

中国女性私护品市场发展趋势研究与未来投资预测报告（2022-2029年）

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《中国女性私护品市场发展趋势研究与未来投资预测报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202203/577388.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、女性私护品行业现状

女性私护品是指治疗和保养女性私处方面的产品。由于生理构造不同以及生理周期的影响，女性天然更容易受到私处不适的困扰。根据世界卫生组织(WHO)的调查显示，全球95%的成年女性存在私处健康问题，在育龄期妇女中妇科疾病发病率已超过了70%，中国常见的妇科病发病率在87.6%以上，65%的中年女性患有两种或两种以上妇科疾病。受传统观念影响，尽管妇科疾病在长久以来就伴随着女性群体，但她们很少会谈论这件事情。

随着大健康时代的到来，女性对私处健康的重视度提升，私处护理成为闺蜜之间的常见话题，好产品、科普文章也都在朋友间相互分享，观念的转变之下，女性私护品不再是羞于启齿的内容。再加上女性私护品是一种相对稳定的一次性消耗用品，没有销售淡旺季之分，女性私护品逐渐成为刚需，行业迎来了迅猛发展期。数据显示，2018年我国女性私护品市场消费规模达到210亿元，2019年我国成为第三大私密养护大国，女性私护品市场消费规模增速基本稳定保持在30%以上。

数据来源：观研天下数据中心整理

显而易见，女性私护品有着巨大的市场前景。当前女性私护市场仍处于发展初期，尚未形成垄断式的行业巨头，这无疑是布局市场的大好时机。作为新兴产业，风险与机遇相伴相生，在今后的行业竞争中想要取得先手优势，品牌需及时察觉市场需求，提早布局抢占先机。

二、女性私护品行业布局方向

1. 产品多元化

西妮（现用名：西尼）是国内首家提出私处护理要与身体清洁有所区分的品牌，其研发生产的西妮5.5洗液是中国第一个女性私处专用护理产品，产品通过了国家中医药管理局专家委员会的审议并给予了高度的评价。西妮5.5洗液的出现使得女性私处护理产品成为一个单独的品类，也使得私密护理液成为女性私护品中的“先行者”，早早便抢占了消费者心智。

1989年洁尔阴和1999年妇炎洁的上市，则让私密护理液成为彼时女性健康护理产品中的“初代卷王”。2000年左右，医院医生大都会开洁尔阴、妇炎洁这两样产品给有妇科炎症困扰的女性。除此之外，当患者在网络问诊平台咨询时，一些答主也会建议其用洁尔阴、妇炎洁冲洗。当时市场上私密洗护产品种类及购买渠道单一，消费者的选择受到局限，“女性私护品=私处护理液=洁尔阴/妇炎洁”的观念逐渐加深。早年洁尔阴和妇炎洁两种产品就已合计占据全国妇科洗液市场50%以上份额，在市占率上实现“断层出道”。

资料来源：健康网、观研天下整理

此后，越来越多的企业开始盯上这片发展蓝海。在夏依等海外品牌和ABC等国内个人卫生用品厂商旗下品牌的入局背景下，行业竞争加剧，为了寻找差异化优势，企业将目光转向新产品的研发，产品品类逐渐丰富起来。目前女性私处护理产品已经延伸出“喷雾”“湿巾”“凝胶”等

多种形态。

我国女性私护产品分类

类别

主要品牌

私处护理液

ABC、妇炎洁、娇妍、诗洁、洁尔阴等

私处护理湿巾

ABC、妇炎洁、洁尔阴、西妮、娇妍、倍舒特等

私处护理凝胶

吻序、妇炎洁、芊茗草、三八妇乐、佳茵、零语、初蕊、棒女郎、韦香儿等

私处护理喷雾

妇炎洁、芊茗草、普肽、卫花、梦典、美洁而、宝姿莱等

资料来源：观研天下整理

近年来私处护理凝胶、私处护理湿巾逐渐成为我国女性私护新兴品类，这主要是由于女性消费者对女性私护品的要求由单纯的“有用”逐渐转向“有效”“安全”“舒适”“贴身”等需求并存。单一的产品内容明显已经不能满足市场的新需求，未来随着女性消费观念的进步和对产品要求的进一步提高，多元化将成为女性私护品行业主要发展趋势之一。

