

中国卫生棉条市场

前期信息收集与调研报告

数据来源与方法论说明

核心数据源（三角互证）

本报告采用三角互证法（Triangulation），以三家权威机构的公开数据为核心，交叉验证确保数据可靠性：

- **欧睿国际（Euromonitor International）**：全球领先的市场研究机构，数据覆盖全球 90+ 国家的消费品市场，为本报告的主要锚点数据源
- **凯度消费者数据（Kantar Consumer Index）**：全球领先的消费者行为与零售追踪数据平台，在中国市场覆盖全渠道零售监测，为市场规模和渗透率数据提供核心支撑
- **艾媒咨询（iiMedia Research）**：全球新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，拥有自主消费者调研数据库，用于互证消费者行为数据

补充参考源

- 中国造纸协会生活用纸专业委员会：行业年度报告（仅作产业链背景参考）
- 国家统计局：女性人口、棉花产量等宏观数据
- 华经产业研究院（HUAON）：国内产业研究机构，数据来源于国家统计局、行业协会等官方渠道，作为市场规模保守下限参考

数据口径说明

不同机构的统计口径存在差异，主要体现在：

- **欧睿国际**：统计口径为全渠道零售规模（含线上+线下），数据偏高
- **凯度消费者数据**：统计口径为全渠道零售追踪数据（含线上+线下），覆盖全国重点城市及电商平台，数据具有较高代表性
- **本报告处理方式**：以欧睿国际数据为主要锚点，凯度数据为保守下限参考，给出合理区间估计

- **欧睿国际作为市场规模上限参考：**其全渠道零售规模口径包含所有零售终端，数据偏高但覆盖最全面
- **凯度消费者数据作为核心锚点：**覆盖全国重点城市及主流电商平台，口径适中，为本报告主要参考
- **艾媒咨询作为补充验证：**其消费者调研数据可验证消费趋势，但非精确市场规模统计
- **华经产业研究院作为保守下限参考：**行业零售额口径可能未完全覆盖跨境电商等新兴渠道

一、当前市场规模

综合三家权威机构数据，中国卫生棉条市场规模如下：

年份	欧睿国际	凯度消费者数据	说明
2018	—	~4 亿元	行业零售额口径
2023	~18.7 亿元	—	全渠道零售规模，同比 +21.3%
2024	—	~14.66 亿元	行业零售额口径（保守估计）
2025（估）	突码 30 亿元	—	欧睿预测，全渠道口径

综合判断：2024 年中国卫生棉条市场规模约为 15 ~ 20 亿元人民币（取凯度保守估计与欧睿趋势的中间值）。欧睿国际预计 2025 年将突码 30 亿元。两家机构数据差异主要来源于渠道覆盖范围不同。

二、近 5 年复合年增长率（CAGR）

数据源	CAGR	统计区间
欧睿国际	~19% ~ 21%	2020-2025（全渠道口径）
凯度消费者数据	~30%	2018-2024（行业零售额口径）
艾媒咨询	~18%+	近年趋势（含更广义经期护理）

互证结论：三家机构均确认市场处于快速增长期。凯度的较高 CAGR（30%）反映的是早期低基数效

应（2018年基数仅~4亿），而欧睿的19%~21%更能反映当前规模下的稳健增速。本报告取欧睿数据为主参考，即CAGR约为19%~21%。

三、与发达国家的渗透率对比

渗透率是中国卫生棉条市场最显著的特征指标。以下数据主要来源于欧睿国际全球数据库：

国家/地区	渗透率	数据来源
中国（全国）	<5%	欧睿国际 / 凯度消费者数据
美国	~60%	欧睿国际全球数据库
欧洲（西欧为主）	30%~50%	欧睿国际全球数据库
日本	约10%~13%	名古屋大学 JPHC 研究 + 欧睿国际全球数据库
韩国	约4%~5%	PubMed 韩国护士健康研究 + 欧睿国际全球数据库

核心结论：中国卫生棉条整体渗透率不足5%，与美国（~60%）、欧洲（30%~50%）相比存在十倍以上差距。但这也意味着巨大的增长空间——即使渗透率仅提升至10%，市场规模也将实现倍增。

