



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国女性护理液市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国女性护理液市场发展现状及战略咨询报告》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/284274.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

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

女性护理液是一种日常生活中常用的保养液，主要功效在于调节PH值，清洁，和杀菌，有些女性护理液也含有"美容"的作用。

十大女性洗液品牌 排名 品牌名称 公司简介

1 洁尔阴洗液 恩威洁尔阴洗液自1987年问世以来，其确切疗效和品牌深得广大患者、消费者和医务工作者的信赖，并于1991年成功进入香港、英联邦及马来西亚等国际市 场，2002年进入美国药品市场。在国内，洁尔阴洗液得到国家卫生部认可，先后在1993年被批准为中药第三类新药〔（93）Z - 32号〕，1997年被 批准为中药保护品种〔（97）卫药中保字085号〕，1998年被批准为中药第五类新药〔（98）Z - 108号〕，同年被上海市纳入公费医疗、劳保医疗报 销范围，1999年又被四川省评为名牌产品。2002年被国家药监局转为国药准字Z10930008号药品。

2 妇炎洁 仁和（集团）发展有限公司组建于2001年，在党和各级政府的亲切关怀及社会各界的热心帮助下，通过全体员工的艰苦奋斗，现已发展成为一家集药品、保健品生产销售于一体的现代医药企业集团。目前，仁和集团旗下拥有1家上市公司，3家医药科研机构，13家药品、保健品生产企业，5家销售物流企业，员工6000余人。自创业以来，仁和集团在销售收入、贡献税收等主要经济指标方面，实现了连续6年翻番增长，10年增长70倍的优异业绩。

3 肤阴洁FUYINJIE 肤阴洁为广西源安堂药业有限公司旗下女性洗液品牌，肤阴洁®复方黄松洗液、肤阴洁®复方黄松湿巾独特的疗效显著，用药后患部清爽舒适，深受广大患者青睐，保持20年销量稳步增长，是国内单一品种年销售额超1.5亿元的产品，品质在妇科洗液市场独占鳌头；肤阴洁®复方黄松湿巾为全国首创中药"湿巾"剂型产品；源安堂®银胡感冒散荣获"世界卫生组织教科文卫部科技发明特别贡献奖"，是广西中成药唯一获此殊荣的产品。

4 花红Huahong 广西花红药业股份有限公司集药材基地、科研、生产、销售为一体，是国家重点中成药企业，始建于20世纪70年代初。2002年完成国有改制，与上海复星医药（集团）股份有限公司进行合资合作，充分运用复星医药的资金、技术、管理等综合资源，在现代中药、药材种植、医药流通、资本运营等领域实现共赢；2005年花红品牌向健康产业延伸，建立子公司花红俱乐部。花红药业拥有"花红"中国驰名商标和40多项国家专利，改制后投入巨资改造现代中药的软硬件设施，通过了GMP、CGMP，达到国际注册标准，是广西区技术中心、国家级高新技术企业。

5 西妮 北京人福卫生用品有限公司（以下简称"北京人福"）成立于2001年，是人福医药集团（A股上市公司：600079）在北京的子公司，公司致力于打造个人护理行业值得消费者信赖的品牌商。2010年公司立足华北、志向全国，同时也顺应集团"大商业"战略与更多的优秀企业达成合作，并依此在2011年度对公司内部进行了调整，以品牌划分各业务板块和业务范围，实现了各品牌在全渠道均有专人负责，使终端的工作更细致、生动并得到了合作厂商的肯定。

6 eve

夏依 美国女性生理护理的第一品牌——夏依，来自美国C.B.Fleet药厂，由美国妇科医生研发，自1972年上市迄今，已热销全球75个国家。登陆中国的夏依全系列产品均为原装进口，PH值均精确设计，与阴道的弱酸环境相吻合。每一款产品在上架之前都经过最严格的临床验证与过敏测试。从洁净，到滋润，再到防护，悉心呵护女人成长的每个时期。不管是日常护理，还是生理期、感染期，甚至是孕产期，夏依都能为你提供最完整的私密保养方案，用最专业的呵护，让私处每时每刻都能感受最周到的宠爱。

