

2021年中国卫生巾行业分析报告- 产业营销环境与发展商机前瞻

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《2021年中国卫生巾行业分析报告-产业营销环境与发展商机前瞻》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/huazhuang/559245559245.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、行业概况 卫生巾是一种以棉、不织布、纸浆或以上材质复合物所形成的高分子聚合物和高分子聚合物复合纸，主要作为卫生用品用于妇女经期。目前我国主要的三类女性卫生用品是：卫生巾、卫生护垫和卫生棉条。其中，卫生巾按照材质主要可分为干爽网面卫生巾、棉柔类卫生巾和纯棉类卫生巾三种类型。

卫生巾分类示意图

资料来源：观研天下数据中心整理

卫生巾的产业链上游主要是原材料，包括棉、无纺布、高分子聚合物、膜、纸浆、包装材料等；中游则是卫生巾厂商，包括七度空间、苏菲、护舒宝等厂商；下游则是销售，其渠道包括线下（商超、便利店、卫生间自动售卖机等）和线上（京东、天猫超市、淘宝等）。

卫生巾产业链示意图

资料来源：观研天下数据中心整理 我国卫生巾行业发展较晚，在1980年代初期才开始出现卫生巾生产企业。到现在为止，该行业发展了四十多年，期间经历了市场导入期、快速增长期、稳定发展期，以及到现在的整合成长期。

我国卫生巾行业发展历程

资料来源：观研天下数据中心整理

二、我国卫生巾行业现状

1、女性卫生用品市场规模不断扩大，消费量整体上升 从我国女性卫生用品市场规模来看，2016-2020年期间我国女性卫生用品的市场规模是在逐年递增的。2016年我国女性卫生用品市场规模是507.70亿；2017年为527.40亿元；到2020年其市场规模已经达到594.8亿元。

2016-2020年中国女性卫生用品市场规模情况

数据来源：观研天下数据中心整理

经过40年的发展，目前我国广大女性卫生用品消费者使用卫生巾的习惯已经养成，卫生巾已经成为女性经期护理必备的卫生用品，成为了一大刚需，而我国也成为了全球最大的卫生护理用品消费市场。从2016-2020年我国女性卫生用品消费量来看，总体来说，我国近五年女性卫生用品消费量是在上升。2016年女性卫生用品消费量为1186.10亿片；2017年为1200.1亿片；2018-2020年分别为1193.4亿片、1199亿片和1206.3亿片，呈现稳步增加态势。

2016-2020年中国女性卫生用品消费量情况

数据来源：观研天下数据整理

2、卫生巾占据女性卫生用品主导地位 目前卫生巾占据我国女性卫生用品市场的主导地位。受到传统观念的影响，比起卫生棉条，我国女性更加倾向于使用卫生巾。从2020年我国女性卫生用品种类来看，卫生巾占比达到91.06%；卫生棉条占比只有0.8%；而护垫

作为经期来临的和结束的过渡产品，占比约为8.14%。

2020年我国女性卫生用品种类占比情况

数据来源：观研天下数据中心整理

3、卫生巾消费人群严重割裂，消费者年龄上向两端延伸

从我国卫生巾消费人群来看，我国卫生巾消费人群呈现严重的割裂情况。据《2020年中国消费者调查报告》显示中国中等收入人群的数量目前超过3亿，并将持续上涨。这类中等收入小资中产里的女性卫生用品消费人群的生理护理理念不断升级，因此也在不断追求卫生巾的高端品质化；然而在2020年5月28日第十三届全国人大三次会议记者会上，李克强总理强调中国目前有“6亿中低收入及以下人群，他们平均每个月的收入也就1000元左右”。这类中低收入及以下人群里的女性卫生用品消费人群则追求卫生巾的实用规模化。

一方面经济条件较好的卫生巾消费人群在买卫生巾时，可供她们选择的产品不仅种类繁多，而且产品的功能和使用场景也细分到了极致。月经量多的可以选择夜用、超长夜用或者安睡裤；月经量少的可以选择日用、迷你装和护垫；夏天防闷热的可以选择卫生棉条或者干爽网面的卫生巾；皮肤敏感人群可以选择防过敏安全系列，甚至想要气味清新的人群还可以选择花香清新款。另一方面经济条件不好的卫生巾消费人群在选择卫生巾时更多的是追求便宜。据淘宝数据显示，我国一些没有生产厂家、没有质检标准约束、没有条形码追溯体系的散装卫生巾目前还在以月销10万以上的速度流向贫困地区。

