

2024-2030年中国卫生巾行业市场供需态势及发展前景研判报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国卫生巾行业市场供需态势及发展前景研判报告》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/1147384.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解卫生巾行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国卫生巾行业市场供需态势及发展前景研判报告》（以下简称《报告》）。报告对中国卫生巾市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保卫生巾行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年卫生巾行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能卫生巾从业者抢跑转型赛道。

卫生巾是一种多层非织造材料构成的血液吸收系统。最初的卫生巾结构由内到外分别是面层、吸收芯体层和防漏底层，防漏底层并设有粘贴材料便于在内裤上固定。现阶段，为了增强芯体吸收液体能力，减少液体回渗，卫生巾普遍都会在面层和吸收芯体层之间增加导流层。目前市面上卫生巾面层基本都是打孔膜和非织造布。打孔膜具有漏斗状的空洞，孔洞可以快速、多次吸收和传递血液从而使卫生巾表面干爽舒适。虽然打孔膜较干爽，防返渗性强，但吸收速度慢且柔软舒适性差。相对于打孔膜类面层，非织造布的吸水性和柔软舒适性就显得较为优异。

卫生巾的功能可以概括为防渗漏、干爽舒适和使用简易。防漏能力是卫生巾最重要的功能。防漏能力的大小取决于两个方面，一是材料整体是否超吸水，能够承受经期产生的血液量，二是与身体是否适配，包括是否紧贴身体结构和扭曲偏移。其次是干爽舒适，柔软、协调的着装感、透气不闷热以及不会引起皮肤敏感问题都是影响干爽舒适功能的因素。最后是设计简易，占据较小空间方便携带，方便丢弃等。卫生巾的各层材料种类、性质和构成影响着卫生巾的最终功能，卫生巾面层与吸收芯层起着主要影响作用。

随着我国人民生活水平的提升及消费观念的转变，健康、卫生、方便的一次性卫生用品逐渐获得消费者的青睐，市场规模不断扩大。此外，近年来我国零售行业和网络电商的蓬勃发展，各种形态的销售终端能够满足不同消费者的消费需求，在一定程度上促进了一次性卫生用品市场的增长。

近年来卫生巾使用适龄女性年龄段有向两端延伸的趋势，卫生巾市场拥有庞大的消费者群体。随着生活水平不断提升、健康生活意识不断加强，女性消费者对卫生巾在功能、舒适、安全、健康等方面的需求不断提高；另一方面，卫生巾生产设备、技术水平的进步也推动了产品的设计、功能持续细分和演化。

卫生巾原材料为棉、不织布、胶、纸浆、高分子、膜和包装材料，按照材质可以分为棉柔、干爽网面和纯棉型卫生巾。下游终端销售渠道多样化，主要包括商超、便利店、电商平台和

卫生间自动售货机。

经过多年的发展，女性卫生用品市场已基本饱和，没有大型企业进入。女性卫生用品生产企业在700家左右，总体集中度仍然较低，市场竞争者仍由多个生产商组成。领先生产商分布在北京、天津、上海、江苏、浙江、福建、河南、湖北、广东、广西、重庆、云南等地，包括本土生产商/品牌：恒安、景兴、百亚、啟盛、洁伶、丝宝、美洁、清逸堂、舒莱、全棉时代、佳健、倍舒特、护理佳、余宏、可悦、恒利、康那香、杭州川田、广东川田、小护士等；国际生产商：宝洁、尤妮佳、金佰利、花王。

高端市场的品牌集中度很高，国际性品牌有苏菲、护舒宝、高洁丝、乐而雅等，本土企业全国性品牌有七度空间、ABC、自由点、U适洁婷、奈丝公主等，区域性品牌有小妮、洁伶、美洁、日子、舒莱、佳期、倍舒特、护理佳、安琦、月满好、好舒爽、康乃馨、小护士等。

现在的女性消费者更加关注自身的健康，很多科学保健的知识也能放快捷地传达给女性消费者，在卫生巾的表现上就是更换的频率不断地提高，单片使用的时长不断缩短。从新一代消费者的调查数据来看，越来越多的消费者使用卫生巾的频率从月经期间每天 3-5 片增加到每天6片。从卫生巾的使用的角度来看，消费者倾向于在月经期的不同阶段选择不同长度和厚度的产品，这也增加了产品的使用类型和频率。