7 娇妍JOLLY 娇妍（广州）日用品公司生产销售的"娇妍"女性护理液享誉国内外市场，历史悠久，在许多不同年龄层的女性消费者一贯口碑超赞，自2000年在国内女性护理液市场中占领超过43%的市场份额并保持十年之久。娇妍（广州）日用品有限公司专注于研究和生产女性"私处护理"领域的一系列女性产品，由于这类产品作用于女性私密和敏感部位，对于产品的卫生和杀菌要求非常高，对生产设备和生产车间的无菌和洁净条件严格按照国家GMP条例建设和管理，获颁广东省卫生厅消毒卫生用品卫生许可证。

8 日舒安 贵州汉方制药有限公司成立于1992年，系"贵阳市杰出民营企业"、"贵阳市非公有制优势企业"，连续多年被评为"省级纳税市场分析及投资策略研究级信用企业"、"贵阳市诚信纳税企业"。2009年2月9日，被贵阳市政府正式确定为贵州省重点制药企业。

9 千金药业 株洲千金药业股份有限公司，前身为株洲市中药厂，1993年进行股份制改造，2004年上市（股票代码：600479），2005年，"千金"商标被认定为中国驰名商标。千金药业系国家大中型中药制药企业。旗下拥有十三家控股子公司。千金药业注册资本3.05亿元，2013年底，总资产达到18.88亿元。经济效益综合指标在湖南省医药行业同行中排名第一，位居国内中药行业前列。

10 Lactacyd令特适 赛诺菲集团是一家全球领先的多元化医药健康企业，专注于患者需求，传播健康。赛诺菲的业务覆盖疫苗、处方药、健康药业产品和动物保健品，拥有10万余名员工、遍及100多个国家。集团疫苗事业部——赛诺菲巴斯德是全球最大的人用疫苗生产企业，每年可生产10亿剂疫苗，可预防20种疾病，使全球超过五亿人获得免疫保护。

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。

报告目录：

第一部分 女性护理液行业发展现状

第一章 女性护理液行业发展概述

第一节 女性护理液的概念

一、女性护理液的定义

二、女性护理液的特点 女性护理液的功效

阴道的弱酸性环境能保持阴道的自洁功能

西医认为阴道的环境经常受到宿主的代谢产物、细菌本身的产物及外源性因素（性交、冲洗及其他干扰）而不稳定。阴道菌群非常复杂，除原虫、真菌外，尚包括很多需氧菌及厌氧菌，这些微生物可分为共栖的及病理性的，都生长在同一个共同的环境内，各微生物之间可能有拮抗作用。另一个影响其生长的是氢离子浓度，在pH3.8~4.2时，有利于共栖菌的繁殖，尤其是乳酸杆菌，这是健康阴道中的主要菌种，阴道液中的密度可达 $10^5 \sim 10^8$ ml，当阴道被微生物感染后，假使乳酸杆菌占优势，仍能维持pH3.8~4.2，则不会致病，而且乳酸杆菌还能产生H₂O₂，对其他微生物有毒性作用而抑制其繁殖。其他如乳链球菌、肠杆菌、变形杆菌、加夫基球菌、韦永球菌等在阴道下端常见，平时不产生症状。阴道菌群之间彼此制约，使病理细菌不能有所作用，假使这种平衡被破坏，互相制约作用消失，所以氢离子浓度下降，乳酸杆菌失去优势，病理菌得以繁殖，就产生症状。

各种致病细菌在弱酸性环境破坏后致病

细菌性阴道病是由于阴道内乳酸杆菌减少而其他细菌大量繁殖，主要有加特纳氏菌、各种厌氧菌及支原体引起的混合感染。滴虫性阴道炎由阴道毛滴虫引起，属性传播性传染病，传染途径通过直接传染（通过性交传播，患滴虫性阴道炎的配偶，其精液中75%可找到滴虫）和间接传染（通过各种浴具、游泳池、公共厕所或污染的衣服、器械），在普查中，滴虫的检出率为3.56%，其中有部分妇女无炎症表现称之为带菌者。念珠菌性阴道炎主要由白色念珠菌引起，正常健康阴道内，亦常可少量寄生此菌，但一般不发病，当机体免疫功能低下或发生菌群失调时即繁殖而致病，故多见于妊娠、糖尿病、应用免疫抑制剂、长期抗生素应用者，另外在潮湿湿热的环境中，也易感染。据统计，非孕妇女中约10%及孕妇中三分之一感染本病，但因症状明显而就诊者少。至于非白色念珠菌（如光滑球拟酵母菌等）引起的阴道炎的发病率由1988年的9.9%上升到1995年的17.2%，已感染HIV的妇女受非白色念珠菌感染者比来感染者多两倍；患复发性念珠菌性阴道炎的妇女感染非白色念珠菌比感染白色念珠菌多2.47倍。

