



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国一次性卫生用品市场深度调研与投资前景分析报告

一、调研说明

《2009-2012年中国一次性卫生用品市场深度调研与投资前景分析报告》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/99045.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

第一章 2008-2009年世界一次性卫生用品行业整体运营状况分析

第一节 2008-2009年世界一次性卫生用品行业运行环境分析

第二节 2008-2009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 2008-2009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 2009-2013年世界一次性卫生用品行业发展趋势分析

第二章 2008-2009年世界品牌一次性卫生用品企业营运状况浅析

第一节 宝洁

一、企业概况

二、2008-2009年在华投资运行情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第二节 金佰利

一、企业概况

二、2008-2009年在华投资运行情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第三节 强生

一、企业概况

二、2008-2009年在华投资运行情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第四节 花王

一、企业概况

二、2008-2009年在华投资运行情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第五节 尤妮佳

一、企业概况

二、2008-2009年在华投资运行情况

三、品牌竞争力分析

四、国际化发展战略分析

第三章 2008-2009年中国一次性卫生用品行业市场发展环境解析

第一节 2008-2009年中国宏观经济环境分析

一、扩大内需保增长政策解析

二、中国GDP分析

三、中国汇率调整分析

四、中国CPI指数分析

五、中国城镇居民家庭人均可支配收入分析

第二节 2008-2009年中国一次性卫生用品市场政策环境分析

一、行业政策

二、相关行业政策

三、法律法规

第三节 2008-2009年中国一次性卫生用品市场社会环境分析

第四章 2008-2009年中国一次性卫生用品行业市场运行态势剖析

第一节 2008-2009年中国一次性卫生用品行业动态分析

第二节 2008-2009年中国一次性卫生用品产业现状综述

一、金融风暴将加快行业洗牌

二、一次性卫生用品市场继续稳步增长

三、国产设备水平迅速提高走向国际市场

四、一次性卫生用品消费区域化差异大

第三节 2008-2009年中国一次性卫生用品产业存在的问题

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

第五章 2008-2009年中国一次性卫生用品业内热点产品运营态势分析

第一节 妇女卫生巾

- 一、中国妇女卫生巾行业现状分析
- 二、卫生巾市场一路飚升
- 三、2008年中国妇女卫生巾和护垫主要制造商和品牌
- 四、卫生巾发展步入成熟轨道
- 五、2008年卫生巾企业面临的七大挑战

第二节 婴儿纸尿裤

- 一、中国纸尿裤市场进入高速增长期
- 二、小纸尿裤蕴含大市场
- 三、金佰利看好中国纸尿裤市场
- 四、全球婴儿纸尿裤市场展望
- 五、纸尿裤质量连年下滑

第三节 成人失禁用品

- 一、中国成人失禁用品市场现状
- 二、成人失禁用品市场在快速增长
- 三、全球成人失禁用品竞争激烈
- 四、未来成人失禁用品前景展望

第六章 2008-2009年中国一次性卫生用品市场销售策略分析

第一节 中国一次性卫生用品市场销售终端的基本类型

- 一、一次性卫生用品市场各终端的基本特点
- 二、各类一次性卫生用品终端的分布格局
- 三、一次性卫生用品市场的主要销售模式

第二节 2008-2009年中国一次性卫生用品行业市场销售渠道分析

第三节 2008-2009年中国一次性卫生用品行业市场销售渠道的瓶颈

第四节 2008-2009年一次性卫生用品市场营销案例分析

- 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 2008-2009年一次性卫生用品市场营销策略分析

- 一、锁定目标人群
- 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

第七章 2008-2009年中国一次性卫生用品市场消费调查分析

第一节 消费者基本情况调查分析

第二节 一次性卫生用品关注度调查分析

- 一、妇女卫生巾
- 二、婴儿纸尿裤
- 三、成人失禁用品

第三节 一次性卫生用品消费者满意度调查分析

- 一、品牌满意度
- 二、价格满意度
- 三、质量满意度

第四节 2008年一次性卫生用品品牌构成

- 一、妇女卫生巾品品牌构成
- 二、婴儿纸尿裤品品牌构成
- 三、成人失禁用品品品牌构成

第五节 影响消费者购买的因素分析

- 一、质量
- 二、品牌
- 三、价格

第八章 2008-2009年中国一次性卫生用品市场竞争格局透析

第一节 2008-2009年中国一次性卫生用品市场竞争格局

- 一、国际品牌的三国演义
- 二、婴儿卫生用品开打价格战
- 三、女性卫生用品原材料凸现竞争趋势

第二节 跨国日化巨头加快一次性卫生用品中国市场布局

第三节 2009-2013年中国一次性卫生用品行业竞争趋势分析

第九章 2008-2009年中国一次性卫生用品优势企业竞争力及关键性数据分析

第一节 福建恒安集团有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第二节 宝洁（中国）有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第三节 金佰利（中国）投资有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第四节 强生（中国）有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第五节 福建恒利集团有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第六节 尤妮佳生活用品(中国)有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第七节 全日美实业(上海)有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第八节 北京倍舒特妇幼用品有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第九节 上海唯尔福(集团)有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第十节 上海花王有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况分析

三、2008-2009年企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第十章 2009-2013年中国一次性卫生用品行业发展趋势与前景展望

