

女性清洁卫生用品 - 中国 - 2013年 4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



中国女性卫生用品市场尚未达到其顶峰，前提是业内公司持续投资和创新。根据中国生活用纸行业协会的数据，2010年卫生巾（该市场最大的细分品类）总消费量是550亿片。

假设核心用户基数为3.8亿（15-50岁的中国女性人口总数），平均经期是四天，那么每个月经日消费的卫生巾数量平均仅为三片。换句话说，中国女性平均每八小时更换一次卫生巾，和各种标准相比都是相当低的更换频率，但也意味着明确的增长空间。

在这篇报告中我们回答了以下问题：

- 中国目前的女性卫生用品市场状态如何，影响其未来发展的重要因素有哪些？
- 消费者群体之间的差别有哪些，她们在寻找哪些产品利益？
- 瞬息万变的社会经济趋势为市场竞争者们带来了哪些机遇？
- 成功和不太成功的上市产品给予了我们什么经验和教训？
- 如何在中国发展使用率较低的细分市场，例如卫生棉条和女性护理液市场？

定义

在本报告中，女性卫生用品涵盖了卫生巾、卫生护垫、卫生棉条和其他女性卫生用品。

- **卫生巾：**
包括了日用和夜用的，有护翼和无护翼的，以及具有各种吸收能力的卫生巾。
- **卫生护垫：**
包括各种吸收能力的卫生护垫。
- **卫生棉条：**
包括各种吸收能力的卫生棉条，不论有无施放器。
- **女性卫生湿巾、护理液、月经杯和女性香体剂：**
包括了女性私处卫生护理所使用的卫生湿巾、女性护理液、月经杯和女性香体剂。

不包括

成人尿片、失禁产品、宝宝卫生湿巾、普通湿巾和用于治疗的药用女性护理液。

市场价值基于通过所有零售渠道的销售，包括直销。

“中国女性卫生用品市场尚未达到其顶峰，前提是业内公司持续投资和创新。根据中国生活用纸行业协会的数据，2010年卫生巾（该市场最大的细分品类）总消费量是550亿片。假设核心用户基数为3.8亿（15-50岁的中国女性人口总数），平均经期是四天，那么每个月经日消费的卫生巾数量平均仅为三片。换句话说，中国女性平均每八小时更换一次卫生巾，和各种标准相比都是相当低的更换频率，但也意味着明确的增长空间。增长的进一步推动也来自于与这个市场相关的诸多社会及人口特征变化，例如，女性更早进入青春期或是对更高端的女性卫生用品的兴趣和追求。

还有一点也不容忽视：虽然中国经济持续增长，但不同等级的城市 and 不同地区之间的基础设施、生活条件和收入水平仍存在显著差异，这些都影响着人们对于个人卫生用品的认识、态度和使用习惯。一方面，城市化和妇科疾病发生率的上升都促使消费者对产品提出更高要求、购买价格更高的产品并养成更好的使用习惯，从而给品牌产品带来机会。另一方面，中国仍然有大量的农村女性得不到良好的卫生设施，类似的状况还存在于发达城市里辛苦谋生的流动人口群体。因此，物美价廉的基础型卫生护理产品仍然有很大的市场空间。

购买这篇报告

地址：
store.mintel.com

电话：
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
oxygen@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

女性清洁卫生用品 - 中国 - 2013年 4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

女性卫生用品的性质决定了它是一种必需品，其市场饱和只是时间问题，事实上在许多一、二线城市里，女性卫生用品市场在某种程度上已经趋于饱和，而且竞争更激烈、更残酷。相比之下，市场领先者更有利用其规模和分销能力来保持优势的余地，而较小的竞争者们则更需要通过明确的定位来培养自己的核心用户群。这其中的挑战在于如何在一个以功能性驱动为主的消费者群体中形成差异化竞争。”