第二节 女性护理液行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 女性护理液市场特征分析

- 一、市场规模
- 二、产业关联度
- 三、影响需求的关键因素
- 四、国内和国际市场
- 五、主要竞争因素
- 六、生命周期

第二章 全球女性护理液行业发展分析

第一节 世界女性护理液行业发展分析

- 一、2015年世界女性护理液行业发展分析
- 二、2016年世界女性护理液行业发展分析

第二节 全球女性护理液市场分析

- 一、2016年全球女性护理液需求分析
- 二、2016年欧美女性护理液需求分析
- 三、2016年中外女性护理液市场对比

第三节 2015-2016年主要国家或地区女性护理液行业发展分析

- 一、2015-2016年美国女性护理液行业分析
- 二、2015-2016年日本女性护理液行业分析
- 三、2015-2016年欧洲女性护理液行业分析

第三章 我国女性护理液行业发展分析

第一节 中国女性护理液行业发展状况

- 一、2016年女性护理液行业发展状况分析
- 二、2016年中国女性护理液行业发展动态
- 三、2016年女性护理液行业经营业绩分析
- 四、2016年我国女性护理液行业发展热点

第二节 中国女性护理液市场供需状况

- 一、2016年中国女性护理液市场供给分析
- 二、2016年中国女性护理液市场需求分析
- 三、2016年中国女性护理液产品价格分析

第三节 我国女性护理液市场分析

一、2015年女性护理液市场分析

二、2016年女性护理液市场分析

第四章 女性护理液产业经济运行分析

第一节 2014-2015年中国女性护理液产业工业总产值分析

一、2014-2015年中国女性护理液产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2014-2015年中国女性护理液产业市场销售收入分析

一、2014-2015年中国女性护理液产业市场总销售收入分析

二、不同规模企业总销售收入分析

三、不同所有制企业总销售收入比较

第三节 2014-2015年中国女性护理液产业产品成本费用分析

一、2014-2015年中国女性护理液产业成本费用总额分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2014-2015年中国女性护理液产业利润总额分析

一、2014-2015年中国女性护理液产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二部分 女性护理液行业竞争格局

第五章 女性护理液行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节 女性护理液行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2014-2016年女性护理液行业竞争格局分析

