

2022-2028年中国成人用品 行业分析与投资潜力分析报告

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

《2022-2028年中国成人用品行业分析与投资潜力分析报告》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/202208/313829.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

成人用品包含BDSM用品、情趣内衣、跳蛋、假阴茎、振动器具、延时杯等。指的是利用一些辅助性用品，帮助成年人得到性的辅助，不仅可以增添性趣，提高性爱质量，还可以给性健康带来正面效果。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国成人用品行业分析与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了成人用品行业市场发展环境、成人用品整体运行态势等，接着分析了成人用品行业市场运行的现状，然后介绍了成人用品市场竞争格局。随后，报告对成人用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了成人用品行业发展趋势与投资预测。您若想对成人用品产业有个系统的了解或者想投资成人用品行业，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 全球成人用品行业发展概述

第一节 全球成人用品行业概况

一、全球成人用品现状分析

二、全球成人用品市场规模

三、全球成人用品市场动态

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、性疾病传播比例

第三节 主要地区成人用品市场分析

一、欧美

（一）欧美性文化现状

（二）欧美成人用品展

二、亚洲

（一）中国成人用品市场

（二）日本成人用品市场

第四节 全球重点成人用品品牌分析

- 一、美国DocJohnson
- 二、美国CEN
- 三、美国TopcoSales
- 四、瑞典LELO
- 五、日本NPG
- 六、香港净果国际
- 七、德国BeateUhse

