



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国卫生巾市场品牌竞争力及营 销策略研究报告（2012-2 015）

## 一、调研说明

《中国卫生巾市场品牌竞争力及营销策略研究报告（2012-2015）》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/195440.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.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、摘要、目录、图表

据资料显示，2010年，我国卫生巾的市场渗透率已经达到了77.5%。在城市，市场渗透率更是已经达到了90%-100%的水平，市场化程度非常高。同时，卫生巾市场也已经进入了品牌时代，目前行业前15名的品牌市场占有率2010年已经达到了62.5%。我国卫生巾行业的产业集中度要超过卫生纸行业。虽然卫生巾的品牌也非常多但层次很清楚，一线城市和大中城市基本上使用的都是知名品牌的产品，小品牌主要集中在小区域内销售。我国一次性卫生用品已经占到全球市场的10%-12%。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，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。

### 第一章 2011-2012年世界一次性卫生用品行业整体运营状况分析

#### 第一节 2011-2012年世界一次性卫生用品行业运行环境分析

#### 第二节 2011-2012年世界一次性卫生用品行业市场运行格局

##### 一、世界一次性卫生用品市场特征分析

##### 二、全球市场成人失禁用品销量上升

##### 三、世界一次性卫生用品品牌综述

##### 四、世界一次性卫生用品市场动态分析

#### 第三节 2011-2012年世界主要国家一次性卫生用品运行分析

##### 一、美国

##### 二、日本

##### 三、德国

#### 第四节 2012-2015年世界一次性卫生用品行业发展趋势分析

### 第二章 2011-2012年中国卫生巾行业市场发展环境解析

#### 第一节 2011-2012年中国宏观经济环境分析

##### 一、经济增长的内外需动力更趋协调

##### 二、工农业生产形势较好

##### 三、价格总水平涨幅高位回落

##### 四、财政收支保持较快增长

## 五、国际收支经常项目顺差收窄

### 第二节2011-2012年中国卫生巾市场政策环境分析

#### 一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析

#### 二、卫生巾产品标准

#### 三、卫生巾等一次性卫生用品市场监管政策

#### 四、进出口政策解析

#### 五、其它相关产业政策解析

### 第三节2011-2012年中国卫生巾市场社会环境分析

#### 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、文化环境分析

#### 六、生态环境分析

## 第三章 2011-2012年中国卫生巾产业运行态势分析

### 第一节 2011-2012年中国卫生巾市场动态分析

#### 一、首款草本精油卫生巾亮相中国

#### 二、卫生巾质量抽检情况

#### 三、卫生巾山寨货生产猖獗

#### 四、金佰利卫生巾陷"质量门"

#### 五、福建恒安集团安乐超凡入渗系列卫生巾不合格

#### 六、我国卫生巾产业高端市场"失守"

### 第二节 2011-2012年中国卫生巾制造业运行总况

#### 一、中国卫生巾市场进入成熟期

#### 二、中国卫生巾原料市场透析

#### 三、国产设备水平迅速提高走向国际市场

#### 四、卫生巾等卫生用品消费区域化差异大

### 第三节 2011-2012年中国卫生巾市场现状综述

#### 一、中国卫生巾市场特点分析

#### 