



×



春雨医生

×

iResearch

艾瑞咨询

2023年中国女性私处护理白皮书

2023年中国女性私处护理白皮书



春雨医生



研究背景及研究目的

相较于男性来说，女性的身体结构更为复杂，尤其在私处生理结构上。而女性特殊的私处生理构造，使得女性私处较脆弱，更容易受到外来细菌病毒感染，罹患妇科疾病。

根据世界卫生组织（WHO）对全球妇女健康状态的调查研究表明，妇科疾病发病率从2008年的40%升至2016年的65%以上，在育龄期妇女中，发病率已超过70%，而在已婚女性中，患病率更是高达95%。2021年中国育龄女性生殖健康调查发现，中国70.6%育龄期女性出现过妇科症状，其中就诊人群中64.4%确诊患有妇科疾病。由于女性在生殖健康上面临重大挑战，其生殖健康问题应该获得更多关注与保护。

过去出于传统观念及隐私的原因，当提及私处健康问题时，许多女性都会避之不及。随着社会发展及女性健康意识增强，越来越多的女性开始正视私处健康问题，意识到私处健康护理不应成为一个羞于启齿的话题，而是正常的健康护理需求。

而随着当代女性对自身生理健康的关注度提升，以及女性私处保护意识的不断觉醒，国内女性私处健康赛道开始快速成长，私处护理行业发展前景广阔。

为更深入了解国内女性私处护理行业发展情况，洞察消费者需求及消费行为，帮助中国女性进一步树立科学的私处健康观念，助推中国女性私密健康标准的建立完善，蜜丝牵头艾瑞咨询、春雨医生携手开展本次研究。



春雨医生



蜜丝x春雨医生x艾瑞咨询 联合开展2023年中国女性私处护理研究
本次研究遍及30个省份164座城市
共计1060名女性参与本次调研，为中国女性私处健康问题发声

2023年中国女性私处护理白皮书



×



春雨医生

×



序言



何毛毛

广州三甲医院妇科医生

//

希望通过这本白皮书的发布，女性私处保护意识可以不断觉醒，养成日常预防私处疾病的习惯，防患于未然才能真正保证私处健康。

//



陈鹏

成都三甲医院妇科医生

//

女性私处护理不仅仅是增加清洁就能起效的，希望通过本白皮书让女性日常私处护理更加精细化。

//



王晓彦

北京三甲医院皮肤科医生

//

我很开心看到新时代的女性逐渐开始正视私处护理需求，这不仅关系着私处健康，同样是为了女性的生活更加美好。

//

CONTENTS

目录

01 女性私处护理市场发展概况

02 女性私处健康现状

03 女性私处护理用户洞察

04 女性私处特点与基本护理原则

05 典型品牌案例分析

06 结论与展望

01 / 女性私处护理市场发展概况

女性私处护理概念及定义

女性私处护理指以预防女性私处疾病为目的，对私处进行常态化清洁护理

【广义】包含所有涉及女性私处的相关治疗及护理，如生殖疗养、私处医美、私处日常护理、私处保健、生理用品等。
【狭义】即本次研究范围，指私处日常护理，以预防女性私处疾病为目的，对私处进行常态化清洁护理。涉及产品范围主要有私处护理冲洗液（内阴用途）、私处护理啫喱/护理液（外阴用途）、私处护理凝胶、私处护理喷雾、私处护理慕斯、私处护理湿巾等。

女性私处护理基本概念定义



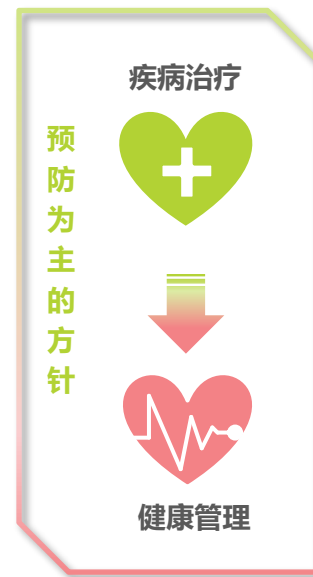
来源：艾瑞咨询自助研究绘制。

政策利好女性私处护理行业发展

预防疾病为导向的相关政策积极推动女性健康事业发展

2016年10月中共中央、国务院印发了《健康中国2030规划纲要》，坚持预防为主的方针，深入实施健康中国行动，完善国民健康促进政策，推动疾病治疗向健康管理转变。在此基础上，《“十四五”国民健康规划》、《中国妇女发展纲要（2021-2030）》继续推进女性健康预防。相关政策的推动下，女性健康事业发展前景良好，私处护理作为女性私处健康事业的重要一环，未来发展潜力不可小觑。

驱动女性私处护理市场发展的相关政策

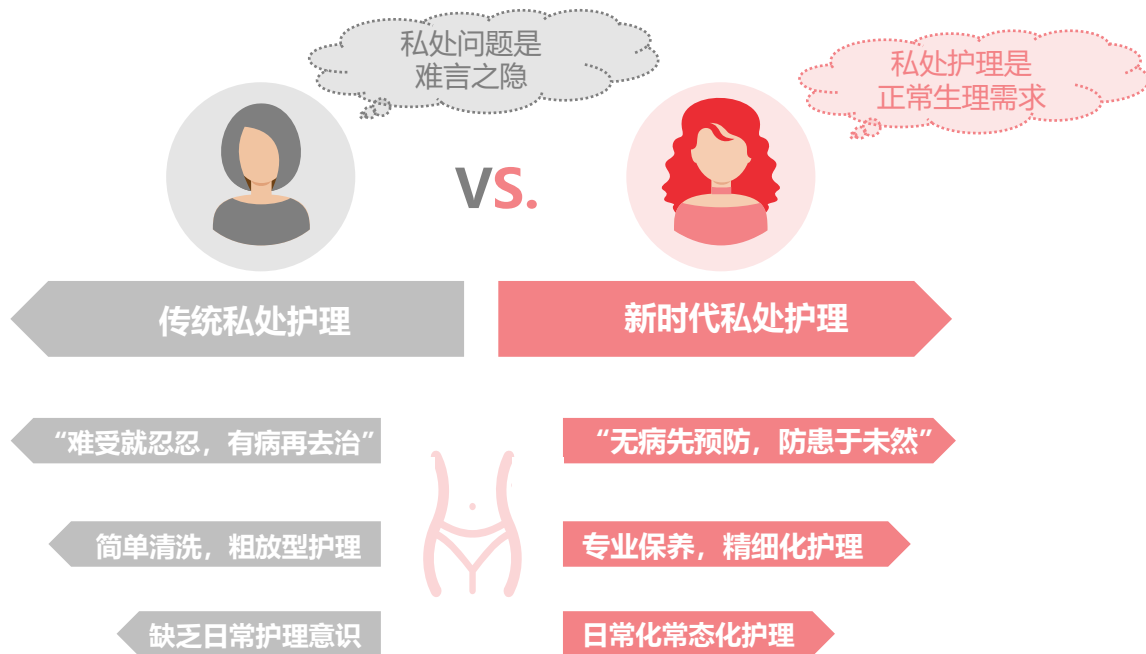


女性私护观念升级扩大消费需求

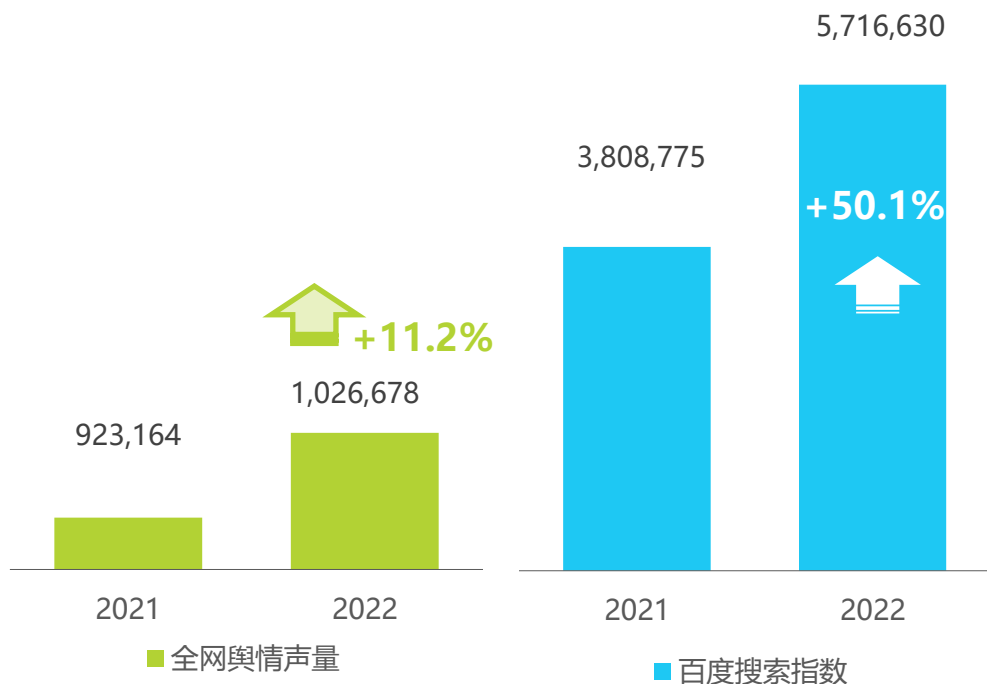
新时代女性开始正视私处护理需求，个人私处健康关注度上升

过去传统女性缺少私处护理意识，认为私处问题是难言之隐，当私处不适时往往是忍着，等到有明显疾病表征时再就医治疗。新时代女性则开始意识到私处护理是正常的生理需求，注重日常的私处护理，重视私处护理的预防作用。

中国女性私处日常护理观念变化



2021-2022年中国女性私处健康相关舆情表现

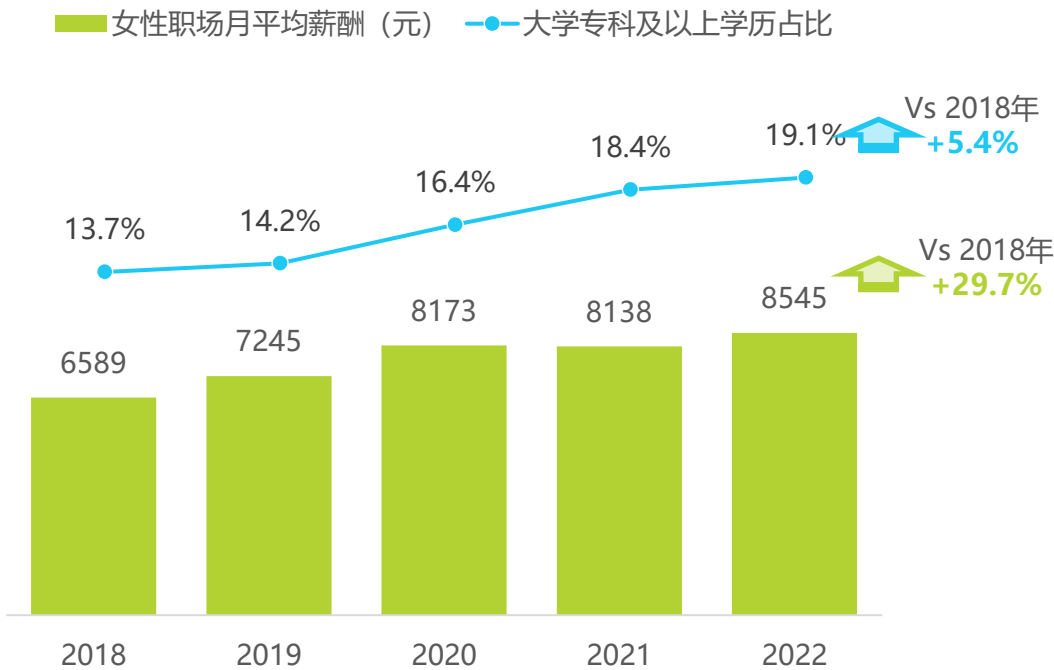


女性经济实力提升促使私处护理消费增加

消费能力提升推进女性私处护理市场的发展

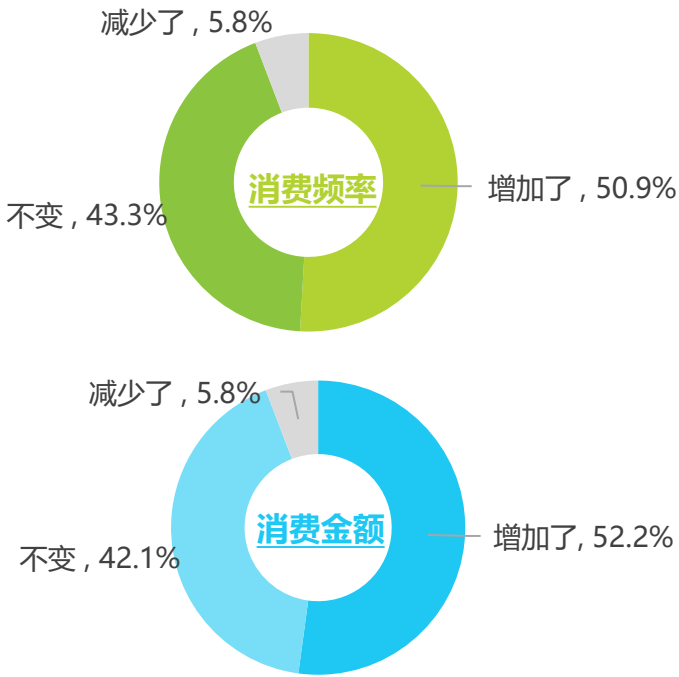
随着教育公平的普及，女性受教育程度不断增加，高等教育女性比例逐年上升；文化水平的提升使得女性在消费观念上得到新的突破，也促进了女性经济能力的大幅提升，根据智联招聘统计，截止2022年为止，女性职场月平均薪酬达8545元，较2018年提高了29.7%。精神和经济的提升共同推动女性消费市场的发展。

2018年-2022年女性薪酬及大学及以上学历受教育程度变化



来源：智联招聘，中国统计年鉴，艾瑞咨询自助研究绘制。

2023年中国女性私处护理产品购买频率及金额变化



来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，n=1060。

技术创新为私处护理行业注入发展活力

产品成分、生产、营销、体验技术进步加速私处护理行业发展

产品端的技术进步，新材料研发及生产技术的发展全面提升了私处护理产品的效果，丰富了消费者的产品选择。互联网技术技术进步推动品牌营销获客方式的创新，利用大数据技术精准获客，降低获客成本的同时提高获客效率。借助计算机科学技术进步进行数据分析，全面评估产品使用体验，促进私处护理产品优化。

