

女性清洁卫生用品 - 中国 - 2019年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“精明的消费者通过对健康和养生的关注推动市场演变，并以有限的品牌忠诚度加速创新周期。研发主要集中于增加产品特质的维度，以针对不同场合和需求开发专门剪裁和设计的产品，并更好地满足消费者对自然、安全、清洁和呵护特质的具体且多样的消费升级需求。”

— 尹昱力，初级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 用专业性、天然和滋养性关爱女性
- 用细分优雅建立无感经期
- 消费者需要有治愈成分和温和配方的女性护理液

2019年，中国女性清洁卫生用品市场销售额为430亿元人民币，预计未来5年将以4.0%的年均复合增长率增长并于2024年稳定增长至523亿元人民币。女性卫生用品行业正趋向成熟，消费者的消费升级带动了销售额的增长。同时，女性清洁用品细分市场在整个市场中所占份额较小，但在过去几年中带动了市场增长，预计消费者在健康方面的消费意愿将推动该细分市场继续强劲增长。

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

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：
reports@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 - 2019年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

概述

您所需要了解的

报告定义

不包括

人群细分定义 (按个人月收入区分)

综述

市场

数据1: 女性清洁卫生用品市场销售额预测 (最好和最差情形), 中国, 2014-2024年

公司与品牌

数据2: 女性清洁卫生用品领先生产商的市场份额, 中国, 2017和2018年

消费者

89%的女性在过去6个月内使用过传统卫生巾

数据3: 女性清洁卫生用品的使用情况, 2019年7月

逾半数的女性认为女性护理液和湿巾适合日常使用

数据4: 对女性清洁卫生用品的认知

透气性是亟待解决的首要问题

数据5: 卫生巾的痛点, 2019年7月

消费者寻求有清洁功效并干净安全的卫生巾

数据6: 卫生巾的考虑因素, 2019年7月

消费者在消费升级时会优先化天然材料和舒适性

数据7: 值得支付溢价的卫生巾特质, 2019年7月

女性通常对女性健康有所了解, 并对养生持积极态度

数据8: 消费者对酸碱平衡、过度清洁和自由经期的态度, 2019年7月

我们的观点

议题与洞察

用专业性、天然和滋养性关爱女性

现状

启示

数据9: 含有大麻二酚缓解疼痛的女性卫生用品示例, 英国, 2019年

数据10: PMS生存工具包, 美国, 2018年

用细分优雅建立无感经期

现状

启示

消费者需要有治愈成分和温和配方的女性护理液

现状

启示

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

女性清洁卫生用品 - 中国 - 2019年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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11: 含有氨基酸配方的女性护理液示例，中国，2019年

