

2020-2026年中国自慰用品 行业前景展望与产业竞争格局报告

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

《2020-2026年中国自慰用品行业前景展望与产业竞争格局报告》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/202007/177978.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

自慰器是男性，女性用来进行自我性刺激的工具。据专业统计部门的调查数据显示，自慰器的年销售额高达百亿元，其中仅安全套就高达数十亿元。中国有13亿人口，成年人占70%以上。随着社会物质文明和精神文明的高速发展，自慰器的使用也开始被中国的成年人接受。在以前自慰器是一种被提及就觉得很羞耻的东西，但是随着社会的发展，人们的压力越来越大，而并不是所有朋友夫妻都能在一起的，当然还有一些比较寂寞的人。所以慢慢的就被人所接受。虽然有些地方还是很排斥，但是大部分人都能够理解，一方面可以缓解压力，解决自身生理需求，同时也减少了犯罪，嫖娼等行为。所以总体来说，对社会还是有一定的帮助的。所以我们不应该带着有色眼镜来看待自慰器这种产品，有需要，才会有市场。自慰是预防感染性病的最佳方法。

目前购买产品的方式主要还是以网络购买为主，大多数人因为面子，而不好意思去实体店铺购买此类产品，所以网络销售是目前的主流销售方式。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国自慰用品行业前景展望与产业竞争格局报告》共十四章。首先介绍了中国自慰用品行业市场发展环境、自慰用品整体运行态势等，接着分析了中国自慰用品行业市场运行的现状，然后介绍了自慰用品市场竞争格局。随后，报告对自慰用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国自慰用品行业发展趋势与投资预测。您若想对自慰用品产业有个系统的了解或者想投资中国自慰用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 自慰用品行业定义及分类

第一节 自慰用品相关概述

一、自慰用品的品种

二、自慰用品的材质

三、自慰用品的安全性

第二节 自慰用品的分类

一、男用自慰用品概述

二、女用自慰用品概述

第二章 中国自慰用品市场发展背景

第一节 中国宏观经济发展概况

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资 分析
- 四、全社会消费品零售 总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析

