

中国个人卫生用品行业发展现状研究与投资前景 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《中国个人卫生用品行业发展现状研究与投资前景预测报告（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/202211/618715.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

个人卫生用品属于快速消费品行业的一种，归属于一次性卫生用品产业，主要有吸收型卫生用品和失禁垫两类。其中吸收型卫生用品又包括卫生巾、护垫等其他吸收卫生用品，失禁垫主要分为成人失禁和婴儿失禁产品。

资料来源：观研天下整理

一、行业市场规模

近年受益整体老龄化、婴儿和女性个人消费重视程度持续增长，我国个人卫生用品市场规模持续增长。数据显示，2021年我国个人卫生用品市场规模由2016年590亿元增至860亿元，复合年均增长率为7.9%，预计2023年我国个人卫生用品市场规模将达9714亿元。

数据来源：观研天下整理

目前在我国个人卫生用品整体市场中，卫生巾使用频次高（2021年达到每天4至5次，接近日本消费者的每天5至6次），且国内使用人群总量较高，占比国内个人卫生用品市场规模近九成；其次为失禁垫，占整体规模较小，占比只有1.3%。

数据来源：观研天下整理

2016-2021年随着女性经期健康个人卫生意识的提高以及居民收入的提升，我国卫生巾市场规模不断增长。数据显示，2021年我国卫生巾市场规模从2016年的496亿元增至768亿元。预计2023年我国卫生巾市场规模将达到865亿元。

数据来源：观研天下整理

失禁垫方面，虽然整体规模较小，但整体市场规模增速较快。数据显示，2021年我国失禁垫市场规模从2016年的6亿元增至11亿元。但目前按失禁用品使用者人数除以患有失禁问题的人数计算的中国失禁用品普及率约为5%，远低于日本等发达国家约80%的普及率。因此预计随着我国失禁用品普及率不断提升，市场规模将保持增长态势。预计到2023年我国失禁垫市场规模将达到16亿元。

数据来源：观研天下整理

二、行业上下游情况

个人卫生用品上游主要是原材料，以卫生巾、纸尿裤为代表的一次性卫生用品类成本中，无纺布、膜、高分子、胶、浆板等为主要构成；下游则是销售渠道及其最终消费者。其中销售渠道包括现代渠道、传统渠道、母婴渠道、电商等。

资料来源：观研天下整理

1、上游端：无纺布

目前我国卫生巾、纸尿裤为代表的一次性卫生用品类成本中，无纺布成本占比最高，为19.4%。

数据来源：观研天下整理

无纺布又称为非织造布，是一种无需经过纺纱织布而形成的织物，主要通过将纺织短纤维或者长丝进行定向或者随机排列，形成纤网结构，然后采用机械、热粘或化学等方法加固而成，具有防潮、透气、柔韧、轻薄、阻燃、无毒无味、价格低廉、可循环再用等特点。

2020年疫情期间，人们对口罩、一次性卫生用品等需求量大幅增加，无纺布作为上游市场产量及企业利润率均得到极大的提升。进入2021年受疫情好转影响，无纺布产量有所下降，为820.5万吨，同比下降6.63%。

数据来源：观研天下整理

2、下游端

1、老龄化持续加深，带动成人失禁用品市场快速增长

近年来随着医疗科技水平持续提升，人均寿命持续增长同时国家整体生育率持续走低影响，使得老龄化持续加深，65岁以上人口数量持续增长。数据显示，2021年我国65岁以上人口达到了2.01亿人。

数据来源：观研天下整理

而随着老龄化不断加深，以及因医疗技术发展，老年失能人口不断增多。到目前失能人口主要为老年人，是个人卫生用品发展的关键驱动力。数据显示，2021年我国失能人口也已增长至4500万人左右。

