

2020-2026年中国两性用品 行业发展趋势与未来发展趋势报告

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年中国两性用品行业发展趋势与未来发展趋势报告》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/202007/176761.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

两性健康用品的市场正以每年63.9%的速度增长，据分析性健康用品市场至少还会在15年之内保持高速发展。全国各地很多电台都已开设性知识专栏，听众人数多，同时社会各种传媒大力推广，令性知识迅速普及，性健康用品市场随之迅速扩展。有预测，随着人们观念的逐渐改变，三至五年后我国将进入性用品的消费高峰期，而曾被国人一度视为“洪水猛兽”的性用品已经走在了阳光下，而且步伐越来越快。

随着中国社会物质文明和精神文明的高速发展，计生用品、成人用品已经被90%以上的成年人接受。在男性中年人中有83%的人有购买成人用品的经历。随着中国社会物质文明和精神文明的高速发展，计生用品、成人用品已经被成年人接受。性知识的普及，人们观念的变化，未来收入水平的提高，对生活质量的高要求将促进两性用品行业快速发展。

2019年中国成人用品市场规模达316.7亿元。随着性观念的不断改变，未来几年中国成人用品市场将持续扩大。数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国两性用品行业发展趋势与未来发展趋势报告》共九章。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1章：中国两性用品行业发展综述

1.1 两性用品行业概述

1.1.1 两性用品定义及分类

（1）行业相关定义

（2）行业产品分类

1.1.2 两性用品市场结构分析

（1）行业产品结构分析

（2）行业区域结构分析

1.2 两性用品行业发展环境分析

1.2.1 行业政策环境分析

- (1) 产业政策现状分析
- (2) 计划生育政策的影响
- (3) 法律政策对产业影响

1.2.2 行业经济环境分析

- (1) 中国GDP增长情况分析
- (2) 工业经济发展形势分析
- (3) 社会固定资产投资分析
- (4) 全社会消费品零售总额
- (5) 城乡居民收入增长分析
- (6) 居民消费价格变化分析

1.2.3 行业社会环境分析

- (1) 中国人口数量规模
- (2) 各年龄段男女人口情况
- (3) 各地区人口婚姻状况
- (4) 中国计划生育情况
- (5) 各地区避孕措施情况

1.2.4 行业技术环境分析

- (1) 行业技术现状
- (2) 行业专利分析
- (3) 主要企业专利
- (4) 技术发展趋势

1.3 两性用品行业发展机遇与威胁分析

第2章：全球两性用品行业发展状况分析

2.1 全球两性用品行业发展现状分析

2.1.1 全球两性用品行业发展概况

2.1.2 全球两性用品市场规模分析

- (1) 全球两性用品总体市场规模
- (2) 全球计生用品市场规模分析
- (3) 全球情趣用品市场规模分析

- 2.1.3 全球两性用品竞争格局分析
- 2.1.4 全球两性用品产品结构分析
- 2.1.5 全球两性用品区域分布情况
- 2.1.6 全球两性用品最新技术进展
- 2.2 主要国家两性用品行业发展分析
 - 2.2.1 美国两性用品行业发展分析
 - (1) 美国两性用品市场规模分析
 - (2) 美国性文化及两性用品消费
 - (3) 美国两性用品行业发展趋势
 - 2.2.2 日本两性用品行业发展分析
 - (1) 日本两性用品市场规模分析
 - (2) 日本性文化及两性用品消费
 - (3) 日本两性用品行业发展趋势
 - 2.2.3 韩国两性用品行业发展分析
 - (1) 韩国两性用品市场规模分析
 - (2) 韩国性文化及两性用品消费
 - (3) 韩国两性用品行业发展趋势
- 2.3 全球主要两性用品企业发展分析
 - 2.3.1 美国Doc Johnson
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 两性用品销售规模分析
 - (3) 两性用品相关产品结构
 - (4) 主要两性用品毛利水平
 - (5) 两性用品销售网络分布
 - (6) 两性用品在华业务布局
 - 2.3.2 美国CEN
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 两性用品销售规模分析
 - (3) 两性用品相关产品结构
 - (4) 主要两性用品毛利水平
 - (5) 两性用品销售网络分布
 - (6) 两性用品在华业务布局

2.3.3 美国Topco Sales

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 两性用品销售规模分析
- (3) 两性用品相关产品结构
- (4) 主要两性用品毛利水平
- (5) 两性用品销售网络分布
- (6) 两性用品在华业务布局