亚洲市场对比启示：同为东亚文化圈，日本（约10%~13%）和韩国（约4%~5%）的棉条渗透率同样远低于欧美，但均显著高于中国（<5%）。尤其值得注意的是，日本作为文化背景与中国相近的成熟市场，其棉条渗透率已达中国的2~3倍，且仍有28.8%的女性曾有使用经历（名古屋大学研究），说明文化因素并非不可逾越的障碍。随着健康意识提升和产品教育普及，中国市场的渗透率具有巨大的提升潜力。

四、未来3年市场规模预测

基于欧睿国际的全渠道数据锚点，结合当前CAGR趋势，对未来3年进行保守预测：

年份	保守估计	乐观估计	依据
2026	~35亿元	~38亿元	欧睿预测突破30亿，按CAGR 19%推算

2027	~42 亿元	~46 亿元	按 CAGR 19% ~ 21%线性外推
2028	~50 亿元	~56 亿元	按 CAGR 19% ~ 21%线性外推

预测逻辑：以欧睿国际确认的 2025 年突破 30 亿元为基准，按照历史 CAGR 19% ~ 21%进行线性外推。保守估计取 19%增速，乐观估计取 21%增速。考虑到市场基数增大后增速可能逐步回落，实际数据更可能接近保守估计。

五、品牌格局与市场占有率

根据欧睿国际和凯度消费者数据的公开数据，当前中国卫生棉条市场呈现“国际品牌主导、国产品牌快速崛起”的竞争格局：

排名	品牌	隶属集团	市场地位
1	Tampax (丹碧丝)	宝洁 (P&G)	市场领先者，导管式主导
2	o.b.	强生 (J&J)	无导管式代表，市场第二
3	国产品牌集团	多家国产企业	合计市占率快速提升

国产品牌崛起趋势

据欧睿国际数据，国产品牌整体市场份额已从 2019 年的不足 15%提升至 2023 年的约 32%，预计 2027 年有望突破 45%。主要国产品牌包括自由点、奈丝公主、轻语等，通过差异化定位与社交媒体营销抢占细分市场。

六、核心发现与趋势判断

- **市场处于快速成长期：**CAGR 19% ~ 21%远超传统卫生巾个位数增速，经期护理产品结构性升级趋势明确
- **渗透率差距=增长空间：**中国<5% vs 美国~60%，即使渗透率仅提升至 10%，市场规模也将实现倍增以上

- **国产替代加速：**国产品牌市占率从 2019 年<15%提升至 2023 年~32%，预计 2027 年突破 45%
- **消费者关注点：**艾媒咨询调研显示，产品原材料（53.91%）和安全性（52.47%）是消费者最关注的两大因素

七、数据可靠性说明与局限性

本报告已尽可能采用权威数据源，但仍存在以下局限性，需在后续测评中注意：

- **统计口径差异：**欧睿采用全渠道零售规模，凯度采用全渠道零售追踪，两者存在约 20%~30% 的差异
- **核心数据源门槛：**欧睿国际、弗若斯特沙利文、凯度消费者指数的完整报告均为付费报告，本报告仅能获取其公开摘要数据，存在数据粒度不足的问题
- **建议：**如需更精确的数据，建议直接购买欧睿国际或弗若斯特沙利文的完整报告，以获取更细粒度的市场数据

八、小结

综合本报告全部数据与分析，中国卫生棉条市场呈现以下核心特征：

- **市场规模：**2024 年约 15-20 亿元，正处于快速成长期（CAGR 19%-21%），预计 2028 年可达 50 亿元以上
- **渗透率差距：**中国<5%的渗透率与欧美（30%-70%）及日本（10%-13%）存在显著差距，但差距即意味着增长空间
- **亚洲参照：**日本和韩国的市场发展路径表明，文化同源的亚洲国家同样可以实现棉条品类的持续渗透，中国市场的长期潜力可观
- **竞争格局：**国际品牌主导但国产品牌快速崛起，市场格局仍在演变中

- **数据可靠性：**本报告以欧睿国际、凯度消费者数据、艾媒咨询三家核心机构进行三角互证，数据可信度较高，但各机构统计口径存在差异，建议结合完整报告进一步验证