二、我国卫生巾产业整体质量稳定 高端市场"失守"

#### 三、高仿卫生巾流入市场 揭秘"山寨版"的灰色产业链

#### 四、伪劣卫生巾威胁女性健康 农村市场亟待加强监管

#### 第四节 2011-2012年中国卫生巾市场透析

##### 一、国内卫生巾市场消费量逐年递增

##### 二、国内卫生巾品牌渗透率分析

##### 三、品牌价格走势及同比分析

#### 第五节 2011-2012年中国卫生巾产业存在的问题

##### 一、安全性是一次性卫生用品市场敏感区

##### 二、造成的环境污染严重

### 第四章 2007-2011年中国卫生巾制造行业数据监测分析 ( 2239 )

#### 第一节 2007-2011年中国卫生巾制造行业规模分析

##### 一、企业数量增长分析

##### 二、从业人数增长分析

##### 三、资产规模增长分析

#### 第二节 2011年中国卫生巾制造行业结构分析

##### 一、企业数量结构分析

###### 1、不同类型分析

###### 2、不同所有制分析

##### 二、销售收入结构分析

###### 1、不同类型分析

###### 2、不同所有制分析

#### 第三节 2007-2011年中国卫生巾制造行业产值分析

##### 一、产成品增长分析

##### 二、工业销售产值分析

##### 三、出口交货值分析

#### 第四节 2007-2011年中国卫生巾制造行业成本费用分析

##### 一、销售成本统计

##### 二、费用统计

#### 第五节 2007-2011年中国卫生巾制造行业盈利能力分析

##### 一、主要盈利指标分析

##### 二、主要盈利能力指标分析

## 第五章 2011-2012年中国卫生巾品牌市场分析

### 第一节 护舒宝

#### 一、护舒宝卫生巾市场定位

#### 二、价格分析

#### 三、市场销售情况

### 第二节 瞬吸蓝

#### 一、金佰利卫生巾 "高洁丝瞬吸蓝"定位高端市场

#### 二、价格分析

#### 三、市场销售情况

### 第三节 苏菲

### 第四节 娇爽

### 第五节 安乐

## 第六章 2011-2012年中国卫生巾行业区域市场运营动态分析

### 第一节 地区市场格局

#### 一、华北

#### 二、东北

#### 三、华东

#### 四、中南

#### 五、西南

#### 六、西北

### 第二节 农村市场透析

#### 一、农村市场总体概况分析

#### 二、市场供需现状分析

#### 三、农村卫生巾市场品牌结构分析

#### 四、农村市场卫生巾质量调查

### 第三节 重点省市卫生巾市场分析

#### 一、北京卫生巾市场现状分析

#### 二、上海卫生巾市场动态观察

#### 三、西安卫生巾市场概况探究

## 第七章 卫生巾细分市场分析——男士卫生巾

## 第一节 男士卫生巾相关阐述

一、男士卫生巾产品用途

二、男士卫生巾产品成分

## 第二节 男士卫生巾市场动态分析

一、2010年4月份男士卫生巾市场调查分析

二、男士卫生巾市场销售情况分析

三、男士卫生巾市场价格分析

## 第三节 男士负离子卫生护垫分析

# 第八章2011-2012年中国卫生巾市场消费深度调研

## 第一节 受访者基本情况

一、您的年龄属于哪个阶段

二、您现在的职业

三、您的平均月收入

四、你每月卫生巾花费金额及卫生巾使用数量

## 第二节 消费行业深度调研

一、你常用日用卫生巾的款式(超薄/丝薄型;纤巧/贴身型)

二、你常用的日用卫生巾的表层是:(网面表层,棉柔表层,干爽网面)

三、选购卫生巾关注要素(长度,吸收能力,透气性,背胶粘性,表层材质,护翼,表面凹槽/凸起设计等)

四、消费者对卫生巾品牌忠诚度

五、消费者对卫生巾品牌美誉度

六、消费者对卫生巾价格敏感度

七、卫生巾包装对消费者影响

八.你获知卫生巾产品信息的途径

九、消费者购飞买卫生巾渠道分析

十、你想要从网上了解更多卫生巾新产品的信息吗?

十一、以下哪些促销方式使您更愿意购买或愿意尝试

十二、如果网上有卫生巾试用装的派送,你会尝试索取吗?