中国女性私处护理市场技术发展情况

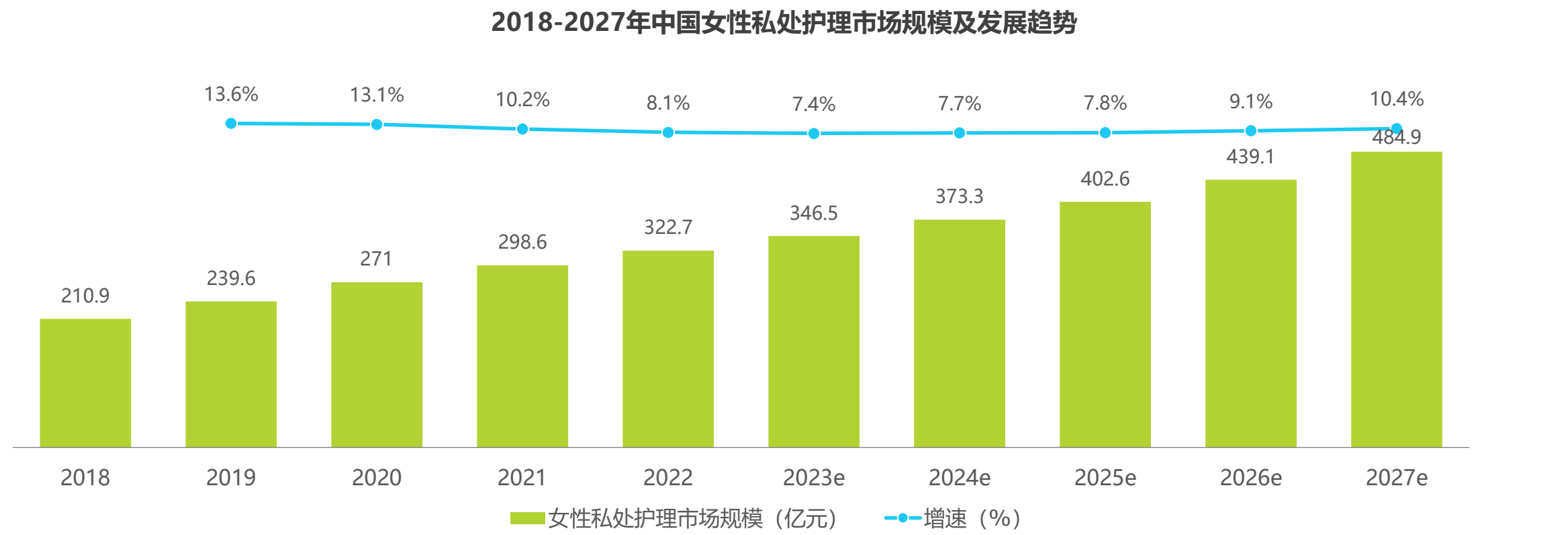


来源：蜜丝x艾瑞咨询共创。

女性私处护理市场规模及发展趋势

女性私处护理市场规模呈稳定上升趋势

2018年以来，女性私处护理产品市场规模呈现稳定上升态势，2022年整体达到322.7亿元，预期2027年将达到484.9亿元，增速达10.4%，发展趋势整体向好。



来源：蜜丝x艾瑞咨询共创。
注释：品类包含本次研究涉及的私处护理冲洗液（内阴用途）、私处护理啫喱/护理液（外阴用途）、私处护理凝胶、私处护理喷雾、私处护理慕斯、私处护理湿巾等，渠道涉及线上线下整体渠道。
©2023.12 iResearch Inc.

02 / 女性私处健康现状

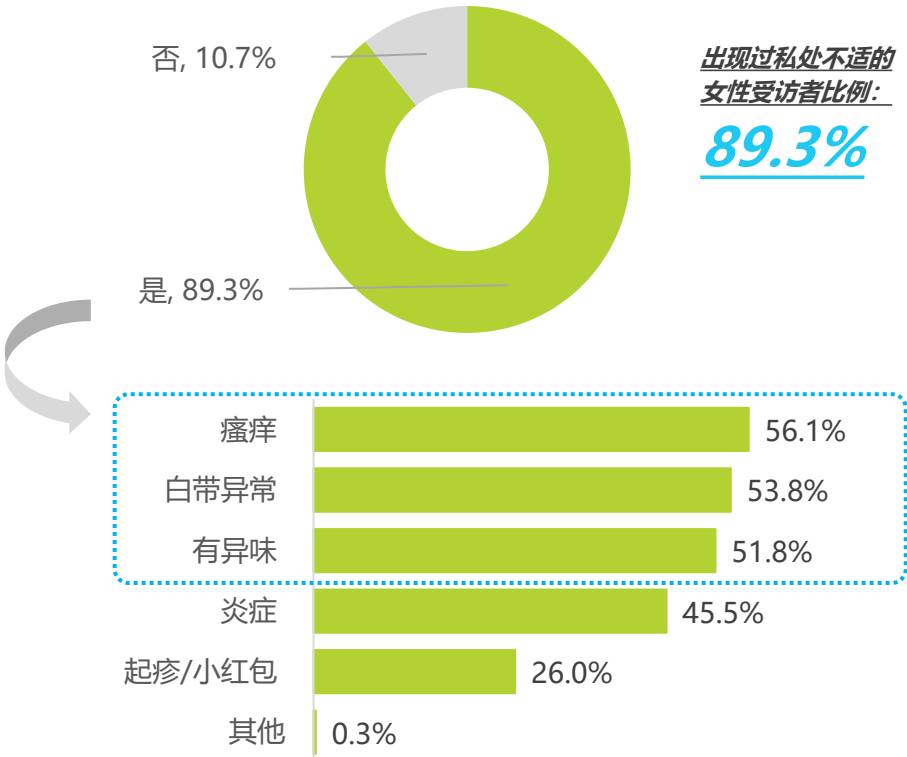
私处健康问题/症状普遍，私处护理不容忽视



近九成女性曾出现过私处健康问题，常见不适症状为瘙痒/白带异常/有异味

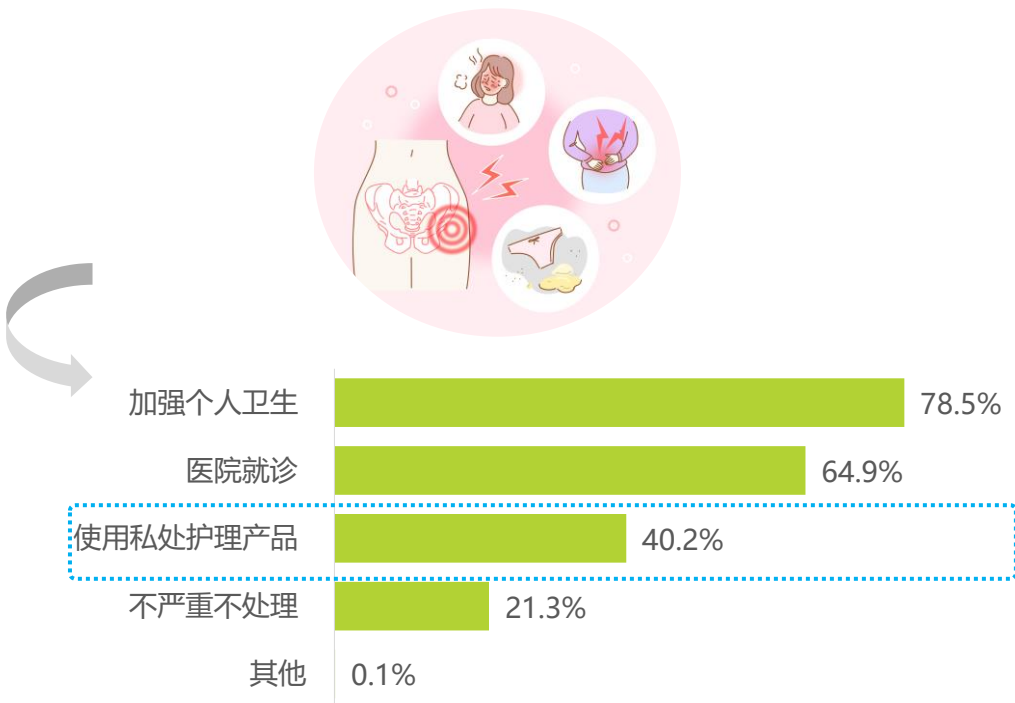
89.3%的受访者表示曾出现过私处健康问题，瘙痒、白带异常、有异味是女性私处的主要困扰。在出现私处不适后，受访者倾向于通过加强个人卫生缓解症状，去医院就诊亦是常见处理方式。此外，受访者也会选择使用私处护理产品，加强私处护理。

2023年中国女性私处健康问题/症状



来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，A3 请问您曾出现过以下哪些私处健康问题/症状？n=1060。

2023年中国女性私处健康问题的主要处理方式



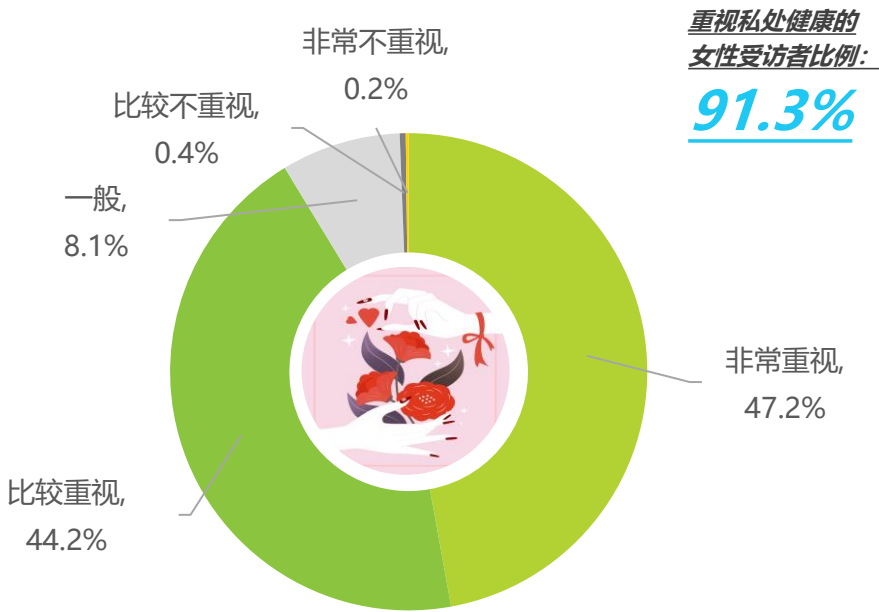
来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，A5 请问您在出现私处健康问题/症状后，通常采取的处理方式？n=1060。

私处健康知识普及仍有待加强

超九成女性认知自身重视私处健康，但每年定期妇科检查率不足6成

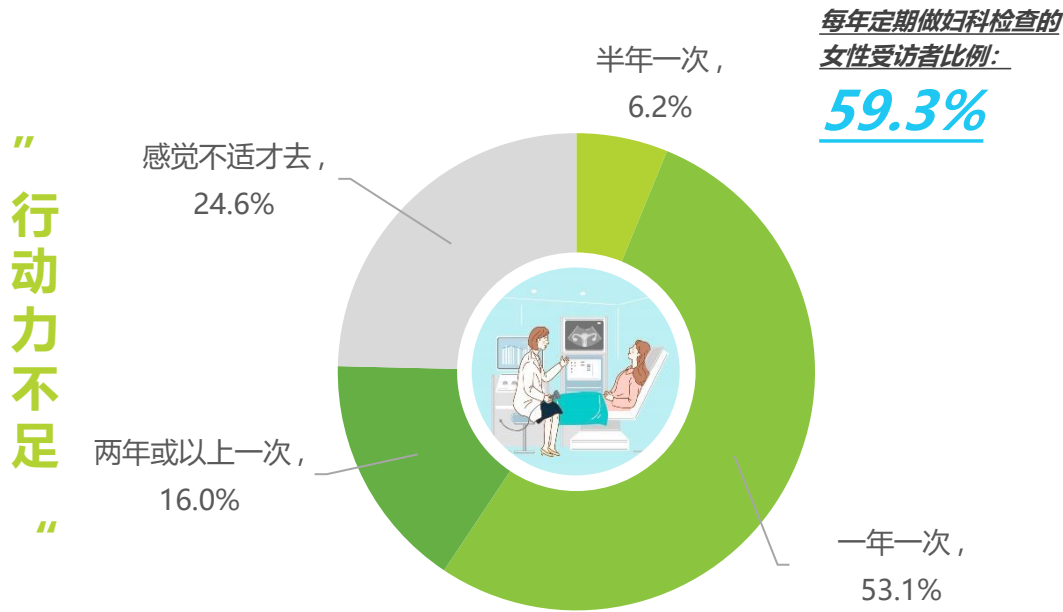
参与调研的受访者普遍比较关注自己的私处健康状况，重视私处健康的受访者比例达91.3%。尽管受访者自认为重视私处健康状况，但可能只是“思想上的巨人，行动上的矮子”，每年定期做妇科检查的受访者比例仅59.3%，超4成受访者两年以上或者不适才去检查。

2023年中国女性私处健康关注度



“心有余”

2023年中国女性妇科检查情况



“行动力不足”

来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，A11 请问您有多重视私处健康？n=1060。

来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，A1 请问您多久做一次妇科检查？n=1060。

日常私处护理需求进阶，精细化护理势在必行



×



春雨医生

×



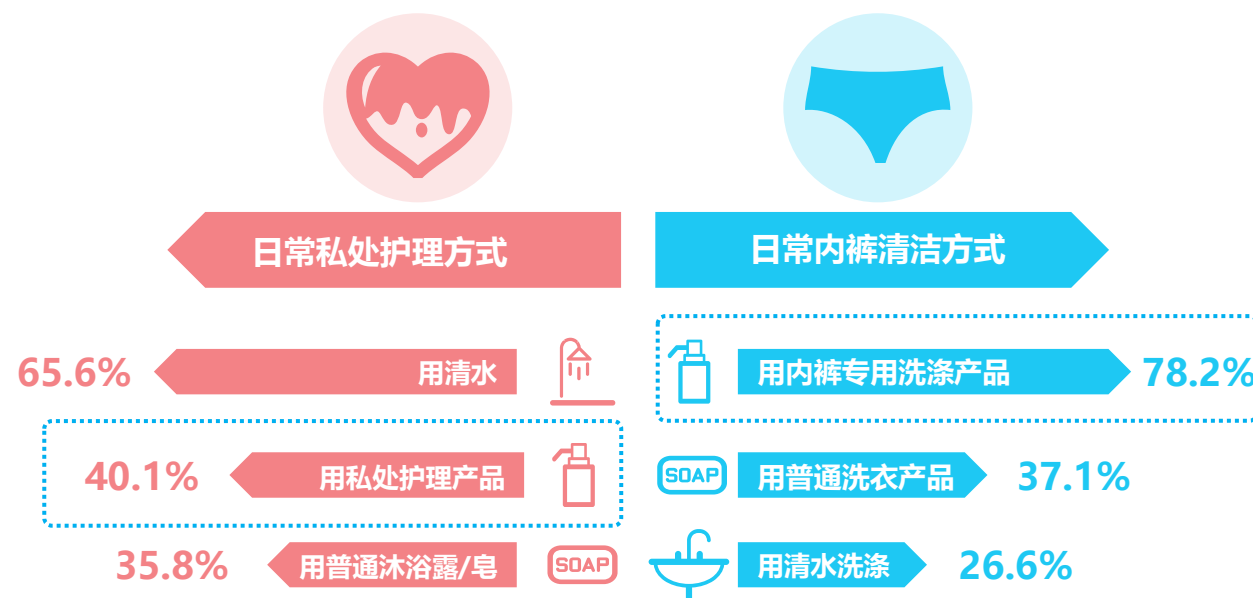
女性日常私处护理需求逐渐精细化，私处护理产品是主要的私处护理方式之一

女性私处日常护理需求逐渐精细化，除了抗菌抑菌（68.3%）、基础清洁（59.5%）需求外，还有祛除异味（58.1%）、治疗瘙痒（49.2%）、酸碱平衡（44.2%）等需求。用清水清洁私处虽然仍是当前女性私处护理的主流方式，但是这种简单的护理方式已逐渐不能满足女性日常的私处护理需求，女性在私处护理方面开始追求更为精细化的方式，如使用私处护理产品清洁私处、使用内裤专用产品清洁内裤。

