

2025-2030年中国成人用品行业市场前景预测与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——

第1章：成人用品行业综述及数据来源说明

1.1 成人用品行业界定

- 1.1.1 成人用品的定义
- 1.1.2 成人用品的分类
 - 1、成人用品按产品功能分类
 - 2、成人用品按产品销售类型分类
- 1.1.3 国民经济行业分类中成人用品所处行业
- 1.1.4 成人用品行业监管
- 1.1.5 成人用品标准化建设
 - 1、国际标准汇总
 - 2、中国标准汇总

1.2 成人用品产业画像

- 1.2.1 成人用品产业链结构梳理
- 1.2.2 成人用品产业链生态全景图谱
- 1.2.3 成人用品产业链区域热力图

1.3 本报告数据来源及统计标准说明

- 1.3.1 本报告研究范围界定
- 1.3.2 本报告权威数据来源
- 1.3.3 研究方法及统计标准

——现状篇——

第2章：全球及中国成人用品行业发展现状

2.1 全球及中国成人用品发展历程

- 2.1.1 全球成人用品发展历程
- 2.1.2 中国成人用品发展历程

2.2 全球成人用品行业发展概况

- 2.2.1 全球成人用品需求状况
- 2.2.2 全球成人用品主流产品
 - 1、避孕套
 - (1) 全球避孕套市场需求情况
 - (2) 全球避孕套市场发展现状
 - (3) 全球避孕套市场销售渠道情况
 - (4) 全球避孕套区域市场发展情况
 - 2、情趣器具
 - 3、情趣服饰
 - (1) 全球情趣服饰市场发展情况
 - (2) 全球情趣服饰区域市场发展情况
- 2.2.3 全球成人用品市场规模
- 2.2.4 全球成人用品竞争格局
 - 1、全球成人用品品牌竞争格局
 - 2、全球成人用品线上销售渠道竞争格局
- 2.2.5 全球成人用品区域发展现状
 - 1、重点区域市场一：美国
 - (1) 美国成人用品市场发展环境
 - (2) 美国成人用品行业需求现状
 - (3) 美国成人用品行业发展现状
 - (4) 美国成人用品行业发展趋势
 - 2、日本成人用品行业发展分析
 - (1) 日本成人用品市场发展环境
 - (2) 日本成人用品市场发展现状
 - (3) 日本成人用品行业发展趋势

- 3、韩国成人用品行业发展分析
 - (1) 韩国成人用品市场发展环境
 - (2) 韩国成人用品行业发展现状
 - (3) 韩国成人用品行业发展趋势
 - 2.3 中国成人用品市场主体分析
 - 2.3.1 成人用品市场主体类型
 - 2.3.2 成人用品企业进场方式
 - 2.4 中国成人用品市场供给/生产
 - 2.4.1 成人用品生产企业
 - 2.4.2 成人用品行业生产模式
 - 2.5 中国成人用品对外贸易状况
 - 2.5.1 成人用品进出口适用海关HS编码
 - 2.5.2 成人用品进出口贸易总体情况
 - 2.5.3 成人用品进口贸易状况
 - 1、成人用品进口贸易规模
 - 2、成人用品进口价格水平
 - 3、成人用品进口产品结构
 - 2.5.4 成人用品出口贸易状况
 - 1、成人用品出口贸易规模
 - 2、成人用品出口价格水平
 - 3、成人用品出口产品结构
 - 2.6 中国成人用品市场需求/销售
 - 2.6.1 成人用品需求特征
 - 2.6.2 成人用品流通体系
 - 2.6.3 成人用品需求现状
 - 2.6.4 成人用品市场行情
 - 2.7 中国成人用品市场规模体量
 - 2.8 中国成人用品发展痛点分析
- 第3章：中国成人用品竞争格局及发展态势**
- 3.1 成人用品市场竞争力分析
 - 3.2 成人用品市场竞争格局
 - 3.3 成人用品行业竞争程度
 - 3.3.1 成人用品市场集中度
 - 3.3.2 成人用品波特五力模型分析
 - 3.4 中国成人用品竞争者入场及布局态势
 - 3.4.1 成人用品竞争者入场进程
 - 3.4.2 成人用品竞争者区域热力图
 - 3.4.3 成人用品竞争者集群
 - 3.5 成人用品跨国企业在华布局
 - 3.5.1 成人用品跨国企业在华布局现状
 - 3.5.2 成人用品跨国企业在华竞争力
 - 3.5.3 成人用品跨国企业在华布局策略
 - 3.6 成人用品中国企业海外布局
 - 3.6.1 成人用品中国企业海外布局态势
 - 3.6.2 成人用品中国企业海外市场竞争力
 - 3.6.3 成人用品中国企业全球化策略
- 第4章：中国成人用品行业商业模式分析**
- 4.1 成人用品行业商业模式分析
 - 4.1.1 成人用品行业盈利模式分析
 - 4.1.2 成人用品行业采购模式分析
 - 1、采购模式简介
 - 2、成人用品行业采购模式分析
 - 4.1.3 成人用品行业销售模式分析
 - 1、销售模式简介
 - 2、成人用品行业销售模式分析
 - 4.1.4 成人用品行业品牌推广模式分析
 - 1、品牌推广模式简介
 - 2、成人用品行业品牌推广模式分析
 - 3、成人用品行业品牌推广模式下存在的问题