第二章 中国成人用品市场发展背景

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 成人用品行业政策环境

- 一、产业政策现状分析
- 二、计划生育政策的影响
- 三、法律政策对产业影响

第三节 成人用品行业社会环境

- 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、中国计划生育情况
- 五、各地区避孕措施情况

第三章 国人性生活及成人用品使用调查

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、性伴伙伴数目调查

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 国人成人用品消费情况调查

一、购买成人用品性别调查

二、购买成人用品年龄分布

三、购买成人用品学历背景

四、购买成人用品种类调查

第四章 中国成人用品行业分析—避孕套

第一节 避孕套相关概述

一、避孕套的品种

二、避孕套的材质

三、避孕套的安全性

四、男用避孕套概述

五、女用避孕套概述

第二节 世界避孕套市场发展情况

一、世界避孕套市场运行环境

（一）世界避孕套发展与推广的意义

（二）世界计生卫生用品政策分析

（三）世界艾滋病患者规模统计

二、世界避孕套行业发展现状

（一）世界避孕套市场关注情况

（二）世界避孕套市场价格情况

（三）世界避孕套品牌竞争格局

三、世界主要国家避孕套市场分析

（一）美国避孕套市场分析

（二）韩国避孕套市场分析

（三）泰国避孕套市场分析

（四）日本避孕套市场分析

（五）印度避孕套市场分析

第三节 中国避孕节育措施概述

一、避孕工具

二、避孕药物

三、绝育手术

四、皮下埋植避孕

五、人工或药物流产

第四节 中国避孕套原料（橡胶）市场分析

一、橡胶市场发展概述

二、橡胶产量情况分析

三、橡胶市场价格分析

四、橡胶市场发展趋势

第五节 中国避孕套所属行业市场运行分析

一、中国避孕套生产历程

二、避孕套产量规模分析

三、避孕套生产企业特征

四、避孕套贴牌品牌分析

五、避孕套营销渠道分析

（一）免费发放

（二）市场销售

（三）产品出口

第六节 2016-2020年中国避孕套所属行业进出口市场分析

一、避孕套所属行业进口分析

（一）避孕套所属行业进口数量分析

（二）避孕套所属行业进口金额分析

（三）避孕套所属行业进口来源分析

（四）避孕套所属行业进口均价分析

二、避孕套所属行业出口分析

（一）避孕套所属行业出口数量分析

（二）避孕套所属行业出口金额分析

（三）避孕套所属行业出口流向分析

（四）避孕套所属行业出口均价分析

第七节 中国避孕套消费市场分析

一、中国避孕套消费者收入分析

（一）性别结构分析

（二）年龄结构分析

（三）收入结构分析

二、不同客户购买相关的态度及影响分析

（一）价格敏感程度

（二）品牌的影响

（三）广告的影响程度

（四）包装的影响程度

第八节 中国避孕套行业热点探讨

一、中国制安全套的质量问题

二、中国安全套发展品牌问题

三、中国安全套市场推广问题

四、中国安全套无证上市问题

第九节 中国避孕套行业竞争格局

一、避孕套行业竞争现状

二、安全套消费与国外的差别

三、国内品牌竞争竞争分析

第十节 国内市场主要避孕套品牌分析

一、杜蕾斯

（一）品牌发展概述

（二）品牌竞争优势

（三）品牌使用评价

二、杰士邦

（一）品牌发展概述

（二）品牌竞争优势

（三）品牌使用评价

三、第六感

（一）品牌发展概述

（二）品牌竞争优势

（三）品牌使用评价

四、冈本

（一）品牌发展概述

（二）品牌竞争优势

（三）品牌使用评价

五、诺丝

（一）品牌发展概述

（二）品牌竞争优势

（三）品牌使用评价

六、高邦

（一）品牌发展概述

（二）品牌竞争优势

（三）品牌使用评价

七、双蝶

（一）品牌发展概述

（二）品牌竞争优势

（三）品牌使用评价

八、双一

（一）品牌发展概述

（二）品牌竞争优势

（三）品牌使用评价

九、多乐士

（一）品牌发展概述

（二）品牌竞争优势

（三）品牌使用评价

十、倍力乐

（一）品牌发展概述

（二）品牌竞争优势

（三）品牌使用评价

第五章 中国成人用品行业分析—避孕药

第一节 避孕药市场发展总况

一、避孕药发展历程分析

二、避孕药市场规模分析

三、避孕药市场竞争格局

四、避孕药市场发展前景

第二节 避孕药消费市场分析

一、消费者对避孕药的认知度

二、消费者对避孕药种类的选择

三、消费者对避孕药品牌购买排行

第三节 2016-2020年激素类避孕药所属行业进出口市场分析

一、2016-2020年以激素为基本成分的避孕药进口分析