数据来源：观研天下数据中心整理

2.电商销售模式以新兴社交平台为主

女性私护品销售模式包括经销模式、直销模式和电商模式。现阶段经销模式是女性私护品行业主要的销售模式，2020年收入占比达到84.5%。

数据来源：观研天下数据中心整理

网络时代的到来，让电视广告“独霸”的时代逐渐落下帷幕，女性私护品的主流销售模式也在悄然发生改变。部分女性私护品品牌加大了和阿里健康大药房、京东大药房等医药电商平台的合作，电商销售模式呈现较快的上涨趋势。随着被称为“网上冲浪深度爱好者”的90后、95后新生代以及00后、05后超新生代消费群体成为主力军，女性私护品电商销售模式占比不断提升。

数据来源：观研天下数据中心整理

从消费特征来看，新生代消费群体对电商渠道的使用率更高，但又不仅仅只依赖于传统的B2C、C2C电商平台，而是通过兴趣平台APP+电商，如Bilibili+电商、抖音/小红书/微博+电商等方式被引流至感兴趣的产品电商店铺。为迎合受众，女性私护品品牌开始将大部分营销费

用花的目标消费人群最爱“逛”的地方，小红书、微信公众号等新兴社交平台将成为电商销售模式的主要布局方向。

资料来源：小红书、观研天下整理

3.逐渐向下沉市场转移

从市场需求来看，女性私护品消费区域集中在华北、华南和华东地区，这其中又以北京、上海、广州、深圳、南京、武汉等一线城市的需求量为主，这是由于这些经济较发达的城市人口密集，其女性人群的消费能力较强。而华中、西部以及东北地区受经济水平和消费水平的限制，目前实际消费量还比较有限。

数据来源：观研天下数据中心整理

国内女性私护品市场呈现出明显的分化趋势，但女性对生理健康的关注程度与其工资水平并不呈现正相关，下沉市场的女性同样爱自己。具体而言,2020年女性健康类应用城市等级分布中,三、四、五线占比分别为20.7%、23.7%、14.2%,占比之和领先一线、新一线、二线超17个百分点。未来，随着我国女性私护品市场逐渐饱和以及女性健康意识的全面觉醒，市场将从一二线城市向三四线城市过渡，给行业带来新的增长点。

数据来源：观研天下数据中心整理（zlj）

三、总结

我国女性人口基数大，其对私处护理的心态和观念也正在不断发生转变，再加上近年来“关爱女性，关注生殖健康，提高国民健康水平”已经成为政府的目标和任务，我国女性私护品行业正处于发展红利期。但随着行业竞争加剧，各女性私护品品牌“出头”将变得越发艰难，企业应在新的形势之下，顺势而上，才能获得长足的发展。

观研报告网发布的《中国女性私护品市场发展趋势研究与未来投资预测报告（2022-2029年）》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，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 2018-2022年中国女性私护品行业发展概述

第一节 女性私护品行业发展情况概述

一、女性私护品行业相关定义

二、女性私护品行业基本情况介绍

三、女性私护品行业发展特点分析

四、女性私护品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、女性私护品行业需求主体分析

第二节 中国女性私护品行业生命周期分析

一、女性私护品行业生命周期理论概述

二、女性私护品行业所属的生命周期分析

第三节 女性私护品行业经济指标分析

一、女性私护品行业的赢利性分析

二、女性私护品行业的经济周期分析

三、女性私护品行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球女性私护品行业市场发展现状分析

第一节 全球女性私护品行业发展历程回顾

第二节 全球女性私护品行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲女性私护品行业地区市场分析

- 一、亚洲女性私护品行业市场现状分析
- 二、亚洲女性私护品行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲女性私护品行业市场前景分析

第四节北美女性私护品行业地区市场分析

- 一、北美女性私护品行业市场现状分析
- 二、北美女性私护品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美女性私护品行业市场前景分析

第五节欧洲女性私护品行业地区市场分析

- 一、欧洲女性私护品行业市场现状分析
- 二、欧洲女性私护品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲女性私护品行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界女性私护品行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球女性私护品行业市场规模预测

第三章 中国女性私护品行业产业发展环境分析

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

第二节我国宏观经济环境对女性私护品行业的影响分析

第三节中国女性私护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
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对女性私护品行业的影响分析

第五节中国女性私护品行业产业社会环境分析

第四章 中国女性私护品行业运行情况

第一节中国女性私护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

第二节中国女性私护品行业市场规模分析

一、影响中国女性私护品行业市场规模的因素

二、中国女性私护品行业市场规模

三、中国女性私护品行业市场规模解析

第三节中国女性私护品行业供应情况分析

一、中国女性私护品行业供应规模

二、中国女性私护品行业供应特点

第四节中国女性私护品行业需求情况分析

一、中国女性私护品行业需求规模

二、中国女性私护品行业需求特点

第五节中国女性私护品行业供需平衡分析

第五章 中国女性私护品行业产业链和细分市场分析

第一节中国女性私护品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、女性私护品行业产业链图解

第二节中国女性私护品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对女性私护品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对女性私护品行业的影响分析

