

2024-2030年中国成人用品 市场深度分析与市场运营趋势报告

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

《2024-2030年中国成人用品市场深度分析与市场运营趋势报告》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/202403/447680.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国成人用品市场深度分析与市场运营趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第1章：中国成人用品行业发展综述 1.1 成人用品行业概述 1.1.1 成人用品行业定义 1.1.2 成人用品行业产品分类 1.2 成人用品行业发展环境分析 1.2.1 行业政策环境分析 （1）行业相关政策分布 （2）行业现行标准分析 （3）行业政策环境影响总结 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）行业经济环境影响总结 1.2.3 行业社会环境分析 （1）16周岁以上人口数量 （2）二孩政策的全面放开 （3）电子商务的迅速发展为情趣电商的崛起提供了发展背景 （4）国民性观念接受度逐渐提高 1.2.4 行业技术环境分析 （1）行业专利申请数分析 （2）行业专业申请人分析 （3）行业热门技术分析 （4）行业技术环境影响总结 1.3 成人用品行业发展机遇与威胁分析 第2章：全球成人用品行业发展状况分析 2.1 全球成人用品行业发展现状分析 2.1.1 全球成人用品行业发展概况 2.1.2 全球成人用品市场规模分析 2.1.3 全球成人用品产品结构分析 （1）全球计生用品市场规模分析 （2）全球情趣用品市场规模分析 （3）全球成人用品产品结构分析 2.1.4 全球成人用品区域分布情况 2.1.5 全球成人用品企业竞争格局分析 2.1.6 全球成人用品最新技术进展 2.2 主要国家成人用品行业发展分析 2.2.1 美国成人用品行业发展分析 （1）美国成人用品市场规模分析 （2）美国性文化及成人用品消费 （3）美国成人用品行业发展趋势 2.2.2 日本成人用品行业发展分析 （1）日本成人用品市场规模分析 （2）日本性文化及成人用品消费 （3）日本成人用品行业发展趋势 2.2.3 韩国成人用品行业发展分析 （1）韩国成人用品市场规模分析 （2）韩国性文化及成人用品消费 （3）韩国成人用品行业发展趋势 2.3 全球主要成人用品企业发展分析 2.3.1 美国Doc Johnson （1）企业简介 （2）企业发展情况分析 （3）企业专利材料分析 （4）企业品牌影响力分析 2.3.2 美国CEN （1）企业发展简况分析 （2）企业品牌影响力分析 （3）企业组织结构分析 （4）企业在华业务布局 2.3.3 美国Topco Sales （1）企业简介 （2）企业发展历程 （3）企业品牌分析 2.3.4 瑞典LELO （1）企业简介 （2）企业发展理念 （3）企业产品系列 （4）企业品牌影响力 2.3.5 日本NPG （1）企业简介 （2）企业发展状况 （3）企业主要产品 （4）企业研发水平 （5）企业华业务布局 2.3.6 德国Beate Uhse （1）企业发展简况分析 （2）企业发展历程 （3）企业自主品牌情况 （4）成人用品销售网络分布 2.4 全球成人用品行业发展前景预测 2.4.1 全球成人用品市场发展前景预测 2.4.2 全球成人用品行业发展趋势分析 （1）定制性爱机器人成为趋势

(2) 中国市场备受青睐 第3章：中国成人用品行业发展状况分析 3.1 中国成人用品行业发展概况分析 3.1.1 中国成人用品行业发展历程分析 3.1.2 中国成人用品行业发展现状总结 (1) 行业政策监管现状 (2) 行业发展特点分析 3.1.3 中国成人用品行业发展存在的问题 (1) 市场缺乏自主品牌 (2) 行业乱象丛生 (3) 产品广告传播的效果差 3.2 中国成人用品行业经营规模分析 3.2.1 中国成人用品行业市场规模分析 3.2.2 中国成人用品行业供给结构分析 3.2.3 中国成人用品行业需求结构分析 (1) 成人用品总体需求结构 (2) 成人用品热度指数分析 3.2.4 中国成人用品行业盈利水平分析 3.3 中国成人用品行业价格走势分析 3.3.1 主要成人用品平均价格走势 3.3.2 主要成人用品价格区间分布 3.4 中国成人用品行业市场竞争分析 3.4.1 中国成人用品行业竞争格局分析 3.4.2 中国成人用品企业竞争力打造 (1) 成人用品企业竞争力打造方式 (2) 主要成人用品品牌竞争力对比 3.4.3 中国成人用品行业五力模型分析 3.5 中国成人用品进出口市场分析 3.5.1 中国成人用品进出口状况综述 3.5.2 中国成人用品进出口市场分析 (1) 行业进口市场分析 (2) 行业出口市场分析 3.5.3 中国成人用品进出口趋势分析