（一）以激素为基本成分的避孕药进口数量情况

（二）以激素为基本成分的避孕药进口金额情况

（三）以激素为基本成分的避孕药进口来源分析

（四）以激素为基本成分的避孕药进口均价分析

二、2016-2020年以激素为基本成分的避孕药出口分析

（一）以激素为基本成分的避孕药出口数量情况

(二) 以激素为基本成分的避孕药出口金额情况

(三) 以激素为基本成分的避孕药出口流向分析

(四) 以激素为基本成分的避孕药出口均价分析

第四节 2016-2020年其他化学避孕药出口分析

一、其他化学避孕药出口数量情况

二、其他化学避孕药出口金额情况

三、其他化学避孕药出口流向分析

四、其他化学避孕药出口均价分析

第五节 紧急避孕药

一、药物原理概述

二、安全性能分析

三、市场竞争格局

四、市场规模分析

五、重点产品分析

(一) 毓婷（左炔诺孕酮片）

(二) 保仕婷（左炔诺孕酮片）

(三) 安婷（左炔诺孕酮片）

(四) 金毓婷（左炔诺孕酮片）

(五) 左炔诺孕酮肠溶胶囊

(六) 丹媚（左炔诺孕酮肠溶片）

(七) 后定诺（米非司酮片）

第六节 短效避孕药

一、药物原理概述

二、安全性能分析

三、市场竞争格局

四、使用效果评价

五、重点产品分析

(一) 妈富隆（去氧孕烯炔雌醇片）

(二) 优思明（屈螺酮炔雌醇片）

(三) 达英-35（炔雌醇环丙孕酮片）

(四) 美欣乐（去氧孕烯炔雌醇片）

第七节 长效避孕药

一、药物原理概述

二、安全性能分析

三、市场竞争格局

四、重点产品分析

（一）悦可婷（左炔诺孕酮炔雌醚片）

第八节 外用避孕药

一、药物原理概述

二、安全性能分析

三、市场竞争格局

四、重点产品分析

（一）妻之友（壬苯醇醚栓）

（二）爱侣栓（壬苯醇醚栓）

第六章 中国成人用品行业分析——性保健品

第一节 中国性保健品需求背景分析

一、中国保健品市场发展概况

（一）保健品市场现状

（二）保健品市场规模

（三）保健品消费特点

二、国内性功能障碍人群分析

三、性功能障碍形成原因分析

四、国内性保健品消费特点

第二节 中国性保健品行业发展概况

一、国内性保健品行业发展现状

（一）性保健品零售市场概况

（二）性保健品品牌竞争格局

（三）性保健品生产存在问题

二、国内性保健品市场监管情况

（一）国内市场监管现状

（二）无法可依现象普遍

（三）长效监管机制缺失

第三节 中国性保健品消费市场分析

一、性保健品购买人群分布

二、购买人群地域分布特点

三、性保健品购买渠道分析

四、消费者对产品功能评价

第四节 中国性保健品主要产品分析

一、万艾可（西地那非）

二、西力士（他达拉非）

三、艾力达（伐地那非）

四、睾根蛋白

五、速勃王

第七章 中国成人用品行业分析—情趣器具

第一节 中国情趣器具行业发展概况

一、情趣器具发展历程分析

二、情趣器具需求特点分析

三、情趣器具市场发展情况

第二节 中国情趣器具行业竞争格局

第三节 中国情趣器具消费市场分析

一、情趣器具购买人群结构

二、情趣器具购买渠道分析

三、情趣器具销量排行情况

四、情趣器具消费增长情况

第四节 中国情趣器具主要产品分析

一、男用器具市场分析

（一）男用器具产品系列

（二）男用器具价格情况

二、女用器具市场分析

（一）女用器具产品系列

（二）女用器具价格情况

三、气娃娃市场分析

（一）充气娃娃产品类型

（二）充气娃娃价格情况

第八章 中国成人用品行业分析—情趣内衣

第一节 情趣内衣相关概述

- 一、情趣内衣演变历程
- 二、情趣内衣类型概述
- 三、情趣内衣罩杯类型概述

第二节 中国情趣内衣行业现状

一、中国内衣市场发展分析

- (一) 中国内衣生产情况
- (二) 中国内衣市场规模
- (三) 中国内衣产业格局

二、大众对情趣内衣认同度

三、情趣内衣生产情况分析

四、情趣内衣零售渠道分析

第三节 中国情趣内衣网购消费市场分析

一、情趣内衣网购人群年龄比例

二、心理因素推动情趣内衣网购市场的发展

三、情趣内衣网购价格区间分析

四、情趣内衣网购消费情况分析

- (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

第四节 情趣内衣营销策略分析

一、价格策略分析

二、品牌策略分析

三、渠道策略分析

四、推广策略分析

五、情趣内衣体验营销

第五节 中国情趣内衣主要品牌分析

- 一、欧姿丽雅
- 二、苏泽尔
- 三、夜火
- 四、正丽
- 五、以比赞
- 六、欣姿
- 七、金梦蝶
- 八、三凯维诗
- 九、LaSENZA娜圣莎
- 十、magicgirl
- 十一、佳丽缘
- 十二、兔女郎
- 十三、凯蒂妮
- 十四、原紫
- 十五、妙兰雪
- 十六、黛丽芬
- 十七、尤尤yoyo
- 十八、耶妮娅
- 十九、月城芭黎
- 二十、美媚之恋