第三节我国女性私护品行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国女性私护品行业市场竞争分析

第一节中国女性私护品行业竞争要素分析

一、产品竞争

二、服务竞争

三、渠道竞争

四、其他竞争

第二节中国女性私护品行业竞争现状分析

一、中国女性私护品行业竞争格局分析

二、中国女性私护品行业主要品牌分析

第三节中国女性私护品行业集中度分析

一、中国女性私护品行业市场集中度影响因素分析

二、中国女性私护品行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国女性私护品行业模型分析

第一节中国女性私护品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国女性私护品行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国女性私护品行业SWOT分析结论

第三节中国女性私护品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国女性私护品行业需求特点与动态分析

第一节中国女性私护品行业市场动态情况

第二节中国女性私护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

第三节女性私护品行业成本结构分析

第四节女性私护品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国女性私护品行业价格现状分析

第六节中国女性私护品行业平均价格走势预测

一、中国女性私护品行业平均价格趋势分析

二、中国女性私护品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国女性私护品行业所属行业运行数据监测

第一节中国女性私护品行业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

第二节中国女性私护品行业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

第三节中国女性私护品行业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

第十章 2018-2022年中国女性私护品行业区域市场现状分析

第一节中国女性私护品行业区域市场规模分析

影响女性私护品行业区域市场分布的因素

中国女性私护品行业区域市场分布

第二节中国华东地区女性私护品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区女性私护品行业市场分析

- (1) 华东地区女性私护品行业市场规模
- (2) 华南地区女性私护品行业市场现状
- (3) 华东地区女性私护品行业市场规模预测

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、华中地区女性私护品行业市场分析
 - (1) 华中地区女性私护品行业市场规模
 - (2) 华中地区女性私护品行业市场现状
 - (3) 华中地区女性私护品行业市场规模预测

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、华南地区女性私护品行业市场分析
 - (1) 华南地区女性私护品行业市场规模
 - (2) 华南地区女性私护品行业市场现状
 - (3) 华南地区女性私护品行业市场规模预测

第五节华北地区女性私护品行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区女性私护品行业市场分析
 - (1) 华北地区女性私护品行业市场规模
 - (2) 华北地区女性私护品行业市场现状
 - (3) 华北地区女性私护品行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区女性私护品行业市场分析
 - (1) 东北地区女性私护品行业市场规模
 - (2) 东北地区女性私护品行业市场现状
 - (3) 东北地区女性私护品行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析

三、西南地区女性私护品行业市场分析

(1) 西南地区女性私护品行业市场规模

(2) 西南地区女性私护品行业市场现状

(3) 西南地区女性私护品行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区女性私护品行业市场分析

(1) 西北地区女性私护品行业市场规模

(2) 西北地区女性私护品行业市场现状

(3) 西北地区女性私护品行业市场规模预测

第十一章 女性私护品行业企业分析（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、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国女性私护品行业发展前景分析与预测

第一节中国女性私护品行业未来发展前景分析

一、女性私护品行业国内投资环境分析

二、中国女性私护品行业市场机会分析

三、中国女性私护品行业投资增速预测

第二节中国女性私护品行业未来发展趋势预测

第三节中国女性私护品行业规模发展预测

一、中国女性私护品行业市场规模预测

二、中国女性私护品行业市场规模增速预测

三、中国女性私护品行业产值规模预测

四、中国女性私护品行业产值增速预测

五、中国女性私护品行业供需情况预测

第四节中国女性私护品行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国女性私护品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国女性私护品行业进入壁垒分析

一、女性私护品行业资金壁垒分析

二、女性私护品行业技术壁垒分析

三、女性私护品行业人才壁垒分析

四、女性私护品行业品牌壁垒分析

五、女性私护品行业其他壁垒分析

第二节女性私护品行业风险分析

一、女性私护品行业宏观环境风险

二、女性私护品行业技术风险

三、女性私护品行业竞争风险

四、女性私护品行业其他风险

第三节中国女性私护品行业存在的问题

第四节中国女性私护品行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国女性私护品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国女性私护品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国女性私护品行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节女性私护品行业营销策略分析

一、女性私护品行业产品营销

二、女性私护品行业定价策略

三、女性私护品行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/577388.html>