

2016-2022年中国两性用品 行业分析及发展方向研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2016-2022年中国两性用品行业分析及发展方向研究报告》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.chinairr.org/report/R13/R1304/201610/11-215623.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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。例如,处于绝经期的女性可以用成人用品保持阴道弹性,避免小便失禁和其他疾病。一些医生也会给达不到高潮的女性推荐成人玩具。性健康有利于全身健康,使用成人玩具能提高身体各器官的感受,使人体对一些不适会更敏感。无论是迷人情趣制服、情趣内衣、性爱润滑辅助产品、性爱玩具,成人用品都是用来强化你性接触带来的器官感触,让两性生活更加亲密。

全世界范围内,人们应用最多的增加性生活情趣的分别是色情录像(35%),情趣安全套(27%)和润滑剂(22%)。在35—44岁年龄段的人中,有接近一半的人(49%)曾通过观看色情录像来为性生活增加情趣,而在21—24岁年龄段的人中,有40%的人有过这种经历,在25—34岁年龄段的人中,有32%的人有过这种经历。

中国人平均一年有122次性生活,高于全球平均水平103次。在这一方面,希腊人(164次)、巴西人(145次)、波兰人和俄国人(均为143次)分列前几位。日本则是性生活最少的国家,每年仅48次。

2014年,中国的色情内容消费额占到300亿美元。人均消费额最高的是韩国,额度为526.86美元,而中国的人均色情内容消费额只有27.41美元。目前,国内两性用品行业市场规模达350多亿元,近几年行业复合增长率是20%左右,预计到2020年,市场将超过600亿元。

报告目录;