市场——您所需要了解的

市场稳定，2019年的销售总额为430亿元人民币

电子商务发展成为新的快速增长通道，市场进一步标准化

卫生巾支撑销售总额，清洁用品带动增长

市场规模与预测

市场规模430亿元人民币且稳定增长

数据12: 女性清洁卫生用品市场销售额预测（最好和最差情形），中国，2014-2024年

市场因素

用户基础和使用频率支持卫生巾消费

消费者对健康养生的消费升级

更全面的行业标准减少残次品

电子商务带来机会

市场细分

卫生巾细分依赖消费升级

数据13: 中国女性清洁和卫生用品细分市场的销售额份额，2019年（预估）

数据14: 女性裤型卫生巾示例，中国，2019年

置入式卫生用品受传统观念限制

清洁用品细分市场摆脱其医疗形象，实现跨越式发展

数据15: 鼓励日常使用含有温和配方的女性护理液示例，中国，2019年

重点企业——您所需要了解的

电子商务刺激集中化市场

让消费者更近一步参与品牌

消费者消费升级的意愿带动创新

市场份额

前五名公司占据50%以上的市场份额

数据16: 女性清洁卫生用品领先生产商的市场份额，中国，2017-2018年

尤妮佳以吸引人的设计进行线上扩张

数据17: 苏菲针对年轻女性产品示例，中国，2019年

持续的技术创新有助于宝洁和恒安的发展

数据18: FlexFoam液体卫生巾扩张示例，2018-2019年

花王和金佰利被追随者围绕

数据19: 宣称无感的卫生巾示例，中国，2018年

数据20: 高洁丝以新产品吸引较年轻女性示例，中国，2018-2019年

制药公司进入市场

数据21: 药业公司推出的卫生巾示例，中国，2019年

竞争策略

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

女性清洁卫生用品 - 中国 - 2019年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

在线上销售高端产品

数据22: 轻生活呈现其优质棉花，中国，2019年

以社群销售小众产品

数据23: 裸月线上销售其有机卫生产品，中国，2019年

深入研究亚文化

数据24: 护舒宝洛天依联动线下渠道展示，中国，2019年

数据25: 高洁丝Hello Kitty盲盒，中国，2019年

利用生活方式营销

数据26: 全棉时代和国家地理杂志举办的棉、自然、人艺术光影展，中国，2018年

谁在创新？

针对敏感肌、经过测试以及更多宣称

数据27: 针对敏感肌的蚕丝或PLA的表层示例，中国，2019年

针对清洁和天然的不含绒毛浆的吸收芯

数据28: 具有棉质吸收芯的卫生巾示例，中国，2019年

凸起的中心提供有针对性的吸收

数据29: 含有凸起中心的卫生巾示例，日本和中国，2019年

按活动进行细分以提供合适的透气性

数据30: Spa7ce针对久坐一族推出的卫生巾，中国，2019年

表层添加成分带来额外的多样性和更多益处

数据31: 含有纳米银和精油的表层示例，新加坡和中国，2019年

数据32: 宝洁将天然棉卫生巾扩展为3个子品类，并在表层添加精油，中国，2019年

帮助维持酸碱平衡和健康的微生物群

数据33: 维持私处酸碱平衡的卫生巾示例，中国，2019年

数据34: 建立健康微生态的卫生巾和清洁用品示例，中国和美国，2018-2019年

可重复使用的女性卫生用品也在发展

数据35: 月经杯新品示例，中国和美国，2018-2019年

数据36: Thinx可重复使用裤型卫生巾，英国，2019年

消费者——您所需要了解的

市场饱和，但卫生用品的机会增加

同质化现象限制护理液和卫生湿巾的区分

透气性和吸收不好仍困扰一半以上的女性

消费者支持在清洁功效和安全材料方面更出色的卫生巾

材质和舒适度引领消费者的消费升级

五分之一的被访者渴望无忧经期

女性清洁卫生用品的使用情况

卫生护垫是78%女性的必需品

数据37: 女性清洁卫生用品的使用情况，2019年7月

相对于干爽网面表层，20岁出头的消费者更喜欢棉柔表层

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

女性清洁卫生用品 - 中国 - 2019年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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38: 女性清洁卫生用品的使用情况（按年龄区分），2019年7月

25-29岁女性是清洁用品的主要消费者

有机会向低收入者兜售平价的优雅经期好物

数据39: 女性清洁卫生用品的使用情况（按个人月收入区分），2019年7月

对女性清洁用品的认知

护理液应增强治愈功效以区别于卫生湿巾

数据40: 对女性清洁卫生用品的认知，2019年7月

非使用者更关心安全性，不买账功能益处

数据41: 非使用者与使用者（作为参考标准）之间对女性清洁产品的认知差距，2019年7月

卫生巾的痛点

平衡透气性和吸收性

数据42: 卫生巾的痛点，2019年7月

为年轻女性修饰经期

数据43: 卫生巾的痛点（按年龄区分），2019年7月

提高柔软、轻薄和贴合度，以迎合高收入者

数据44: 卫生巾的痛点（按个人月收入区分），2019年7月

卫生巾的考虑因素

低忠诚度但对清洁和材质兴趣高

数据45: 卫生巾的考虑因素，2019年7月

年轻女性追求敏感肌适用

数据46: 卫生巾的考虑因素，2019年7月

表层材质吸引各收入水平的消费者的共同关注

数据47: 卫生巾的考虑因素（按个人月收入区分），2019年7月

值得支付溢价的卫生巾特质

愿意为更好的材质和肤感支付溢价

数据48: 值得支付溢价的卫生巾特质

年轻女性对针对不同活动设计的卫生巾感兴趣

数据49: 值得支付溢价的卫生巾特质（按年龄区分），2019年7月

对成熟女性和环境都有益处

数据50: TURF（累计无重复到达率和频次）分析——值得支付溢价的卫生巾特质——30-49岁，2019年7月

对女性清洁卫生用品的态度

消费者普遍意识到酸碱平衡和清洁的重要性

数据51: 对保持私密部位酸碱平衡和过度清洁的态度，2019年7月

增强温和性以使清洁恐惧者更经常使用

数据52: 女性清洁用品的使用情况（按对过度清洁的态度区分），2019年7月

生育改变卫生巾的使用行为

数据53: 对频繁更换卫生巾的态度

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

女性清洁卫生用品 - 中国 - 2019年12月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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54: 对频繁更换卫生巾的态度 (按家庭结构区分), 2019年7月

超过五分之一的被访者渴望无忧经期

数据55: 对自由经期的态度, 2019年7月

数据56: “我认为女性不应该因为经期而改变日常生活安排”的关键增长动力, 2019年7月

对朴素低调和时尚个性包装的需求各占一半

数据57: 对包装风格的偏好, 2019年7月

数据58: 对包装风格的偏好 (按个人月收入区分), 2019年7月

20-24岁的消费者最不愿意使用卫生棉条

数据59: 对卫生棉条的态度 (按年龄区分), 2019年7月

卫生棉条的潜在用户追求美容, 而不是运动生活方式

数据60: 对卫生棉条持正面和反面态度 (作为参照标准) 的消费者日常使用app的差异, 2019年7月

认识英敏特城市精英人群

升级表层附加产品以吸引英敏特城市精英人群

数据61: 英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群 (作为参照标准) 的卫生巾的考虑因素差异, 2019年12月

英敏特城市精英人群渴望创新

数据62: 英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群 (作为参照标准) 的值得支付溢价的卫生巾特质差异, 2019年12月

附录——市场规模与预测

数据63: 女性清洁卫生用品市场销售额预测 (最好和最差情形), 中国, 2014-2024年

附录——研究方法 with 缩写

研究方法

扇形图预测

缩写

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 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com