

编者按

过去一年，湖南在多重挑战中逆势而上，经济社会发展取得了新的成效。立足民营视角，湖南为地方营商环境现状“精准画像”，着力推动全省各类群团组织成员大规模创新创业，实现了全省“优化营商环境一盘棋、一张蓝图绘到底”的新格局。而这一亮眼成绩背后，得力于千千万万名湘商，也离不开创新创业的WOMEN（我们/女性）。

WOMEN如何在湘商新经济领域创业逐梦？我们特别策划“巾帼初心耀三湘·创业篇”专题报道，聚焦新时代不断崛起的女性力量，记录属于WOMEN的创业传奇！



扫一扫，看创新创业好故事视频

好闺蜜一起创业，研发全国首款盲文卫生巾



人物名片

王蓉蓉
黄丹婷

永远轻舟品牌
联合创始人

今日女报/凤网记者 周雅婷 李超 李曼倩

一片小小卫生巾，藏着千亿生意经。

根据第七次全国人口普查结果，全国人口为14.11亿，女性为6.88亿，结合“15~59岁人口”占总人口比重为63.35%的数据粗略估算，需要用到卫生巾产品的适龄女性大概为4.36亿人。哪怕是人均月消费仅20元，这个市场的年销售额也可达1000亿元。

而在这个大牌林立、竞争激烈的千亿产业里，永远轻舟品牌创始人王蓉蓉与黄丹婷入局不久，却渐渐凿出了一条自己的路。这对闺蜜从湖南起步，不仅推出了全国首款带盲文标识的卫生巾，她们的产品还渐渐走出国门，让全世界的困境女性也可以享受经期自由。

“女性更懂女性。”这对抱团创业的闺蜜，想让更多女性用“好”卫生巾。

她心事 为女性解私密忧

90后姑娘王蓉蓉，是个创业“老手”——大学毕业后，继承了父辈在湖南经营了二十多年的水产生意，后来又对服装行业感兴趣，成立了一家供应链公司。

一次服装设计进修课，成了她和岳阳姑娘黄丹婷友情的开端。

“我们是同班同学，彼此又很谈得来，很自然地就相熟了。”课程之外，她们从各自的行业，聊到个人成长经历，又从此引申，开始谈独属于女性的“心事”。

“我曾经是留守儿童，那时没有大人在身边，自己也没学过生理知识，第一次还将卫生巾贴反过……”经期初潮时的惶恐不安历历在目，“卫生巾过敏”也给她们带来过不适的烦恼。闺蜜俩开始自然地思考，什么样的卫生巾，是女性真正需要的、适合的？

于是，她们开启了一轮头脑风暴：环保又便捷的水冲式？技术还不足以在市场上推广。便宜又适合量大人群的散装卫生巾？质量难以保证，还会给使用者带来一系列健康隐患。“说这么多，干脆我们一起创业，把大家觉得‘好

用舒适’的卫生巾做出来！”

2023年7月，王蓉蓉与黄丹婷成立了永远轻舟品牌，闺蜜俩定下品牌创立的初衷——注重经期的舒适健康和“性价比”，让所有女性，包括正在经受“月经贫困”的女性，都可以享受经期自由。

从零开始、跨行创业，不是一件容易的事。创业之初，王蓉蓉和黄丹婷面临的最头疼的事，就是如何让市场和消费者接受新品牌。

根据第七次全国人口普查结果，全国女性人口为6.88亿，其中“10~49岁女性”占女性总人口比重达到51.22%，意味着有将近4亿的女性对女性卫生用品的需求量是稳定的。

尽管市场庞大，但消费者的使用习惯无法轻易改变。“很多女性消费者都有固定使用的卫生巾品牌，对于新品牌的接受度不高。”刚去和湖南各大超市谈合作时，黄丹婷就碰了不少壁。

被拒绝得多了，闺蜜俩也在考虑，怎么在大品牌中杀出一条“血路”？“我们要利用自己的优势，做出区别于其他品牌的特色来！”

她思维 抖音出圈打开销路

卫生巾品牌的女性创始人有什么优势？答案很简单，她们具有生产者和消费者的双重身份。“入行前，我们做了很多功课，也接触了很多工厂、品牌的老板和设计师，大多数都是男性。”相较于同行，王蓉蓉和黄丹婷更能设身处地理解女性经期的特殊需求与不便之处。

