

2022-2028年中国两性用品 行业发展态势与投资战略咨询报告

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

《2022-2028年中国两性用品行业发展态势与投资战略咨询报告》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/202201/264045.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《2022-2028年中国两性用品行业发展态势与投资战略咨询报告》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 2022-2028年中国两性用品行业投资分析()第一节 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028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：2022-2028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……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/264045.html>