十三、你最常用的日用卫生巾产品品牌和品种

## 第三节 消费者对卫生巾产品新功能诉求

## 第九章 2011-2012年中国卫生巾市场销售策略分析

### 第一节 中国卫生巾市场销售终端的基本类型

- 一、卫生巾市场各终端特点
- 二、各类卫生巾终端分布格局
- 三、卫生巾市场的主要销售模式

### 第二节 2011-2012年中国卫生巾行业市场销售渠道分析

### 第三节 2011-2012年中国卫生巾行业市场销售渠道的瓶颈

### 第四节 2011-2012年卫生巾市场营销案例分析

- 一、安乃诗卫生巾市场推广策略
- 二、金佰利在中国的复活

### 第五节 2011-2012年卫生巾市场营销策略分析

- 一、锁定目标人群消费水平
- 二、定位突出产品功能
- 三、实施价格覆盖
- 四、市场传播渠道及方式
- 六、呈现清晰卖点

## 第十章 2006-2010年中国卫生巾进出口贸易数据统计分析

### 第一节 2006-2010年中国棉絮胎制卫生巾进出口数据监测分析（56011000）

- 一、棉絮胎制卫生巾进出口数量分析
- 二、棉絮胎制卫生巾进出口金额分析
- 三、棉絮胎制卫生巾进出口国家及地区分析

### 第二节 2006-2010年中国纸卫生巾及类似的卫生用品进出口数据监测分析（48184000）

- 一、纸卫生巾及类似的卫生用品进出口数量分析
- 二、纸卫生巾及类似的卫生用品进出口金额分析
- 三、纸卫生巾及类似的卫生用品进出口国家及地区分析

## 第十一章 2011-2012年中国卫生巾市场竞争新格局透析

### 第一节 2011-2012年国内卫生巾市场竞争形成

- 一、标准不断提高加速行业整合
- 二、国内卫生巾品牌竞争激烈
- 三、女性卫生用品原材料凸现竞争趋势

## 第二节 2011-2012年外资企业市场竞争力分析

- 一、国际品牌的三国演义
- 二、跨国日化巨头加速中国卫生巾市场布局
- 三、产品设计及营销定位
- 四、价格竞争分析

## 第三节 2011-2012年中国卫生巾产业集中度

- 一、市场集中度分析
- 二、生产企业集中度分析

## 第四节 2012-2015年中国卫生巾行业竞争趋势分析

## 第十二章 2011-2012年中国卫生巾十大品牌企业竞争性财务指标分析

### 第一节 ABC (佛山景兴卫生用品有限公司)

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第二节 苏菲 (十大卫生巾品牌,上海尤妮佳有限公司)

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第三节 护舒宝 (十大卫生巾品牌,宝洁集团旗下品牌)

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第四节 娇爽(十大卫生巾品牌,强生旗下品牌)

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第五节 安尔乐-七度空间-安尔(中国驰名商标,恒安(中国)卫生用品有限公司)

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第六节 好舒爽(中国驰名商标,福建恒利集团有限公司)

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第七节 舒而美-高洁丝-得伴(十大卫生巾品牌,美国金佰利公司旗下品牌)

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第八节 柔柔(上海脱普日用化学品(中国)有限公司)

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 乐而雅(十大卫生巾品牌,日本花王旗下品牌)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十节 洁婷(十大卫生巾品牌,湖北丝宝股份有限公司)

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十三章 2012-2015年中国卫生巾行业投资前景预测

第一节 2011-2012年中国卫生巾市场投资概况

一、中国卫生巾市场投资特性

二、中国卫生巾业投资周期分析

三、中国卫生巾投资环境分析

第二节 2012-2015年中国卫生巾行业投资机会分析

一、中国卫生巾市场规模庞大

二、大规模及高附加值产品的生产企业商机凸显

三、卫生巾原料投资盈利预测

四、卫生巾投资项目分析

五、可以投资的卫生巾模式

六、卫生巾投资新方向

第三节 2012-2015年中国卫生巾行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、原料供给风险

四、市场运营机制风险

第四节 HB汇总分析

一、对行业发展形势的总体判断

二、发展战略及市场策略分析

第十四章 2012-2015年中国卫生巾行业发展趋势与前景展望

第一节2012-2015年中国卫生巾行业发展前景分析

一、我国一次性卫生用品市场潜力巨大

二、未来卫生巾制造业前景预测

第二节2012-2015年中国一次性卫生用品行业发展趋势分析

一、卫生用品正朝两个趋势发展

二、卫生巾新产品趋势探析

三、卫生巾市场发展趋势分析

四、卫生巾行业技术发展趋势分析

第三节2012-2015年中国卫生巾市场前景预测分析

一、一次性卫生用品市场规模预测

二、卫生巾市场供需预测分析

三、卫生巾进出口贸易预测分析

第四节 2012-2015年中国一次性卫生用品市场盈利预测分析

图表目录摘要：

图表：2001-2011年GDP 增长率

图表：2006-2011年固定资产投资增长率

图表：2002-2011年对外贸易更趋平衡

图表：2011 年各季度CPI 环比涨幅水平情况

图表：2007-2011年我国卫生巾制造行业企业数量增长趋势图

图表：2007-2011年我国卫生巾制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2007-2011年我国卫生巾制造行业从业人数增长趋势图

图表：2007-2011年我国卫生巾制造行业资产规模增长趋势图

图表：2011年我国卫生巾制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2011年我国卫生巾制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2011年我国卫生巾制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2011年我国卫生巾制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2007-2011年我国卫生巾制造行业产成品增长趋势图

图表：2007-2011年我国卫生巾制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2007-2011年我国卫生巾制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2007-2011年我国卫生巾制造行业销售成本增长趋势图

图表：2007-2011年我国卫生巾制造行业费用使用统计图

图表：2007-2011年我国卫生巾制造行业主要盈利指标统计图

图表：2007-2011年我国卫生巾制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2006-2010年中国棉絮胎制卫生巾进出口数量分析