“就拿护垫产品举例，市面上常见的大多长度都在140mm到160mm。”王蓉蓉和黄丹婷做过研究，尽管这些尺寸的护垫轻薄，适用于月经初期或末期，但使用时很容易移动、卷边。基于这一点，她们开发了210mm尺寸、自带小翅膀的护垫。“既轻薄便携，又能解决短护垫的小烦恼。是我们回头客特别多的一款产品。”在王蓉蓉和黄丹婷的创业团队中，女性员工超80%。每次开发新产品，她们都会将女同事聚起来，聆听最真实的反馈和声音。一次，一位女员工在会上提出：卫生巾吸收液体后，容易出现反渗现象。反渗越大，人体皮肤会感觉更潮湿，而自己是易过敏的体质，每次使用都很容易过敏。

她温暖 生产国内唯一带盲文标识的卫生巾

创业一年，永远轻舟名声最响亮的，是她们在卫生巾上附上了盲文标识，这在全国市场上，是首款也是目前唯一一款。

这个想法来源于黄丹婷在英国苏格兰爱丁堡留学的经历。“当时我看到街上有很多残障女性，当地的环境和设施建设能够非常便利她们自在地出行和生活。”因此，她也想让自己的产品能帮助到更多女性。

全国约有1700万视障人士，女性比例约54%，她们如何自主辨别卫生棉？如何在每月都会如期而至的周期中照顾自己？在做出行动前，王蓉蓉和黄丹婷先做了一番调研。“很多视障女性，她们



王蓉蓉（左）和黄丹婷在讨论产品的改进问题。

“其实，如果是轻度过敏，并不会对身体造成太大的伤害，但它无疑和痛经一样，是让女生不适的来源。”因此，王蓉蓉和黄丹婷把这位女员工提出的问题纳入新产品的设计思路中，前往国内最大的卫生巾产业带——福建泉州寻找工厂进行合作研发，推出了在面层和芯片中添加玻尿酸的卫生巾，主打的就是“防过敏”。“为了让消费者放心，我们还主动将产品送检，进行CMA（中国计量认证）质检报告，并在线上、线下的销售中都进行公示。”

注重质量，贴合女性需求，双管齐下，很快打开了永远轻舟的市场。“目前，我们已经进驻了湖南各大超市，上个月也刚和芙蓉兴盛管理公司签订了战略合作意向。”

让永远轻舟更出圈的是抖音平台。“有一段时间，团队所有人都在拼命研究抖音的玩法，通过直播吸水、剪切、渗透等实验，花式展示我们的卫生巾。”最高的时候，能让产品收获几千个精准粉丝。“还收到了很多关于质量和舒适的好评，会让我们觉得自己的工作很有意义。”

在生理期间，都需要家人帮忙购买，将不同种类的卫生巾用几个篮子分好。”

“她们在生理期会遇到的困难实际上跟所有女性会遇到的一样，真正需要的是能快速并准确地了解产品信息。”于是，去年年底，永远轻舟在每份产品包装上都附上了盲文标识，通过手触，视障女性就可以知道产品的尺寸、类型。而这一过程，也让小小一片卫生巾有了不一样的温度。“有一个衡阳女孩在超市买到了我们的盲文标识卫生巾，她把这段经历发在了小红书，那条帖子一下就火了。”

黄丹婷说，自己将这条帖子

下的评论翻了个遍，很多买家都在发声、贴测评，也给永远轻舟以及盲文贴卫生巾带来了更大的声量。如今，很多耳熟能详的卫生巾大品牌都在相继研制“盲文贴卫生巾”，“这也算是我们为这个行业尽的一份力”。

今年，乘着中非经贸博览会的东风，永远轻舟正迈向国际市场。“我们和尼日尔签订了战略框架协议，未来有望在当地建立生产线，将我们中国优质的女性卫生健康产品和服务带给尼日尔女性。”

迈出湖南、走向世界，湘江之滨孕育出的这片“轻舟”，正在支撑更多女性健康走过“万重山”。



永远轻舟品牌与北京城市学院合作，进行盲文标识卫生巾的公益推广。