第4章：中国成人用品行业消费市场调研 4.1 成人用品用户画像调研 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 用户职业特征 4.1.6 用户所在区域分布 4.2 用户消费偏好调研 4.2.1 成人用品用户使用习惯调研 4.2.2 成人用品用户品类偏好调研 4.2.3 成人用品用户品牌偏好调研 4.2.4 成人用品用户功能偏好调研 4.3 用户购买渠道调研 4.3.1 用户购买成人用品的渠道情况调研 4.3.2 用户了解成人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 4.4 用户购买决策调研 4.4.1 用户购买成人用品决策影响因素调研 4.4.2 用户购买不同品类成人用品决策影响调研

第5章：互联网+成人用品行业发展分析 5.1 成人用品行业线下市场状况分析 5.1.1 成人用品行业线下市场发展状况 5.1.2 成人用品行业线下市场规模分析 5.1.3 成人用品行业线下市场盈利水平分析 5.1.4 成人用品行业线下市场存在问题分析 5.1.5 互联网对成人用品线下市场的冲击 5.2 互联网+成人用品行业发展状况分析 5.2.1 互联网+成人用品行业发展状况 5.2.2 互联网+成人用品行业市场规模 5.2.3 互联网+成人用品市场盈利水平分析 5.2.4 互联网+成人用品行业市场竞争格局 5.2.5 互联网+成人用品行业优缺点分析 (1) 优点分析 (2) 缺点分析 5.2.6 互联网+成人用品行业商业模式分类 5.3 B2C模式分析 5.3.1 成人用品B2C发展现状 5.3.2 成人用品B2C市场规模 5.3.3 成人用品B2C市场竞争格局 5.3.4 成人用品B2C经营模式分析 5.3.5 成人用品B2C市场发展前景 5.3.6 成人用品B2C市场发展趋势 5.4 B2B模式分析 5.4.1 成人用品B2B发展现状 5.4.2 成人用品B2B市场规模 5.4.3 成人用品B2B市场竞争格局 5.4.4 成人用品B2B市场发展前景 5.4.5 成人用品B2B市场发展趋势 5.5 C2C模式分析 5.5.1 成人用品C2C发展现状 5.5.2 成人用品C2C市场规模 5.5.3 成人用品C2C市场竞争格局 5.5.4 成人用品C2C市场发展前景 5.5.5 成人用品C2C市场发展趋势

第6章：中国成人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 成人用品行业商业模式分析 6.2.1 成人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) 主要重点企业 6.2.2 成人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) 主要重点企业 6.2.3 成人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) 主要重点企业 6.2.4 成人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) 主要重点企业 6.2.5 成人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) 主要重点企业 6.2.6 成人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) 主要重点企业 6.2.7 成人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) 主要重点企业 6.3 成人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：中国成人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 避孕套行业供需情况分析 (1) 避孕套行业供给情况分析 (2) 避孕套行业需求情况分析 (3) 避孕套行业供需平衡分析 7.1.3 避孕套价格变动分析 7.1.4 避孕套市场竞争格局分析 7.1.5 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 避孕药行业供需情况分析 7.2.3 避孕药价格变动分析 7.2.4 避孕药市场企业竞争格局分析 7.2.5 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 情趣内衣行业供需情况分析 7.3.3 情趣内衣价格变动分析 7.3.4 情趣内衣市场企业竞争格局分析 7.3.5 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 情趣器具行业供需情况分析 7.4.3 情趣器具价格变动分析 7.4.4 情趣器具市场企业竞争格局分析 7.4.5 情趣器具市场发展趋势分析