2023年中国女性私处日常护理需求



2023年中国女性私处日常护理及内裤清洁方式



“预防>治疗” 已成为女性私处护理的普遍认知



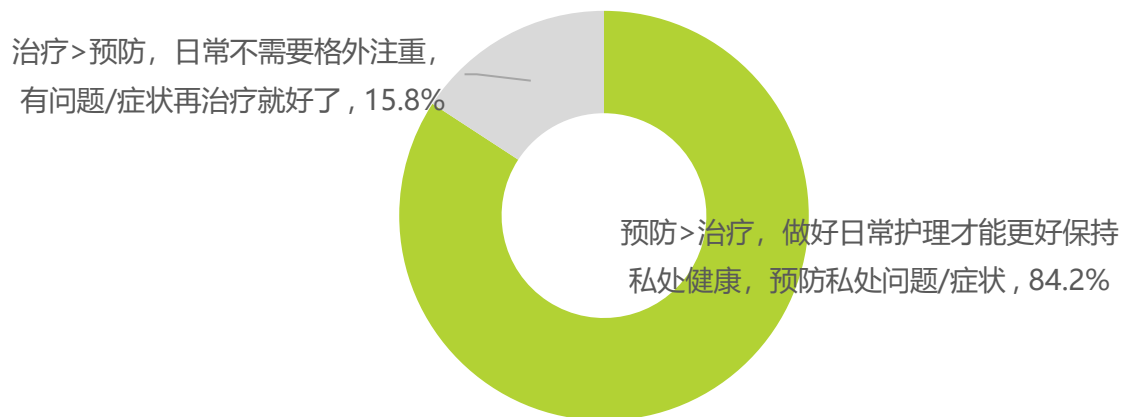
春雨医生



超8成女性认为预防的重要性大于治疗，超5成女性认为合理使用私处护理产品可以防范私处问题

84.2%的女性认为做好日常护理才能更好保持私处健康，预防私处不适。除了注重内裤清洁，超5成女性会通过合理使用私处护理产品预防私处不适问题。而定期妇科检查、做好性生活防护措施、生理期勤换卫生巾等方式亦是女性常见的私处不适预防措施。此外，部分女性会使用妇科疾病检测试剂/试纸进行日常监测。

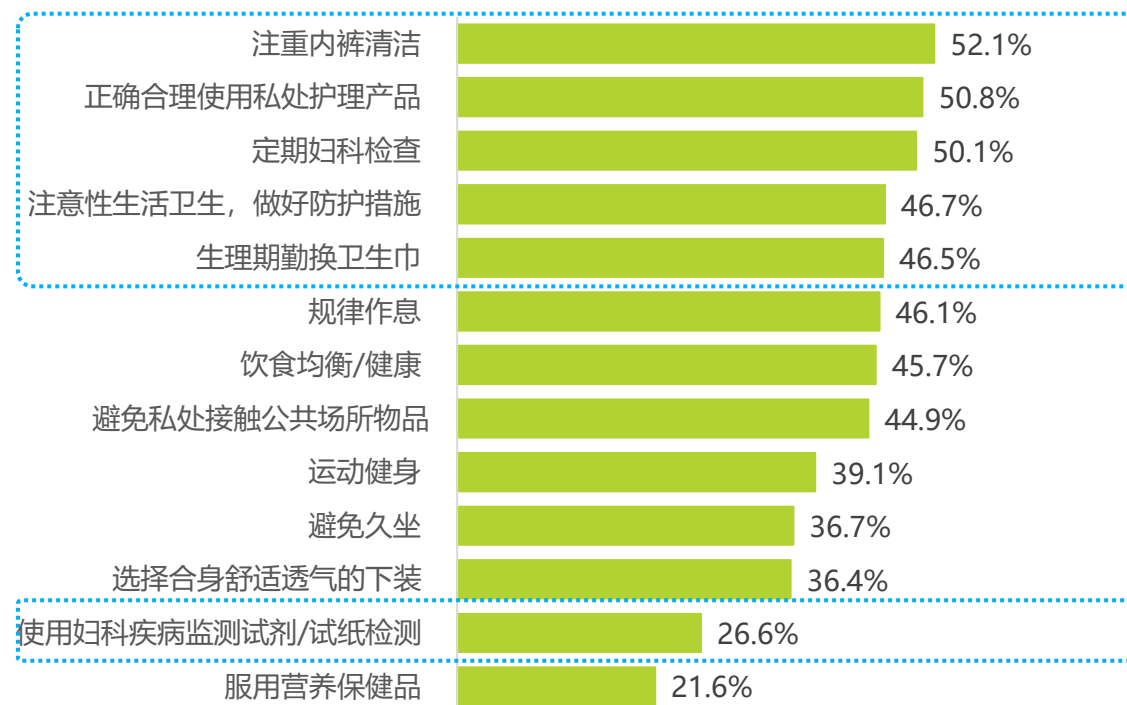
2023年中国女性对私处护理的认知情况



“所有的疾病，我觉得都是预防更重要。等你生病了你再去治你的身体是被伤害了的。日常注意私处护理，把细菌防范掉之后，能够避免未来可能很多的麻烦。”

——上海，管女士

2023年中国女性私处不适预防措施认知情况

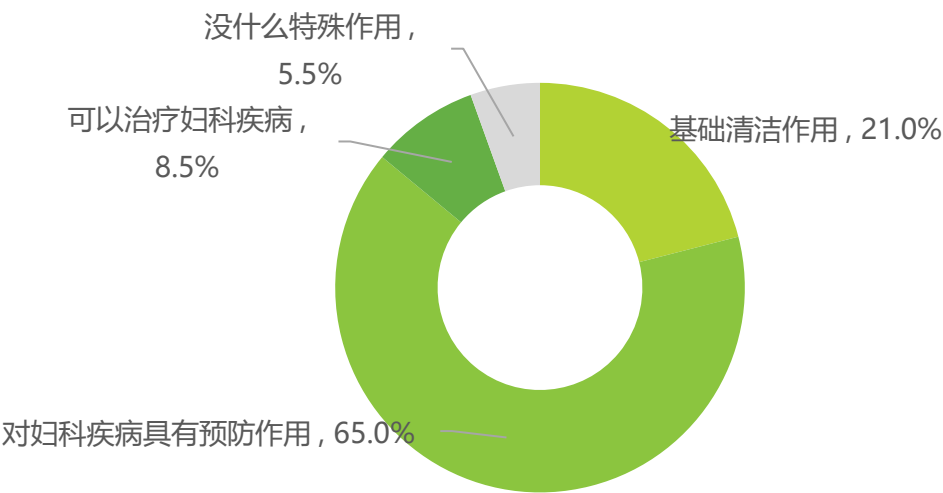


女性私处护理产品的预防作用认知突出

预防作用是私处护理产品的关键认知，且年轻女性对该认知的感知更为突出

“对妇科疾病具有预防作用”是当前中国女性对私处护理产品的主要认知。不同年龄女性对私处护理产品的认知有所差异，18-25岁及26-30岁年轻女性对私处护理产品的预防作用感知更为突出；而30岁以上的用户，则对“可以治疗妇科疾病”认知感更强。

2023年中国女性私处护理产品的认知情况



“结婚之后更注重妇科这一块，我的妇科指标是很正常的。我觉得自我觉得跟平时的这些习惯还有使用私处护理液，我觉得都是有关系的。”

——哈尔滨，孙女士

2023年中国女性私处护理产品的认知情况
-不同年龄段TGI表现

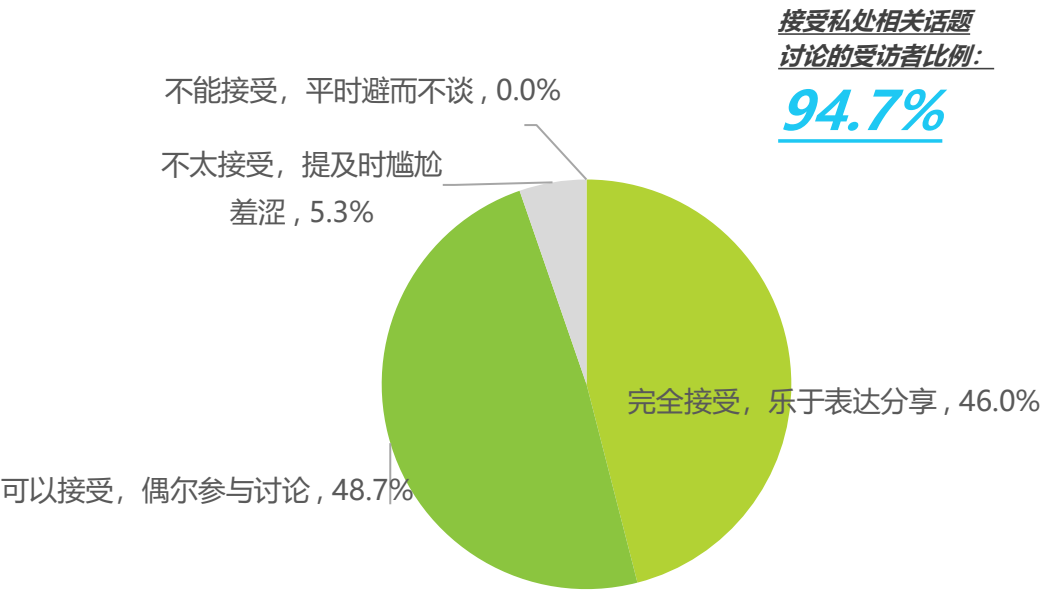


女性私处健康相关话题讨论更加自由开放

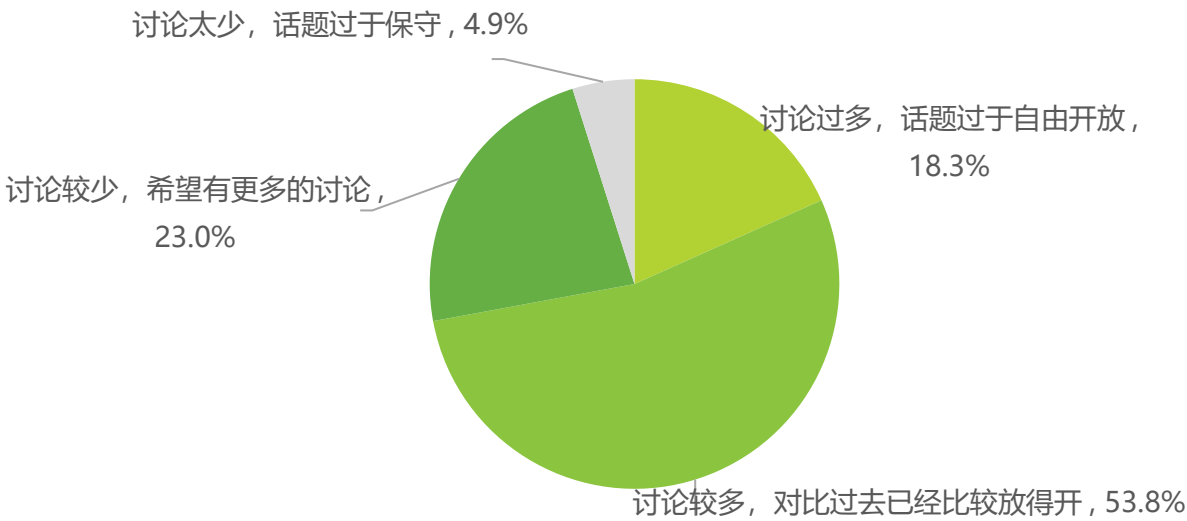
女性私处话题接受程度较高，整体讨论现状对比过去更加开放

私处话题讨论接受度较高，94.7%的受访者表示可以接受私处相关话题讨论，其中有46%的女性持“完全接受，乐于表达分享”态度。超5成女性认为当前私处话题讨论较多，话题对比过去已经比较放得开。

2023年中国女性私处相关话题的接受程度



2023年中国女性私处相关话题讨论现状



来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，A15 请问以下哪项符合您对私处相关话题的接受程度？n=1060。

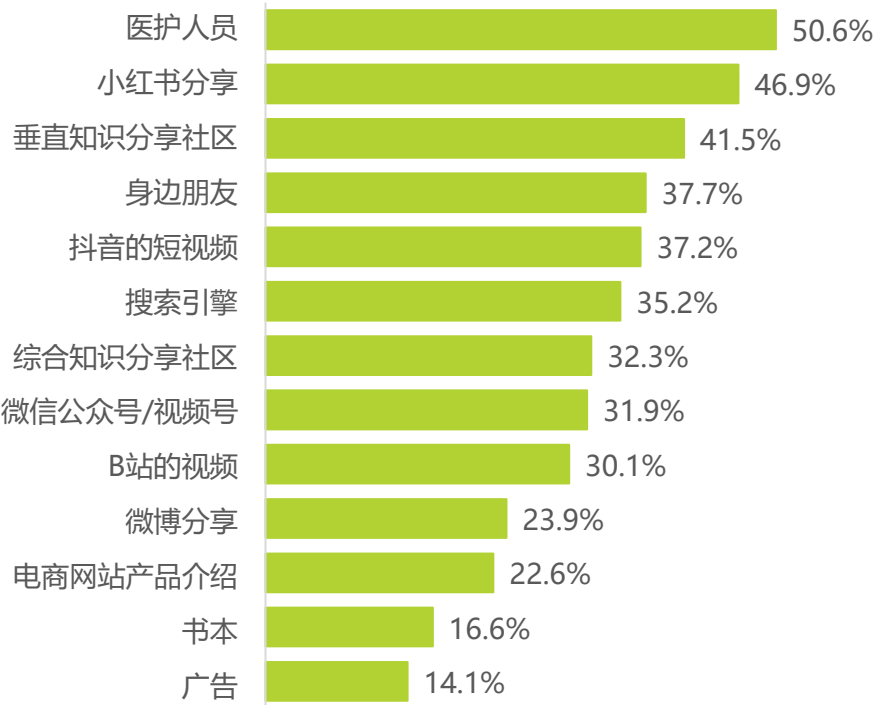
来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，A16 对于女性讨论私处相关话题的现状，以下哪项最符合您的观点？n=1060。