第九章 中国成人用品行业线下零售渠道

第一节 成人用品线下主要零售渠道

- 一、实体店
- 二、药店
- 三、商超
- 四、酒店

第二节 成人用品批发市场

第三节 成人用品店

- 一、成人用品店发展现状
- 二、成人用品店法律管制
- 三、成人用品店投资分析

- (一) 规划选址策略
- (二) 投资成本分析
- (三) 投资收益分析

第十章 中国成人用品电子商务模式

第一节 中国电子商务行业发展分析

一、中国电子商务行业概述

- (一) 中国电子商务发展阶段
- (二) 中国电子商务发展概况
- (三) 电子商务的产业链分析
- (四) 电子商务盈利模式分析

二、中国电商市场规模分析

- (一) 电子商务网站规模
- (二) 电子商务用户规模
- (三) 电子商务交易规模
- (四) 网络购物交易规模

第二节 成人用品发展电商优势分析

- 一、行业特点决定电商优势
- 二、前期投入成本优势
- 三、供应链体系建设优势
- 四、零售运营经验优势

第三节 成人用品企业电商流程管理

- 一、网站运营流程管理
- 二、网络销售流程管理
- 三、产品发货流程管理
- 四、采购管理流程管理
- 五、订单销售流程管理
- 六、库房操作流程管理

第四节 成人用品企业电商网站建设分析

- 一、服装电商网站建设流程
 - (一) 域名的申请
 - (二) 网站运行模式选择

(三) 网站开发规划

(四) 网站需求规划

二、网站系统功能说明

三、网站建设工具及技术

四、网站安全措施维护

五、网站后台管理系统

第五节 主要成人用品电商网站运营分析

一、爱源连锁

(一) 爱源基本情况

(二) 爱源发展历程

(三) 品牌合作分析

(四) 运营模式分析

(五) 加盟模式分析

(六) 加盟优势分析

(七) 发展前景分析

二、桔色

(一) 网站基本情况

(二) 网站经营分析

(三) 产品服务特色

(四) 网站竞争优势

三、爱之谷

(一) 网站基本情况

(二) 网站经营分析

(三) 产品服务特色

(四) 网站竞争优势

四、七彩谷

(一) 网站基本情况

(二) 网站经营分析

(三) 产品服务特色

(四) 网站竞争优势

五、春水堂

(一) 网站基本情况

- (二) 网站经营分析
- (三) 产品服务特色
- (四) 春水堂发展历程

第十一章 国内外成人用品展览会分析

第一节 成人用品展览会发展概况

- 一、成人用品展会市场现状
- 二、成人用品展会营销分析
 - (一) 目标市场定位
 - (二) 商品营销策略

第二节 2020年成人用品展览会详细情况

第十二章 中国成人用品行业营销策略

第一节 成人用品行业营销发展趋势

- 一、战略营销
- 二、精确营销
- 三、体验营销
- 四、服务营销
- 五、网络营销
- 六、和谐营销

第二节 成人用品行业营销策略分析

- 一、产品开发与定位策略
- 二、定价目标与价格策略
- 三、渠道建设与管理策略
- 四、企业品牌策略及运作
- 五、公共关系与推广策略
- 六、企业营销服务策略分析

第三节 成人用品企业竞争策略分析

- 一、坚守核心主业
- 二、构建优质渠道
- 三、整合优质资源
- 四、提升经营能力

五、树立品牌形象

六、调整市场策略

第十三章 中国成人用品典型企业分析

第一节 香港兆邦洋行（NMC）

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 爱侣健康科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 深圳市积之美健康用品连锁有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 深圳市夏奇实业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 辽阳百乐保健品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 广州正丽情趣服饰有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八节 大连乳胶有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九节 桂林紫竹乳胶制品有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第十节 沈阳天地乳胶有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第十一节 青岛伦敦杜蕾斯有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第十四章 2022-2028年中国成人用品行业投资分析（）

第一节 2022-2028年中国成人用品行业投资前景

- 一、成人用品发展趋势分析
- 二、成人用品需求前景分析
- 三、成人用品市场规模预测

第二节 2022-2028年中国成人用品行业投资风险

- 一、市场的不确定性风险
- 二、技术发展的不确定性风险
- 三、政策风险分析

第三节 2022-2028年中国成人用品行业投资策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、成人用品企业风险规避策略（）

部分图表目录：

图表1：2016-2020年国内生产总值及其增长速度

图表2：2016-2020年全部工业增加值及其增长速度

图表3：2020年主要工业产品产量及其增长速度

图表4：2016-2020年全国一般公共预算收入

图表5：2020年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比

图表6：2016-2020年全社会固定资产投资

图表7：2020年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表8：2020年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表9：2016-2020年全年社会消费品零售总额

图表10：2020年居民消费价格月度涨跌幅度

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202208/313829.html>