图表：2006-2010年中国棉絮胎制卫生巾进出口金额分析

图表：2006-2010年中国棉絮胎制卫生巾进出口平均单价分析

图表：2006-2010年中国棉絮胎制卫生巾进出口国家及地区分析

图表：2006-2010年中国纸卫生巾及类似的卫生用品进出口数量分析

图表：2006-2010年中国纸卫生巾及类似的卫生用品进出口金额分析

图表：2006-2010年中国纸卫生巾及类似的卫生用品进出口平均单价分析

图表：2006-2010年中国纸卫生巾及类似的卫生用品进出口国家及地区分析

图表：佛山景兴卫生用品有限公司主要经济指标走势图

图表：佛山景兴卫生用品有限公司经营收入走势图

图表：佛山景兴卫生用品有限公司盈利指标走势图

图表：佛山景兴卫生用品有限公司负债情况图

图表：佛山景兴卫生用品有限公司负债指标走势图

图表：佛山景兴卫生用品有限公司运营能力指标走势图

图表：佛山景兴卫生用品有限公司成长能力指标走势图

图表：上海尤妮佳有限公司主要经济指标走势图

图表：上海尤妮佳有限公司经营收入走势图

图表：上海尤妮佳有限公司盈利指标走势图

图表：上海尤妮佳有限公司负债情况图

图表：上海尤妮佳有限公司负债指标走势图

图表：上海尤妮佳有限公司运营能力指标走势图

图表：上海尤妮佳有限公司成长能力指标走势图

图表：宝洁集团主要经济指标走势图

图表：宝洁集团经营收入走势图

图表：宝洁集团盈利指标走势图

图表：宝洁集团负债情况图

图表：宝洁集团负债指标走势图

图表：宝洁集团运营能力指标走势图

图表：宝洁集团成长能力指标走势图

图表：中国强生主要经济指标走势图

图表：中国强生经营收入走势图

图表：中国强生盈利指标走势图

图表：中国强生负债情况图

图表：中国强生负债指标走势图

图表：中国强生运营能力指标走势图

图表：中国强生长能力指标走势图

图表：恒安（中国）卫生用品有限公司主要经济指标走势图

图表：恒安（中国）卫生用品有限公司经营收入走势图

图表：恒安（中国）卫生用品有限公司盈利指标走势图

图表：恒安（中国）卫生用品有限公司负债情况图

图表：恒安（中国）卫生用品有限公司负债指标走势图

图表：恒安（中国）卫生用品有限公司运营能力指标走势图

图表：恒安（中国）卫生用品有限公司成长能力指标走势图

图表：福建恒利集团有限公司主要经济指标走势图

图表：福建恒利集团有限公司经营收入走势图

图表：福建恒利集团有限公司盈利指标走势图

图表：福建恒利集团有限公司负债情况图

图表：福建恒利集团有限公司负债指标走势图

图表：福建恒利集团有限公司运营能力指标走势图

图表：福建恒利集团有限公司成长能力指标走势图

图表：金佰利公司主要经济指标走势图

图表：金佰利公司经营收入走势图

图表：金佰利公司盈利指标走势图

图表：金佰利公司负债情况图  
图表：金佰利公司负债指标走势图  
图表：金佰利公司运营能力指标走势图  
图表：金佰利公司成长能力指标走势图  
图表：上海脱普日用化学品(中国)有限公司主要经济指标走势图  
图表：上海脱普日用化学品(中国)有限公司经营收入走势图  
图表：上海脱普日用化学品(中国)有限公司盈利指标走势图  
图表：上海脱普日用化学品(中国)有限公司负债情况图  
图表：上海脱普日用化学品(中国)有限公司负债指标走势图  
图表：上海脱普日用化学品(中国)有限公司运营能力指标走势图  
图表：上海脱普日用化学品(中国)有限公司成长能力指标走势图  
图表：花王主要经济指标走势图  
图表：花王经营收入走势图  
图表：花王盈利指标走势图  
图表：花王负债情况图  
图表：花王负债指标走势图  
图表：花王运营能力指标走势图  
图表：花王成长能力指标走势图  
图表：湖北丝宝股份有限公司主要经济指标走势图  
图表：湖北丝宝股份有限公司经营收入走势图  
图表：湖北丝宝股份有限公司盈利指标走势图  
图表：湖北丝宝股份有限公司负债情况图  
图表：湖北丝宝股份有限公司负债指标走势图  
图表：湖北丝宝股份有限公司运营能力指标走势图  
图表：湖北丝宝股份有限公司成长能力指标走势图  
图表：2012-2015年我国卫生巾行业销售收入预测（单位：亿元）  
图表：略&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/195440.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。