数据来源：观研天下整理

2、女性人口基数大，卫生巾拥有庞大的消费者群体，市场需求相对稳定

女性卫生用品作为快消品和生活必需品，具有庞大的消费者群体，市场需求相对稳定。根据数据，2021年，我国女性人口数量达到6.89亿人。而在2017年，我国卫生巾市场渗透率就已接近100%，当年的使用适龄女性（15-49岁）人口数量已超过3.8亿人，卫生巾市场规模进一步扩大。同时，根据数据显示，2010-2017年，我国女性初潮年龄平均提前1岁，在2000年之后的性发育年龄甚至提前到12.7岁。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

3、线上渠道占比情况持续走高

虽然目前在个人卫生用品市场中，线下依然是销售主要渠道，但近年随着直播电商和快递物流产业持续发展，产品持续走向线上，我国个人卫生用品线上占比情况持续走高。数据显示，2021我国个人卫生用品线下占比从2016年的10%增长至23.7%，预计在互联网物流和电商产业持续扩张背景下，我国个人卫生用品线上占比将持续提升。

数据来源：观研天下整理（WW）

观研报告网发布的《中国个人卫生用品行业发展现状研究与投资前景预测报告（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。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年中国个人卫生用品行业发展概述

第一节 个人卫生用品行业发展情况概述

一、个人卫生用品行业相关定义

二、个人卫生用品特点分析

三、个人卫生用品行业基本情况介绍

四、个人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、个人卫生用品行业需求主体分析

第二节 中国个人卫生用品行业生命周期分析

一、个人卫生用品行业生命周期理论概述

二、个人卫生用品行业所属的生命周期分析

第三节 个人卫生用品行业经济指标分析

一、个人卫生用品行业的赢利性分析

二、个人卫生用品行业的经济周期分析

三、个人卫生用品行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球个人卫生用品行业市场发展现状分析

第一节 全球个人卫生用品行业发展历程回顾

第二节 全球个人卫生用品行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲个人卫生用品行业地区市场分析

一、亚洲个人卫生用品行业市场现状分析

二、亚洲个人卫生用品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲个人卫生用品行业市场前景分析

第四节 北美个人卫生用品行业地区市场分析

一、北美个人卫生用品行业市场现状分析

二、北美个人卫生用品行业市场规模与市场需求分析

三、北美个人卫生用品行业市场前景分析

第五节 欧洲个人卫生用品行业地区市场分析

一、欧洲个人卫生用品行业市场现状分析

二、欧洲个人卫生用品行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲个人卫生用品行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界个人卫生用品行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球个人卫生用品行业市场规模预测

第三章 中国个人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个人卫生用品行业的影响分析

第三节 中国个人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 政策环境对个人卫生用品行业的影响分析

第五节 中国个人卫生用品行业产业社会环境分析

第四章 中国个人卫生用品行业运行情况

第一节 中国个人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 中国个人卫生用品行业市场规模分析

一、影响中国个人卫生用品行业市场规模的因素

二、中国个人卫生用品行业市场规模

三、中国个人卫生用品行业市场规模解析

第三节 中国个人卫生用品行业供应情况分析

一、中国个人卫生用品行业供应规模

二、中国个人卫生用品行业供应特点

第四节 中国个人卫生用品行业需求情况分析

一、中国个人卫生用品行业需求规模

二、中国个人卫生用品行业需求特点

第五节 中国个人卫生用品行业供需平衡分析

第五章 中国个人卫生用品行业产业链和细分市场分析

第一节 中国个人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、个人卫生用品行业产业链图解

第二节 中国个人卫生用品行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对个人卫生用品行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对个人卫生用品行业的影响分析

第三节 我国个人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年中国个人卫生用品行业市场竞争分析

第一节 中国个人卫生用品行业竞争现状分析

- 一、中国个人卫生用品行业竞争格局分析
- 二、中国个人卫生用品行业主要品牌分析

第二节 中国个人卫生用品行业集中度分析

- 一、中国个人卫生用品行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国个人卫生用品行业市场集中度分析

第三节 中国个人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年中国个人卫生用品行业模型分析

第一节 中国个人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 中国个人卫生用品行业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、中国个人卫生用品行业SWOT分析结论