徐如一，研究副经理

现在购买这篇报告 |

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: oxygen@mintel.com

女性清洁卫生用品 - 中国 - 2013年 4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

引言

定义

研究方法

消费者调查

缩写

综述

市场

数据1: 中国女性卫生用品市场价值预测，以本地货币计算，2007-2017年

市场细分

数据2: 中国女性卫生用品市场细分，细分市场价值、份额和增长，2009-2012年

公司和品牌

数据3: 中国女性卫生用品企业的市场份额（按销售额（%）统计），2009-2012年

消费者

关键议题

对于妇科疾病关注为提高产品使用替换频率和产品购买升级带来机遇

品牌需要明确定位以吸引和保留核心用户

吸引和培养年轻女性消费者是增长低使用率品类的关键

市场

要点

背景

市场规模

数据4: 中国女性卫生用品市场价值，以本地货币计算，2007-2012年

增长驱动力

增长限制

预测

数据5: 中国女性卫生用品市场价值预测，以本地货币计算，2007-2017年

细分市场的预测

数据6: 中国卫生巾细分市场的价值预测，以本地货币计算，2007-2017年

数据7: 中国卫生护垫细分市场的价值，以本地货币计算，2007-2017年

数据8: 中国卫生棉条细分市场的价值预测，以本地货币计算，2007-2017年

数据9: 中国的卫生湿巾、女性护理液、月经杯和女性香体剂细分市场的价值预测，2007-2017年

市场细分

数据10: 中国女性卫生用品市场细分（按销售额统计），2009-2012年

公司和品牌

要点

背景

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: oxygen@mintel.com

女性清洁卫生用品 - 中国 - 2013年 4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

价格档位

市场份额

数据11: 中国女性卫生用品企业的市场份额 (按销售额 (%)) 统计, 2012年

数据12: 中国女性卫生用品企业的市场份额 (按销售额 (%)) 统计, 2009-2012年

恒安国际集团有限公司

数据13: 七度空间

宝洁

数据14: 护舒宝Pinkcess粉护系列

数据15: 朵朵

尤妮佳

强生

景兴卫生用品有限公司

数据16: ABC女性护理液

金佰利

数据17: 舒而美和高洁丝的瞬吸蓝

消费者

要点

所使用的经期保护产品和女性卫生用品的类型

数据18: 所使用的经期保护产品和女性卫生护理用品的类型, 2013年2月

所使用的经期保护产品的品牌

数据19: 所使用的经期保护产品的品牌, 2013年2月

经期保护产品的重要特性

数据20: 经期保护产品的重要特性, 2013年2月

购买经期保护用品的主要考量因素

数据21: 购买经期保护产品时考虑的重要因素, 2013年2月

对于经期保护产品的态度与看法

数据22: 对于经期保护产品的态度, 2013年2月

对女性日常卫生护理用品的态度与看法

数据23: 对女性日常卫生护理用品的态度与看法, 2013年2月

对于妇科疾病的关注为提高产品使用替换频率和产品购买升级带来机遇

要点

月经疾病和妇科疾病的普遍警示女性要更认真地对待个人卫生和健康

数据24: 中国妇科疾病的患病率, 2001-2010年

数据25: 在中国促进女性健康的营销活动

品牌作为产品安全和质量的保障, 其重要性将越来越突出

借助对女性健康的追求推动产品高端化— 天然产品是吸引消费者的一大亮点

数据26: 全棉时代

数据27: 在中国新上市的女性卫生用品 (按宣称统计), 2008-2013年2月

数据28: 益母草苦艾卫生巾

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: oxygen@mintel.com

女性清洁卫生用品 - 中国 - 2013年 4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据29: 屈臣氏芦荟护垫

数据30: 安尔乐的抗菌卫生巾

数据31: 丽尔爽的竹炭卫生巾

这意味着什么

品牌需要明确定位以吸引并保持核心用户

要点

目前的中国女性卫生用品市场充斥着拥有近似宣称和创新的雷同产品

数据32: 中国和日本新上市的女性卫生用品 (按上市类型统计), 2008-2013年2月

数据33: ABC和ADG的标志设计和产品包装

数据34: 安尔乐和护舒宝的拉口式包装设计

数据35: 在中国、日本和英国的新上市女性卫生用品的前三大宣称, 2008-2013年2月

数据36: 金佰利在中国的创新以及在美国推出的Always Infinity

随着跨国公司和本土公司逐渐突破彼此的传统市场领域, 价格等级的划分正在变得更加模糊化

数据37: 最受欢迎的卫生护理品牌 (按地区统计), 2013年2月

成功的品牌通过清晰的定位来把握核心消费群体

数据38: 消费者购买经期保护产品时考虑的重要因素/产品特性 (按年龄统计), 2013年2月

数据39: 对于经期保护产品的态度 (按家庭收入统计), 2013年2月

数据40: 护舒宝的甜睡系列

这意味着什么

吸引和培养年轻女性消费者是增长低使用率品类的关键要点

要点

阻碍女性采用卫生棉条和女性护理液的传统观念已显得越来越过时

数据41: 中国从外国进口的女性卫生用品

数据42: 体美丝的网店

利用在线零售渠道和社交媒体与消费者进行“现代对话”

数据43: 金佰利在美国的“知识一代”(Generation Know)活动网站

数据44: 消费者对于在线购物的态度 (按性别统计), 2013年2月

把握年轻女性, 塑造市场未来

这意味着什么

附录—使用的经期保护用品和女性日常卫生护理用品

数据 45: 使用的经期卫生用品和女性日常卫生护理用品, 2013年2月

数据46: 使用的经期卫生用品和女性日常卫生护理用品 (按人口统计), 2013年2月

数据47: (续) 使用的经期卫生用品和女性日常卫生护理用品 (按人口统计), 2013年2月

数据48: 使用的女性日常卫生护理用品 (按人口统计), 2013年2月

附录—经期保护用品使用品牌

数据49: 经期卫保护用品使用品牌, 2013年2月

数据50: 经期保护用品使用品牌 (按人口统计), 2013年2月

数据51: (续) 经期保护用品使用品牌 (由人口统计), 2013年2月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: oxygen@mintel.com

女性清洁卫生用品 - 中国 - 2013年 4月

报告价格: £2463.80 | \$3990.00 | €3129.79

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

附录—经期保护用品的重要特性

数据52: 经期保护用品的重要特性, 2013年2月

数据53: 经期卫生用品的最重要特性 (按人口统计), 2013年2月

Figure 54: (续) 经期卫生用品的最重要特性, 由人口统计, 2013年2月

附录—购买经期保护用品的主要考量因素

数据55: 购买经期保护用品的主要考量因素, 2013年2月

数据56: 购买经期保护用品的最主要考量因素 (按人口统计), 2013年2月

附录—对经期保护用品的态度与看法

数据57: 对经期保护用品的态度与看法, 2013年2月

数据58: 对经期保护用品的态度与看法 (按人口统计), 2013年2月

数据59: (续) 对经期保护用品的态度与看法 (按人口统计), 2013年2月

附录—对女性日常卫生护理用品的态度与看法

数据60: 对女性日常卫生护理用品的态度与看法, 2013年2月

数据61: 对女性日常卫生护理用品的态度与看法 (按人口统计), 2013年2月

数据62: (续) 对女性日常卫生护理用品的态度与看法 (按人口统计), 2013年2月

现在购买这篇报告 |

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

邮件: oxygen@mintel.com