2.3.4 瑞典LELO

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 两性用品销售规模分析
- (3) 两性用品相关产品结构
- (4) 主要两性用品毛利水平
- (5) 两性用品销售网络分布
- (6) 两性用品在华业务布局

2.3.5 日本NPG

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 两性用品销售规模分析
- (3) 两性用品相关产品结构
- (4) 主要两性用品毛利水平
- (5) 两性用品销售网络分布
- (6) 两性用品在华业务布局

2.3.6 德国Beate Uhse

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 两性用品销售规模分析
- (3) 两性用品相关产品结构
- (4) 主要两性用品毛利水平
- (5) 两性用品销售网络分布
- (6) 两性用品在华业务布局

2.4 全球两性用品行业发展前景预测

2.4.1 全球两性用品行业发展趋势

2.4.2 全球两性用品市场前景预测

第3章：中国两性用品行业发展状况分析

3.1 中国两性用品行业发展概况分析

3.1.1 中国两性用品行业发展历程分析

3.1.2 中国两性用品行业发展现状总结

3.1.3 中国两性用品行业发展存在的问题

3.2 中国两性用品行业经营规模分析

3.2.1 中国两性用品行业市场规模分析

(1) 中国两性用品总体市场规模

(2) 中国计生用品市场规模分析

(3) 中国情趣用品市场规模分析

3.2.2 中国两性用品行业需求结构分析

2019年我国成人用品行业避孕套行业需求量约39.8亿个，避孕药需求量约350.2吨，情趣产品需求量约8.9亿件。2011-2019年中国成人用品行业市场的需求情况

年份	避孕套销量：亿个	避孕药需求量：吨	情趣产品需求量：亿件
2011年	27.4	214.9	1.4
2012年	30.1	230.1	2.0
2013年	34.6	293.9	2.6
2014年	39.9	327.2	3.5
2015年	38.5	345.3	5.1
2016年	37.2	348.3	5.9
2017年	39.8	350.2	8.9

