

中国一次性卫生用品行业发展深度分析与投资前景研究报告（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《中国一次性卫生用品行业发展深度分析与投资前景研究报告（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/202209/608653.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、概述

一次性卫生用品包括吸收性卫生用品和非吸收性卫生用品。其中，吸收性卫生用品主要包括女性卫生用品、婴儿卫生用品与成人失禁用品；非吸收性卫生用品主要是湿巾和干巾市场。

一次性卫生用品行业细分市场

数据来源：观研天下整理

二、发展机遇

1.人均可支配收入提高带动消费升级，行业需求呈现高端化、多元化趋势

人均可支配收入是影响国民消费水平和消费升级的核心因素。近年来，随着国民经济持续向好发展及居民生活水平的提高，使得消费者人均可支配收入不断上升及消费升级，对一次性卫生用品的需求更加多元化，为行业带来价与量的机会。

根据数据显示，2021年，全年全国居民人均可支配收入35128元，同比增长9.1%，扣除价格因素，实际增长8.1%，快于人均GDP增速。同时，我国现阶段处于第三阶段的品质消费，该阶段内消费者注重一次性卫生用品的基本吸收性功能，并对产品品质的单一追求发展到对舒适性、品质、便利性、安全性等多元化为一体的需求。

数据来源：国家统计局

消费升级进程

/

人均GDP

消费主体

日本

美国

中国

第一阶段生存阶段

/

消费以生存所需的必要商品为主

1921-1941

-

20世纪80年代-1993年

第二阶段大众消费

<5000美元

私家车、私人住宅、大家电普及

1945-1974

1920-60年代

1992-2010年

第三阶段品质消费

5000-30000美元

消费从量变到质变

1975-2004

1960-90年代

2011年至今

第四阶段理性消费

>30000美元

无品牌倾向，朴素化、休闲化；注重性价比

2005-至今

20世纪90年代后

- 数据来源：观研天下整理

2、新兴销售渠道兴起，电商平台发展给一次性卫生用品赛道注入新活力

我国一次性卫生用品行业市场规模持续增长的主要驱动因素除了居民可支配收入提升、需求持续细化之外，下游销售渠道的结构性变化也为行业提供有效的流通支持，尤其是伴随互联网快速发展所带来的流量红利，使得我国一次性卫生用品行业电商销售渠道愈发重要，市场增长最为明显，如2020年婴儿卫生用品的电商渠道销售占比达到49%，占据将近一半销售额。

因此，随着我国网购用户规模不断上升，一次性卫生用品行业的电商销售额占比将出现进一步提升。根据数据显示，2021年，中国网络用户规模为84210万人，同比增长7.6%，网络购物使用率为81.6%。

数据来源：观研天下整理

三、发展现状

近年来，随着我国居民人均可支配收入的提高和个人健康护理意识不断加强，我国一次性个人卫生用品行业持续保持增长，其中卫生巾市场行业规模稳步增长，婴儿纸尿裤和成人失禁用品需求不断增加、市场渗透率逐步上升。

1、女性卫生用品：拥有庞大的消费者群体，市场规模稳步增长

作为快消品和生活必需品，卫生巾已成为女性经期护理不可或缺的卫生用品，女性卫生用品市场拥有庞大的消费者群体，市场规模稳步增长。根据数据显示，2020年，我国女性卫生用品行业市场规模达到613.0亿元，同比增长了7.1%，预计2021年约为650亿元；2021年女

性卫生用品零售量1201亿片，同比增长0.6%。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

2、婴儿卫生用品：疫情后市场规模将提升，下沉市场增长潜力大

2019-2020年，受国内新生儿人口数量下降、疫情不确定性危险因素大等影响，我国婴儿卫生用品行业规模出现下降，截止2020年婴儿纸尿裤市场规模下降至485.6亿元，同比下降2.6%。不过，长期来看，受全面放开二胎政策、育儿群体的年轻化及育儿观念的升级等因素影响，我国婴儿卫生用品行业规模将有所回升。

数据来源：观研天下整理

同时，低线城市的住房成本和养育成本低，其生育意愿高于一、二线城市，并且该区域的婴儿纸尿裤的普及率还不及10%，所以我国婴儿卫生用品行业下沉市场增长潜力大。

3、成人失禁用品：市场处于导入期阶段，行业将有望进入加速增长期

成人失禁用品的消费群体主要包括活动不便的老人、因手术或生育导致的卧床患者、以及因外出或交通堵塞无法如厕的功能性需求患者等，具有穿戴方便、贴身舒适的特点。

目前，我国失禁人群的消费习惯尚未完全养成，成人失禁用品行业处于导入期阶段。未来，随着国内失禁人群消费观念的逐步改善、大众对成人失禁用品的接受度逐渐提升及社会老龄化进程的加速，我国成人失禁用品市场将有望进入加速增长期。

