

2024-2030年中国女性私护品行业市场专项调研及 竞争战略分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国女性私护品行业市场专项调研及竞争战略分析报告》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/202110/978712.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

由智研咨询专家团队精心编制的《2024-2030年中国女性私护品行业市场专项调研及竞争战略分析报告》（以下简称《报告》）重磅上线，《报告》旨在从国家经济及产业发展的战略入手，分析女性私护品行业未来的市场走向，挖掘女性私护品行业的发展潜力，预测女性私护品行业的发展前景，助力女性私护品业的高质量发展。

报告从2022年全国女性私护品行业发展环境、产业基本情况、发展前景等角度，系统、客观的对我国女性私护品行业发展运行进行了深度剖析，展望2023年中国女性私护品行业发展趋势。《报告》是系统分析2022年度中国女性私护品行业发展状况的著作，对于全面了解中国女性私护品行业的发展状况、开展与女性私护品行业发展相关的学术研究和实践，具有重要的借鉴价值，可供从事女性私护品行业相关的政府部门、科研机构、产业企业等相关人员阅读参考。

女性私护品是指治疗和保养女性私处方面的产品，我国女性私护品品类较多，包括私处护理液、私处护理湿巾、私处护理凝胶、私处护理喷雾等等，随着女性受教育程度的提高，女性收入水平及经济自主决策权有所增长，对健康、品质等需求的关注度提高，推动了女性私护品市场快速发展，市场规模已经超过百亿，且品类规格仍在扩大，以满足不同客户人群的使用要求。

中国是人口大国，截止2022年末中国人口总数共计141175万人，其中，女性人口数量为68969万人，同比增长0.03%，占总人口的比例为48.85%。由于生理构造不同以及生理周期的影响，女性天然更容易受到私处不适的困扰，2020年我国妇女滴虫性阴道炎患病率为10.6%，宫颈糜烂患病率为4.1%，阴道炎等疾病患病人数居高不下给我国女性私护品行业带来巨大的发展机遇。

伴随我国居民消费水平的提高和对于自身医疗保健的重视程度逐步提升，我国女性对于生理健康的意识从“有病治病”转向“无病预防”，随着消费者认知逐渐成熟，近年来中国女性私护产品市场迅速崛起，2021年中国私处护理液、私处护理湿巾、私处护理凝胶和私处护理喷雾销量分别达34750万瓶、50.5亿片、5977万盒和1507万瓶，预计2023年中国私处护理液、私处护理湿巾、私处护理凝胶和私处护理喷雾销量将分别达到39281万瓶、59亿片、6963万盒和1748万瓶。

从网络搜索的热词数据来看，私护产品的搜索指数非常高，并且年轻女性在搜索关键词上变得更加专业、细分和精确。这意味着当代年轻女性更加重视自身健康，会主动去了解私处护理对身体健康的益处，并且会长久的进行保养，对自身私处健康问题保持持续的关注，私处护理不再是一个需要遮遮掩掩的话题，新兴的社交平台成为诸多私密洗护品牌布局的方向，

为迎合年轻消费群体，行业内纷纷开设小红书、抖音等账号，与此同时，洞察到女性私护的需求、致力于解决私密大健康的品牌也应运而生，随着女性社会地位的提升，经济、思想的独立，女性越来越关注自我需求，特别是困扰多年的生理健康需求，直面妇科问题，女性私护品产业正蓄势待发，预计2028年中国女性私护品规模达508.4亿元，未来发展潜力巨大。

《2024-2030年中国女性私护品行业市场专项调研及竞争战略分析报告》内容丰富、数据翔实、亮点纷呈。是智研咨询重要研究成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是女性私护品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 中国女性私护品市场发展环境分析