第三节 中国个人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年中国个人卫生用品行业需求特点与动态分析

第一节 中国个人卫生用品行业市场动态情况

第二节 中国个人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 个人卫生用品行业成本结构分析

第四节 个人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 中国个人卫生用品行业价格现状分析

第六节 中国个人卫生用品行业平均价格走势预测

一、中国个人卫生用品行业平均价格趋势分析

二、中国个人卫生用品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国个人卫生用品行业所属行业运行数据监测

第一节 中国个人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 中国个人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 中国个人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年中国个人卫生用品行业区域市场现状分析

第一节 中国个人卫生用品行业区域市场规模分析

一、影响个人卫生用品行业区域市场分布的因素

二、中国个人卫生用品行业区域市场分布

第二节 中国华东地区个人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、华东地区个人卫生用品行业市场分析

(1) 华东地区个人卫生用品行业市场规模

(2) 华南地区个人卫生用品行业市场现状

(3) 华东地区个人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、华中地区个人卫生用品行业市场分析

(1) 华中地区个人卫生用品行业市场规模

(2) 华中地区个人卫生用品行业市场现状

(3) 华中地区个人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、华南地区个人卫生用品行业市场分析

(1) 华南地区个人卫生用品行业市场规模

(2) 华南地区个人卫生用品行业市场现状

(3) 华南地区个人卫生用品行业市场规模预测

第五节 华北地区个人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、华北地区个人卫生用品行业市场分析

(1) 华北地区个人卫生用品行业市场规模

(2) 华北地区个人卫生用品行业市场现状

(3) 华北地区个人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、东北地区个人卫生用品行业市场分析

(1) 东北地区个人卫生用品行业市场规模

(2) 东北地区个人卫生用品行业市场现状

(3) 东北地区个人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、西南地区个人卫生用品行业市场分析

(1) 西南地区个人卫生用品行业市场规模

(2) 西南地区个人卫生用品行业市场现状

(3) 西南地区个人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、西北地区个人卫生用品行业市场分析

(1) 西北地区个人卫生用品行业市场规模

(2) 西北地区个人卫生用品行业市场现状

(3) 西北地区个人卫生用品行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国个人卫生用品行业市场规模区域分布预测

第十一章 个人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年中国个人卫生用品行业发展前景分析与预测

第一节 中国个人卫生用品行业未来发展前景分析

一、个人卫生用品行业国内投资环境分析

二、中国个人卫生用品行业市场机会分析

三、中国个人卫生用品行业投资增速预测

第二节 中国个人卫生用品行业未来发展趋势预测

第三节 中国个人卫生用品行业规模发展预测

一、中国个人卫生用品行业市场规模预测

二、中国个人卫生用品行业市场规模增速预测

三、中国个人卫生用品行业产值规模预测

四、中国个人卫生用品行业产值增速预测

五、中国个人卫生用品行业供需情况预测

第四节 中国个人卫生用品行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国个人卫生用品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国个人卫生用品行业进入壁垒分析

- 一、个人卫生用品行业资金壁垒分析
- 二、个人卫生用品行业技术壁垒分析
- 三、个人卫生用品行业人才壁垒分析
- 四、个人卫生用品行业品牌壁垒分析
- 五、个人卫生用品行业其他壁垒分析

第二节 个人卫生用品行业风险分析

- 一、个人卫生用品行业宏观环境风险
- 二、个人卫生用品行业技术风险
- 三、个人卫生用品行业竞争风险
- 四、个人卫生用品行业其他风险

第三节 中国个人卫生用品行业存在的问题

第四节 中国个人卫生用品行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国个人卫生用品行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国个人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 中国个人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 个人卫生用品行业营销策略分析

- 一、个人卫生用品行业产品策略
- 二、个人卫生用品行业定价策略
- 三、个人卫生用品行业渠道策略
- 四、个人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/202211/618715.html>