女性私处健康相关知识专业度有待提高

女性私处健康知识获取方式较多，但缺少专业科普知识

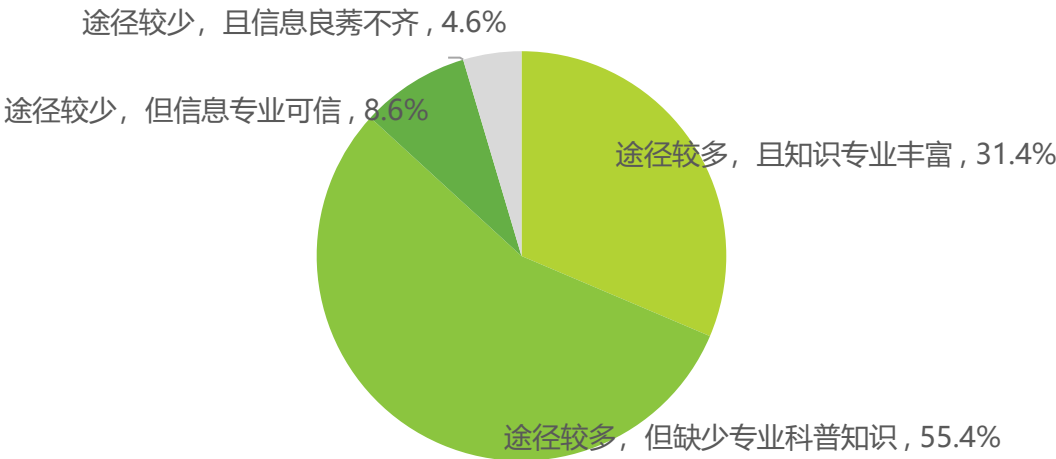
受访者获取女性私处健康知识的方式较为多样化，线下主要通过医护人员、身边朋友讨论交流，线上主要通过小红书分享、垂直分享社区（如美柚、大姨妈等）。当前途径虽然较多，但是受访者期望能有更多相关专业科普知识。

2023年中国女性私处健康知识获取方式



来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，A17 请问您是通过什么方式去获取私处健康/护理相关的知识？ n=1060。

2023年中国女性私处健康知识的获取途径看法



来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，A18关于了解私处健康/护理相关信息的途径，以下哪项最符合您的观点？ n=1060。

03 / 女性私处护理用户洞察

女性私处护理用户基础属性



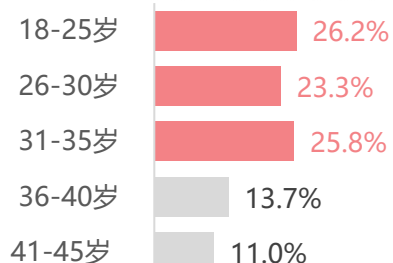
春雨医生



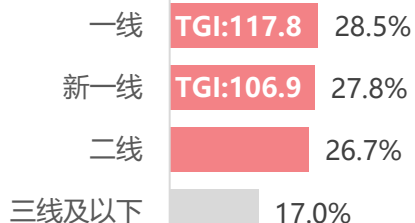
来自高线城市、高学历、高收入的年轻女性是私处护理产品的核心用户



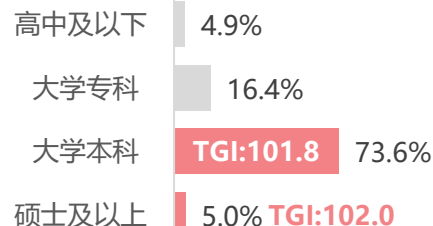
年龄：18岁-35岁年轻女性



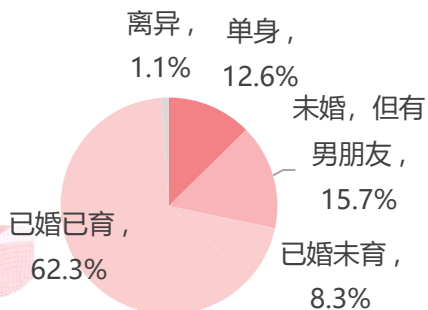
城市：一二线城市，高城市等级



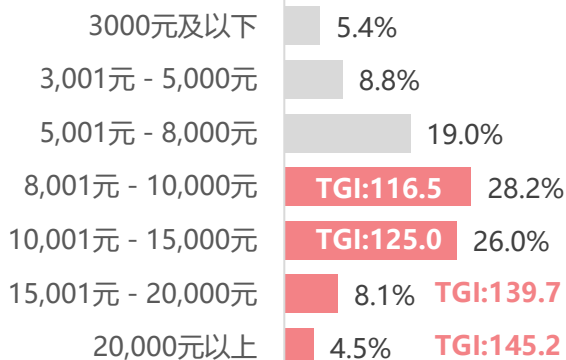
学历：大学本科以上，高学历特征



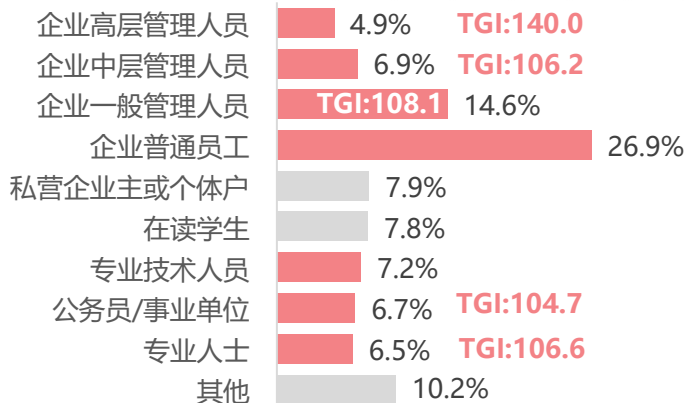
婚恋：覆盖多种婚恋人群



收入：8000元以上中高收入



职业：企业员工为主，基本均有稳定职业

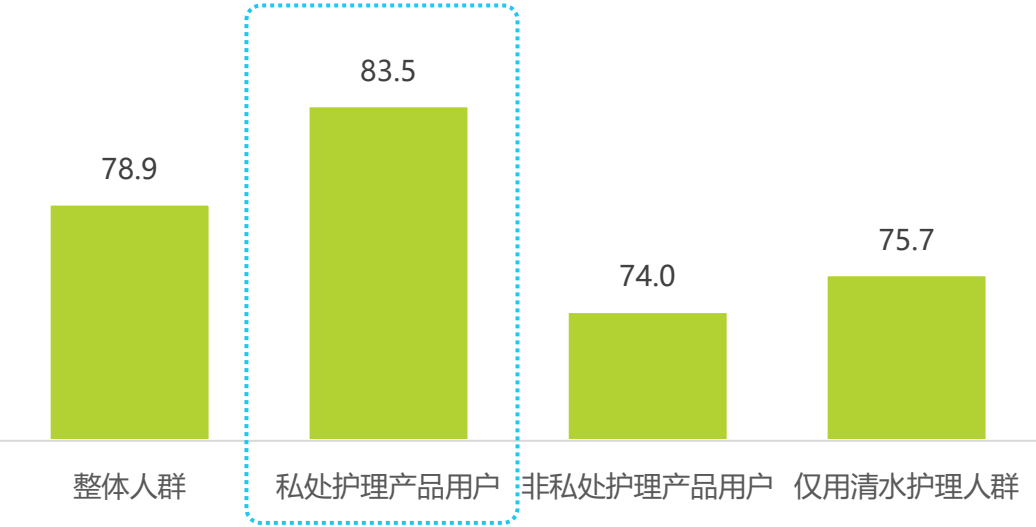


女性私处护理用户健康状况

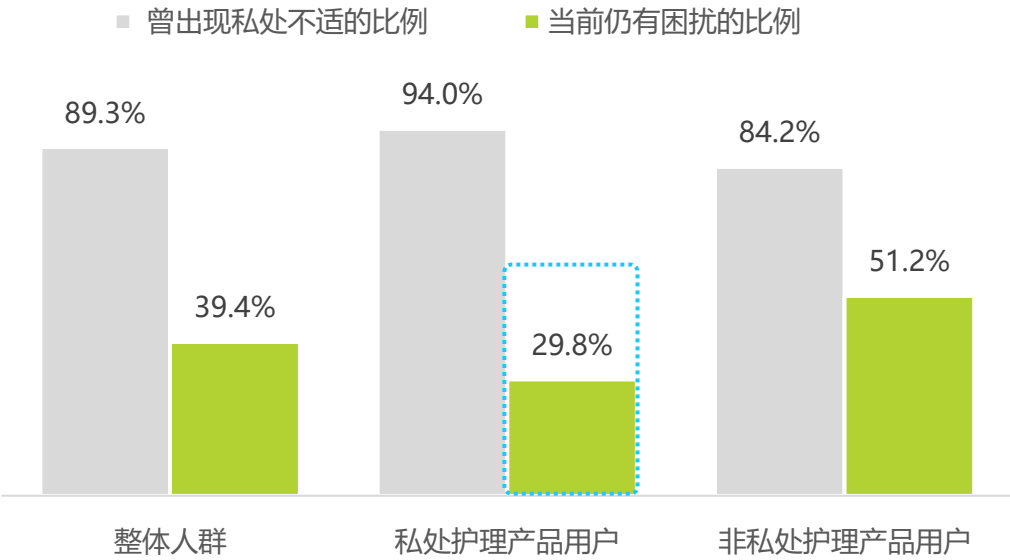
私处护理产品用户私处健康状况更好，当前有私处困扰的人群比例更少

私处护理产品现有用户整体健康状况高于其他群体，私处健康评分明显高于非私处护理产品用户及仅用清水护理的人群，当前有私处困扰的人群比例明显低于非私处护理产品用户。

当前私处健康状态自评分



曾经出现私处问题/症状的比例



来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，A3请问您曾出现过以下哪些私处健康问题/症状？n=1060。

来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，A2 请针对您当前的私处健康情况进行自评分？n=1060。

女性私处护理用户生活形态

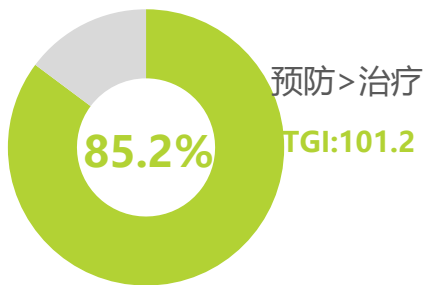
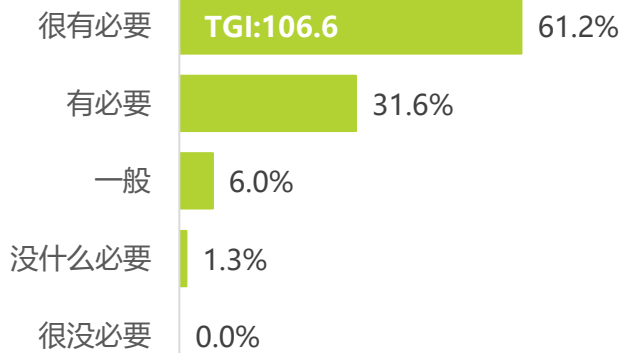
私处护理用户更关注护己悦己话题，重视日常私处护理的作用

私处护理产品现有用户在浏览网络平台时，更关注女性健康、美妆护肤、时尚穿搭、运动健身等自我提升的话题；普遍重视日常私处护理，关注私处护理的预防作用。

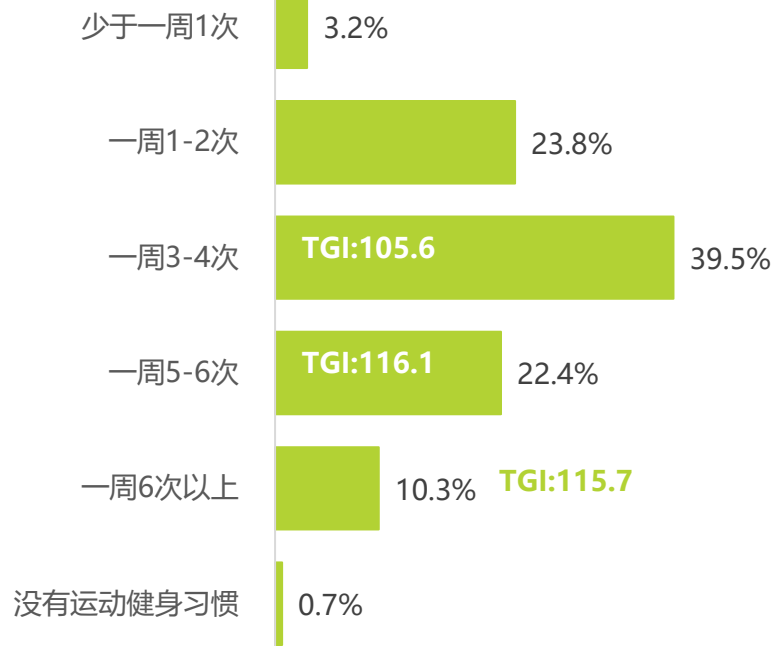
浏览网络平台时关注的Top话题



日常私处护理态度



日常运动健身习惯

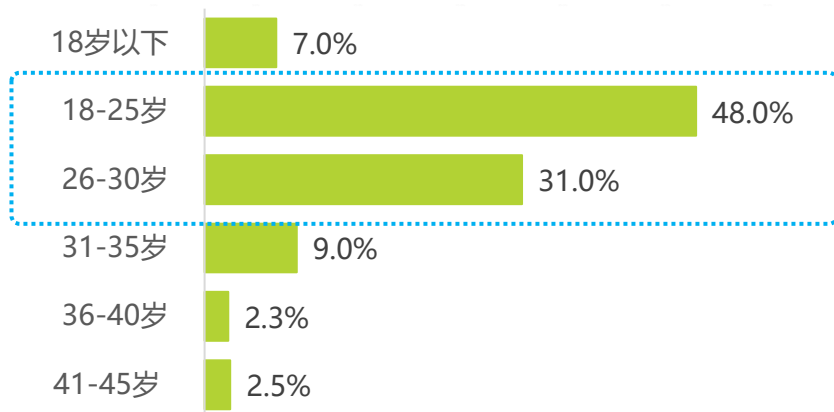


女性私处护理产品初次使用体验

初次使用年龄集中在18-30岁，私处不适是初次使用的主要原因

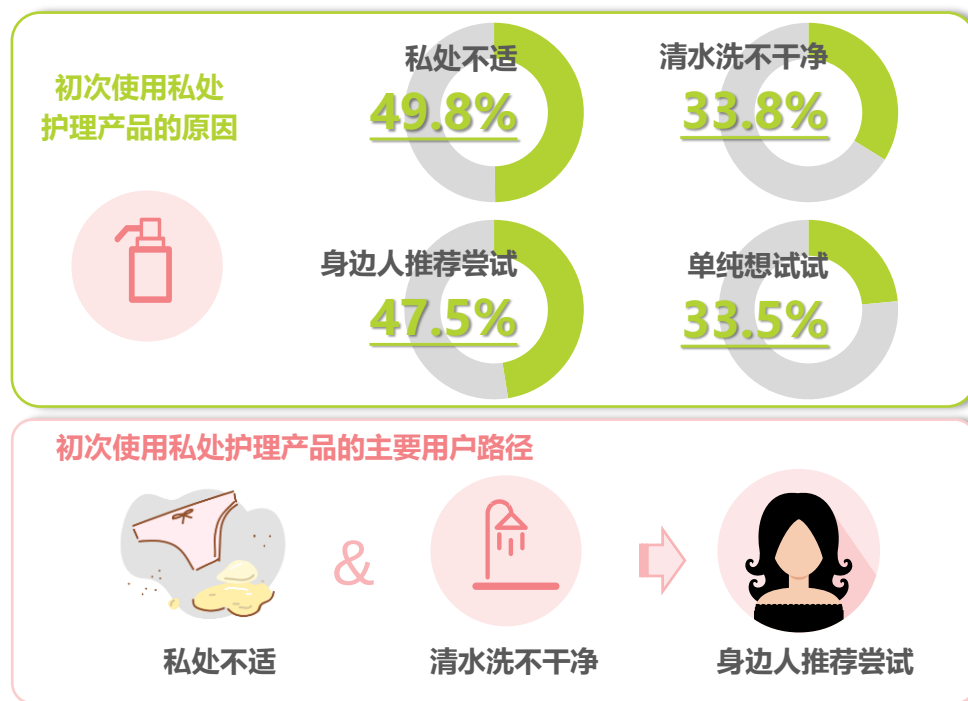
私处护理产品用户的初次使用年龄主要集中在18-30岁，18-25岁是私处护理产品的重要启蒙阶段，该年龄段的女性主要为准社会/社会新人阶段，开始拥有自主购买决策权及经济基础，开始根据自身情况探索并购买个人用品。