根据数据显示，2021年，我国65岁及以上人口突破2亿人，达到20056万人，比上年增加334万人，占全国人口的14.2%；成人失禁用品市场规模达75.1亿元，较上年同比增长20.7%

。

数据来源：国家统计局

数据来源：观研天下整理（WYD）

观研报告网发布的《中国一次性卫生用品行业发展深度分析与投资前景研究报告（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、一次性卫生用品特点分析
- 三、一次性卫生用品行业基本情况介绍
- 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/服务模式

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

第三节 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

第二章 2018-2022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规模与区域分布情况

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

第五节欧洲一次性卫生用品行业地区市场分析

一、欧洲一次性卫生用品行业市场现状分析

二、欧洲一次性卫生用品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲一次性卫生用品行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界一次性卫生用品行业分布走势预测

第七节 2022-2029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行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对一次性卫生用品行业的影响分析

第三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

三、主要行业标准

第四节政策环境对一次性卫生用品行业的影响分析

第五节中国一次性卫生用品行业产业社会环境分析

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

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

一、影响中国一次性卫生用品行业市场规模的因素

二、中国一次性卫生用品行业市场规模

三、中国一次性卫生用品行业市场规模解析

第三节中国一次性卫生用品行业供应情况分析

一、中国一次性卫生用品行业供应规模

二、中国一次性卫生用品行业供应特点

第四节中国一次性卫生用品行业需求情况分析

一、中国一次性卫生用品行业需求规模

二、中国一次性卫生用品行业需求特点

第五节中国一次性卫生用品行业供需平衡分析

第五章 中国一次性卫生用品行业产业链和细分市场分析

第一节中国一次性卫生用品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、一次性卫生用品行业产业链图解

第二节中国一次性卫生用品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对一次性卫生用品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对一次性卫生用品行业的影响分析

第三节我国一次性卫生用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年中国一次性卫生用品行业市场竞争分析

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格局分析

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影响因素分析

二、中国一次性卫生用品行业市场集中度分析

第三节中国一次性卫生用品行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国一次性卫生用品行业模型分析

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、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

第二节中国一次性卫生用品行业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、中国一次性卫生用品行业SWOT分析结论

第三节中国一次性卫生用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结构分析

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、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平均价格趋势分析

二、中国一次性卫生用品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国一次性卫生用品行业所属行业运行数据监测

第一节中国一次性卫生用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

第二节中国一次性卫生用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

第三节中国一次性卫生用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析

一、影响一次性卫生用品行业区域市场分布的因素

二、中国一次性卫生用品行业区域市场分布

第二节中国华东地区一次性卫生用品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区一次性卫生用品行业市场分析

(1) 华东地区一次性卫生用品行业市场规模

(2) 华南地区一次性卫生用品行业市场现状

(3) 华东地区一次性卫生用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、华中地区一次性卫生用品行业市场分析

(1) 华中地区一次性卫生用品行业市场规模

(2) 华中地区一次性卫生用品行业市场现状

(3) 华中地区一次性卫生用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、华南地区一次性卫生用品行业市场分析

(1) 华南地区一次性卫生用品行业市场规模

(2) 华南地区一次性卫生用品行业市场现状

(3) 华南地区一次性卫生用品行业市场规模预测

第五节华北地区一次性卫生用品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区一次性卫生用品行业市场分析

(1) 华北地区一次性卫生用品行业市场规模

(2) 华北地区一次性卫生用品行业市场现状

(3) 华北地区一次性卫生用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、东北地区一次性卫生用品行业市场分析

(1) 东北地区一次性卫生用品行业市场规模

(2) 东北地区一次性卫生用品行业市场现状

(3) 东北地区一次性卫生用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、西南地区一次性卫生用品行业市场分析

(1) 西南地区一次性卫生用品行业市场规模

(2) 西南地区一次性卫生用品行业市场现状

(3) 西南地区一次性卫生用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、西北地区一次性卫生用品行业市场分析

（1）西北地区一次性卫生用品行业市场规模

（2）西北地区一次性卫生用品行业市场现状

（3）西北地区一次性卫生用品行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国一次性卫生用品行业市场规模区域分布预测

第十一章 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

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规模发展预测

- 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

第十三章 2022-2029年中国一次性卫生用品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 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

第二节 一次性卫生用品行业风险分析

- 一、一次性卫生用品行业宏观环境风险
- 二、一次性卫生用品行业技术风险
- 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

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

第十四章 2022-2029年中国一次性卫生用品行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国一次性卫生用品行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国一次性卫生用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 一次性卫生用品行业营销策略分析

一、一次性卫生用品行业产品策略

二、一次性卫生用品行业定价策略

三、一次性卫生用品行业渠道策略

四、一次性卫生用品行业促销策略

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/202209/608653.html>