

2022-2028年中国避孕套市场评估与未来前景预测报告

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年中国避孕套市场评估与未来前景预测报告》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/202205/294668.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

避孕套，又称套、安全套、保险套、如意套、拦精灵。它是以非药物形式去阻止受孕的简单方式之一，亦有防止淋病、艾滋病等性病传播的作用。

避孕套原料通常是用天然橡胶或聚亚安酯，用以包裹阴茎、阴道或肛门的长条状薄膜，其一端封闭并通常含有突起形成的空间用以贮存射出的精液。作为避孕工具，避孕套和其他避孕方法相比，使用方便、没有副作用，避孕成功率一般为85%，受过专门训练的使用者则可使避孕成功率达到98%。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国避孕套市场评估与未来前景预测报告》共十四章。首先介绍了避孕套行业市场发展环境、避孕套整体运行态势等，接着分析了避孕套行业市场运行的现状，然后介绍了避孕套市场竞争格局。随后，报告对避孕套做了重点企业经营状况分析，最后分析了避孕套行业发展趋势与投资预测。您若想对避孕套产业有个系统的了解或者想投资避孕套行业，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：

第一章避孕套行业定义及分类

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

第二节避孕套的分类

一、男用避孕套概述

二、女用避孕套概述

第二章中国避孕套市场发展背景

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

第二节避孕套行业政策环境

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

第三节避孕套行业社会环境

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

第三章全球成人用品所属行业发展概述

第一节全球成人用品行业概况

一、全球成人用品发展历程

二、全球成人用品市场规模

三、全球成人用品市场特征

四、全球成人用品市场前景

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、成人用品使用情况

第四章主要地区成人用品市场分析

第一节欧美

一、成人用品消费特点

二、成人用品生产情况

三、成人用品需求前景

第二节亚太

一、成人用品消费特点

二、成人用品生产情况

三、成人用品需求前景

第三节非洲

一、成人用品消费特点

二、成人用品生产情况

三、成人用品需求前景

第四节全球重点成人用品品牌分析

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

第五章中国人性生活及避孕套使用调查

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

第二节中国人性生活情况

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

第三节中国人性行为调查

- 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

第四节中国人成人用品消费情况调查

- 一、购买成人用品的态度
- 二、购买成人用品的种类
- 三、购买成人用品的频率
- 四、购买成人用品的渠道
- 五、成人用品品牌偏好
- 六、成人用品价格建议

第五节影响成人用品消费的因素

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

第六章世界避孕套市场发展情况

第一节世界避孕套市场运行环境

- 一、避孕套产生背景及历程
- 二、世界性病患者规模统计
- 三、世界计生用品政策分析

第二节世界避孕套行业发展现状

- 一、世界避孕套市场关注情况
- 二、世界避孕套市场价格情况
- 三、世界避孕套品牌竞争格局

第三节世界主要国家避孕套市场分析

- 一、美国避孕套市场分析

二、韩国避孕套市场分析

三、泰国避孕套市场分析

四、日本避孕套市场分析

五、印度避孕套市场分析

第四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

第七章中国避孕套原料（橡胶）市场分析

第一节橡胶市场发展概述

第二节橡胶产量情况分析

第三节橡胶进口情况分析

第四节橡胶市场价格分析

第五节橡胶市场发展趋势

第八章中国避孕套所属行业市场运行分析

第一节中国避孕套生产历程

第二节避孕套产量规模分析

第三节避孕套生产企业特征

第四节避孕套贴牌品牌分析

第五节避孕套营销渠道分析

第九章 2016-2020年中国避孕套所属行业进出口市场分析

第一节避孕套所属行业进口市场分析

一、避孕套所属行业进口数量

二、避孕套所属行业进口金额

三、避孕套所属行业进口来源

四、避孕套所属行业进口价格

第二节避孕套所属行业出口市场分析

- 一、避孕套所属行业出口数量
- 二、避孕套所属行业出口金额
- 三、避孕套所属行业出口流向
- 四、避孕套所属行业出口价格

第十章中国避孕套消费市场分析

第一节避孕套使用率及意义

第二节各省市避孕套使用人数

第三节国内外避孕套消费比较

第四节国内避孕套使用人群分布

第五节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

第十一章中国避孕套行业关注点

第一节国内避孕套质量问题

第二节避孕套品牌发展问题

第三节避孕套市场推广问题

第四节避孕套无证上市问题

第十二章国内市场主要避孕套企业分析

第一节杜蕾斯

- 一、品牌发展概述
- 二、品牌竞争优势
- 三、品牌使用评价

第二节杰士邦

- 一、品牌发展概述
- 二、品牌竞争优势
- 三、品牌使用评价

第三节第六感

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第四节诺丝

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第五节高邦

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第六节双蝶

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第七节双一

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第八节多乐士

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第九节倍力乐

一、品牌发展概述

二、品牌竞争优势

三、品牌使用评价

第十三章中国避孕套行业竞争格局

第一节避孕套行业竞争现状

第二节避孕套生产企业份额

第三节国内外品牌竞争格局

第四节国内市场价格竞争分析

第五节国内品牌竞争竞争分析

第十四章建议()

第一节2022-2028年中国避孕套行业投资前景

一、避孕套行业发展走向

二、避孕套品牌竞争趋势

三、避孕套需求前景分析

四、避孕套市场规模预测

五、避孕套行业盈利预测

第二节2022-2028年中国避孕套行业投资风险

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年中国避孕套行业投资策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、避孕套企业风险规避策略()

部分图表目录：

图表：2016-2020年避孕套行业经营效益分析

图表：2016-2020年中国避孕套行业盈利能力分析

图表：2016-2020年中国避孕套行业运营能力分析

图表：2016-2020年中国避孕套行业偿债能力分析

图表：2016-2020年中国避孕套行业发展能力分析

图表：2022-2028年避孕套行业市场规模预测

图表：2022-2028年避孕套行业营业收入预测

图表：2022-2028年中国避孕套行业供给预测

图表：2022-2028年中国避孕套行业需求预测

图表：2022-2028年中国避孕套行业供需平衡预测

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/294668.html>