初次使用私处护理产品的年龄及以前的护理方式



来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，B1请问您几岁开始用私处护理产品？B3请问在那之前您都是如何进行私处护理的？ n=554

初次使用私处护理产品的原因及主要用户路径



来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，B2请问当时基于什么原因开始使用私处护理产品？ n=554。

女性私处护理品类偏好

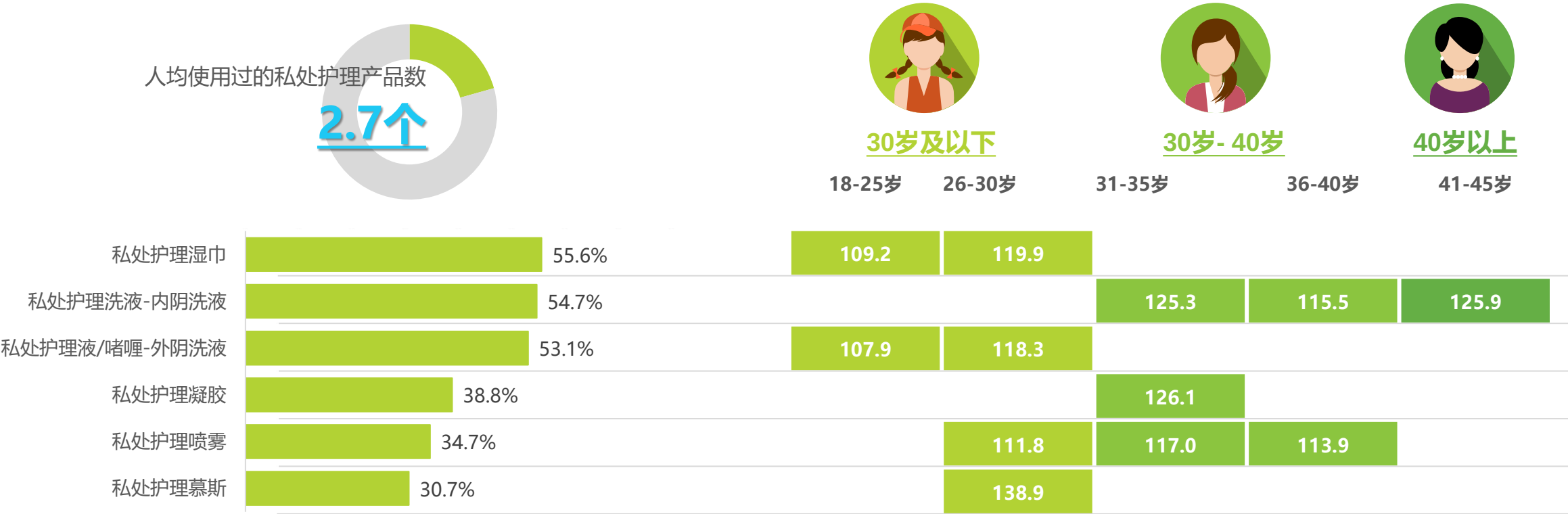
30岁以下年轻女性偏好外阴护理产品，30岁以上成熟女性偏好内阴护理品类

参与本次调研的受访者人均使用过2.7个私处护理产品，私处护理湿巾及私处护理液是核心使用品类。从年龄段上看，30岁及以下年轻女性偏好的品类为私处护理湿巾、外阴护理液；30岁以上成熟女性偏好内阴洗液、护理凝胶。

2023年中国私处护理产品使用情况



2023年私处护理产品使用情况-不同年龄段TGI表现



来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，B4:请问您曾使用过以下哪些私处护理产品？ n=544。

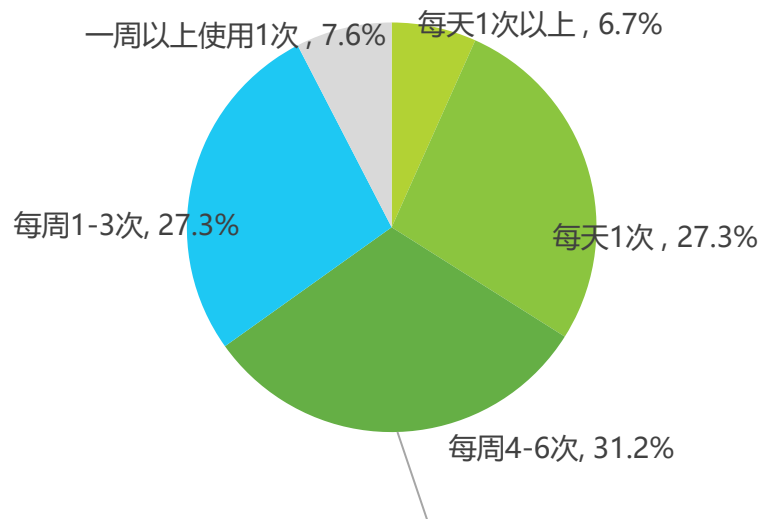
女性私处护理产品使用频次及场景

超九成女性每周使用私处护理产品，日常护理/生理期是主要使用场景

92.4%受访女性每周都会使用私处护理产品，主要使用场景是日常护理、生理期以及出现私处不适时。

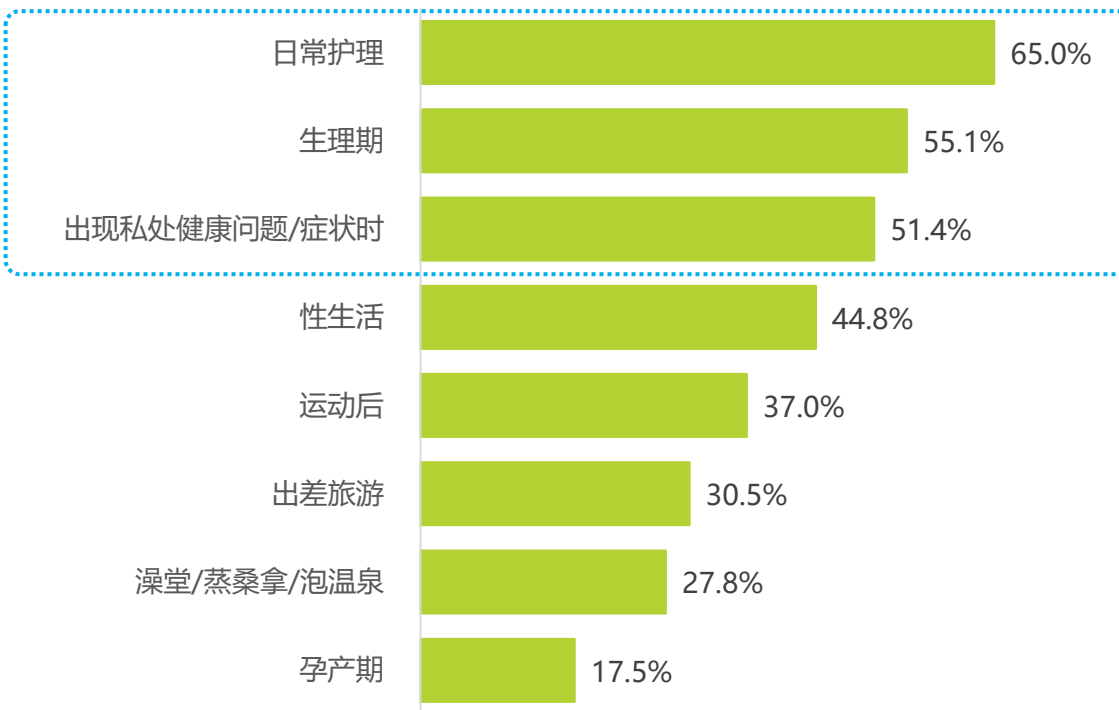
2023年中国女性私处护理产品使用频次

每周都使用私处护理产品的受访者：**92.4%**



来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，B5请问您生活中使用私处护理产品的频率？n=554。

2023年中国女性私处护理产品使用场景



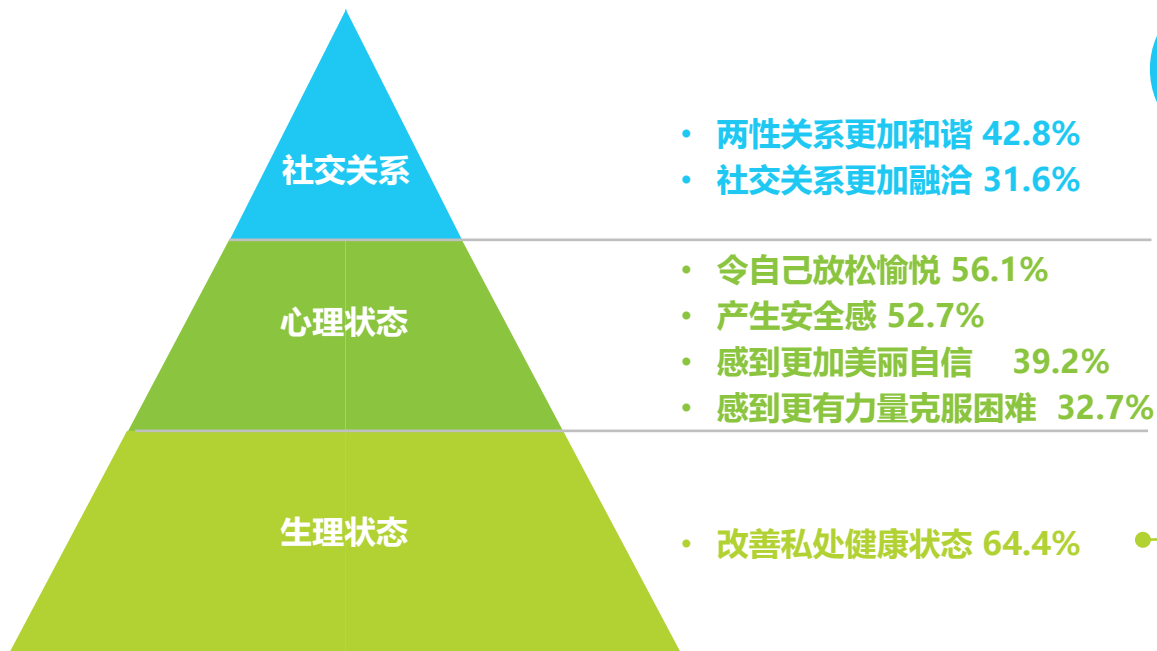
来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，B7请问您使用私处护理产品的场景有哪些？n=554。

女性私处护理产品使用感受

私处护理产品对使用者在生理状态、心理状态以及社交关系均产生正面影响

私处护理产品对其现有用户的正面影响主要体现在生理状态、心理状态、社交关系等方面。最直观的正面影响是“改善私处健康状态”，此外对心理状态的影响主要体现在“令自己放松愉悦”、“产生安全感”、“感到更加美丽自信”等，社交关系上则是使“两性关系更加和谐”、“社交关系更加融洽”。

使用私处护理产品对个人产生的正面影响



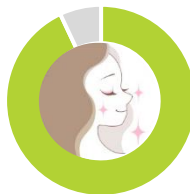
2023年中国女性私处日常护理方式



“我有异味的情况下，我可能很少跟别人一块儿走或一起去玩，因为我总感觉自己能闻到这个味儿，是不是别人也能闻到，但是又不好意思说。所以我觉着就是对于人际方面是可以划等号的，用了洗液之后，觉得异味减少了，在人际交往这方面也是在往上提升的。”——北京，况女士



