2020-2026年中国互联网+卫生用品零售行业竞争现状及投资盈利分析报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+卫生用品零售行业竞争现状及投资盈利分析报告》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：https://www.chyxx.com/research/202004/856233.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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

卫生用品与消费者生活及健康有着密切联系，国家对此类产品有严格的检测标准与监管要求。除单独规定卫生巾、纸尿裤等吸收性卫生用品的技术标准外，国家也将此类产品列为消毒卫生产品，对其生产环境、生产设备、产品标签等方面进行约束与规范。

国家通过相关新标准的制定和对原有标准的修订，进一步完善标准和规范产品生产，推动行业进步，提升行业水平。 1 已发布实施的标准。 《卫生巾（护垫）》，《纸尿裤和卫生巾用高吸收性树脂》，《生活用纸和纸制品化学品及原料安全评价管理体系》，《纸、纸板和纸制品邻苯二甲酸酯的测定》（2020年3月1日起实施） 2 正在制定的新标准。 《一次性卫生棉条》，《一次性纸制卫生用品降解性能评价方法》，《吸收性卫生用纸制品生产过程质量安全状态监测与评价指南》 3 正在修订的标准。 《纸尿裤第一部分：婴儿纸尿裤》，《纸尿裤第二部分：成人纸尿裤》，《湿巾》，《婴童湿巾》，《一次性卫生用品用面层》，《绒毛浆》 4 计划修订的标准。 《卫生用品吸水衬纸》

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+卫生用品零售行业竞争现状及投资盈利分析报告》共八章。首先介绍了中国互联网+卫生用品零售行业市场发展环境、互联网+卫生用品零售整体运行态势等，接着分析了中国互联网+卫生用品零售行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+卫生用品零售市场竞争格局。随后，报告对互联网+卫生用品零售做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+卫生用品零售行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+卫生用品零售产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+卫生用品零售行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

报告目录：

第一章 电子商务与“互联网+”
第一节 电子商务发展分析
一、电子商务基本定义
二、电子商务发展阶段
三、电子商务基本特征
四、电子商务支撑环境
五、电子商务基本模式
六、电子商务规模分析
第二节 “互联网+”的相关概述
一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵
三、“互联网+”的发展
四、“互联网+”的评价
五、“互联网+”的趋势
第二章 互联网环境下卫生用品零售行业的机会与挑战
第一节 2019年中国互联网环境分析
一、网民基本情况分析
（一）总体网民规模分析
（二）分省网民规模分析
（三）手机网民规模分析
（四）网民属性结构分析
二、网民互联网应用状况
（一）信息获取情况分析
（二）商务交易发展情况
（三）交流沟通现状分析
（四）网络娱乐应用分析
第二节 互联网环境下卫生用品零售行业的机会与挑战
一、互联网时代行业大环境的变化
二、互联网直击传统行业消费痛点
三、互联网助力企业开拓市场
四、电商成为传统企业突破口
第三节 互联网卫生用品零售行业的改造与重构
一、互联网重构行业的供应链格局
二、互联网改变生产厂商营销模式
三、互联网导致行业利益重新分配
四、互联网改变行业未来竞争格局
第四节 卫生用品零售与互联网融合创新机会孕育
一、电商政策变化趋势分析
二、电子商务消费环境趋势分析
三、互联网技术对行业支撑作用
四、电商黄金发展期机遇分析
第三章 卫生用品零售所属行业发展现状分析
第一节 卫生用品零售行业发展现状分析
一、卫生用品零售行业产业政策分析
二、卫生用品零售行业发展现状分析

三、卫生用品零售行业主要企业分析
四、卫生用品零售行业市场规模分析
第二节 卫生用品零售行业市场前景分析
一、卫生用品零售行业发展机遇分析
二、卫生用品零售行业市场规模预测
三、卫生用品零售行业发展前景分析
第四章 卫生用品零售所属行业市场规模与电商未来空间预测
第一节 卫生用品零售电商所属行业市场规模与渗透率
一、卫生用品零售电商总体开展情况
二、卫生用品零售电商交易规模分析

据显示，2019年中国经济稳定发展，中国消费品市场在2019年第三季度仍保持15%的销售额增长，整体线上增长迅速。但卫生用品（生活用纸、纸尿裤、女性卫生用品）发展逐渐平稳。

截至2019年9月，卫生用品线下出现负增长，纸尿裤同比增长率为-4%，生活用纸同比增长率为-1%。相比线下渠道，线上均保持双位数的增长，生活用纸增长24%，纸尿裤增长20%，女性卫生用品增长30%。总体而言，2019年截止第三季度，生活用品同比增长7%，纸尿裤同比增长10%，女性卫生用品同比增长9%，婴儿用品市场潜力巨大，值得一搏。

