

2021-2027年中国女性私护 品行业分析与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国女性私护品行业分析与投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202106/222617.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

我国目前有3.4亿的女性处在需要使用女性私护品的年龄段，同时由于女性私护品是一种相对稳定的一次性消耗用品，没有销售淡季旺季之分，比营养保健化妆品的卖点要大，这个市场有广阔的空间。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国女性私护品行业分析与投资战略研究报告》共六章。首先介绍了女性私护品行业市场发展环境、女性私护品整体运行态势等，接着分析了女性私护品行业市场运行的现状，然后介绍了女性私护品市场竞争格局。随后，报告对女性私护品做了重点企业经营状况分析，最后分析了女性私护品行业发展趋势与投资预测。您若想对女性私护品产业有个系统的了解或者想投资女性私护品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章中国女性私护品市场发展环境分析1

第一节女性私护品发展概况1

第二节女性私护品发展政策环境分析1

一、行业监管体制分析1

二、行业相关政策法规2

第三节女性私护品发展社会环境分析2

一、中国女性人口规模2

二、女性患妇科疾病调查3

三、女性妇科炎症比例状况4

四、主要妇科疾病种类情况4

（一）阴道炎4

（二）宫颈炎6

（三）尿道炎8

（四）子宫内膜异位症9

第二章中国女性私护品市场发展状况13

第一节中国女性私护品市场发展态势13

一、中国女性私护品市场发展现状13

二、中国女性私护品主要品牌分析15

第二节中国女性私护品细分市场状况17

一、私处护理液市场状况17

二、私处护理湿巾市场状况17

三、私处护理凝胶市场状况18

四、私处护理喷雾市场状况19

第三节中国女性内裤洗液市场分析19

第三章中国女性私护品市场销售状况分析22

第一节中国女性私护品市场发展规模分析22

一、中国女性私护品销售规模22

二、女性私护品细分产品规模22

(一) 私处护理液销售规模22

(二) 私处护理湿巾销售规模23

(三) 私处护理凝胶销售规模24

(四) 私处护理喷雾销售规模24

三、女性私护品销售年龄分布25

(一) 18-24岁女性私护品销售规模25

(二) 25-34岁女性私护品销售规模26

(三) 35-44岁女性私护品销售规模27

(四) 45-54岁女性私护品销售规模27

第二节中国女性私护品市场价格分析28

一、私处护理液产品价格28

二、私处护理湿巾产品价格30

三、私处护理凝胶产品价格31

四、私处护理喷雾产品价格32

第三节中国女性私护品消费影响因素32

第四章中国女性私护品市场销售渠道分析35

第一节大型商超35

一、大型连锁商超35

二、屈臣氏38

第二节药店39

一、中国药店数量39

二、药店妇科用药销售40

(一) 气血和胶囊40

(二) 洁尔阴洗液41

(三) 保妇康栓42

(四) 妇科千金片43

(五) 红核妇洁洗液44

第三节医院45

一、中国医院数量45

二、医院妇科用药销售48

第四节网络零售49

一、互联网+女性私护品状况49

二、互联网+女性私护品销售50

第五章中国女性私护品主要品牌竞争分析53

第一节妇炎洁53

一、品牌基本情况53

二、品牌市场价格55

三、企业竞争优势56

第二节凤保宁56

一、品牌基本情况56

二、品牌市场价格57

三、品牌竞争优势58

第三节棒女郎58

一、品牌基本情况58

二、品牌市场价格59

三、品牌竞争优势59

第四节洁尔阴60

一、品牌基本情况60

二、品牌市场价格61

三、品牌竞争优势62

第五节耀原御清宫64

一、品牌基本情况64

二、产品特点分析64

三、品牌竞争优势66

第六节娇妍66

一、品牌基本情况66

二、品牌市场价格67

三、品牌竞争优势68

第七节肤阴洁69

一、品牌基本情况69

二、品牌市场价格70

三、品牌竞争优势70

第八节百艾洗液71

一、品牌基本情况71

二、品牌市场价格73

三、品牌竞争优势73

第九节蜜思75

一、品牌基本情况75

二、品牌企业分析77

三、品牌竞争优势77

第六章2021-2027年中国女性私护品市场前景及投资策略79（）

第一节2021-2027年中国女性私护品行业发展趋势及前景79

一、中国女性私护品行业发展趋势79

二、中国女性私护品行业影响因素79

三、中国女性私护品市场发展前景80

四、中国妇科用药市场发展趋势分析81

第二节2021-2027年中国女性私护品市场规模预测81

一、中国女性私护品销售规模预测81

二、女性私护品细分产品规模预测82

- (一) 私处护理液销售规模预测82
 - (二) 私处护理湿巾销售规模预测82
 - (三) 私处护理凝胶销售规模预测83
 - (四) 私处护理喷雾销售规模预测83 ()
- 第三节2021-2027年中国女性私护品市场投资策略84

部分图表目录：

- 图表12013-2019年中国女性人口数量统计11
- 图表22013年和2019年中国女性妇科疾病发生率统计12
- 图表3中国女性妇科疾病比例情况图13
- 图表4中国女性私护品市场份额占比情况分析15
- 图表5中国女性私护品主要品牌情况统计15
- 图表6中国女性内裤洗液主要品牌统计17
- 图表72013-2019年中国女性私护品市场情况统计18
- 图表82013-2019年女性私处护理液销售规模统计19
- 图表92013-2019年女性私处护理湿巾销售规模统计19
- 图表102013-2019年女性私处护理凝胶销售规模统计20
- 图表112013-2019年女性私处护理喷雾销售规模统计20
- 图表122014-2019年18-24岁女性私护品销售规模21
- 图表132014-2019年25-34岁女性私护品销售规模22
- 图表142014-2019年35-44岁女性私护品销售规模22
- 图表152014-2019年45-54岁女性私护品销售规模23
- 图表16部分女性私处护理液产品价格统计23
- 图表17部分女性私处护理湿巾产品价格统计24
- 图表18部分女性私处护理凝胶产品价格统计24
- 图表19部分女性私处护喷雾产品价格统计25

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/222617.html>