资料来源：公开资料整理

(1) 两性用品总体需求结构

(2) 两性用品销售额TOP10品类

(3) 两性用品销量TOP10品类

3.2.3 中国两性用品所属行业经营效益分析

(1) 两性用品所属行业盈利能力分析

(2) 两性用品所属行业运营能力分析

(3) 两性用品所属行业偿债能力分析

(4) 两性用品所属行业发展能力分析

3.2.4 中国两性用品所属行业盈利水平分析

(1) 中国两性用品毛利水平

(2) 中国两性用品净利润

3.3 中国两性用品行业价格走势分析

3.3.1 中国两性用品总体价格走势

3.3.2 主要两性用品平均价格走势

3.3.3 2019年主要两性用品价格分布

3.4 中国两性用品行业市场竞争分析

3.4.1 中国两性用品行业竞争格局分析

(1) 行业竞争层次分析

(2) 行业竞争类型分析

(3) 行业竞争格局分析

3.4.2 中国两性用品企业竞争力打造

(1) 两性用品企业竞争力要点分析

(2) 主要两性用品品牌竞争力对比

(3) 两性用品企业竞争力打造方式

3.4.3 中国两性用品行业五力模型分析

(1) 行业现有竞争者分析

(2) 行业潜在进入者威胁

(3) 行业替代品威胁分析

(4) 行业供应商议价能力分析

(5) 行业购买者议价能力分析

(6) 行业竞争情况总结

3.5 中国两性用品进出口市场分析

3.5.1 中国两性用品进出口状况综述

3.5.2 中国两性用品出口市场分析

(1) 两性用品出口规模分析

(2) 两性用品出口产品结构

(3) 两性用品出口国别分布

3.5.3 中国两性用品进口市场分析

(1) 两性用品进口规模分析

(2) 两性用品进口产品结构

(3) 两性用品进口国别分布

3.5.4 中国两性用品进出口趋势分析

第4章：中国两性用品行业消费市场调研

4.1 两性用品用户画像调研

4.1.1 用户性别特征

4.1.2 用户年龄特征

4.1.3 用户婚姻特征

- 4.1.4 用户收入特征
- 4.1.5 用户学历特征
- 4.1.6 用户职业特征
- 4.1.7 用户所在区域分布
- 4.2 用户消费偏好调研
 - 4.2.1 两性用品用户使用习惯调研
 - 4.2.2 两性用品用户品类偏好调研
 - 4.2.3 两性用品用户品牌偏好调研
 - 4.2.4 两性用品用户价格区间偏好
 - 4.2.5 两性用品用户功能偏好调研
 - 4.2.6 两性用品用户材质偏好调研
 - 4.2.7 两性用品用户产地偏好调研
- 4.3 用户购买渠道调研
 - 4.3.1 用户购买两性用品的渠道情况调研
 - 4.3.2 用户了解两性用品品牌的渠道调研
 - 4.3.3 影响用户选择购买渠道的因素调研
 - 4.3.4 用户线上购买两性用品的渠道调研
 - 4.3.5 用户线下购买两性用品的渠道调研
- 4.4 用户购买决策调研
 - 4.4.1 用户购买两性用品决策影响因素调研
 - 4.4.2 用户购买两性用品决策制定过程调研

第5章：互联网+两性用品行业发展分析

- 5.1 两性用品行业线下市场状况分析
 - 5.1.1 两性用品行业线下市场发展状况
 - 5.1.2 两性用品行业线下市场规模分析
 - 5.1.3 两性用品行业线下市场盈利水平分析
 - 5.1.4 两性用品行业线下市场存在问题分析
 - 5.1.5 互联网对两性用品线下市场的冲击
- 5.2 互联网+两性用品行业发展状况分析
 - 5.2.1 互联网+两性用品行业发展状况
 - 5.2.2 互联网+两性用品行业市场规模

- 5.2.3 互联网+两性用品市场盈利水平分析
- 5.2.4 互联网+两性用品行业市场竞争格局
- 5.2.5 互联网+两性用品行业优缺点分析
- 5.2.6 互联网+两性用品行业商业模式分类
- 5.3 B2C模式分析
 - 5.3.1 两性用品B2C发展现状
 - 5.3.2 两性用品B2C市场规模
 - 5.3.3 两性用品B2C盈利水平分析
 - 5.3.4 两性用品B2C市场竞争格局
 - 5.3.5 两性用品B2C经营模式分析
 - (1) 综合类
 - (2) 垂直类
 - (3) 医药类
 - 5.3.6 两性用品B2C市场发展前景
 - 5.3.7 两性用品B2C市场发展趋势
- 5.4 B2B模式分析
 - 5.4.1 两性用品B2B发展现状
 - 5.4.2 两性用品B2B市场规模
 - 5.4.3 两性用品B2B盈利水平分析
 - 5.4.4 两性用品B2B市场竞争格局
 - 5.4.5 两性用品B2B市场发展前景
 - 5.4.6 两性用品B2B市场发展趋势
- 5.5 C2C模式分析
 - 5.5.1 两性用品C2C发展现状
 - 5.5.2 两性用品C2C市场规模
 - 5.5.3 两性用品C2C盈利水平分析
 - 5.5.4 两性用品C2C市场竞争格局
 - 5.5.5 两性用品C2C市场发展前景
 - 5.5.6 两性用品C2C市场发展趋势