第8章：中国成人用品重点企业案例分析 8.1 成人用品行业企业发展总况 8.2 国内成人用品重点企业案例分析 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) 企业主要业务分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业投资状况分析 (6) 企业销售区域分析 (7) 企业商业模式分析 (8) 企业优劣势分析 (9) 企业融资情况分析 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) 企业主要业务分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业投资状况分析 (6) 企业推广模式分析 (7) 企业商业模式分析 (8) 企业优劣势分析 (9) 企业融资情况分析 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) 企业主要业务分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业投资状况分析 (6) 企业销售模式分析 (7) 企业商业模式分析 (8) 企业优劣势分析 (9) 企业融资情况分析 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) 企业主要业务分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业投资状况分析 (6) 企业销售区域分析 (7) 企业商业模式分析 (8) 企业优劣势分析 8.2.5 北京桃花坞科技股份有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业主要业务分析 (3)

企业产品结构分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业商业模式分析 (6) 企业优劣势分析

8.2.6 山东丽波电子科技有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业主要业务分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业商业模式分析 (6) 企业优劣势分析 (7) 企业融资情况分析

8.2.7 蜜日科技(北京)有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产品结构分析 (3) 企业经营情况分析 (4) 企业商业模式分析 (5) 企业优劣势分析 (6) 企业融资情况分析

8.2.8 深圳市夏奇实业有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业产品结构分析 (3) 企业经营情况分析 (4) 企业商业模式分析 (5) 企业优劣势分析

8.2.9 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) 企业主要业务分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业商业模式分析 (6) 企业优劣势分析 (7) 企业融资情况分析

8.2.10 网之易信息技术(北京)有限公司 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业主要业务分析 (3) 企业产品结构分析 (4) 企业经营情况分析 (5) 企业商业模式分析 (6) 企业优劣势分析 (7) 企业最新发展动态分析

第9章：成人用品行业前景预测与投资建议

9.1 成人用品行业发展趋势与前景预测

9.1.1 行业发展驱动因素分析 (1) 政策端释放行业红利 (2) 消费升级与技术进步协同促进开放市场需求

9.1.2 行业发展趋势预测

9.1.3 行业发展前景预测

9.2 成人用品行业投资现状与风险分析

9.2.1 成人用品行业投资方式分析

9.2.2 成人用品行业投资现状分析

9.2.3 成人用品行业投资热点分析

9.2.4 成人用品行业投资风险分析 (1) 政策不确定性风险 (2) 市场竞争风险 (3) 产品安全风险

9.3 成人用品行业投资机会与建议分析

9.3.1 行业投资价值分析

9.3.2 行业投资机会分析 (1) 女性情趣用品市场待开发 (2) 情趣电商市场空间巨大

9.3.3 成人用品行业投资建议分析 (1) 品牌竞争为起点 (2) 创意式营销为产业延伸关键

9.3.4 对我国成人用品企业的战略思考 (1) 积极引导国民性观念，充分借力“互联网+” (2) 承担社会责任，企业义不容辞 (3) 需加强创意式营销模式的建设