第一章全球成人用品行业发展概述

第一节全球两性用品行业概况

一、全球两性用品发展历程

二、全球两性用品市场规模

三、全球两性用品市场特征

四、全球两性用品市场前景

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、两性用品使用情况

第三节主要地区两性用品市场分析

一、欧美

- 1、两性用品消费特点
- 2、两性用品生产情况
- 3、两性用品需求前景

二、亚太

- 1、两性用品消费特点
- 2、两性用品生产情况
- 3、两性用品需求前景

三、非洲

- 1、两性用品消费特点
- 2、两性用品生产情况
- 3、两性用品需求前景

第四节全球重点两性用品品牌分析

一、美国DocJohnson

二、美国CEN

三、美国TopcoSales

四、瑞典LELO

五、日本NPG

六、日本TENGA

七、德国FunFactory

第二章中国两性用品市场发展背景

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

第二节两性用品行业政策环境

- 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

第三节两性用品行业社会环境

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

第三章国人性生活及两性用品使用调查

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

第五节国人两性用品消费情况调查

一、购买两性用品的态度

二、购买两性用品的种类

三、购买两性用品的频率

四、购买两性用品的渠道

五、两性用品品牌偏好

六、两性用品价格建议

第六节影响两性用品消费的因素

一、品牌

二、价格

三、渠道

四、质量

五、广告

六、观念

第四章中国两性用品行业分析-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

1、避孕套产生背景及历程

2、世界性病患者规模统计

3、世界计生用品政策分析

二、世界避孕套行业发展现状

1、世界避孕套市场关注情况

2、世界避孕套市场价格情况

3、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

1、美国避孕套市场分析

2、韩国避孕套市场分析

3、泰国避孕套市场分析

4、日本避孕套市场分析

5、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、橡胶进口情况分析

四、橡胶市场价格分析

五、橡胶市场发展趋势

第五节中国避孕套市场运行分析

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

1、免费发放

2、市场销售

3、产品出口

第六节2011-2016年中国避孕套进出口市场分析

一、避孕套进口市场分析

1、避孕套进口数量

2、避孕套进口金额

3、避孕套进口来源

4、避孕套进口价格

二、避孕套出口市场分析

1、避孕套出口数量

2、避孕套出口金额

3、避孕套出口流向

4、避孕套出口价格

第七节中国避孕套消费市场分析

一、避孕套使用率及意义

二、各省市避孕套使用人数

三、国内外避孕套消费比较

四、国内避孕套使用人群分布

五、避孕套市场消费情况调查

1、未婚人群消费情况

2、已婚人群消费情况

3、学生群体消费情况

4、城市人群消费情况

5、农村人群消费情况

第八节中国避孕套行业热点探讨

一、国内避孕套质量问题

二、避孕套品牌发展问题

三、避孕套市场推广问题

四、避孕套无证上市问题

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、避孕套生产企业份额

三、国内外品牌竞争格局

四、国内市场价格竞争分析

五、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

- 1、品牌发展概述
- 2、品牌竞争优势
- 3、品牌使用评价

二、杰士邦

- 1、品牌发展概述
- 2、品牌竞争优势
- 3、品牌使用评价

三、第六感

- 1、品牌发展概述
- 2、品牌竞争优势
- 3、品牌使用评价

四、冈本

- 1、品牌发展概述
- 2、品牌竞争优势
- 3、品牌使用评价

五、诺丝

- 1、品牌发展概述
- 2、品牌竞争优势
- 3、品牌使用评价

六、高邦

- 1、品牌发展概述
- 2、品牌竞争优势
- 3、品牌使用评价

七、双蝶

- 1、品牌发展概述
- 2、品牌竞争优势
- 3、品牌使用评价

八、双一

- 1、品牌发展概述
- 2、品牌竞争优势
- 3、品牌使用评价

九、多乐士

- 1、品牌发展概述
- 2、品牌竞争优势
- 3、品牌使用评价

十、倍力乐

- 1、品牌发展概述
- 2、品牌竞争优势
- 3、品牌使用评价

第五章中国两性用品行业分析-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、各省市避孕药使用人数情况
- 三、消费者对避孕药种类的选择
- 四、消费者对避孕药安全性认识
- 五、消费者对避孕药品牌购买排行

第三节2011-2016年激素类避孕药进出口市场分析

一、激素类避孕药进口市场分析

- 1、激素类避孕药进口数量
- 2、激素类避孕药进口金额
- 3、激素类避孕药进口来源
- 4、激素类避孕药进口价格

二、激素类避孕药出口市场分析

- 1、激素类避孕药出口数量
- 2、激素类避孕药出口金额
- 3、激素类避孕药出口流向
- 4、激素类避孕药出口价格

第四节2011-2016年其他化学避孕药进出口市场分析

一、其他化学避孕药进口市场分析

- 1、其他化学避孕药进口数量
- 2、其他化学避孕药进口金额
- 3、其他化学避孕药进口来源
- 4、其他化学避孕药进口价格

二、其他化学避孕药出口市场分析

- 1、其他化学避孕药出口数量
- 2、其他化学避孕药出口金额
- 3、其他化学避孕药出口流向
- 4、其他化学避孕药出口价格

第五节紧急避孕药

一、药物原理概述

二、安全性能分析

三、市场规模分析

四、市场竞争格局

五、使用效果评价

六、重点产品分析

- 1、毓婷（左炔诺孕酮片）
- 2、保仕婷（左炔诺孕酮片）
- 3、安婷（左炔诺孕酮片）
- 4、金毓婷（左炔诺孕酮片）
- 5、左炔诺孕酮肠溶胶囊
- 6、丹媚（左炔诺孕酮肠溶片）

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

- 1、妈富隆（去氧孕烯炔雌醇片）
- 2、优思明（屈螺酮炔雌醇片）
- 3、达英-35（炔雌醇环丙孕酮片）

4、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、使用效果评价

五、重点产品分析

1、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、使用效果评价

五、重点产品分析

1、妻之友（壬苯醇醚栓）

2、爱侣栓（壬苯醇醚栓）

第六章中国两性用品行业分析-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

1、保健品市场现状

2、保健品市场规模

3、保健品需求特点

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、国内性保健品的需求特点

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

1、性保健品生产企业情况

2、性保健品零售市场概况

3、性保健品品牌竞争格局

二、国内性保健品市场乱象分析

- 1、零售渠道问题
- 2、产品质量问题
- 3、品牌山寨问题
- 4、“三无”问题

三、国内性保健品市场监管情况

- 1、国内市场监管现状
- 2、监管部门责任不明
- 3、无法可依现象普遍
- 4、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、狂欢

第七章中国两性用品行业分析-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、男性器具市场发展情况
- 四、女性器具市场发展情况

第二节中国情趣器具行业竞争格局

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者威胁
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力