从我国卫生巾消费群体数量上来看，我国的女性卫生用品消费者群体在数量上是有增加的。2017我国年卫生巾使用适龄女性（15-49岁）人口数量超过3.8亿。然而随着我国广大人民物质水平的不断提高，以及各种社会因素的影响，近些年来我国女性经期时间有向两端延伸的趋势。一方面，我国女性初潮时间提前了。根据《中国女性生理健康白皮书》数据显示，2010年-2017年，我国女性初潮年龄平均提前了1岁，由13.8岁提前到了12.7岁。2000年后的性发育年龄更是提前至12.7岁，甚至有些孩子在8、9岁就已经来了初潮了。另一方面，我国女性绝经年龄不断延后，一般正常的绝经时间是45到55岁之间，然而据不完全统计我国女性绝经年龄平均延至了50岁以上。我国女性经期时间向两头延伸的趋势促使我国女性卫生巾市场消费人群数量的增加。

三、我国卫生巾行业竞争格局

1、市场集中度较高

自2010年以来，我国卫生巾行业就开始进入整合成长阶段。在这期间，我国国内部分优质的本土卫生巾厂商不断向上扩展，占据区域市场后便向全国市场扩张，开始与在我国卫生巾市场上的外资品牌平分秋色，且市场集中度也是在不断提高，据数据显示目前我国排名前十名卫生巾厂商销售额占比达到80%以上。

2、呈现美系、日系和本土品牌三足鼎立格局 2021年我国卫生巾排行榜前十品牌中日系和美系各占两家。国内本土品牌占据六家，但排进前五的本土品牌只有两家。

2021年我国卫生巾排名前十品牌

排名

品牌

品牌发源地

品牌指数

第一名

苏菲

日本（尤妮佳集团）

9.8

第二名

护舒宝

美国（宝洁公司）

9.7

第三名

七度空间

中国（恒安集团）

9.5

第四名

乐而雅

日本（花王集团）

9.3

第五名

ABC

中国（景兴健护）

9.1

第六名

高洁丝

美国（金佰利公司）

9.0

第七名

洁婷

中国（丝宝集团）

8.6

第八名

安尔乐

中国（恒安集团）

8.4

第九名

Free·飞

中国（景兴健护）

8.2

第十名

自由点

中国（百亚国际）

8.1资料来源：观研天下数据中心整理

在我国卫生巾市场上，美系和日系卫生巾品牌主要布局中高端市场，其中美系的代表品牌主要是护舒宝和高洁丝；日系代表品牌主要是苏菲。本土卫生巾品牌则是在中高端、低端均有布局，其中中高端主要代表品牌有ABC、自由点等。

我国主要卫生巾品牌热卖产品及其平均价格情况

品牌

热卖产品

平均价格区间

苏菲

超熟睡柔棉感护翼夜用卫生巾

1.2-2.4元/片

护舒宝

考拉安睡裤裤型卫生巾

2.2-4元/片

七度空间

少女纯棉日夜用超薄组合卫生巾

0.8-1.2元/片

乐而雅

零触感柔软贴合迷你日用卫生巾

0.6-1.3元/片

ABC

棉柔纤薄超吸日夜组合套装

1.7-2.3元/片

高洁丝

夜用放肆睡棉柔透气卫生巾

1.2-3.3元/片

洁婷

透气双U棉柔卫生巾

0.6-1.7元/片

安尔乐

蓝芯瞬吸日夜组合棉柔纤巧套装

0.32-0.6元/片

Free·飞

带护翼迷你巾护垫日用组合套装

0.6-1.3元/片

自由点

少女学生无感七日日夜组合超薄套装

1.1-1.3元/片资料来源：观研天下数据中心整理

3、行业内竞争十分激烈

我国卫生巾行业在美系日系及本土品牌三足鼎立的局面下，其行业内竞争也是十分激烈。

从各大卫生巾品牌企业的营销费用来看：金佰利公司（高洁丝）在2020年的净销售额为191.4亿美元，其广告费用为9.56亿美元，占净销售额约5%；恒安集团（七度空间、安尔乐）在2020年的营业收入为223.74亿元，其市场及推广成本约为13.16亿元，占其总营业收入的5.88%。从各大卫生巾品牌企业的广告代言人来看：宝洁公司（护舒宝）在2016年便签约当红艺人迪丽热巴；金佰利公司（高洁丝）在2017年签约当红艺人杨紫；恒安集团（七度空间）在2019年签下了当红艺人杨超越；景兴健护（ABC）在2020年签下了当红艺人金晨。