截至19年9月卫生用品分品类渠道增长率

三、卫生用品零售电商渠道渗透率分析
第二节 卫生用品零售电商所属行业盈利能力分析
一、卫生用品零售电子商务发展有利因素
二、卫生用品零售电子商务发展制约因素
三、卫生用品零售电商行业经营成本分析
四、卫生用品零售电商行业盈利模式分析
五、卫生用品零售电商行业盈利水平分析
第三节 电商所属行业未来前景及趋势预测
一、卫生用品零售电商行业市场空间测算
二、卫生用品零售电商市场规模预测分析
三、卫生用品零售电商发展趋势预测分析
第五章 卫生用品零售企业互联网战略体系构建及平台选择
第一节 卫生用品零售企业转型电商构建分析
一、卫生用品零售电子商务关键环节分析
（一）产品采购与组织
（二）电商网站建设

（三）网站品牌建设及营销
（四）服务及物流配送体系
（五）网站增值服务
二、卫生用品零售企业电子商务网站构建
（一）网站域名申请
（二）网站运行模式
（三）网站开发规划
（四）网站需求规划
第二节 卫生用品零售企业转型电商发展途径
一、电商B2B发展模式
二、电商B2C发展模式
三、电商C2C发展模式
四、电商O2O发展模式
第三节 卫生用品零售企业转型电商平台选择分析
一、卫生用品零售企业电商建设模式
二、自建商城网店平台
（一）自建商城概况分析
（二）自建商城优势分析
三、借助第三方网购平台
（一）电商平台的优劣势
（二）电商平台盈利模式
四、电商服务外包模式分析
（一）电商服务外包的优势
（二）电商服务外包可行性
（三）电商服务外包前景
五、卫生用品零售企业电商平台选择策略
第六章 卫生用品零售行业电子商务运营模式分析
第一节 卫生用品零售电子商务B2B模式分析
一、卫生用品零售电子商务B2B市场概况
二、卫生用品零售电子商务B2B盈利模式
三、卫生用品零售电子商务B2B运营模式
四、卫生用品零售电子商务B2B的供应链
第二节 卫生用品零售电子商务B2C模式分析
一、卫生用品零售电子商务B2C市场概况
二、卫生用品零售电子商务B2C市场规模

三、卫生用品零售电子商务B2C盈利模式
四、卫生用品零售电子商务B2C物流模式
五、卫生用品零售电商B2C物流模式选择
第三节 卫生用品零售电子商务C2C模式分析
一、卫生用品零售电子商务C2C市场概况
二、卫生用品零售电子商务C2C盈利模式
三、卫生用品零售电子商务C2C信用体系
四、卫生用品零售电子商务C2C物流特征
五、重点C2C电商企业发展分析
第四节 卫生用品零售电子商务O2O模式分析
一、卫生用品零售电子商务O2O市场概况
二、卫生用品零售电子商务O2O优势分析
三、卫生用品零售电子商务O2O营销模式
四、卫生用品零售电子商务O2O潜在风险
第七章 卫生用品零售主流网站平台比较及企业入驻选择
第一节 网站A
一、网站发展基本概述
二、网站用户特征分析
三、网站覆盖人数分析
四、网站访问次数分析
五、网站发展策略分析
第二节 网站B
一、网站发展基本概述
二、网站用户特征分析
三、网站覆盖人数分析
四、网站访问次数分析
五、网站发展策略分析
第三节 网站C
一、网站发展基本概述
二、网站用户特征分析
三、网站覆盖人数分析
四、网站访问次数分析
五、网站发展策略分析
第四节 网站D
一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析
三、网站覆盖人数分析
四、网站访问次数分析
五、网站发展策略分析
第五节 网站E
一、网站发展基本概述
二、网站用户特征分析
三、网站覆盖人数分析
四、网站访问次数分析
五、网站发展策略分析
第八章 卫生用品零售企业进入互联网领域投资策略分析
第一节 卫生用品零售企业电子商务市场投资要素（ZY GXH）
一、企业自身发展阶段的认知分析
二、企业开展电子商务目标的确定
三、企业电子商务发展的认知确定
四、企业转型电子商务的困境分析
第二节 卫生用品零售企业转型电商物流投资分析
一、卫生用品零售企业电商自建物流分析（ZY GXH）
（一）电商自建物流的优势分析
（二）电商自建物流的负面影响
二、卫生用品零售企业电商外包物流分析
第三节 卫生用品零售企业电商市场策略分析
图表目录：
图表 2015-2019年我国网民规模及互联网普及率
图表 2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率
图表 2015-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率
图表 2015-2019年我国网络零售市场交易规模
图表 2015-2019年我国移动网民规模及增长速度
图表 移动端网购增长仍处爆发阶段
图表 移动端网购占比大幅提升
图表 传统卫生用品零售消费存在的“痛点”
图表 卫生用品零售电子商务重构供应链流程
图表 中国电商相关政策汇总
图表 2015-2019年卫生用品零售电商交易规模趋势图
图表 2015-2019年卫生用品零售电商市场渗透率趋势图

图表 2020-2026年卫生用品零售电商交易规模预测趋势图
图表 2020-2026年卫生用品零售电商市场渗透率预测趋势图
更多图表请见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/202004/856233.html