妇女作为日用品的主要购买者，有妇女的地方就有潜在的消费市场，在中国卫生用品市场和渠道变化中,卫生巾市场的需求分层明显,女性卫生用品呈现出市场规模持续扩大、产品中高端化、个性化趋势显著等特点。

《2024-2030年中国卫生巾行业市场供需态势及发展前景研判报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是卫生巾领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 卫生巾行业相关概述

第一节 卫生巾行业相关概述

一、产品概述

二、产品分类

三、行业发展史

第二节 卫生巾行业经营模式分析

一、生产模式

二、采购模式

三、销售模式

第二章 中国卫生巾行业发展环境分析

第一节 中国经济发展环境分析

第二节 中国卫生巾行业政策环境分析

一、行业监管管理体制

二、行业相关政策分析

三、进出口政策影响分析

四、行业相关标准分析

第三节 中国卫生巾行业社会环境分析

一、居民消费观念

二、卫生巾与女性健康

三、卫生巾对环境的污染

四、人口环境分析

五、生态环境分析

第四节 中国卫生巾行业技术环境分析

一、行业技术发展概况

二、行业技术发展趋势

第三章 2019-2023年中国卫生巾市场供需分析

第一节 中国卫生巾市场供给状况

一、中国卫生巾行业发展概况

二、2019-2023年中国卫生巾产量分析

三、2024-2030年中国卫生巾产量预测

第二节 中国卫生巾市场需求状况

一、中国卫生巾行业市场竞争格局分析

二、2019-2023年中国卫生巾需求分析

三、2024-2030年中国卫生巾需求预测

第三节 中国卫生巾市场价格分析

第四章 中国卫生巾行业产业链分析

第一节 卫生巾行业产业链概述

第二节 卫生巾上游产业发展状况分析

一、棉花

二、纸浆

三、无纺布（不织布）

四、高吸水性树脂

第三节 卫生巾下游应用需求市场分析

一、经销商渠道

二、KA销售渠道

三、电商销售渠道

四、ODM销售渠道

第五章 2019-2023年中国卫生巾所属行业进出口情况分析

第一节 2019-2023年中国卫生巾所属行业进口情况分析

一、进口数量变化分析

二、进口金额情况分析

三、进口来源地区分析

四、进口价格均价分析

第二节 2019-2023年中国卫生巾所属行业出口情况分析

一、出口数量变化分析

二、出口金额情况分析

三、出口流向地区分析

四、出口价格均价分析

第六章 国内卫生巾生产厂商竞争力分析

第一节 福建恒安集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业发展战略分析

第二节 重庆百亚卫生用品股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业竞争优势分析

第三节 广东景兴健康护理实业股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业销售网络布局

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第四节 杭州豪悦护理用品股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营状况分析

四、企业销售网络布局

五、企业竞争优势分析

六、企业发展战略分析

第五节 尤妮佳生活用品（中国）有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业销售网络布局

四、企业海外发展分析

第七章 2024-2030年中国卫生巾行业发展前景及投资策略

第一节 2024-2030年中国卫生巾行业投资前景分析

一、卫生巾行业发展前景

二、卫生巾发展趋势分析

三、卫生巾市场前景分析

第二节 2024-2030年中国卫生巾行业投资风险分析

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险分析

三、原料供给风险分析

四、市场运营机制风险

第三节 2024-2030年中国卫生巾行业投资策略及建议

第八章 卫生巾企业投资战略与客户策略分析

第一节 卫生巾企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业做大做强的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 卫生巾企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 卫生巾企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节 卫生巾企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

图表目录：部分

图表1：卫生巾分类

图表2：卫生巾的工艺流程图

图表3：2019-2023年中国一次性卫生用品行业产量情况

图表4：2019-2023年中国一次性卫生用品行业细分产品产量情况

图表5：2019-2023年中国女性卫生用品产量及细分情况

图表6：2024-2030年中国女性卫生用品及卫生巾产量预测

图表7：2019-2023年我国女性卫生用品及卫生巾销量统计图

图表8：2019-2023年我国女性卫生用品及卫生巾出厂金额统计图

图表9：2019-2023年我国女性卫生用品及卫生巾需求量走势图

图表10：2024-2030年我国女性卫生用品及卫生巾需求量预测图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1147384.html>