“因为没有这种尴尬时期，我觉得就会减少了，这种尴尬时期就会让我觉得，比如说出门在外不用担心，然后很多事情会让我觉得做起来就更自信一点。”——上海，管女士



93.0%

认为使用私处护理产品改善私健康状态的受访者比例

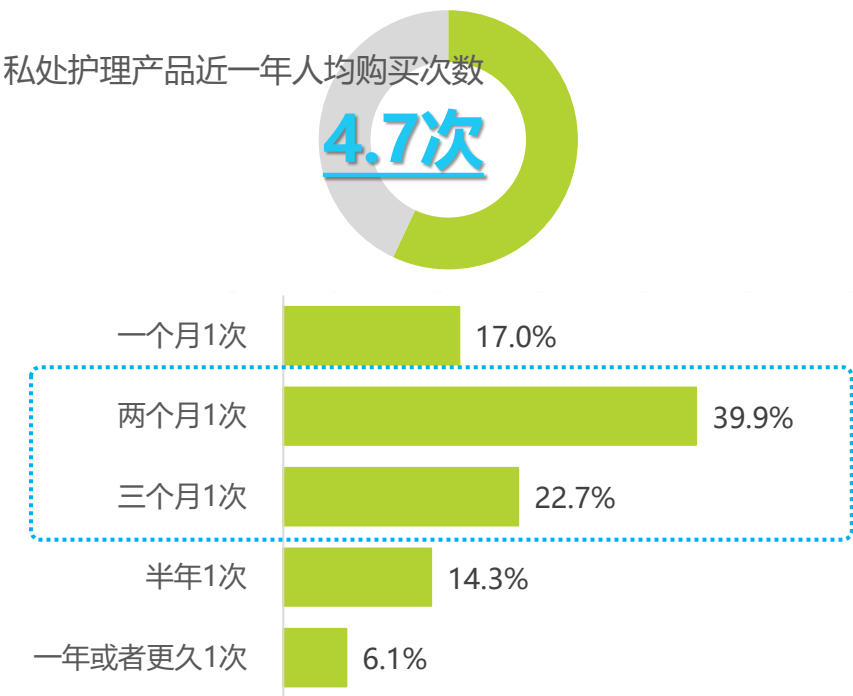
女性私处护理购买频率及购买金额



近一年私处护理产品人均购买次数为4.7次，人均消费金额为342.7元

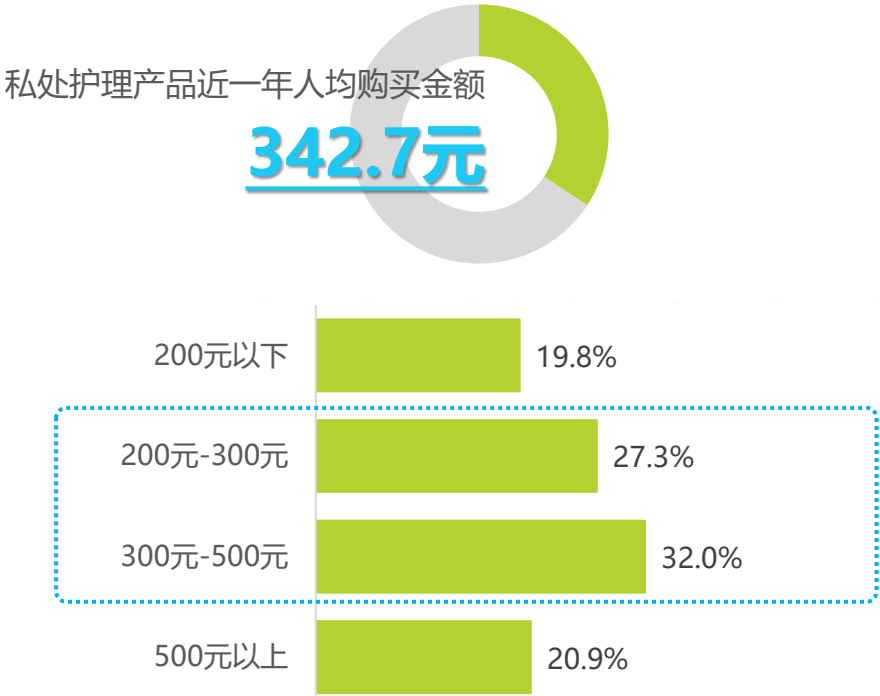
本次调研的受访者通常2-3个月购买一次私处护理产品，近一年人均购买次数为4.7次；近一年人均购买私处护理产品的金额集中在200元-500元，整体调研用户近一年人均购买金额为342.7元。

2023年中国女性私处护理产品购买频率



来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，C1请问您最近一年多久购买一次私处护理产品？n=554。

2023年中国女性私处护理产品购买金额



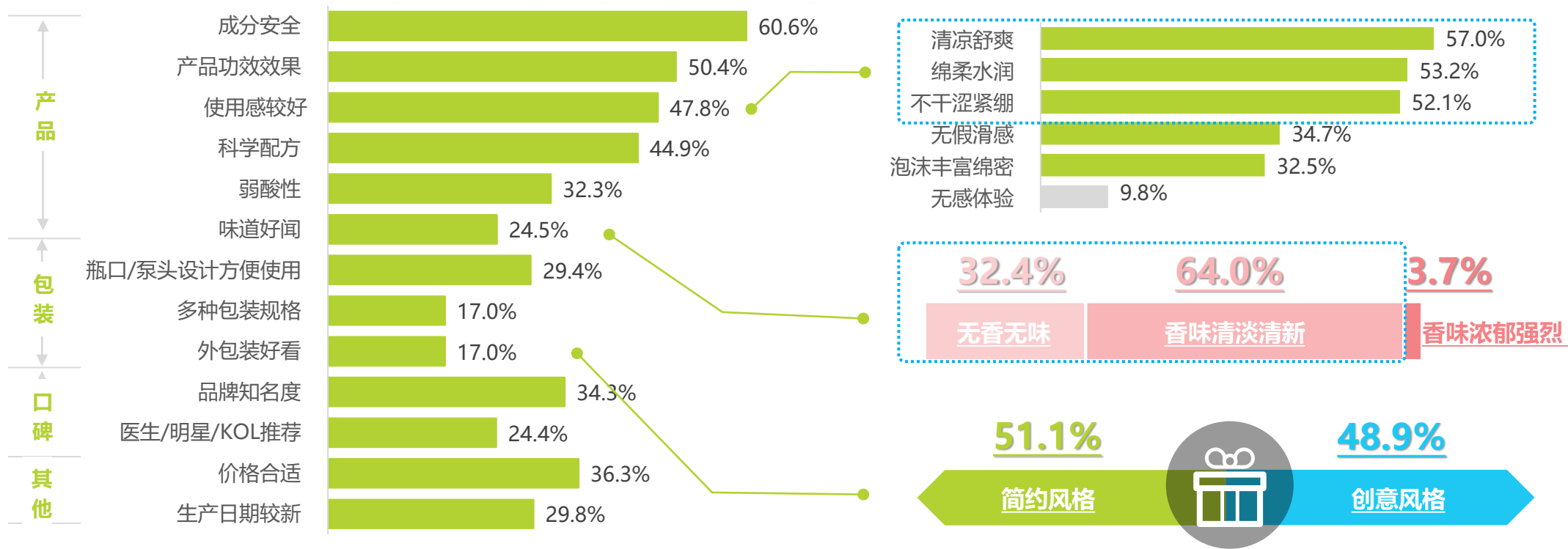
来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，C3请问您过去一年在私处护理产品上的消费金额约为多少？n=544。

女性私处护理产品购买考虑因素

私处护理产品成分、功效及使用感是用户重点考虑因素

女性私处护理产品用户在购买时重点关注产品本身的表现， TOP3考虑因素分别是成分安全、功效效果、使用感。用户普遍偏好清凉舒爽、绵柔水润、不干涩紧绷的使用感，香味则偏好淡香或无香。

2023年中国女性私处护理产品购买考虑因素



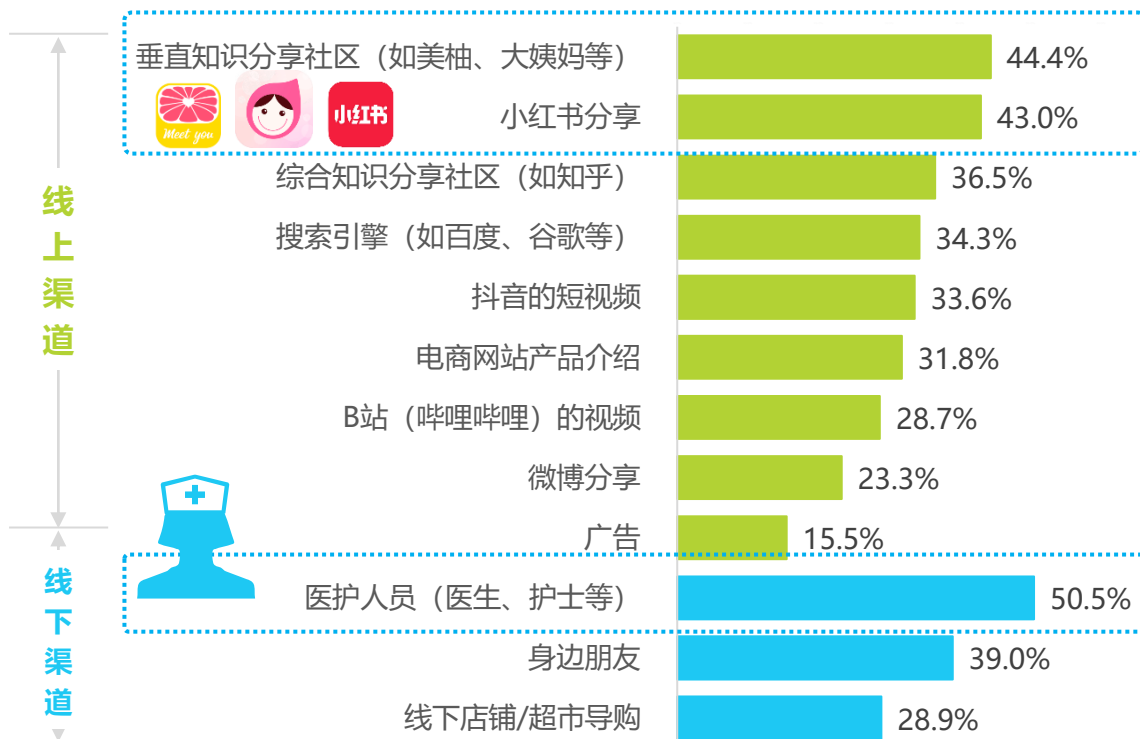
来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，请问您购买私处护理产品时，主要考虑哪些因素？n=554。

女性私处护理产品信息渠道及购买渠道

医护人员/垂直社区/小红书是重要信息渠道，综合电商/药店/个人护理店是主要购买渠道

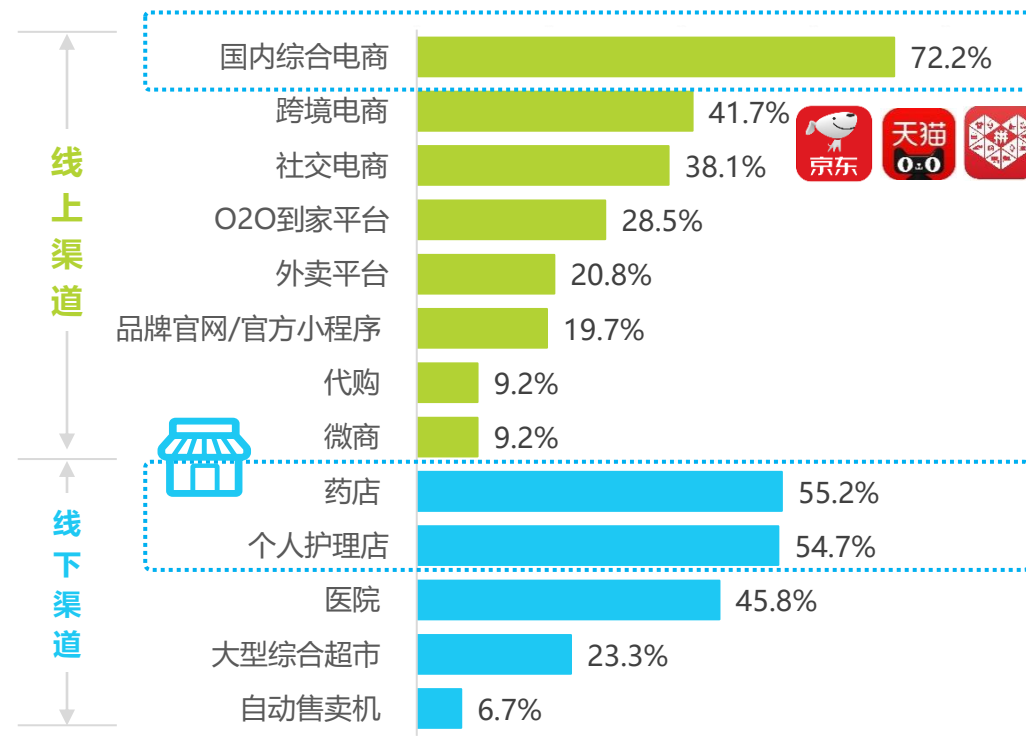
受访者在选购私处护理产品时，重点参考医护人员的建议，其次是垂直知识分享社区（如美柚、大姨妈等）、小红书；主要线上购买渠道是综合电商，以及线下药店、个人护理店。

购买私处护理产品时的信息渠道



来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，C10 请问您是通过什么方式去获取私处护理产品相关的信息？n=554。

私处护理产品的购买渠道

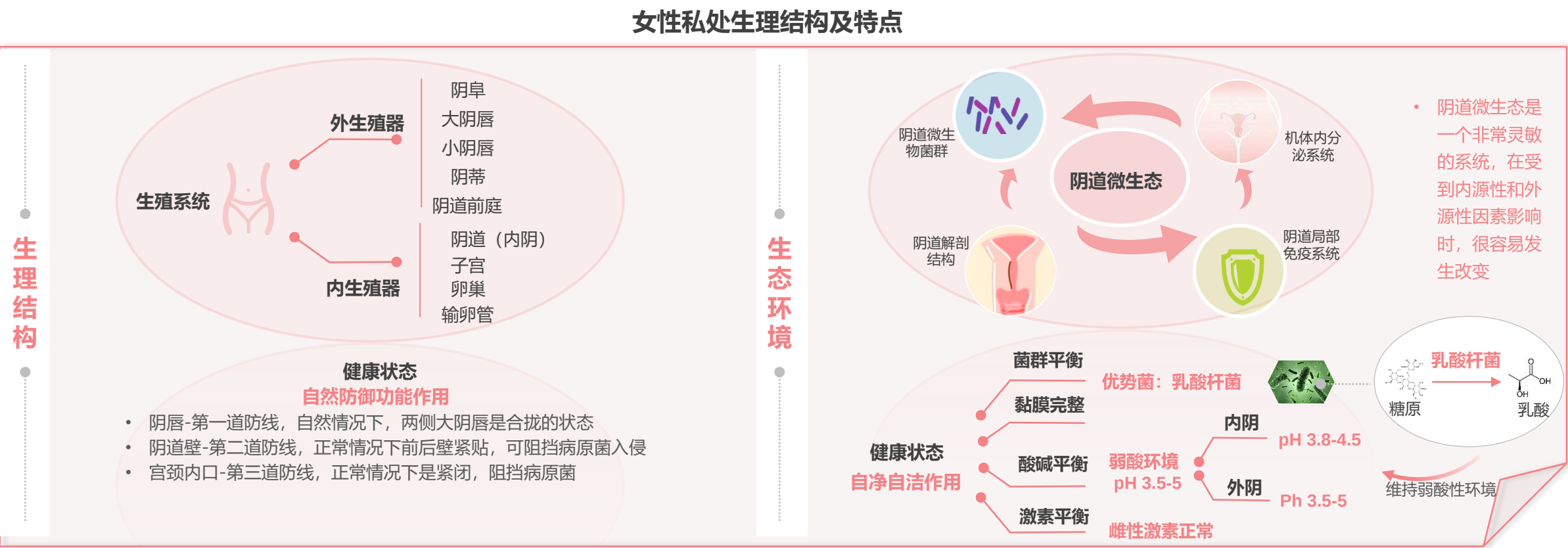


来源：艾瑞智研平台-消费洞察数据库，C12 请问您平常会通过什么渠道购买私处护理产品？n=554。

04 / 女性私处特点与基本护理原则

复杂的生理结构复杂及微妙的阴道微生态系统

从生理结构上看，女性私处生理结构复杂，由外生殖器及内生殖器组成，正常状态可以抵御外来病原菌入侵。从阴道微生态上看，女性阴道微生态是身体重要的生态系统，由正常的阴道解剖结构、阴道微生物菌群、机体内分泌系统、阴道局部免疫系统组成，正常状态下可以保持生态平衡。