四、我国卫生巾行业未来发展趋势

1、市场规模将呈现稳步扩大趋势

未来我国卫生巾市场规模将呈现稳步扩大趋势。

其一，我国女性月经初潮以及绝经年龄有向两端延伸趋势，因此我国女性卫生巾消费者对卫生巾的消费次数会增加。

其二我国从2016年起便开始实施二胎政策，今年的三孩政策也开始来临，这在一定程度上会促进我国未来十年或二十年我国女性卫生巾消费人群数量上的增加。

其三，根据世界卫生组织调查报告显示有63.7%的妇科病是由不安全卫生巾和卫生巾使用不当导致！其中卫生巾使用不当就包括经期卫生巾更换时间过长。因此随着我国女性卫生护理意识的升级，我国女性在经期对卫生巾的更换频率会逐渐加快。这些都会促使我国卫生巾消费量的增加，从而使得我国卫生巾市场规模的进一步扩大。

2、本土品牌企业加快对中高端市场布局 就目前我国卫生巾市场而言，虽然本土的ABC、七度空间以及自由点等品牌是在逐步布局中高端市场，但事实上中高端市场上还是高洁丝、护舒宝、苏菲等国外品牌占据较多。如今随着我国居民人均可支配收入的提高和女性

个人健康护理意识的加强以及消费观念的升级，我国女性消费者对卫生巾的贴身性、舒适性及功能性等方面的要求日渐提高，因此未来我国卫生巾中高端消费比例将逐步上升，国内本土品牌也将加快对中高端市场的布局。

3、产品细分将更加精细，且逐步向绿色化发展

一方面，伴随着我国卫生巾的高端化发展，未来卫生巾的细分将更加精细。这主要体现在卫生巾材料、形态、使用场景、功能、气味触感、适用人群等方面。比如适合量少时的带护翼的迷你巾，适合夜间量大时的安全裤、加长液体卫生巾，适合外出运动的极薄日用卫生巾，适合少女使用的、适合妇女使用的等等。总体来说，卫生巾会朝着安全卫生、清洁舒适零触感、极薄超强吸收等方向精细发展。且在此过程中，具有较强研发能力和丰富产品线的品牌企业将具有明显优势。另一方面，随着我国限塑令、和垃圾分类等环保政策的实施，我国卫生巾行业将会慢慢顺应可持续发展趋势，在卫生巾的制造过程中利用可降解塑料或其他环保材料，使产品逐渐向绿色化发展。（LQM）

观研报告网发布的《2021年中国卫生巾行业分析报告-产业营销环境与发展商机前瞻》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国卫生巾行业发展概述

第一节 卫生巾行业发展情况概述

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

第二节 中国卫生巾行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、卫生巾行业产业链条分析
- 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、中国卫生巾行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国卫生巾行业生命周期分析

- 一、卫生巾行业生命周期理论概述
- 二、卫生巾行业所属的生命周期分析

第四节 卫生巾行业经济指标分析

- 一、卫生巾行业的赢利性分析
- 二、卫生巾行业的经济周期分析
- 三、卫生巾行业附加值的提升空间分析

第五节 中国卫生巾行业进入壁垒分析

- 一、卫生巾行业资金壁垒分析
- 二、卫生巾行业技术壁垒分析
- 三、卫生巾行业人才壁垒分析
- 四、卫生巾行业品牌壁垒分析
- 五、卫生巾行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球卫生巾行业市场发展现状分析

第一节 全球卫生巾行业发展历程回顾

第二节 全球卫生巾行业市场区域分布情况

第三节 亚洲卫生巾行业地区市场分析

一、亚洲卫生巾行业市场现状分析

二、亚洲卫生巾行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲卫生巾行业市场前景分析

第四节 北美卫生巾行业地区市场分析

一、北美卫生巾行业市场现状分析

二、北美卫生巾行业市场规模与市场需求分析

三、北美卫生巾行业市场前景分析

第五节 欧洲卫生巾行业地区市场分析

一、欧洲卫生巾行业市场现状分析

二、欧洲卫生巾行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲卫生巾行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界卫生巾行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球卫生巾行业市场规模预测

