烈，国内卫生巾企业面临着来自多方面的压力。国际原料上涨、技术快速更新，都需要企业投入大量资金。

另一方面，由于产品标准相较于产品发展具有一定的滞后性，符合相应技术标准的产品不见得就绝对安全，因此卫生巾生产企业需要时刻提高警惕。

例如2014年媒体曝光的卫生巾荧光剂事件，按照GB/T8939-2008《卫生巾(含卫生护垫)》标准检测很可能是合格的，但是由于荧光剂对人体存在危害，一时间在消费者中掀起轩然大波，使一些企业辛苦建立的品牌形象受损。

以恒安集团为例，我国内资高端品牌发力，如国内的ABC，在高中低端三个档次直接

竞争。近几年销售规模增长快速，逐步从地方性品牌进入全国性品牌阵营。在一线市场的市场地位高于恒安品牌，目前ABC 的品牌已在高端市场形成较高品牌知名度，随着现代通路向二三线市场的渗透，ABC 可利用其现有与连锁超市和卖场合作的渠道模式进一步扩张市场覆盖。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国女性吸收性用品行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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 2016-2018年中国女性吸收性用品行业发展概述

第一节 女性吸收性用品行业发展情况概述

- 一、女性吸收性用品行业相关定义
- 二、女性吸收性用品行业基本情况介绍
- 三、女性吸收性用品行业发展特点分析

第二节 中国女性吸收性用品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、女性吸收性用品行业产业链条分析

三、中国女性吸收性用品行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国女性吸收性用品行业生命周期分析

一、女性吸收性用品行业生命周期理论概述

二、女性吸收性用品行业所属的生命周期分析

第四节 女性吸收性用品行业经济指标分析

一、女性吸收性用品行业的赢利性分析

二、女性吸收性用品行业的经济周期分析

三、女性吸收性用品行业附加值的提升空间分析

第五节 国中女性吸收性用品行业进入壁垒分析

一、女性吸收性用品行业资金壁垒分析

二、女性吸收性用品行业技术壁垒分析

三、女性吸收性用品行业人才壁垒分析

四、女性吸收性用品行业品牌壁垒分析

五、女性吸收性用品行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球女性吸收性用品行业市场发展现状分析

第一节 全球女性吸收性用品行业发展历程回顾

第二节 全球女性吸收性用品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲女性吸收性用品行业地区市场分析

一、亚洲女性吸收性用品行业市场现状分析

二、亚洲女性吸收性用品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲女性吸收性用品行业市场前景分析

第四节 北美女性吸收性用品行业地区市场分析

一、北美女性吸收性用品行业市场现状分析

二、北美女性吸收性用品行业市场规模与市场需求分析

三、北美女性吸收性用品行业市场前景分析

第五节 欧盟女性吸收性用品行业地区市场分析

一、欧盟女性吸收性用品行业市场现状分析

二、欧盟女性吸收性用品行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟女性吸收性用品行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界女性吸收性用品行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球女性吸收性用品行业市场规模预测

第三章 中国女性吸收性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、全社会消费品女性吸收性用品总额
- 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 中国女性吸收性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 中国女性吸收性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 中国女性吸收性用品行业运行情况

第一节 中国女性吸收性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
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国女性吸收性用品行业市场规模分析

第三节 中国女性吸收性用品行业供应情况分析

第四节 中国女性吸收性用品行业需求情况分析

第五节 中国女性吸收性用品行业供需平衡分析

第六节 中国女性吸收性用品行业发展趋势分析

第五章 中国女性吸收性用品所属行业运行数据监测

第一节 中国女性吸收性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 中国女性吸收性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 中国女性吸收性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 2016-2018年中国女性吸收性用品市场格局分析

第一节 中国女性吸收性用品行业竞争现状分析

一、中国女性吸收性用品行业竞争情况分析

二、中国女性吸收性用品行业主要品牌分析

第二节 中国女性吸收性用品行业集中度分析

一、中国女性吸收性用品行业市场集中度分析

二、中国女性吸收性用品行业企业集中度分析

第三节 中国女性吸收性用品行业存在的问题

第四节 中国女性吸收性用品行业解决问题的策略分析

第五节 中国女性吸收性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 2016-2018年中国女性吸收性用品行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国女性吸收性用品行业消费特点

第二节 中国女性吸收性用品行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 女性吸收性用品行业成本分析

第四节 女性吸收性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 中国女性吸收性用品行业价格现状分析

第六节 中国女性吸收性用品行业平均价格走势预测

- 一、中国女性吸收性用品行业价格影响因素
- 二、中国女性吸收性用品行业平均价格走势预测
- 三、中国女性吸收性用品行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国女性吸收性用品行业区域市场现状分析

第一节 中国女性吸收性用品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区女性吸收性用品市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区女性吸收性用品市场规模分析
- 四、华东地区女性吸收性用品市场规模预测

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、华中地区女性吸收性用品市场规模分析
- 四、华中地区女性吸收性用品市场规模预测

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、华南地区女性吸收性用品市场规模分析

第九章 2016-2018年中国女性吸收性用品行业竞争情况

第一节 中国女性吸收性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 中国女性吸收性用品行业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 中国女性吸收性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 女性吸收性用品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国女性吸收性用品行业发展前景分析与预测

第一节 中国女性吸收性用品行业未来发展前景分析

- 一、女性吸收性用品行业国内投资环境分析
- 二、中国女性吸收性用品行业市场机会分析
- 三、中国女性吸收性用品行业投资增速预测

第二节 中国女性吸收性用品行业未来发展趋势预测

第三节 中国女性吸收性用品行业市场发展预测

- 一、中国女性吸收性用品行业市场规模预测
- 二、中国女性吸收性用品行业市场规模增速预测
- 三、中国女性吸收性用品行业产值规模预测
- 四、中国女性吸收性用品行业产值增速预测
- 五、中国女性吸收性用品行业供需情况预测
- 第四节中国女性吸收性用品行业盈利走势预测
- 一、中国女性吸收性用品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国女性吸收性用品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国女性吸收性用品行业投资风险与营销分析

第一节 女性吸收性用品行业投资风险分析

- 一、女性吸收性用品行业政策风险分析
- 二、女性吸收性用品行业技术风险分析
- 三、女性吸收性用品行业竞争风险
- 四、女性吸收性用品行业其他风险分析

第二节 女性吸收性用品行业企业经营发展分析及建议

- 一、女性吸收性用品行业经营模式
- 二、女性吸收性用品行业销售模式
- 三、女性吸收性用品行业创新方向

第三节 女性吸收性用品行业应对策略

- 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 2018-2024年中国女性吸收性用品行业发展策略及投资建议

第一节 中国女性吸收性用品行业品牌战略分析

- 一、女性吸收性用品企业品牌的重要性
- 二、女性吸收性用品企业实施品牌战略的意义
- 三、女性吸收性用品企业品牌的现状分析
- 四、女性吸收性用品企业的品牌战略
- 五、女性吸收性用品品牌战略管理的策略

第二节 中国女性吸收性用品行业市场的重点客户战略实施

- 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 中国女性吸收性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

第十四章 2018-2024年中国女性吸收性用品行业发展策略及投资建议

第一节中国女性吸收性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 中国女性吸收性用品行业定价策略分析

第三节中国女性吸收性用品行业营销渠道策略

一、女性吸收性用品行业渠道选择策略

二、女性吸收性用品行业营销策略

第四节中国女性吸收性用品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国女性吸收性用品行业重点投资区域分析

二、中国女性吸收性用品行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/342190342190.html>