第二节 自慰用品行业政策环境

- 一、产业政策现状分析
- 二、计划生育政策的影响
- 三、历年来政策实施情况
- 四、法律政策对产业影响

第三节 自慰用品行业社会环境

- 一、中国人口数量规模
- 二、各年龄段男女人口情况
- 三、各地区人口婚姻状况
- 四、各地区计划生育情况
- 五、各地区避孕措施情况

第三章 全球自慰用品行业发展概述

第一节 全球自慰用品行业概况

- 一、全球自慰用品发展历程
- 二、全球自慰用品市场规模
- 三、全球自慰用品市场特征
- 四、全球自慰用品市场前景

第二节 全球性生活健康调查

- 一、性生活频率
- 二、性生活满意度
- 三、性生活中避孕措施

四、自慰用品使用情况

第四章 主要地区自慰用品市场分析

第一节 欧美

一、自慰用品消费特点

二、自慰用品生产情况

三、自慰用品需求前景

第二节 亚太

一、自慰用品消费特点

二、自慰用品生产情况

三、自慰用品需求前景

第三节 非洲

一、自慰用品消费特点

二、自慰用品生产情况

三、自慰用品需求前景

第四节 全球重点自慰用品品牌分析

第五章 国人性生活及自慰用品使用调查

第一节 调查对象基本情况

一、调查样本来源

二、调查者年龄分布

三、调查者生活地区

四、调查者婚姻与性伴关联情况

第二节 国人性生活情况

一、不同年龄段性伴数目

二、多人性行为情况调查

三、强迫性行为情况调查

四、对自己性生活满意度

五、购买性服务频率调查

六、购买性服务原因调查

第三节 国人性行为调查

一、与配偶是否同床睡觉

二、男女性生活频率调查

三、对性技巧的认识与评价

四、达到性高潮的时间调查

五、勉强性生活情况调查

六、男女性爱主动差异

第四节 国人性生活满意度调查

一、与稳定配偶性生活满意度

二、性用品使用情况调查

三、助性药物使用情况调查

四、遇到性困惑寻求帮助途径

五、长期无性生活的接受度

第五节 国人自慰用品消费情况调查

一、购买自慰用品的态度

二、购买自慰用品的种类

三、购买自慰用品的频率

四、购买自慰用品的渠道

五、自慰用品品牌偏好

六、自慰用品价格建议

第六节 影响自慰用品消费的因素

一、品牌

二、价格

三、渠道

四、质量

五、广告

六、观念

第六章 世界自慰用品市场发展情况

第一节 世界自慰用品市场运行环境

一、自慰用品产生背景及历程

二、世界性病患者规模统计

三、世界计生用品政策分析

第二节 世界自慰用品行业发展现状

一、世界自慰用品市场关注情况

二、世界自慰用品市场价格情况

三、世界自慰用品品牌竞争格局

第三节 世界主要国家自慰用品市场分析

一、美国自慰用品市场分析

二、韩国自慰用品市场分析

三、泰国自慰用品市场分析

四、日本自慰用品市场分析

五、印度自慰用品市场分析

第七章 中国自慰用品原料市场分析

第一节 纺织服装行业市场发展概述

第二节 纺织服装行业市场价格分析

第三节 纺织服装行业市场发展趋势

第八章 中国自慰用品市场运行分析

第一节 中国自慰用品生产历程

第二节 自慰用品产量规模分析

第三节 自慰用品生产企业特征

第四节 自慰用品贴牌品牌分析

第五节 自慰用品营销渠道分析

第九章 2015-2019年中国自慰用品进出口市场分析

第一节 自慰用品进口市场分析

一、自慰用品进口数量

二、自慰用品进口金额

三、自慰用品进口来源

四、自慰用品进口价格

第二节 自慰用品出口市场分析

一、自慰用品出口数量

二、自慰用品出口金额

三、自慰用品出口流向

四、自慰用品出口价格

第十章 中国自慰用品消费市场分析

第一节 自慰用品购买人群分析

一、年龄

二、学历

三、职业

四、收入

第二节 自慰用品购买渠道偏好

第三节 自慰用品购买价格区间

第四节 自慰用品消费情况分析

一、丈夫买、妻子用

二、70、80后夫妻是消费主力

三、学历越高，性要求越高

四、对成人类消费更加开放理性

五、不担心隐私问题

六、最注重健康，逐渐信任品牌

第十一章 中国自慰用品行业关注点

第一节 国内自慰用品质量问题

第二节 自慰用品品牌发展问题

第三节 自慰用品市场推广问题

第四节 自慰用品无证上市问题

第十二章 国内市场主要自慰用品企业分析

第一节 雅心(上海)商贸有限公司

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第二节 利洁时家化(中国)有限公司

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第三节 武汉人福健康护理产业有限公司

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第四节 莱珞(上海)贸易有限公司

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第五节 深圳市夏奇实业有限公司

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第六节 辽阳百乐保健品有限公司

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第七节 联志(惠州)礼品制造有限公司

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第八节 爱侣健康科技股份有限公司

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第九节 东莞爱巢电子科技有限公司

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第十节 深圳市积之美健康用品连锁有限公司

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第十三章 中国自慰用品行业竞争格局

第一节 自慰用品行业竞争现状

第二节 自慰用品生产企业份额

第三节 国内外品牌竞争格局

第四节 国内市场价格竞争分析

第五节 国内品牌竞争竞争分析

第十四章 建议（）

第一节 2020-2026年中国自慰用品行业投资前景

一、自慰用品行业发展走向

二、自慰用品品牌竞争趋势

三、自慰用品需求前景分析

四、自慰用品市场规模预测

五、自慰用品行业盈利预测

第二节 2020-2026年中国自慰用品行业投资风险

一、政策监管风险分析

二、市场竞争风险分析

三、经营管理风险分析

四、产品质量风险分析

第三节 2020-2026年中国自慰用品行业投资策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、自慰用品企业风险规避策略

第四节 自慰用品发展策略分析

一、生产企业发展策略

二、销售企业发展策略

三、国内品牌突围之路

四、自慰用品价格策略

五、自慰用品体验营销（）

图表目录：

图表：2015-2019年行业企业数量分析

图表：2015-2019年行业从业人员数量分析

图表：2015-2019年行业市场规模分析

图表：2015-2019年行业资产规模分析

图表：重点客户战略

图表：产业链的形成机制

图表：产业链上的价值传递

图表：2019年人口数及其构成

图表：2009-2019年城镇新增就业人数

图表：2009-2019年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2009-2019年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2009-2019年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2009-2019年中国城镇化水平

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/177978.html>