第6章：中国两性用品行业商业模式分析

6.1 行业商业模式的基本思想介绍

6.1.1 商业模式的定义

6.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程

6.2 两性用品行业商业模式分析

6.2.1 两性用品行业采购模式分析

(1) 模式简介

(2) 模式分类

(3) 模式优缺点

(4) 主要代表企业

6.2.2 两性用品行业生产模式分析

(1) 模式简介

(2) 模式分类

(3) 模式优缺点

(4) 主要代表企业

6.2.3 两性用品行业销售模式分析

(1) 模式简介

(2) 模式分类

(3) 模式优缺点

(4) 主要代表企业

6.2.4 两性用品行业品牌推广模式分析

(1) 模式简介

(2) 模式分类

(3) 模式优缺点

(4) 主要代表企业

6.2.5 两性用品行业运营模式分析

(1) 模式简介

(2) 模式分类

(3) 模式优缺点

(4) 主要代表企业

6.2.6 两性用品行业研发模式分析

(1) 模式简介

(2) 模式分类

(3) 模式优缺点

(4) 主要代表企业

6.2.7 两性用品行业盈利模式分析

(1) 模式简介

(2) 模式分类

(3) 模式优缺点

(4) 主要代表企业

6.3 两性用品行业商业模式创新

6.3.1 现有商业模式存在问题分析

6.3.2 商业模式创新分析

第7章：中国两性用品行业细分产品分析

7.1 避孕套市场分析

7.1.1 避孕套市场发展现状

7.1.2 避孕套市场规模分析

7.1.3 避孕套出货量分析

7.1.4 避孕套销售量分析

7.1.5 避孕套价格变动分析

7.1.6 避孕套市场竞争格局分析

7.1.7 避孕套主要品牌分析

7.1.8 避孕套市场发展趋势分析

7.2 避孕药市场分析

7.2.1 避孕药市场发展现状

7.2.2 避孕药市场规模分析

7.2.3 避孕药出货量分析

7.2.4 避孕药销售量分析

7.2.5 避孕药价格变动分析

7.2.6 避孕药市场竞争格局分析

7.2.7 避孕药主要品牌分析

7.2.8 避孕药市场发展趋势分析

7.3 情趣内衣市场分析

7.3.1 情趣内衣市场发展现状

7.3.2 情趣内衣市场规模分析

- 7.3.3 情趣内衣产量分析
- 7.3.4 情趣内衣销售量分析
- 7.3.5 情趣内衣价格变动分析
- 7.3.6 情趣内衣市场竞争格局分析
- 7.3.7 情趣内衣主要品牌分析
- 7.3.8 情趣内衣市场发展趋势分析
- 7.4 情趣器具市场分析
 - 7.4.1 情趣器具市场发展现状
 - 7.4.2 情趣器具市场规模分析
 - 7.4.3 情趣器具出货量分析
 - 7.4.4 情趣器具销售量分析
 - 7.4.5 情趣器具价格变动分析
 - 7.4.6 情趣器具市场竞争格局分析
 - 7.4.7 情趣器具主要品牌分析
 - 7.4.8 情趣器具市场发展趋势分析

第8章：中国两性用品领先企业案例分析

- 8.1 两性用品行业企业发展总况
- 8.2 国内两性用品领先企业案例分析
 - 8.2.1 浙江爱侣健康科技股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 8.2.2 厦门海豹他趣信息技术股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 8.2.3 常州春水堂健康科技股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 8.2.4 广东诺丝科技股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

8.2.5 人福医药集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

8.2.6 北京桃花坞科技股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

8.2.7 北京桔色基业电子商务有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

8.2.8 美色商城

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

8.2.9 七彩谷

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

8.2.10 深圳市积之美健康用品连锁有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第9章：两性用品行业前景预测与投资建议（）

9.1 两性用品行业发展趋势与前景预测

9.1.1 行业发展因素分析

9.1.2 行业发展趋势预测

- (1) 应用发展趋势
- (2) 产品发展趋势
- (3) 技术趋势分析
- (4) 竞争趋势分析
- (5) 市场趋势分析
- 9.1.3 行业发展前景预测
 - (1) 两性用品总体需求预测
 - (2) 两性用品细分产品需求预测
- 9.2 两性用品行业投资现状分析
 - 9.2.1 两性用品行业投资现状
 - 9.2.2 两性用品行业投资案例分析
 - 9.2.3 两性用品行业投资方式分析
 - 9.2.4 两性用品行业投资热点分析
- 9.3 两性用品行业投资风险与特性分析
 - 9.3.1 行业进入壁垒分析
 - 9.3.2 行业投资风险预警
- 9.4 两性用品行业投资机会与建议分析
 - 9.4.1 行业投资价值分析
 - 9.4.2 行业投资机会分析
 - (1) 产业链投资机会分析
 - (2) 重点区域投资机会分析
 - (3) 细分市场投资机会分析
 - (4) 产业空白点投资机会
 - 9.4.3 两性用品行业投资建议分析
 - 9.4.4 对我国两性用品企业的战略思考 ()

图表目录：

图表1：两性用品相关定义

图表2：两性用品产品分类

图表3：两性用品产品结构

图表4：两性用品区域结构

图表5：截至2019年中国生殖健康产业相关政策

图表6：2012-2019年中国GDP增长趋势图（单位：万亿元，%）

图表7：2012-2019年中国工业总产值增长趋势图（单位：万亿元，%）

图表8：2012-2019年中国社会固定资产投资额增长趋势图（单位：亿元，%）

图表9：2012-2019年中国社会消费品零售总额增长趋势图（单位：亿元，%）

图表10：2012-2019年中国城乡居民收入增长趋势图（单位：元，%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/176761.html>