图表目录

图表1：成人用品行业产品分类列表

图表2：中国成人用品行业相关政策分析

图表3：成人用品行业现行标准分布列表

图表4：2014-2021年上半年中国GDP及其增长情况（单位：亿元，%）

图表5：2014-2021年全国工业增加值及其增长情况（单位：亿元，%）

图表6：2013-2021年上半年中国固定资产投资（不含农户）及同比增速（单位：万亿元，%）

图表7：2016-2021年中国社会消费品零售总额变化趋势（单位：万亿元，%）

图表8：2017-2021年中国16周岁以上人口数量走势（单位：亿人）

图表9：2015-2021年中国电子商务交易额及增长情况（单位：万亿元，%）

图表10：我国国民性观念接受度演变过程（单位：%）

图表11：2012-2021年我国成人用品行业相关专利申请数量变化图（单位：个）

图表12：截至2021年中国成人用品行业相关专利申请人TOP10分布（单位：个）

图表13：截至2021年中国成人用品行业相关专利技术TOP10列表（单位：个）

图表14：中国成人用品行业发展机遇与威胁分析

图表15：2016-2021年全球成人用品（不含避孕套）市场规模变化及预测（单

位：亿美元） 图表16：2016-2021年全球避孕套市场交易规模预估情况（单位：亿美元） 图表17：2016-2021年全球情趣用品市场交易规模预估情况（单位：亿美元） 图表18：2016-2021年全球成人用品市场份额比重情况（单位：%） 图表19：2013-2021年全球成人用品市场规模分区域预估情况（单位：亿美元） 图表20：全球各区域成人用品市场企业品牌主要情况 图表21：美国Doc Johnson专利材料情况 图表22：2022-2027年全球成人用品市场规模变化及预测（单位：亿美元） 图表23：中国成人用品行业发展历程图 图表24：中国成人用品行业监管现状 图表25：中国成人用品行业发展特点分析 图表26：2015-2021年中国成人用品行业市场规模走势（单位：亿美元） 图表27：2021年我国成人用品热度指数TOP10排名 图表28：2017-2021年中国成人用品5家上市企业盈利情况（单位：万元） 图表29：2021年23日-8月6日主要避孕套品牌价格走势（单位：元） 图表30：2021年23日-8月6日主要情趣内衣品牌价格走势（单位：元） 图表31：2021年23日-8月6日主要男用飞机杯品牌价格走势（单位：元） 图表32：2021年23日-8月6日主要女用震动棒品牌价格走势（单位：元） 图表33：2021年6日我国主要成人用品价格区间分布列表 图表34：2018中国成人用品品牌知名度调查（单位：%） 图表35：杜蕾斯与网易春风竞争力对比分析 图表36：成人用品行业现有竞争者分析 图表37：成人用品行业潜在进入者威胁分析 图表38：成人用品行业替代品威胁总结分析 图表39：成人用品行业对上游议价能力分析 图表40：成人用品行业对下游议价能力分析 图表41：成人用品行业竞争情况总结 图表42：成人用品行业4大细分产品海关编码一览表 图表43：2017-2021年上半年中国成人用品行业进出口情况（单位：亿美元） 图表44：2017-2021年上半年中国成人用品进口市场变化趋势（单位：亿美元，万吨） 图表45：2017-2021年上半年中国成人用品出口市场变化趋势（单位：亿美元，万吨） 图表46：2021年我国成人用品用户性别特征分析（单位：%） 图表47：2021年我国不同年龄段成人用品用户性生活频率分布（单位：%） 图表48：2021年我国不同婚姻状态成人用品用户性生活频率分布（单位：%） 图表49：2021年我国不同收入水平成人用品用户性生活频率分布（单位：%） 图表50：2021年我国不同职业成人用品用户性生活比例分析（单位：%） 图表51：2021年我国不同城市等级成人用品用户性生活频率分析（单位：%） 图表52：2021年我国情趣用品用户使用频率分析（单位：%） 图表53：2021年我国成人用品用户品类偏好分布（单位：%） 图表54：我国成人用品用户品牌偏好分布（单位：%） 图表55：我国成人用品用户质量关注度分布（单位：%） 图表56：我国成人用品用户购买产品的渠道分布（单位：%） 图表57：2021年我国成人用品品牌知名度调查情况（单位：%） 图表58：我国成人用品用户选择购买渠道的影响因素分布 图表59：我国成人用品用户购买产品决策因素分布（单位：%） 图表60：我国成人用品用户购买不同品类产品决策因素列表 图表61：2021年国内成人用品线上线下销售对比（单位：%） 图表62：2015-2021年国内成人用品线下市场规模测算情况（单位：亿美元） 图表63

