

2024-2030年中国性保健品 市场评估与行业竞争对手分析报告

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年中国性保健品市场评估与行业竞争对手分析报告》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/202310/416551.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

性保健品在当今思想，经济与思想正处于改革开放时期的中国，称之为性健康品，显然是突出了它对恢复性功能和增强夫妻感情和谐起辅助作用的一面；而在西方国家则普遍称为性玩具，主要是强调它极具娱乐的一面。称呼上的差异恰恰全面体现了性保健品的特性，正确使用它，可以达到自娱、自慰、自疗的作用。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国性保健品市场评估与行业竞争对手分析报告》共十二章。首先介绍了性保健品行业市场发展环境、性保健品整体运行态势等，接着分析了性保健品行业市场运行的现状，然后介绍了性保健品市场竞争格局。随后，报告对性保健品做了重点企业经营状况分析，最后分析了性保健品行业发展趋势与投资预测。您若想对性保健品产业有个系统的了解或者想投资性保健品行业，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 全球性保健品行业概况

- 一、全球性保健品发展历程
- 二、全球性保健品市场规模
- 三、全球性保健品市场特征
- 四、全球性保健品市场前景

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、性保健品使用情况

第三节 主要地区性保健品市场分析

一、欧美

- 1、性保健品消费特点
- 2、性保健品生产情况
- 3、性保健品需求前景

二、亚太

- 1、性保健品消费特点
- 2、性保健品生产情况
- 3、性保健品需求前景

三、非洲

- 1、性保健品消费特点
- 2、性保健品生产情况
- 3、性保健品需求前景

第四节 全球重点性保健品品牌分析

第二章 中国性保健品市场发展背景

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 性保健品行业政策环境

- 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 性保健品行业社会环境

- 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 国人性生活及性保健品使用调查

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 国人性保健品消费情况调查

- 一、购买性保健品的态度
- 二、购买性保健品的种类
- 三、购买性保健品的频率
- 四、购买性保健品的渠道
- 五、性保健品品牌偏好
- 六、性保健品价格建议

第六节 影响性保健品消费的因素

- 一、品牌
- 二、价格
- 三、渠道
- 四、质量
- 五、广告
- 六、观念

第四章 中国性保健品行业分析-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

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 2017-2022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、国内品牌竞争竞争分析

第十节 国内市场主要避孕套品牌分析

第五章 中国性保健品行业分析-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 2017-2022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 2017-2022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

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 中国性保健品行业分析-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

第七章 中国性保健品行业线下零售渠道

第一节 性保健品线下主要零售渠道

第二节 性保健品批发市场

- 一、广东性保健品批发市场
- 二、北京性保健品批发市场
- 三、上海性保健品批发市场
- 四、天津性保健品批发市场
- 五、浙江性保健品批发市场

第三节 性保健品店

- 一、性保健品店发展现状
 - 二、性保健品店法律管制
 - 三、性保健品店经营范围
 - 四、性保健品店投资分析
- 1、规划选址策略
 - 2、投资成本分析

3、投资收益分析

第八章 中国性保健品电子商务模式

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 性保健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 性保健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 性保健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 主要性保健品电商网站运营分析

第九章 国内外性保健品展览会分析

第一节 性保健品展览会发展概况

一、性保健品展会市场现状

二、性保健品展会目的意义

三、性保健品展会营销分析

1、目标市场定位

2、展品范围界定

3、商品营销策略

第二节 近年来性保健品展览会信息

一、2018年性保健品展览会

二、2022年性保健品展览会

三、2020年性保健品展览会

第三节 2020年性保健品展览会详细情况

第十章 中国性保健品典型企业分析

第一节 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

第二节 深圳市七男女网络科技有限公司

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 香港宝狮集团

- 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 上海名邦橡胶制品有限公司

- 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

第五节 温州市爱侣保健品有限公司

- 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

第十一章 中国性保健品行业营销策略

第一节 性保健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 性保健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 性保健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

第十二章 2024-2030年中国性保健品行业投资分析()

第一节 2024-2030年中国性保健品行业投资前景

- 一、性保健品行业发展走向
- 二、性保健品品牌竞争趋势
- 三、性保健品需求前景分析
- 四、性保健品市场规模预测
- 五、性保健品行业盈利预测

第二节 2024-2030年中国性保健品行业投资风险

- 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 2024-2030年中国性保健品行业投资策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、性保健品企业风险规避策略()

部分

图表目录：

图表：全球性保健品市场规模

图表：中国性保健品行业相关政策

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：消费者购买性保健品种类

图表：消费者购买性保健品频率

图表：消费者购买性保健品渠道

图表：消费者对性保健品品牌偏好

图表：2024-2030年中国性保健品市场规模预测

图表：2017-2022年中国性保健品行业企业数量分析

图表：2017-2022年中国性保健品行业从业人员数量分析

图表：2017-2022年中国性保健品行业市场规模分析

图表：2017-2022年中国性保健品行业资产规模分析

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/416551.html>