

2019年中国两性用品市场分析报告- 市场竞争现状与未来规划分析

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国两性用品市场分析报告-市场竞争现状与未来规划分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajfw/404410404410.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

两性用品，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。

两性用品消费群体趋于年轻化与大众化，反映着人们对生活质量的要求越来越高，同样包括成人生活质量。据有关调查研究发现大学生已经发生性交行为人数占总体的11.8%，年轻群体随着时代开放日益增长的性需求催生巨大两性用品市场需求。

国内两性用品消费者年龄层分布情况

数据来源：商务委

目前运营最为成熟、盈利模式最为清晰的成人用品是电商模式。国内B2B电商平台主要有阿里巴巴和性商网两大平台。随着成人用品逐步实现生产-销售产业链化、综合电子商务平台与成人用品厂商的合作加深，中间供应链环节将进一步缩短，最终B2B平台将会面对C端用户开放，转型成为B2C平台。2016年国内成人用品B2C企业市场规模已达102.1亿元，且未来呈高速增长模式，未来广阔市场空间可期。

中国两性用品B2C平台企业市场规模统计及预测

数据来源：商务委

就市场份额情况来看，杜蕾斯占比最大，占比40%；冈本占比21%，排名第二；第六感占比8%，排名第三。

目前我国两性用品品牌市场份额情况

数据来源：商务委

随着年轻群体进入社会，成为消费的主力军，该群体对性用品的接受度已超过93%，且国民在医疗保健上的支出也呈现增长态势。加之行业的“社会观念束缚”快速消除，市场或将逐渐回归良性发展的轨道，并进入高速成长期。（XY）

【报告大纲】

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Doc Johnson

二、美国CEN

三、美国Topco Sales

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 中国避孕套进出口市场分析

一、避孕套进口市场分析

1、避孕套进口情况

2、避孕套进口来源

3、避孕套进口价格

二、避孕套出口市场分析

1、避孕套出口情况

2、避孕套出口流向

3、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

三、第六感

四、冈本

五、诺丝

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 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、激素类避孕药进口情况
- 2、激素类避孕药进口来源
- 3、激素类避孕药进口价格

二、激素类避孕药出口市场分析

- 1、激素类避孕药出口情况
- 2、激素类避孕药出口流向
- 3、激素类避孕药出口价格

第四节 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情况
- 2、其他化学避孕药进口来源
- 3、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情况
- 2、其他化学避孕药出口流向
- 3、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、2018年两性用品展览会

二、2018年两性用品展览会

三、2018年两性用品展览会

第三节 2018年两性用品展览会详细情况

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、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 爱侣健康科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

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、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 深圳市夏奇实业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 辽阳百乐公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

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、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 大连乳胶有限责任公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八节 桂林乳胶厂

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第九节 江源乳胶制品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十节 沈阳天地乳胶有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

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 2019-2025年中国两性用品行业投资分析

第一节 2019-2025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 2019-2025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 2019-2025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

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：2019-2025年中国两性用品市场规模预测
- 图表：2015-2018年行业企业数量分析
- 图表：2015-2018年行业从业人员数量分析

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国两性用品市场分析报告-市场竞争现状与未来规划分析》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型

分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitajfw/404410404410.html>