

2019-2025年中国情趣用品市场竞争格局及投资风险预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国情趣用品市场竞争格局及投资风险预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/377608.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

情趣用品是包含BDSM用品、情趣内衣、跳蛋、假阴茎、振动器具、延时杯、安全套、润滑液等。它对于患有性冷感的女性和功能障碍的男性，抑或是中年性事不易的夫妇等，都有改善的效果；也能够用于缓解性压抑，减轻因性的长期压抑而带来的精神困惑、抑郁。

更加是年轻夫妇枕边的玩具,提高夫妻情趣生活,辅助性冷人群,所以，现代人不应再以有色的眼光来看待情趣用品，而应以爱 and 情趣的角度来看待此类用品。

两性用品消费群体趋于年轻化与大众化，反映着人们对生活质量的要求越来越高，同样包括成人生活质量。根据淘宝平台数据，在买家性别分布中，男性略多于女性，男性更倾向于购买安全避孕产品，女性并无特别倾向性；80、90 后主流群逐渐步入社会且逐渐拥有购买力，开始绝对性的主导两性健康用品消费市场，从各类贴吧、论坛活跃度来看，其对性文化及两性健康用品的接纳程度远超 70 后，情趣用品消费也成为一种新的趋势，该年龄段的购买需求也相对比较高，买家年龄倾向于

25-34

岁。由此可见，国内两性用品消费群体年轻化俨然成为主力军。

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 情趣用品行业发展综述

1.1 情趣用品行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业产品/服务分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 情趣用品行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 情趣用品行业在产业链中的地位

1.2.3 情趣用品行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 情趣用品行业生命周期

1.3 最近3-5年中国情趣用品行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 情趣用品行业运行环境（PEST）分析

2.1 情趣用品行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 情趣用品行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 情趣用品行业社会环境分析

2.3.1 情趣用品产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 情趣用品产业发展对社会发展的影响

2.4 情趣用品行业技术环境分析

2.4.1 情趣用品技术分析

2.4.2 情趣用品技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国情趣用品所属行业运行分析

3.1 我国情趣用品所属行业发展状况分析

3.1.1 我国情趣用品行业发展阶段

3.1.2 我国情趣用品行业发展总体概况

3.1.3 我国情趣用品行业发展特点分析

3.2 2015-2018年情趣用品行业发展现状

3.2.1 2015-2018年我国情趣用品所属行业市场规模

生殖健康用品作为日用消费品，在国外发达国家发展被普遍接受，市场发展较为成熟，市场规模增长较为稳定。国内行业随着中国社会观念的改变及政策环境改善，呈现出高速增长态势。随着国内情趣用品行业经过多年发展，国内市场已初具规模。预计到2020年，中国成人用品行业市场规模将达到86.59亿美元，避孕套的市场规模达到34.64亿美元。

3.2.2 2015-2018年我国情趣用品所属行业发展分析

3.2.3 2015-2018年中国情趣用品企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2018年重点省市市场分析

3.4 情趣用品细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2018年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 情趣用品产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2018年情趣用品价格走势

3.5.2 影响情趣用品价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2019-2025年情趣用品产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要情趣用品企业价位及价格策略

第四章 我国情趣用品所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2018年中国情趣用品所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2018年中国情趣用品所属行业运营情况分析

4.2.1 我国情趣用品所属行业营收分析

4.2.2 我国情趣用品所属行业成本分析

4.2.3 我国情趣用品所属行业利润分析

4.3 2015-2018年中国情趣用品所属行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国情趣用品行业供需形势分析

5.1 情趣用品行业供给分析

5.1.1 2015-2018年情趣用品行业供给分析

5.1.2 2019-2025年情趣用品行业供给变化趋势

5.1.3 情趣用品行业区域供给分析

5.2 2015-2018年我国情趣用品行业需求情况

5.2.1 情趣用品行业需求市场

5.2.2 情趣用品行业客户结构

5.2.3 情趣用品行业需求的地区差异

5.3 情趣用品市场应用及需求预测

5.3.1 情趣用品应用市场总体需求分析

(1) 情趣用品应用市场需求特征

(2) 情趣用品应用市场需求总规模

5.3.2 2019-2025年情趣用品行业领域需求量预测

(1) 2019-2025年情趣用品行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2019-2025年情趣用品行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业情趣用品产品/服务需求分析预测

第六章 情趣用品行业产业结构分析

6.1 情趣用品产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国情趣用品行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 情趣用品产业结构调整方向分析

6.3.5 建议

第七章 我国情趣用品行业产业链分析

7.1 情趣用品行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 情趣用品上游行业分析

7.2.1 情趣用品产品成本构成

7.2.2 2015-2018年上游行业发展现状

7.2.3 2019-2025年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对情趣用品行业的影响

7.3 情趣用品下游行业分析

7.3.1 情趣用品下游行业分布

7.3.2 2015-2018年下游行业发展现状

7.3.3 2019-2025年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对情趣用品行业的影响

第八章 我国情趣用品行业渠道分析及策略

8.1 情趣用品行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对情趣用品行业的影响

8.1.3 主要情趣用品企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 情趣用品行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 情趣用品行业营销策略分析