五、消费者议价能力

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、情趣器具购买人群心理

三、情趣器具购买渠道分析

四、情趣器具销量排行情况

五、情趣器具消费增长情况

六、消费者对产品功能评价

第四节中国情趣器具主要产品分析

一、男用器具市场分析

1、男用器具产品系列

2、男用器具市场定位

3、男用器具价格情况

4、男用器具消费特点

二、女用器具市场分析

1、女用器具产品系列

2、女用器具市场定位

3、女用器具价格情况

4、女用器具消费特点

三、充气娃娃市场分析

1、充气娃娃产品类型

2、充气娃娃产销情况

3、女用器具价格情况

4、女用器具消费特点

第八章中国两性用品行业分析-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、情趣罩杯类型概述

四、情趣内衣搭配要点

五、情趣内衣设计原则

第二节中国情趣内衣行业现状

一、中国内衣市场发展分析

1、中国内衣生产情况

2、中国内衣市场规模

3、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消费市场分析

一、情趣内衣购买人群分析

1、年龄

2、学历

3、职业

4、收入

二、情趣内衣购买渠道偏好

三、情趣内衣购买价格区间

四、情趣内衣消费情况分析

1、丈夫买、妻子用

2、70、80后夫妻是消费主力

3、学历越高，性要求越高

4、对成人类消费更加开放理性

5、不担心隐私问题

6、最注重健康，逐渐信任品牌

第四节情趣内衣发展策略分析

1、生产企业发展策略

2、销售企业发展策略

3、国内品牌突围之路

4、情趣内衣价格策略

5、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

第九章中国两性用品行业线下零售渠道

第一节两性用品线下主要零售渠道

- 一、实体店
- 二、药店
- 三、商超
- 四、酒店
- 五、美容院
- 六、夜店
- 七、流动购物车
- 八、计生委咨询店
- 九、自助终端

第二节两性用品批发市场

- 一、广东两性用品批发市场
- 二、北京两性用品批发市场
- 三、上海两性用品批发市场
- 四、天津两性用品批发市场
- 五、浙江两性用品批发市场

第三节两性用品店

- 一、两性用品店发展现状
- 二、两性用品店法律管制
- 三、两性用品店经营范围
- 四、两性用品店投资分析
 - 1、规划选址策略
 - 2、投资成本分析
 - 3、投资收益分析

第十章中国两性用品电子商务模式

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

- 1、中国电子商务行业特征
- 2、电子商务的产业链分析
- 3、电子商务盈利模式分析
- 4、电子商务发展优势分析

二、中国电商市场规模分析

- 1、电子商务网站规模
- 2、电子商务用户规模
- 3、电子商务交易规模
- 4、网络购物交易规模

第二节两性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、渠道管控优势
- 五、零售运营经验优势

第三节两性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
- 七、订单配送流程管理
- 八、客户服务流程管理

第四节两性用品企业电商网站建设分析

- 一、服装电商网站建设流程
 - 1、域名的申请
 - 2、网站运行模式选择
 - 3、网站开发规划
 - 4、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、网站后台操作功能