第一节 2009-2013年中国一次性卫生用品行业发展前景分析

一、我国一次性卫生用品市场潜力巨大

二、未来一次性卫生用品市场的展望

第二节 2009-2013年中国一次性卫生用品行业发展趋势分析

一、一次性卫生用品新产品趋势

二、卫生用品正朝两个趋势发展

第三节 2009-2013年中国一次性卫生用品行业市场预测分析

一、妇女一次性卫生用品市场预测分析

二、婴儿纸尿裤市场预测分析

三、成人失禁用品市场预测分析

第四节 2009-2013年中国一次性卫生用品市场盈利预测分析

第十一章 2009-2013年中国一次性卫生用品行业投资机会与风险规避指引

第一节 2009-2013年中国一次性卫生用品行业投资周期分析

第二节 2009-2013年中国一次性卫生用品行业投资机会分析

一、中国纸尿裤市场商机无限

二、投资热点分析

三、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2009-2013年中国一次性卫生用品行业投资风险预警

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 2009-2013年中国一次性卫生用品行业投资规划指引

图表目录：

图表：历年来中国妇女卫生巾及卫生护垫的消费量及市场渗透率

图表：历年业中国婴幼儿尿布市场消费量及市场渗透率

图表：成人失禁用品的消费量

图表：消费者基本情况调查分析

图表：一次性卫生用品关注度调查分析

图表：一次性卫生用品消费者满意度调查分析

图表：2008年一次性卫生用品品牌构成

图表：影响消费者购买的因素分析

图表：福建恒安集团有限公司销售收入情况

图表：福建恒安集团有限公司盈利指标情况

图表：福建恒安集团有限公司盈利能力情况

图表：福建恒安集团有限公司资产运行指标状况

图表：福建恒安集团有限公司资产负债能力指标分析

图表：福建恒安集团有限公司成本费用构成情况

图表：宝洁（中国）有限公司销售收入情况

图表：宝洁（中国）有限公司盈利指标情况

图表：宝洁（中国）有限公司盈利能力情况

图表：宝洁（中国）有限公司资产运行指标状况

图表：宝洁（中国）有限公司资产负债能力指标分析

图表：宝洁（中国）有限公司成本费用构成情况

图表：金佰利（中国）投资有限公司销售收入情况

图表：金佰利（中国）投资有限公司盈利指标情况

图表：金佰利（中国）投资有限公司盈利能力情况

图表：金佰利（中国）投资有限公司资产运行指标状况

图表：金佰利（中国）投资有限公司资产负债能力指标分析

图表：金佰利（中国）投资有限公司成本费用构成情况

图表：强生（中国）有限公司销售收入情况

图表：强生（中国）有限公司盈利指标情况

图表：强生（中国）有限公司盈利能力情况

图表：强生（中国）有限公司资产运行指标状况

图表：强生（中国）有限公司资产负债能力指标分析

图表：强生（中国）有限公司成本费用构成情况

图表：福建恒利集团有限公司销售收入情况

图表：福建恒利集团有限公司盈利指标情况

图表：福建恒利集团有限公司盈利能力情况

图表：福建恒利集团有限公司资产运行指标状况

图表：福建恒利集团有限公司资产负债能力指标分析

图表：福建恒利集团有限公司成本费用构成情况

图表：尤妮佳生活用品(中国)有限公司销售收入情况

图表：尤妮佳生活用品(中国)有限公司盈利指标情况

图表：尤妮佳生活用品(中国)有限公司盈利能力情况

图表：尤妮佳生活用品(中国)有限公司资产运行指标状况

图表：尤妮佳生活用品(中国)有限公司资产负债能力指标分析

图表：尤妮佳生活用品(中国)有限公司成本费用构成情况

图表：全日美实业(上海)有限公司销售收入情况

图表：全日美实业(上海)有限公司盈利指标情况

图表：全日美实业(上海)有限公司盈利能力情况

图表：全日美实业(上海)有限公司资产运行指标状况

图表：全日美实业(上海)有限公司资产负债能力指标分析

图表：全日美实业(上海)有限公司成本费用构成情况

图表：北京倍舒特妇幼用品有限公司销售收入情况
图表：北京倍舒特妇幼用品有限公司盈利指标情况
图表：北京倍舒特妇幼用品有限公司盈利能力情况
图表：北京倍舒特妇幼用品有限公司资产运行指标状况
图表：北京倍舒特妇幼用品有限公司资产负债能力指标分析
图表：北京倍舒特妇幼用品有限公司成本费用构成情况
图表：上海唯尔福(集团)有限公司销售收入情况
图表：上海唯尔福(集团)有限公司盈利指标情况
图表：上海唯尔福(集团)有限公司盈利能力情况
图表：上海唯尔福(集团)有限公司资产运行指标状况
图表：上海唯尔福(集团)有限公司资产负债能力指标分析
图表：上海唯尔福(集团)有限公司成本费用构成情况
图表：上海花王有限公司销售收入情况
图表：上海花王有限公司盈利指标情况
图表：上海花王有限公司盈利能力情况
图表：上海花王有限公司资产运行指标状况
图表：上海花王有限公司资产负债能力指标分析
图表：上海花王有限公司成本费用构成情况
略.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/99045.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。