一、2014-2016年国内外女性护理液竞争分析

二、2014-2016年我国女性护理液市场竞争分析

三、2014-2016年我国女性护理液市场集中度分析

四、2014-2016年国内主要女性护理液企业动向

第六章 女性护理液企业竞争策略分析

第一节 女性护理液市场竞争策略分析

一、2016年女性护理液市场增长潜力分析

二、2016年女性护理液主要潜力品种分析

三、现有女性护理液产品竞争策略分析

四、潜力女性护理液品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 女性护理液企业竞争策略分析

一、2017-2022年我国女性护理液市场竞争趋势

二、2017-2022年女性护理液行业竞争格局展望

三、2017-2022年女性护理液行业竞争策略分析

四、2017-2022年女性护理液企业竞争策略分析

五、对女性护理液企业发展策略的建议

第七章 主要女性护理液企业竞争分析

第一节 企业一

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第二节 企业二

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三节 企业三

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第四节 企业四

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第五节 企业五

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第六节 企业六

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第七节 企业七

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第八节 企业八

- 一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九节 企业九

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十节 企业十

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三部分 女性护理液行业前景预测

第八章 女性护理液行业发展趋势分析

第一节 2016年发展环境展望

一、2016年宏观经济形势展望

二、2015年政策走势及其影响

三、2016年国际行业走势展望

第二节 2015年女性护理液行业发展趋势分析

一、2015年技术发展趋势分析

二、2015年产品发展趋势分析

三、2016年行业竞争格局展望

第三节 2017-2022年中国女性护理液市场趋势分析

一、2017-2022年女性护理液发展趋势分析

二、2017-2022年女性护理液市场发展空间

三、2017-2022年女性护理液产业政策趋向

四、2017-2022年女性护理液技术革新趋势

五、2017-2022年女性护理液价格走势分析

第九章 未来女性护理液行业发展预测

第一节 未来女性护理液需求与消费预测

一、2017-2022年女性护理液产品消费预测

二、2017-2022年女性护理液市场规模预测

三、2017-2022年女性护理液行业总产值预测

四、2017-2022年女性护理液行业销售收入预测

五、2017-2022年女性护理液行业总资产预测

第二节 2017-2022年中国女性护理液行业供需预测

一、2017-2022年中国女性护理液供给预测

二、2017-2022年中国女性护理液产量预测

三、2017-2022年中国女性护理液需求预测

四、2017-2022年中国女性护理液供需平衡预测

五、2017-2022年中国女性护理液产品价格预测

六、2017-2022年主要女性护理液产品进出口预测

第四部分 女性护理液行业投资战略研究

第十章 女性护理液行业投资现状分析

第一节 2014年女性护理液行业投资情况分析

一、2014年总体投资及结构

二、2014年投资规模情况

三、2014年投资增速情况

四、2014年分行业投资分析

五、2014年分地区投资分析

六、2014年外商投资情况

第二节 2015年女性护理液行业投资情况分析

一、2015年总体投资及结构

二、2015年投资规模情况

三、2015年投资增速情况

四、2015年分行业投资分析

五、2015年分地区投资分析

六、2015年外商投资情况

第十一章 女性护理液行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2014-2015年我国宏观经济运行情况

二、2017-2022年我国宏观经济形势分析

三、2017-2022年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2016年女性护理液行业政策环境

二、2016年国内宏观政策对其影响

三、2016年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2016年社会环境发展分析

三、2017-2022年社会环境对行业的影响

第十二章 女性护理液行业投资机会与风险

第一节 行业活力系数比较及分析

一、2016年相关产业活力系数比较

二、2014-2016年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

一、2016年相关产业投资收益率比较

二、2014-2016年行业投资收益率分析

第三节 女性护理液行业投资效益分析

一、2014-2016年女性护理液行业投资状况分析

二、2014-2016年女性护理液行业投资效益分析

三、2017-2022年女性护理液行业投资趋势预测

四、2017-2022年女性护理液行业的投资方向

五、2017-2022年女性护理液行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响女性护理液行业发展的主要因素

一、2017-2022年影响女性护理液行业运行的有利因素分析

二、2017-2022年影响女性护理液行业运行的稳定因素分析

三、2017-2022年影响女性护理液行业运行的不利因素分析

四、2017-2022年我国女性护理液行业发展面临的挑战分析

五、2017-2022年我国女性护理液行业发展面临的机遇分析

第五节 女性护理液行业投资风险及控制策略分析

一、2017-2022年女性护理液行业市场风险及控制策略

- 二、2017-2022年女性护理液行业政策风险及控制策略
- 三、2017-2022年女性护理液行业经营风险及控制策略
- 四、2017-2022年女性护理液行业技术风险及控制策略
- 五、2017-2022年女性护理液同业竞争风险及控制策略
- 六、2017-2022年女性护理液行业其他风险及控制策略

第十三章 女性护理液行业投资战略研究

第一节 女性护理液行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、竞争战略规划

第二节 女性护理液行业投资战略研究

- 一、2016年女性护理液行业投资战略
- 二、2016年女性护理液行业投资战略研究
- 三、2017-2022年女性护理液行业投资形势
- 四、2017-2022年女性护理液行业投资战略
- 五、对女性护理液行业的投资建议（AKLT）

部分图表目录：

- 图表：女性护理液产业链分析
- 图表：国际女性护理液市场规模
- 图表：国际女性护理液生命周期
- 图表：2014-2016年中国女性护理液行业市场规模
- 图表：2014-2016年全球女性护理液产业市场规模
- 图表：2014-2016年女性护理液重要数据指标比较
- 图表：2014-2016年中国女性护理液行业销售情况分析
- 图表：2014-2016年中国女性护理液行业利润情况分析
- 图表：2014-2016年中国女性护理液行业资产情况分析
- 图表：2014-2016年中国女性护理液竞争力分析

图表：2017-2022年中国女性护理液产能预测

图表：2017-2022年中国女性护理液消费量预测

图表：2017-2022年中国女性护理液市场前景预测

图表：2017-2022年中国女性护理液市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国女性护理液发展前景预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284274.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）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。