

# 卫生巾设计趋势探讨

(2012年10月)

洁 婷

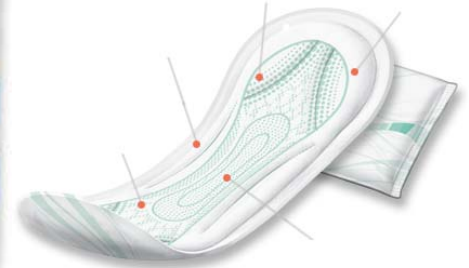
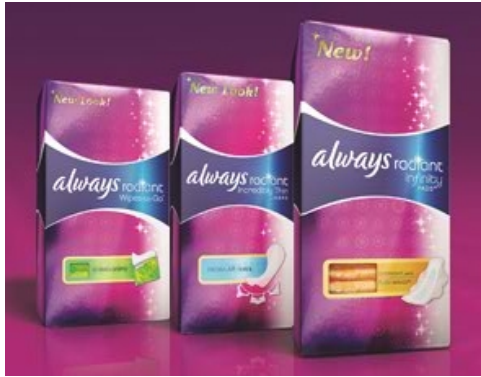
研发部

# 目 录

**1、2011-2012市场与消费趋势回顾与分析**

**2、成熟市场中的产品设计思路探索**

## 欧美市场代表性产品



And now awarded  
**Product of the Year**

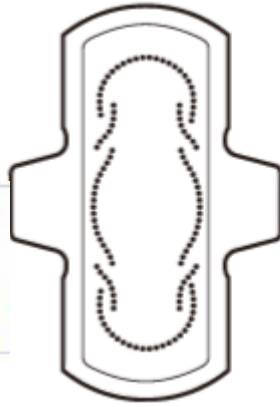
Winner Feminine Care Category.  
Survey of 9,063 people by TNS.

FIND OUT MORE



# 2011-2012市场与消费趋势回顾

## 日韩市场代表性产品





## 中国市场代表性产品



护舒宝



## 近10年来卫生巾演变



直条—护翼—日、夜用—迷你—护围，多元化、细分

吸收—防漏—干爽—清凉—透气—亲肤，情感



婷  
Ladycare

## 中国国内经济社会发展趋势

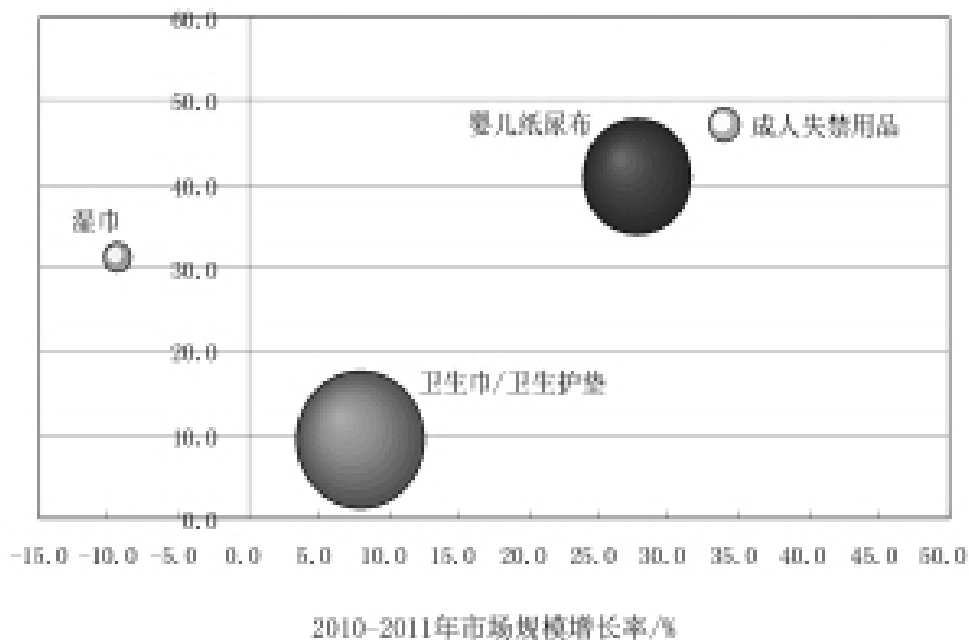
### 经济总量变化：

1. 2011年政府工作报告确定,今后五年我国经济增长预期目标是在明显提高质量和效益的基础上年均增长7%,2015年国内生产总值将超过55万亿元。城镇居民人均可支配收入和农村居民人均纯收入年均实际增长超过7%。
2. GDP数据在基数增大的情况下,增速有所下滑。2012年第2季GDP增速已经跌到8%以下。国内经济结构转型升级压力加大。

### 人口变化：

3. 根据我国第6次人口普查数据,2010年底我国女性人口数量由2000年的6.123亿人,增加到6.53亿人,年均增加406万人。而15-59岁总人口为9.396亿人,按总比例48.73%来计算,处于生理期女性人口数量大约为4.57875亿人, 年均增长约200万人。
4. 同2000年第五次全国人口普查相比,我国城镇人口增加2.0714亿人,由此将带来城市化水平提高和消费水平升级。