来源：蜜丝x艾瑞咨询共创。

女性私处容易受感染的原因



春雨医生



女性私处天生敏感脆弱，易受生命周期及不良生活习惯影响

女性私处由于生理构造的特殊性，天生就比较脆弱，加之生理周期、性生活、孕产期、更年期及生活习惯等多方面的影响，容易产生各种私处问题。

女性私处问题主要原因

为什么私处会有各种问题？



01 生理构造特殊

- 位置** 位于尿道、肛门中间
容易接触排泄物及腺体的分泌物
- 皮肤** 大小阴唇、阴道壁皮肤褶皱多
容易藏污纳垢
- 环境** 私处的环境相对潮湿
非常容易导致细菌的滞留和滋生
- 汗腺** 会阴部汗腺丰富
汗液分泌多且不易挥发，细菌易滋生

02 生理周期影响

- 宫颈口展开，宫腔有创面，易受细菌入侵并感染
- 碱性经血影响私处酸碱平衡
- 大量的血液流失以及体内激素分泌水平变化，导致免疫力下降

03 性生活影响

- 阴道表皮可能受损
- 碱性精液容易破坏阴道酸性环境
- 男性生殖器可能携带细菌

04 孕产期影响

- 孕期子宫压迫膀胱和输尿管，内分泌变化使输尿管舒张和蠕动减慢，尿流缓慢或形成轻度积液，细菌易侵入和繁殖
- 孕期不能随意用药，对于疾病控制更难
- 产后虚弱、恶露不尽，产后盆底肌、腹直肌等变松弛，加重盆底等功能紊乱，导致漏尿、尿潴留等，给细菌营造滋生环境

05 更年期影响

- 更年期、绝经期雌激素水平降低，尿道黏膜上皮变薄，角化细胞减少，阴道自我清洁和尿道自净能力也会减弱，易造成细菌滋生，引起尿路感染

06 生活习惯影响

- 卫生清洁不到位
- 过度清洁
- 久坐、跷二郎腿
- 着装不透气
- 饮食不健康
-

菌群失衡

黏膜受损

酸碱失衡

激素紊乱

女性私处常见炎症/疾病表征

根据女性私处健康的“晴雨表” 白带进行健康自检

白带由阴道、宫颈及子宫内膜分泌物混合组成，它的数量与质量还受雌激素的影响，所以能够反映子宫、阴道和内分泌的正常与否。当白带的色、质、量和气味发生变化时，常常提示某种疾病的可能性。

私处健康状态及常见炎症/疾病表征

		白带				内外阴表征
		颜色	状态	气味	白带量	
健康	健康状态	• 乳白色或无色透明	• 质地黏滑，像鸡蛋清一样	• 略带腥味或者无特殊异味	• 正常量不多 • 妊娠或口服避孕药时，会出现白带增多	• 无不适症状
亚健康	霉菌性阴道炎	• 白色豆渣样	• 乳白色凝块状，呈豆腐渣样	• 略腥臭	• 白带分泌增多	• 外阴瘙痒和灼痛
病态化	滴虫性阴道炎/子宫内膜炎	• 黄色、灰黄色或黄绿色	• 黄色泡沫状	• 味腥臭	• 量多，常常浸湿内裤	• 阴道或外阴发痒或有烧灼感
严重病态	宫颈结核/宫颈炎等	• 血性白带	• 白带内混有血液，血量多少不定	• 鱼腥臭	• 量多	• 异常出血 • 外阴瘙痒和灼痛
	子宫颈癌等	• 汤水样白带	• 白带像黄水样或洗肉水样，也有的像米汤	• 恶臭味	• 量多	• 伴有腹痛
	子宫黏膜下肌瘤等	• 呈黄色或黄绿色	• 像脓液一样，黏稠如鼻涕	• 有臭味	• 量多	• 伴有腹痛

来源：蜜丝x艾瑞咨询共创。

私处问题日常预防远重于治疗，防患于未然才能真正保证私处健康

私处日常护理需遵循“预防>治疗”的基本原则，做到“无病先预防，防患于未然”，坚持私处常态化护理。在保持私处自身功能的同时，通过补充有益成分（如益生元等），提升私处自有防御能力。

女性私处日常护理原则

基本原则：预防>治疗

“无病先预防，防患于未然”

常态化护理



私处
防御力

- 提升私处自有防御能力
(如补充有益成分益生元等)
- 提高身体整体素质
(如运动健身、健康饮食等)

增加私处抵抗力
增强身体免疫力

提升

微生态
平衡

- 酸碱平衡
- 菌群平衡
- 激素平衡

保持私处清洁卫生，
维持私处自洁能力

维稳

私处护理需贯穿日常点滴，特殊场景尤其需要细心呵护

女性私处是全身最敏感且脆弱的部位，如不注意日常清洁护理，可能导致很多私处健康问题频发。私处护理需要贯穿在日常生活中，从私处清洁到内裤卫生、生活习惯以及定期的检查，一些特殊场景更需要注意针对性防护。

女性私处日常护理方法及特殊场景护理要点



特殊场景护理要点

经期

- 阴道呈张开状态，抗菌力下降，易有异味
- 选择吸收好透气性好的卫生巾
- 卫生巾2-3小时更换一次
- 及时清洗外阴，保持外阴干爽洁净

亲密生活

- 亲密生活前后，双方均需清洗
- 做好安全防护措施
- 私密生活后及时排尿，避免尿路感染

孕产期

- 分泌物增多，抵抗力下降，更易被感染
- 重视会阴的清洁护理
- 保持会阴透气和干燥
- 每天应冲洗外阴1-2次

游泳

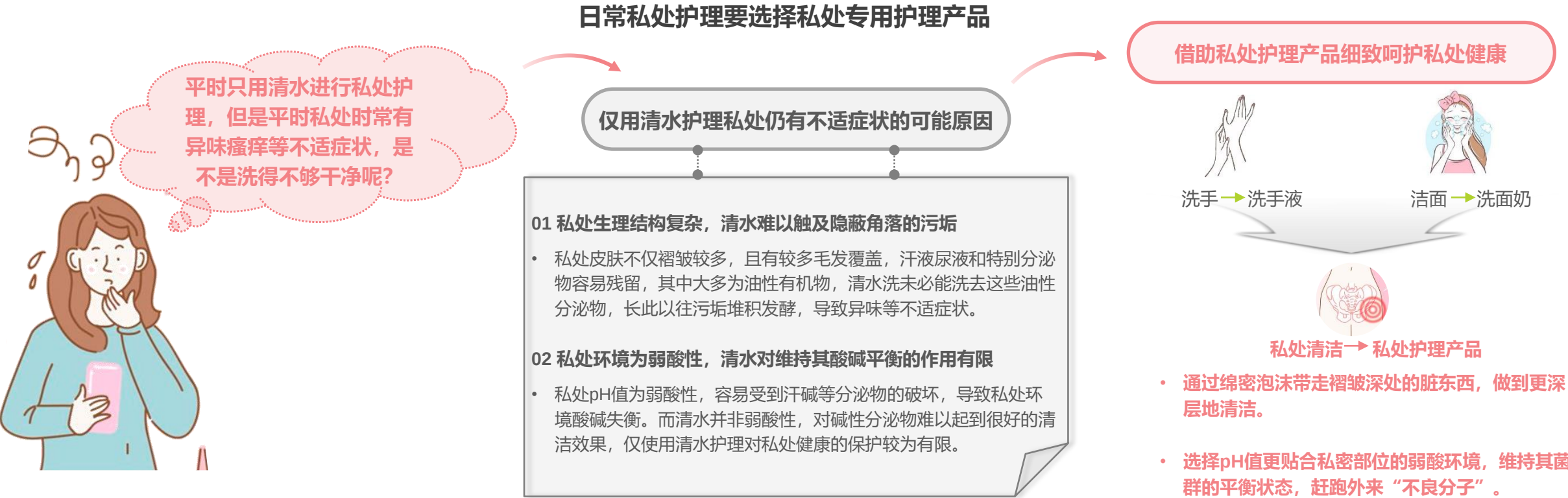
- 选择定时消毒的正规泳池，保证水质干净
- 游泳时间不要过长，泳池水偏碱性，易破坏私处pH值平衡
- 游泳后及时淋浴，清洗外阴
- 避开经期

女性私处护理基本原则3：
清水作用有限，私处护理产品才能提供专业呵护



私处护理选择私处专用护理产品，专业细致呵护私处健康

由于私处敏感特殊，仅用清水进行私处护理对私处健康的维护作用有限，长此以往可能导致私处出现不适症状，因此日常私处护理可借助私处护理产品，更加细致地清洁私处，维持私处健康。



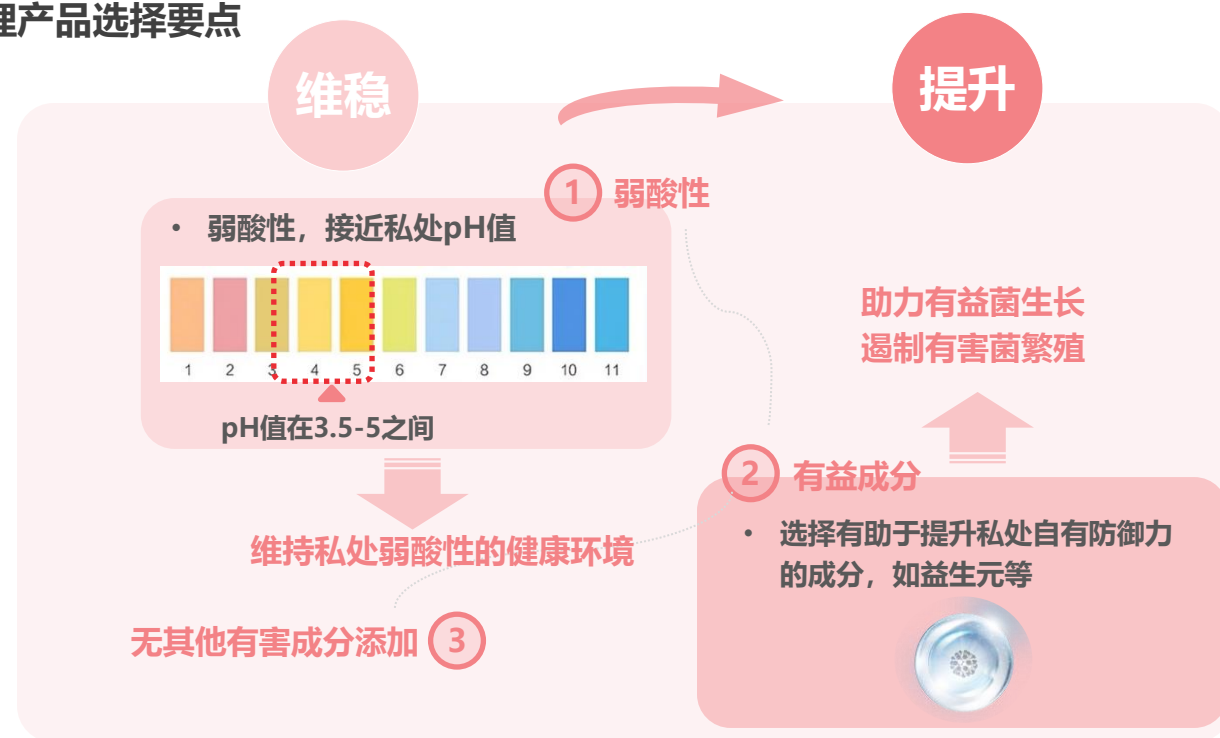
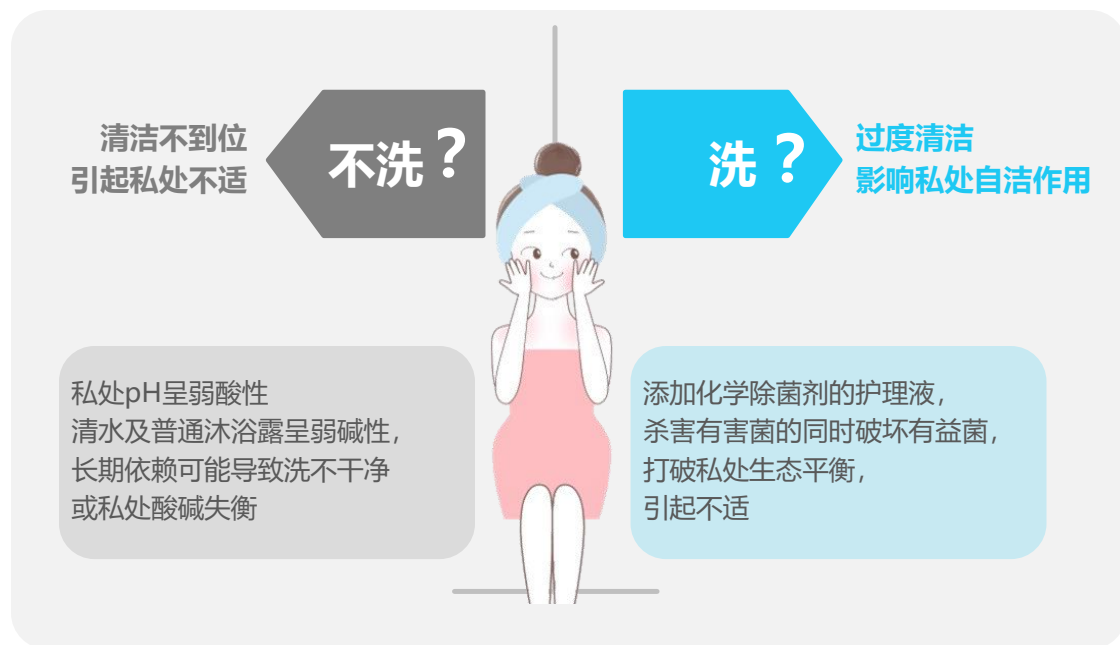
来源：蜜丝x艾瑞咨询共创。

女性私处护理基本原则4: 理性选择产品，兼顾弱酸性与私处自护力提升

优选pH值接近私处的弱酸性产品，关注有助于提升私处防御力的有效成分

私处护理产品的选择需要格外关注产品pH值与成分。优先选择pH值3.5-5之间的弱酸性产品，保证产品酸碱性与私处环境接近，避免破坏私处酸碱平衡；其次关注其是否添加有助于私处维持菌群平衡、提升私处自有防御力的有益成分。

女性私处护理产品选择要点



05 / 典型品牌案例分析

女性私处护理市场产品矩阵

当前女性私处护理产品形态多元，宣称使用场景丰富

女性私处护理产品矩阵

	私处护理洗液	私处啫喱/护理液	私处护理凝胶	私处护理喷雾	私处护理慕斯	私处护理湿巾
内阴用途	✓	✕	✓	✕	✕	✕
外阴用途	✓	✓	✕	✓	✓	✓
是否免洗						
均价价格	每瓶25-50元	每瓶25-70元	每盒75元-100元	每瓶45元-75元	每瓶25-70元	-
宣称场景	日常护理 经期 亲密生活 孕产期 运动前后 差旅 					