第一节 女性私护品发展概况

第二节 女性私护品发展政策环境分析

一、行业监管体制分析

二、行业相关政策法规

第三节 女性私护品发展社会环境分析

一、中国女性人口规模

二、女性患妇科疾病调查

三、女性妇科炎症比例状况

四、主要妇科疾病种类情况

（一）阴道炎

（二）宫颈炎

（三）尿道炎

（四）子宫内膜异位症

第二章 中国女性私护品市场发展状况

第一节 中国女性私护品市场发展态势

一、中国女性私护品市场发展现状

二、中国女性私护品主要品牌分析

第二节 中国女性私护品细分市场状况

一、私处护理液市场状况

二、私处护理湿巾市场状况

三、私处护理凝胶市场状况

四、私处护理喷雾市场状况

第三节 中国女性内裤洗液市场分析

第三章 中国女性私护品市场销售状况分析

第一节 中国女性私护品市场发展规模分析

一、中国女性私护品销售规模

二、女性私护品细分产品规模

（一）私处护理液销售规模

（二）私处护理湿巾销售规模

（三）私处护理凝胶销售规模

（四）私处护理喷雾销售规模

三、女性私护品销售年龄分布

（一）18-24岁女性私护品销售规模

（二）25-34岁女性私护品销售规模

（三）35-44岁女性私护品销售规模

（四）45-54岁女性私护品销售规模

第二节 中国女性私护品市场价格分析

一、私处护理液产品价格

二、私处护理湿巾产品价格

三、私处护理凝胶产品价格

四、私处护理喷雾产品价格

第三节 中国女性私护品消费影响因素

第四章 中国女性私护品市场销售渠道分析

第一节 大型商超

一、大型连锁商超

二、屈臣氏

第二节 药店

一、中国药店数量

二、药店妇科用药销售

（一）气血和胶囊

（二）洁尔阴洗液

（三）保妇康栓

（四）妇科千金片

（五）红核妇洁洗液

第三节 医院

- 一、中国医院数量
- 二、医院妇科用药销售

第四节 网络零售

- 一、互联网+女性私护品状况
- 二、互联网+女性私护品销售

第五章 中国女性私护品主要品牌竞争分析

第一节 妇炎洁

- 一、品牌基本情况
- 二、品牌市场价格
- 三、企业竞争优势

第二节 凤保宁

- 一、品牌基本情况
- 二、品牌市场价格
- 三、品牌竞争优势

第三节 棒女郎

- 一、品牌基本情况
- 二、品牌市场价格
- 三、品牌竞争优势

第四节 洁尔阴

- 一、品牌基本情况
- 二、品牌市场价格
- 三、品牌竞争优势

第五节 ABC

- 一、品牌基本情况
- 二、产品特点分析
- 三、品牌竞争优势

第六节 娇妍

- 一、品牌基本情况
- 二、品牌市场价格
- 三、品牌竞争优势

第七节 肤阴洁

- 一、品牌基本情况

二、品牌市场价格

三、品牌竞争优势

第八节 百艾洗液

一、品牌基本情况

二、品牌市场价格

三、品牌竞争优势

第九节 蜜思

一、品牌基本情况

二、品牌企业分析

三、品牌竞争优势

第六章 2024-2030年中国女性私护品市场前景及投资策略

第一节 2024-2030年中国女性私护品行业发展趋势及前景

一、中国女性私护品行业发展趋势

二、中国女性私护品行业影响因素

三、中国女性私护品市场发展前景

四、中国妇科用药市场发展趋势分析

第二节 2024-2030年中国女性私护品市场规模预测

一、中国女性私护品销售规模预测

二、女性私护品细分产品规模预测

（一）私处护理液销售规模预测

（二）私处护理湿巾销售规模预测

（三）私处护理凝胶销售规模预测

（四）私处护理喷雾销售规模预测

第三节 2024-2030年中国女性私护品市场投资策略

图表目录：部分

图表1：2019-2023年我国主要妇科疾病患病率走势

图表2：2019-2023年我国女性私护品细分市场规模走势图

图表3：2019-2023年中国私处护理液市场规模走势图

图表4：2019-2023年中国私处护理湿巾市场规模走势图

图表5：2019-2023年中国私处护理凝胶市场规模走势图

图表6：2019-2023年中国私处护理喷雾市场规模走势图

图表7：2019-2023年我国女性内裤洗液市场规模走势

图表8：2019-2023年我国主要女性私护用品增速对比

图表9：2019-2023年我国女性私处护理液产品销售量走势

图表10：2024-2030年中国女性私护品销售规模预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978712.html>