## 生活用纸行业2011年统计数据：市场规模整体继续高速增长。



**2011年吸收性卫生用品的市场总销售额达到约463.8亿元，比2010年增长了15.9%。**



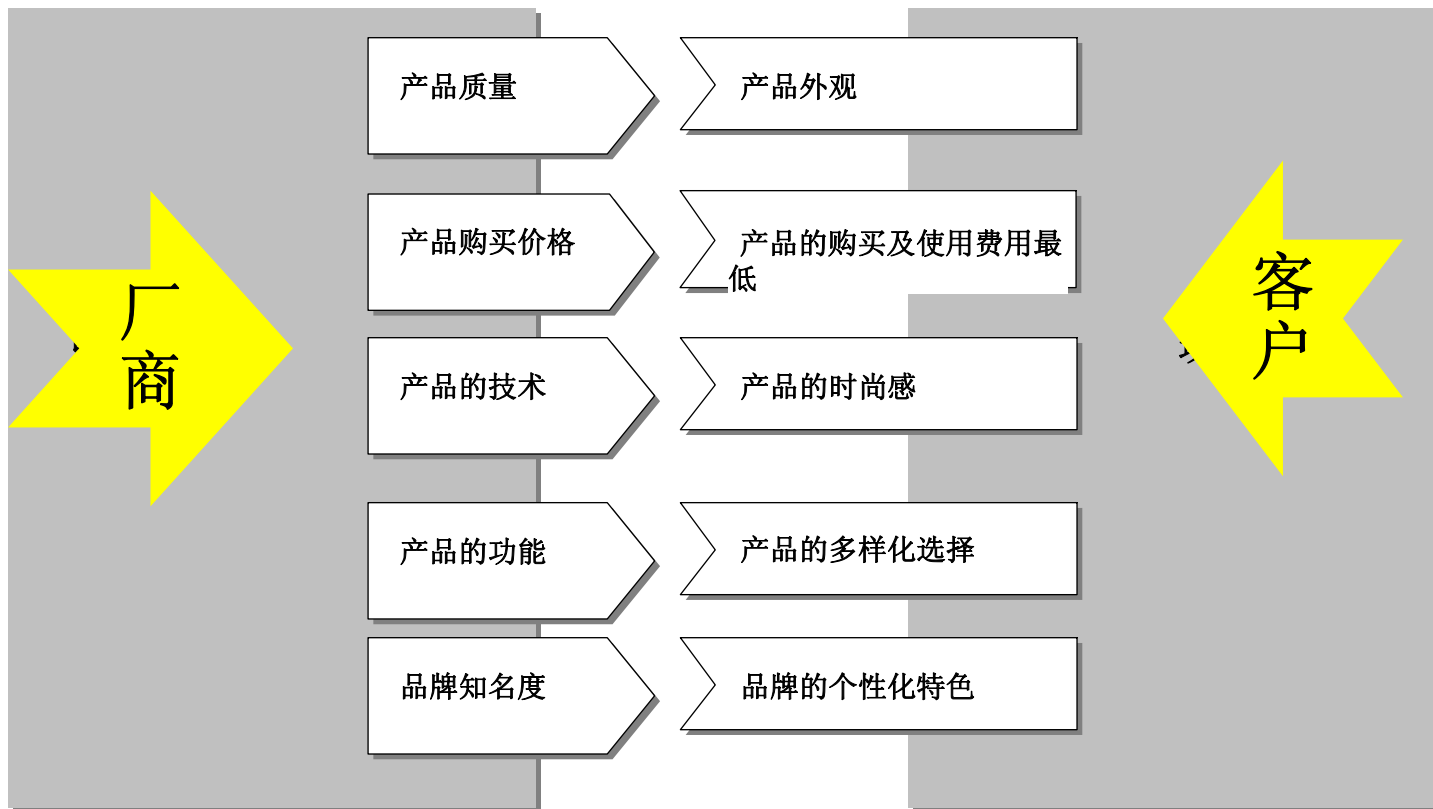


日趋竞争激烈的市场环境中，产品的表现力，成为竞争的重要因素。

产品的表现力源自 设计的能量



## 需求的变化，延伸出设计角度的转化



## 卫生巾的设计趋势

传统的设计：结构、选材、外观

现代的设计：造型、色彩、图形等多元素的应用



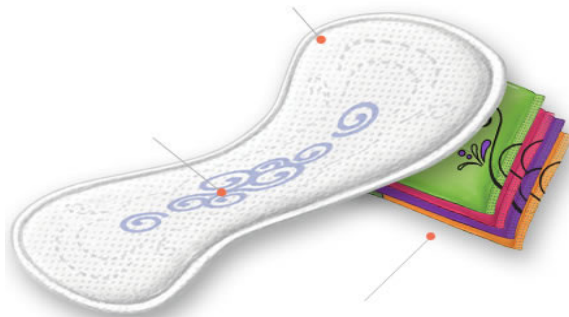
不断尝试用崭新的方法来表达产品固有信息，只有用独创的形式，来激发客户兴趣，从而使客户感动，并接受产品服务。

## 围绕客户展开的产品设计（客户 一体化 独 创）

从客户**看到**（包装），**接触**（包装与内包），**使用**（产品），**丢弃产品**（产品与内包），来获得足够的产品信息，从而感知产品服务的品质。这些信息包含**视觉信息**、**触觉信息**甚至**嗅觉信息**等多方面的使用体验。

用崭新的方法表达信息，或有差异性的表现形式，并非完全的“新 奇 特”。

### U系列





卫生巾的设计来自：

客户的洞察

基础技术的持续发展

客户的洞察：需求调研和需求分析

基础技术：材料、设备及工艺技术

材料（打孔材料、高“厚度”材料）

设备及工艺技术（在线印刷/喷印、在线刻花、新结构的装备、模块化装备等）



## 卫生巾设计的能量

良好的产品设计应能控制这些所表达信息的品质，并使信息变得清晰和独创，从而获得客户的共鸣。

未来.....



# 洁婷 Ladycare

那几天，就要宠你！



能侧吸的立体护围，更不侧漏！



那几天  
原作