来源：蜜丝x艾瑞咨询共创。

典型品牌：蜜丝SWEMISS

专注女性美和健康，女性私处护理原则倡导者

蜜丝专注女性美和健康，鼓励女性关注自身健康。未来蜜丝将继续深耕女性私处护理品类，持续升级女性私处护理体验，引领女性私处健康护理新风尚，守护中国女性私处健康。

女性私处护理原则倡导者——蜜丝 SWEMISS



Slogan
科学平衡，年轻活力

品牌简介：专注美与健康，自信且活力，便是SWEMISS蜜丝女孩的原型。清新自然，忠于本心，取悦自己。对于私密健康问题的讨论，女孩们既羞涩又充满疑惑。而蜜丝，就像一位更懂女性私密的闺蜜陪伴在旁，因爱出发，赋予她们向内探寻身体奥秘的底气，回归本真，未必惊艳，但必须健康，有均衡之美。

SWEMISS蜜丝从未停下产品升级迭代的脚步



品类1：女性私处护理产品



品类2：女性内衣内裤护理



品类3：女性身体护理产品



品类4：女性衣物护理产品



来源：蜜丝x艾瑞咨询共创。

蜜丝为中国女性提供全方位的私密养护定制方案



蜜丝科学的私密护理方案，为中国女性私处健康保驾护航

蜜丝科学的私密护理方案，不仅遵循女性私密微生态原有的平衡，更是在温和成分与专业技术中达到微妙的平衡。帮助中国女性预防私处健康问题，提升私处自有防御力。

蜜丝 SWEMISS全方位的女性私密养护定制方案

女性私处科学护理四大基本原则



01 “防”重于“治”，防患于未然

02 “护”践于行，私处护理点滴不懈

03 清水作用有限，私处护理产品才能提供专业呵护

04 理性选择产品，兼顾弱酸性与私处自护力提升

蜜丝全方位女性私密养护定制方案

覆盖日常生活中
多种私处护理场景

双重私密防御，9大0添加，
更适合女性的私密护理



日常款
蜜丝益生元
私处护理啫喱

+



生理期款
蜜丝益生元
私处护理泡泡慕斯

- 第1重：调节私密微生态平衡
微生态平衡专利（革新法国益生元），
喂饱有益菌，挤走有害菌
- 第2重：维持私处原生弱酸环境
欧盟认证乳酸+天然氨基酸表活，
原生弱酸环境，抵御私密外来敌
- 9大无添加，更适合女性

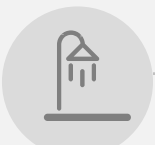
适合常态化护理的女性护理方案，
帮助中国女性预防私处问题，提升私处自有防御力

蜜丝SWEMISS 女性私处护理产品组合

蜜丝平衡温护私处护理系列，更适合女性的私密护理产品

蜜丝秉承“科学平衡，年轻活力”的品牌理念，凭借「蜜丝女性健康专研实验室」，提供安全温和、科学有效的私处护理用品。通过采用微生态平衡专利与天然植物科学配方相结合，增强私密处的自然防御力，在温和中有效解决敏感问题，以科学平衡之名，帮助女性保持私密处的清洁、健康和舒适。

蜜丝 SWEMISS 女性私处护理产品组合



清水



普通沐浴露

pH值呈弱碱性

清洁力有限，呵护不到位

刺激成分，易致敏

清洁力过强，干燥干涩

.....

VS

pH值呈弱酸性，
维持私密原生弱酸环境

清爽除味，
强防御力

成分温和0刺激，
敏感肌适用

温和清洁，
保湿滋润

.....



胜



蜜丝益生元
私处护理啫喱

南极冰海褐藻，
贵妇级成分，
秘密花园水润如初

+



蜜丝益生元
私处护理泡泡慕斯

月见草+洋甘菊+橙花，
舒缓消炎，
清新去味

双重私密防御 9大0添加 更适合女性的私密护理

| 微生态专利证书 |
ZL 2013 1 0597323.9

MISS-BALANCE 私处微生态平衡专利



阴道粘膜无刺激测试
敏感肌放心用



来源：蜜丝x艾瑞咨询共创。

蜜丝SWEMISS 私处护理产品核心成分



双重私密防御， 9大0添加， 更适合女性的私密护理

科学配方 极简成分 自然呵护

第一重防御：革新法国益生元，调节私密微生态平衡
维持菌群平衡，提升私处防御力

法国益生元
Relipidium®
水解酵母蛋白+低聚果糖

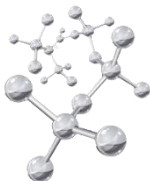


MISS-BALANCE 私处微生态平衡专利

通过益生元给益生菌提供养分，助力有益菌生长、遏制有害菌繁殖，
从而维持私密微生态平衡，提高阴道免疫力

第二重防御：欧盟认证乳酸+100%天然氨基酸表活，
维持私处弱酸环境，抵御私密外来敌

欧盟认证乳酸
Corbion's PURAC® L
乳酸+乳酸钠



天然氨基酸表活
100%植萃来源
椰油酰谷氨酸二钠

呈现弱酸性，接近人体私处肌肤PH值，不易刺激

维持私处弱酸性的健康环境（PH值3.5~5），让私密外来敌难以存活

九大0添加，呵宠娇嫩肌

0矿油
0矿脂
0色素

0皂基
0尼泊金甲酯
0尼泊金丙酯

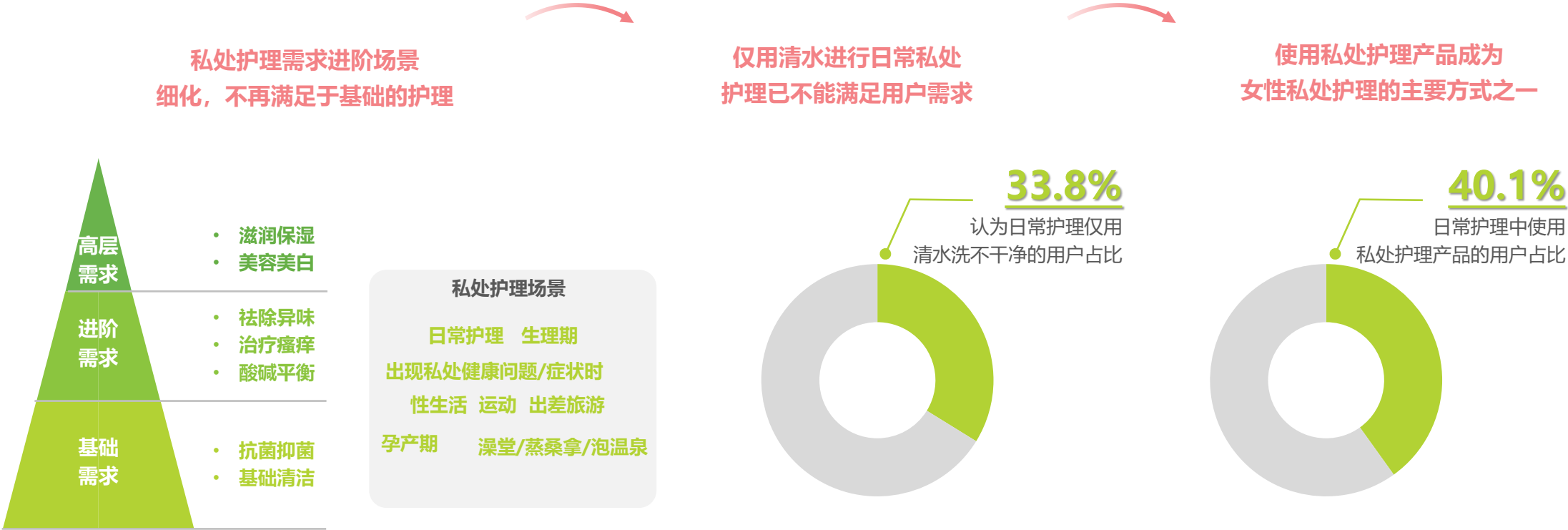
0甲醛释放型防腐剂
0三氯生
0甲基氯异噻唑啉酮

06 / 结论与展望

研究发现总结 (1/2)

专业的私处护理产品逐渐成为女性私处护理的主要方式之一

中国女性私处护理需求进阶细化，且使用场景多元，清水已不能满足用户的日益精细的需求，使用专业的私处护理产品已逐渐成为女性私处护理的主要方式之一



来源：蜜丝x艾瑞咨询共创。

研究发现总结 (2/2)

科学合理进行私处护理，更好守护私处健康

遵循私处护理的基本原则，进一步树立科学的私处健康观念，坚持“预防>治疗”，做好日常生活的私处护理，合理借助专业私处护理产品，才能更好维护私处健康。

私处护理遵循私基本原则，
科学合理守护私处健康

私处护理四大基本原则

基本原则1：“防”重于“治”，防患于未然

- 重视预防的作用，“无病先预防，防患于未然”，坚持私处常态化护理

基本原则2：“护”践于行，私处护理点滴不懈

- 私处护理需要贯穿在日常生活中，从私处清洁到内裤卫生、生活习惯以及定期的检查，特殊场景更需要针对性防护。

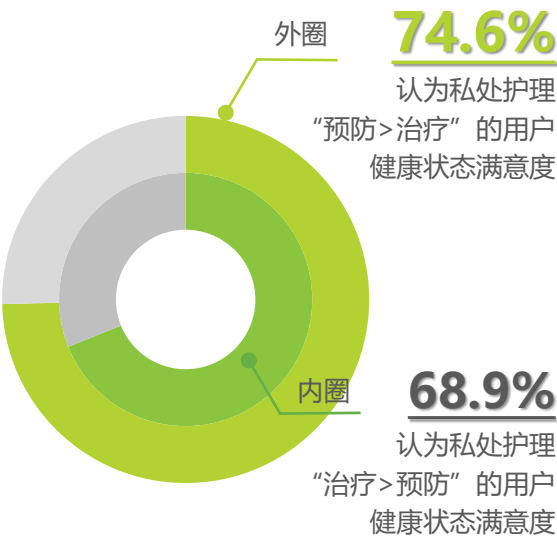
基本原则3：清水作用有限，私处护理产品才能提供专业呵护

- 用专业私处护理产品，更好呵护私处健康

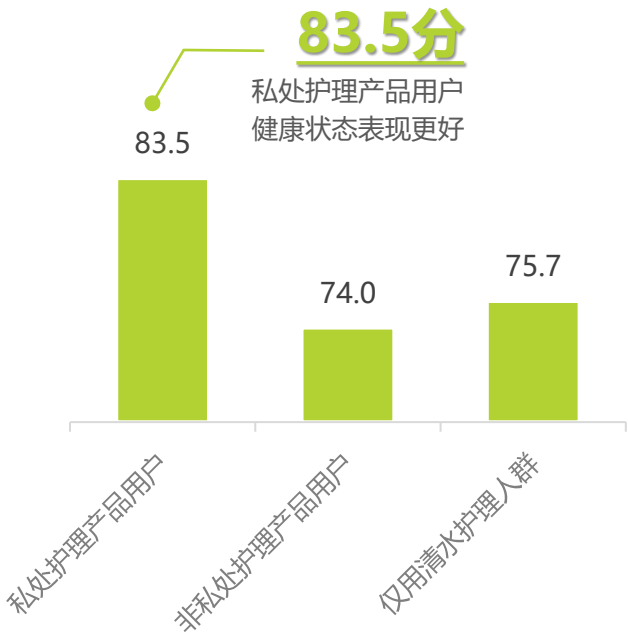
基本原则4：理性选择产品，兼顾弱酸性与私处自护力提升

- 弱酸性，接近私处pH值（pH3.5-5）
- 选择有助于提升私处自有防御力的成分，如益生元等

认为私处护理“预防>治疗”
的用户健康状态满意度更高



私处护理产品用户
健康状态表现更好



私处护理行业发展展望



春雨医生



整体市场：

女性私处护理市场未来将继续呈现增长态势



需求端：

女性私处健康管理日常化，私处护理需求持续增长升级

01 需求精细化

- 女性私处护理需求更加精细化，不同年龄段、不同生命阶段的消费者需求不同

02 场景多元化

- 女性私处护理场景不断延伸，日常护理、生理期、孕产期、亲密生活、出差旅行、运动等场景在未来预计将有更加细化的消费诉求



供给端：

依靠技术进步进行研发，生产更多高效高安全标准的产品

01 成分配方升级

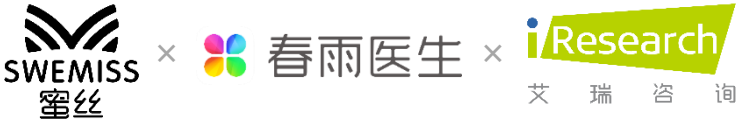
- 未来私处护理品牌依靠技术进步，研发出更多更多符合消费者需求的成分与配方，更加全面地提升私处护理产品的使用效果

02 生产标准提高

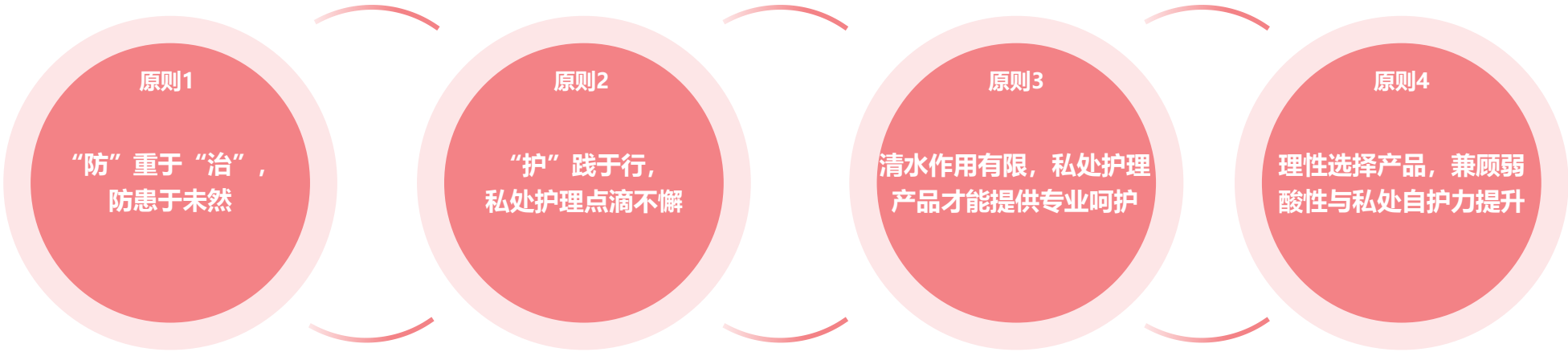
- 未来私处护理生产标准不断提高，标准化安全化生产成为行业共识



2023年中国女性私处护理白皮书



蜜丝x春雨医生x艾瑞咨询 共同倡导遵循私密健康护理四大基本原则，
帮助中国女性进一步树立科学的私处健康观念，为中国女性私处健康保驾护航



来源：蜜丝x艾瑞咨询共创。

BUSINESS
COOPERATION
业务合作

官 网



微信公众号



新 浪 微 博



企 业 微 信



联系我们

- 400 - 026 - 2099
- ask@iresearch.com.cn
- www.idigital.com.cn
- www.iresearch.com.cn

LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。



×



春雨医生

×

iResearch
艾瑞咨询

THANKS

艾瑞咨询为商业决策赋能