8.3.1 中国情趣用品营销概况

8.3.2 情趣用品营销策略探讨

8.3.3 情趣用品营销发展趋势

第九章 我国情趣用品行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 情趣用品行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结
- 9.1.2 情趣用品行业企业间竞争格局分析
- 9.1.3 情趣用品行业集中度分析
- 9.1.4 情趣用品行业SWOT分析
- 9.2 中国情趣用品行业竞争格局综述
- 9.2.1 情趣用品行业竞争概况
 - (1) 中国情趣用品行业竞争格局
 - (2) 情趣用品行业未来竞争格局和特点
 - (3) 情趣用品市场进入及竞争对手分析
- 9.2.2 中国情趣用品行业竞争力分析
 - (1) 我国情趣用品行业竞争力剖析
 - (2) 我国情趣用品企业市场竞争的优势
 - (3) 国内情趣用品企业竞争能力提升途径
- 9.2.3 情趣用品市场竞争策略分析

第十章 情趣用品行业领先企业经营形势分析

- 10.1 利洁时家化(中国)有限公司
 - 10.1.1 企业概况
 - 10.1.2 企业优势分析
 - 10.1.3 产品/服务特色
 - 10.1.4 企业经营状况
- 10.2 拜耳医药保健有限公司
 - 10.2.1 企业概况
 - 10.2.2 企业优势分析
 - 10.2.3 产品/服务特色
 - 10.2.4 企业经营状况
- 10.3 深圳市万生堂实业有限公司
 - 10.3.1 企业概况
 - 10.3.2 企业优势分析
 - 10.3.3 产品/服务特色
 - 10.3.4 企业经营状况
- 10.4 武汉杰士邦卫生用品有限公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 企业经营状况

10.5 雅心(上海)商贸有限公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 企业经营状况

10.6 武汉人福健康护理产业有限公司

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 产品/服务特色

10.6.4 企业经营状况

第十一章 2019-2025年情趣用品行业投资前景

11.1 2019-2025年情趣用品市场发展前景

11.1.1 2019-2025年情趣用品市场发展潜力

11.1.2 2019-2025年情趣用品市场发展前景展望

11.1.3 2019-2025年情趣用品细分行业发展前景分析

11.2 2019-2025年情趣用品市场发展趋势预测

11.2.1 2019-2025年情趣用品行业发展趋势

11.2.2 2019-2025年情趣用品市场规模预测

11.2.3 2019-2025年情趣用品行业应用趋势预测

11.2.4 2019-2025年细分市场发展趋势预测

11.3 2019-2025年中国情趣用品行业供需预测

11.3.1 2019-2025年中国情趣用品行业供给预测

11.3.2 2019-2025年中国情趣用品行业需求预测

11.3.3 2019-2025年中国情趣用品供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2019-2025年情趣用品行业投资机会与风险

12.1 情趣用品行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2019-2025年情趣用品行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2019-2025年情趣用品行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 情趣用品行业投资战略研究

13.1 情趣用品行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国情趣用品品牌的战略思考

13.2.1 情趣用品品牌的重要性

13.2.2 情趣用品实施品牌战略的意义

13.2.3 情趣用品企业品牌的现状分析

13.2.4 我国情趣用品企业的品牌战略

13.2.5 情趣用品品牌战略管理的策略

13.3 情趣用品经营策略分析

- 13.3.1 情趣用品市场细分策略
- 13.3.2 情趣用品市场创新策略
- 13.3.3 品牌定位与品类规划
- 13.3.4 情趣用品新产品差异化战略
- 13.4 情趣用品行业投资战略研究
 - 13.4.1 2017年情趣用品行业投资战略
 - 13.4.2 2019-2025年情趣用品行业投资战略
 - 13.4.3 2019-2025年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议(AK LY)

- 14.1 情趣用品行业研究结论
- 14.2 情趣用品行业投资价值评估
- 14.3 情趣用品行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

- 图表1：情趣用品行业生命周期
 - 图表2：情趣用品行业产业链结构
 - 图表3：2015-2018年全球情趣用品行业市场规模
 - 图表4：2015-2018年中国情趣用品行业市场规模
 - 图表5：2015-2018年情趣用品行业重要数据指标比较
 - 图表6：2015-2018年中国情趣用品市场占全球份额比较
 - 图表7：2015-2018年情趣用品行业工业总产值
 - 图表8：2015-2018年情趣用品行业销售收入
 - 图表9：2015-2018年情趣用品行业利润总额
 - 图表10：2015-2018年情趣用品行业资产总计
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/377608.html>