第三章 中国卫生巾产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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 中国卫生巾行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国卫生巾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 中国卫生巾行业运行情况

第一节 中国卫生巾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 中国卫生巾行业市场规模分析

第三节 中国卫生巾行业供应情况分析

第四节 中国卫生巾行业需求情况分析

第五节 我国卫生巾行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国卫生巾行业供需平衡分析

第七节 中国卫生巾行业发展趋势分析

第五章 中国卫生巾所属行业运行数据监测

第一节 中国卫生巾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 中国卫生巾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 中国卫生巾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 2017-2021年中国卫生巾市场格局分析

第一节 中国卫生巾行业竞争现状分析

一、中国卫生巾行业竞争情况分析

二、中国卫生巾行业主要品牌分析

第二节 中国卫生巾行业集中度分析

一、中国卫生巾行业市场集中度影响因素分析

二、中国卫生巾行业市场集中度分析

第三节 中国卫生巾行业存在的问题

第四节 中国卫生巾行业解决问题的策略分析

第五节 中国卫生巾行业钻石模型分析

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 2017-2021年中国卫生巾行业需求特点与动态分析

第一节 中国卫生巾行业消费市场动态情况

第二节 中国卫生巾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 卫生巾行业成本结构分析

第四节 卫生巾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 中国卫生巾行业价格现状分析

第六节 中国卫生巾行业平均价格走势预测

一、中国卫生巾行业价格影响因素

二、中国卫生巾行业平均价格走势预测

三、中国卫生巾行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国卫生巾行业区域市场现状分析

第一节 中国卫生巾行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区卫生巾市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区卫生巾市场规模分析

四、华东地区卫生巾市场规模预测

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、华中地区卫生巾市场规模分析

四、华中地区卫生巾市场规模预测

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、华南地区卫生巾市场规模分析

四、华南地区卫生巾市场规模预测

第九章 2017-2021年中国卫生巾行业竞争情况

第一节 中国卫生巾行业竞争结构分析（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 中国卫生巾行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国卫生巾行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 卫生巾行业企业分析（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

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

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

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

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国卫生巾行业发展前景分析与预测

第一节 中国卫生巾行业未来发展前景分析

一、卫生巾行业国内投资环境分析

二、中国卫生巾行业市场机会分析

三、中国卫生巾行业投资增速预测

第二节 中国卫生巾行业未来发展趋势预测

第三节 中国卫生巾行业市场发展预测

一、中国卫生巾行业市场规模预测

二、中国卫生巾行业市场规模增速预测

三、中国卫生巾行业产值规模预测

四、中国卫生巾行业产值增速预测

五、中国卫生巾行业供需情况预测

第四节 中国卫生巾行业盈利走势预测

一、中国卫生巾行业毛利润同比增速预测

二、中国卫生巾行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国卫生巾行业投资风险与营销分析

第一节 卫生巾行业投资风险分析

一、卫生巾行业政策风险分析

二、卫生巾行业技术风险分析

三、卫生巾行业竞争风险分析

四、卫生巾行业其他风险分析

第二节 卫生巾行业应对策略

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年中国卫生巾行业发展战略及规划建议

第一节 中国卫生巾行业品牌战略分析

一、卫生巾企业品牌的重要性

二、卫生巾企业实施品牌战略的意义

三、卫生巾企业品牌的现状分析

四、卫生巾企业的品牌战略

五、卫生巾品牌战略管理的策略

第二节 中国卫生巾行业市场的关键客户战略实施

一、实施关键客户战略的必要性

二、合理确立关键客户

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 中国卫生巾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 2021-2026年中国卫生巾行业发展策略及投资建议

第一节 中国卫生巾行业产品策略分析

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 中国卫生巾行业营销渠道策略

一、卫生巾行业渠道选择策略

二、卫生巾行业营销策略

第三节 中国卫生巾行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国卫生巾行业重点投资区域分析

二、中国卫生巾行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/559245559245.html>