

# 2021-2027年中国两性用品 市场前景展望与发展前景报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国两性用品市场前景展望与发展前景报告》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.abaogao.com/b/qita/K77161BI3V.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国两性用品市场前景展望与发展前景报告》共十四章。首先介绍了两性用品行业市场发展环境、两性用品整体运行态势等，接着分析了两性用品行业市场运行的现状，然后介绍了两性用品市场竞争格局。随后，报告对两性用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了两性用品行业发展趋势与投资预测。您若想对两性用品产业有个系统的了解或者想投资两性用品行业，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、两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1、免费发放2、市场销售3、产品出口第六节 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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、2017年两性用品展览会二、2018年两性用品展览会三、2019年两性用品展览会

第三节 2019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

第七节 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 2021-2027年中国两性用品行业投资分析( )

第一节 2021-2027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 2021-2027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 2021-2027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：2021-2027年中国两性用品市场规模预测图表：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更多图表

见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/K77161BI3V.html>