: 2017-2021年中国情趣电商市场规模变化及预测 (单位: 亿元, %) 图表64: 2021年中国情趣电商上市企业盈利情况 (单位: 万元) 图表65: 国内“互联网+成人用品”行业商业模式分析 图表66: 三大综合B2C平台成人用品销量比重 (单位: %) 图表67: 2015-2021年中国情趣用品B2C市场交易规模变化情况 (单位: 亿元, %) 图表68: 国内成人用品B2C市场参与者情况 图表69: 国内成人用品B2C市场参与者经营模式分析 图表70: 2016-2021年国内成人用品B2B市场规模变化估测 (单位: 亿元) 图表71: 国内成人用品B2B模式生态图 图表72: 2016-2021年国内成人用品C2C市场规模变化估测 (单位: 亿元) 图表73: 商业模式八大核心要素 图表74: 国内成人用品采购模式分析 图表75: 国内成人用品采购模式优缺点分析 图表76: 国内成人用品生产模式分析 图表77: 国内成人用品生产模式优缺点分析 图表78: 国内成人用品销售模式分析 图表79: 国内成人用品销售模式优缺点分析 图表80: 国内成人用品推广模式分析 图表81: 国内成人用品品牌推广模式优缺点分析 图表82: 国内成人用品运营模式优缺点分析 图表83: 国内成人用品研发模式优缺点分析 图表84: 国内成人用品盈利模式优缺点分析 图表85: 2014-2021年国内避孕套产量情况及预测 (单位: 亿只) 图表86: 2015-2021年国内避孕套使用量情况及预测 (单位: 亿只) 图表87: 11种避孕套产品价格对比表 (单位: 元, 个) 图表88: 国内主要避孕套品牌市占率情况 (单位: %) 图表89: 2017-2021年我国避孕药市场规模变化情况 (单位: 亿元) 图表90: 2014-2021年我国避孕药产量变化情况 (单位: 吨) 图表91: 2013-2021年我国避孕药需求量变化情况 (单位: 吨) 图表92: 10种避孕药产品价格对比表 (单位: 元, 颗) 图表93: 紧急避孕药市场竞争格局 (单位: %) 图表94: 我国情趣内衣市场规模 (单位: 亿元, 亿件, 亿人) 图表95: 国内电商情趣器具产品价格对比表 (单位: 元) 图表96: 2017-2021年成人用品公司营收与净利润变化情况 (单位: 万元) 图表97: 浙江爱侣健康科技股份有限公司基本信息表 图表98: 2021年浙江爱侣健康科技股份有限公司主营业务收入占比图 (单位: %) 图表99: 2017-2021年浙江爱侣健康科技股份有限公司产品结构 (按收入) 占比图 (单位: 千万元) 图表100: 2015-2021年浙江爱侣健康科技股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元) 图表101: 2021年浙江爱侣健康科技股份有限公司主要控股子公司、参股公司情况 (单位: %) 图表102: 2017-2021年浙江爱侣健康科技股份有限公司销售区域 (按收入) 分布图 (单位: 万元) 图表103: 浙江爱侣健康科技股份有限公司优劣势分析 图表104: 浙江爱侣健康科技股份有限公司历年融资情况 图表105: 厦门海豹他趣信息技术股份有限公司基本信息表 图表106: 2021年厦门海豹他趣信息技术股份有限公司主营业务收入占比图 (单位: %) 图表107: 2021年厦门海豹他趣信息技术股份有限公司产品结构 (按收入) 占比图 (单位: %) 图表108: 2017-2021年厦门海豹他趣信息技术股份有限公司主要经济指标分析 (单位: 万元) 图表109: 2021年厦门海豹他趣信息技术股份有限公司主要控股子公司、参股公司情况 (单位: %)

万元，%) 图表110：厦门海豹他趣信息技术股份有限公司优劣势分析 图表111：厦门海豹他趣信息技术股份有限公司历年融资情况 图表112：常州春水堂健康科技股份有限公司基本信息表 图表113：2021年常州春水堂健康科技股份有限公司主营业务收入占比图（单位：%） 图表114：2021年常州春水堂健康科技股份有限公司产品结构（按收入）占比图（单位：千万元） 图表115：2015-2021年常州春水堂健康科技股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元） 图表116：2021年常州春水堂健康科技股份有限公司主要控股子公司、参股公司情况（单位：%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202403/447680.html>