第五节主要两性用品电商网站运营分析

一、爱源连锁

1、爱源基本情况

2、爱源发展历程

3、品牌合作分析

4、商品物流情况

5、加盟模式分析

6、加盟优势分析

二、桔色

1、网站基本情况

2、网站经营分析

3、产品服务特色

4、网站竞争优势

三、爱之谷

1、网站基本情况

2、网站经营分析

3、产品服务特色

4、网站竞争优势

四、七彩谷

1、网站基本情况

2、网站经营分析

3、产品服务特色

4、网站竞争优势

五、春水堂

1、网站基本情况

2、网站经营分析

3、产品服务特色

4、网站竞争优势

六、纷果

- 1、网站基本情况
- 2、网站经营分析
- 3、产品服务特色
- 4、网站竞争优势

第十一章国内外两性用品展览会分析

第一节两性用品展览会发展概况

- 一、两性用品展会市场现状
- 二、两性用品展会目的意义
- 三、两性用品展会营销分析

- 1、目标市场定位

- 2、展品范围界定

- 3、商品营销策略

第二节近年来两性用品展览会信息

- 一、2014年两性用品展览会
- 二、2015年两性用品展览会
- 三、2016年两性用品展览会

第三节2016年两性用品展览会详细情况

- 一、2016年第三届成都性福文化节

- 1、展会基本信息

- 2、展会日程安排

- 3、展品内容范围

- 4、展会特色分析

- 二、2016年香港亚洲成人博览会

- 1、展会基本信息

- 2、展会日程安排

- 3、展品内容范围

- 4、展会特色分析

- 三、2016年合肥首届美丽性福博览会

- 1、展会基本信息

- 2、展会日程安排

- 3、展品内容范围

4、展会特色分析

四、第十七届德国柏林维纳斯两性用品展览会

1、展会基本信息

2、展会日程安排

3、展品内容范围

4、展会特色分析

五、2016年武汉成人展

1、展会基本信息

2、展会日程安排

3、展品内容范围

4、展会特色分析

六、2016年济南性博会

1、展会基本信息

2、展会日程安排

3、展品内容范围

4、展会特色分析

七、2016年上海健康美丽产业博览会

1、展会基本信息

2、展会日程安排

3、展品内容范围

4、展会特色分析

八、2016年澳门亚洲成人展

1、展会基本信息

2、展会日程安排

3、展品内容范围

4、展会特色分析

第十二章中国两性用品典型企业分析

第一节香港兆邦洋行（NMC）

一、企业基本情况

二、企业经营分析

三、产品品牌种类

四、产品销售渠道

五、企业发展优势

第二节爱侣健康科技有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营分析

三、产品品牌种类

四、产品销售渠道

五、企业发展优势

第三节深圳市积之美健康用品连锁有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营分析

三、产品品牌种类

四、产品销售渠道

五、企业发展优势

第四节深圳市夏奇实业有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营分析

三、产品品牌种类

四、产品销售渠道

五、企业发展优势

第五节辽阳百乐公司

一、企业基本情况

二、企业经营分析

三、产品品牌种类

四、产品销售渠道

五、企业发展优势

第六节广州正丽情趣服饰有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营分析

三、产品品牌种类

四、产品销售渠道

五、企业发展优势

第七节大连乳胶有限责任公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营分析
- 三、产品品牌种类
- 四、产品销售渠道
- 五、企业发展优势

第八节桂林乳胶厂

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营分析
- 三、产品品牌种类
- 四、产品销售渠道
- 五、企业发展优势

第九节江源乳胶制品有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营分析
- 三、产品品牌种类
- 四、产品销售渠道
- 五、企业发展优势

第十节沈阳天地乳胶有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营分析
- 三、产品品牌种类
- 四、产品销售渠道
- 五、企业发展优势

第十三章中国两性用品行业营销策略

第一节两性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

第二节两性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

第三节两性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

第十四章2016-2022年中国两性用品行业投资分析

第一节2016-2022年中国两性用品行业投资前景

一、两性用品行业发展走向

二、两性用品品牌竞争趋势

三、两性用品需求前景分析

四、两性用品市场规模预测

五、两性用品行业盈利预测

第二节2016-2022年中国两性用品行业投资风险

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2016-2022年中国两性用品行业投资策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、两性用品企业风险规避策略

部分图表目录

图表：全球两性用品市场规模

图表：中国两性用品行业相关政策

图表：中国男女人口结构

图表：中国各地区人口婚姻情况

图表：中国各地区避孕措施情况

图表：消费者购买两性用品种类

图表：消费者购买两性用品频率

图表：消费者购买两性用品渠道

图表：消费者对两性用品品牌偏好

图表：中国避孕套消费情况

图表：情趣器具销量排行

图表：2011-2016年避孕套进口数量

图表：2011-2016年避孕套进口金额

图表：2011-2016年避孕套出口数量

图表：2011-2016年避孕套出口金额

图表：2011-2016年避孕药进口数量

图表：2011-2016年避孕药进口金额

图表：2011-2016年避孕药出口数量

图表：2011-2016年避孕药出口金额

图表：2014年两性用品展览会信息

图表：2015年两性用品展览会信息

图表：2016年两性用品展览会信息

图表：2016-2022年中国两性用品市场规模预测

图表：2011-2016年行业企业数量分析

图表：2011-2016年行业从业人员数量分析

图表：2011-2016年行业市场规模分析

图表：2011-2016年行业资产规模分析

更多图表见正文。。。。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/201610/11-215623.html>