

2023-2029年中国女性私护 品市场深度分析与未来前景预测报告

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

《2023-2029年中国女性私护品市场深度分析与未来前景预测报告》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/202304/349061.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

随着社会的发展人们生活节奏饮食习惯的逐渐改变，很多女性的生物钟已经被打乱，而各种疾病也快速走向女性同胞，因此也严重影响到女性的身心健康，如宫颈疾病、妇科炎症、妇科肿瘤、月经疾病、白带异常等等，如此关爱女性健康问题迫在眉睫，一个新产业——女性私护品已经诞生。

我国女性洗液品牌集中度较高，市场主要集中在ABC、妇炎洁、娇妍（JOLLY）、诗洁、洁尔阴等少数品牌手中。随着中国市场需求的增加，外资品牌也逐渐进入我国市场，在高端领域具有较强的竞争力。

中国私处护理湿巾品牌主要有ABC、妇炎洁、洁尔阴、西妮、娇妍、倍舒特等。

中国私处护理凝胶品牌主要吻序（WENXU）、芊茗草、妇炎洁、佳茵、初蕊、零语（zerotalk）、棒女郎（Bongirs）韦香儿（WEIXIANGER）、修正等。

中国私处护理喷雾品牌主要妇炎洁、芊茗草、普肽（ProteLight）、卫花、梦典（MENGDIAN）、美洁而、宝姿莱（BAOZILAI）等。

2014年中国女性私护品零售规模53.2亿元，2015年中国女性私护品零售规模68.4亿元，2016年中国女性私护品零售规模93.2亿元，2017年中国女性私护品零售规模133.5亿元。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国女性私护品市场深度分析与未来前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

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

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、全球女性患妇科疾病调查

三、中国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

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

- 一、近几年关注女性健康人群比列分析
- 二、女性购买私护产品比例
- 三、女性私护产品购买人群年龄比例
- 四、女性选产品的最关注的因素

五、最受女性关注的私护护理品牌

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 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、产品研发情况

三、企业竞争优势

第二节 芊茗草

一、品牌基本情况

二、品牌竞争优势

第三节 棒女郎

一、品牌基本情况

二、主要产品分析

第四节 洁尔阴

一、品牌基本情况

二、产品分析

三、品牌竞争优势

第五节 耀原御清宫

一、品牌基本情况

二、产品特点分析

第六节 娇妍

一、品牌基本情况

二、品牌竞争优势

第七节 百艾洗液

一、品牌基本情况

二、品牌市场价格

第八节 蜜思

一、品牌基本情况

二、主要产品分析

第六章 2023-2029年中国女性私护品市场前景及投资策略

第一节 2023-2029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、中国女性私护品市场发展前景

第二节 2023-2029年中国女性私护品市场规模预测

第三节 2023-2029年中国女性私护品市场投资策略

部分图表目录：

图表 1：近几年中国女性人口数量统计 9

图表 2：妇科炎症各病种患病率 10

图表 3：我国私处护理液主要品牌 14

图表 4：中国私处护理湿巾主要品牌情况统计 15

图表 5：中国私处护理凝胶主要品牌情况统计 15

图表 6：中国私处护理喷雾主要品牌情况统计 16

图表 7：2018-2022年中国女性私护品销售规模 17

图表 8：近年中国女性私护品细分产品零售规模占比 18

图表 9：2018-2022年中国私处护理液销售规模 18

图表 10：2018-2022年中国私处护理湿巾销售规模 19

图表 11：2018-2022年中国私处护理凝胶销售规模 19

图表 12：2018-2022年中国私处护理喷雾销售规模 20

图表 13：部分女性私处护理液产品价格统计 20

图表 14：部分女性私处护理湿巾产品价格统计 21

图表 15：部分女性私处护理凝胶产品价格统计 21

图表 16：部分女性私处护理喷雾产品价格统计 22

图表 17：2018-2022年关注女性健康人群比列分析 22

图表 18：2018-2022年女性购买私护产品比例 23

图表 19：女性私护产品购买人群年龄比例 23

图表 20：女性选产品的最关注的因素 24

图表 21：最受女性关注的私护护理品牌 25

图表 22：互联网女性私护品销售趋势 28

图表 23：2023-2029年女性私护品销售规模 40

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/349061.html>