- 4.1.5 成人用品行业研发模式分析
 - 1、成人用品行业研发模式分析
 - 2、成人用品行业研发过程中所面临的问题
 - 4.2 成人用品行业商业模式创新分析
 - 4.2.1 成人用品行业商业模式创新概述
 - 4.2.2 成人用品行业商业模式创新案例分析
 - 4.3 成人用品行业线上线下市场发展分析
 - 4.3.1 成人用品行业线下市场现状分析
 - 4.3.2 成人用品行业线上市场现状分析
 - 1、成人用品行业线上市场总览
 - 2、成人用品行业线上市场规模情况
 - 3、成人用品行业B2C模式分析
 - (1) 成人用品B2C发展现状
 - (2) 成人用品B2C市场竞争格局
 - (3) 成人用品B2C经营模式分析
 - (4) 成人用品B2C市场发展趋势
 - 4、成人用品行业B2B模式分析
 - (1) 成人用品B2B发展现状
 - (2) 成人用品B2B市场竞争格局
 - (3) 成人用品B2B市场发展趋势
 - 5、成人用品行业C2C模式分析
- 第5章：中国成人用品细分产品市场分析**
- 5.1 成人用品行业细分市场现状
 - 5.2 成人用品细分市场：情趣器具
 - 5.2.1 情趣器具概述
 - 5.2.2 情趣器具市场发展现状
 - 1、市场整体发展现状
 - 2、销售渠道发展现状
 - 3、产品销售情况
 - 5.2.3 情趣器具企业竞争格局
 - 5.2.4 情趣器具发展趋势前景
 - 5.3 成人用品细分市场：避孕套
 - 5.3.1 避孕套概述
 - 5.3.2 避孕套市场发展现状
 - 1、产品销售现状
 - 2、市场需求品类情况
 - 3、市场规模现状
 - 5.3.3 避孕套企业竞争格局
 - 5.3.4 避孕套发展趋势前景
 - 5.4 成人用品细分市场：情趣服饰
 - 5.4.1 情趣服饰概述
 - 5.4.2 情趣服饰企业竞争格局
 - 1、情趣服饰企业竞争格局
 - 2、情趣服饰品牌销售情况
 - 5.4.3 情趣服饰发展趋势前景
 - 5.5 成人用品细分市场战略地位分析
- 第6章：全球及中国成人用品企业案例解析**
- 6.1 全球及中国成人用品企业梳理与对比
 - 6.2 全球成人用品企业案例分析
 - 6.2.1 利洁时（Reckitt）
 - 1、企业基本信息
 - 2、企业经营情况
 - 3、成人用品业务布局
 - 4、成人用品在华布局
 - 6.2.2 瑞典LELO
 - 1、企业基本信息
 - 2、企业经营情况
 - 3、成人用品业务布局
 - 4、成人用品在华布局

6.2.3 乐福思集团 (Lifestyles Group)

- 1、企业基本信息
- 2、企业经营情况
- 3、成人用品业务布局
- 4、成人用品在华布局

6.3 中国成人用品企业案例分析

6.3.1 常州春水堂健康科技股份有限公司

- 1、企业基本信息
 - (1) 发展历程
 - (2) 基本信息
 - (3) 融资历程
- 2、企业经营情况
- 3、成人用品研发布局&专利技术
- 4、成人用品业务布局情况
- 5、企业业务布局战略&优劣势

6.3.2 北京桔色控股集团股份有限公司

- 1、企业基本信息
 - (1) 发展历程
 - (2) 基本信息
 - (3) 融资历程
- 2、企业经营情况
- 3、成人用品业务布局情况
- 4、企业业务布局战略&优劣势

6.3.3 爱侣健康科技股份有限公司

- 1、企业基本信息
 - (1) 发展历程
 - (2) 基本信息
 - (3) 融资历程
- 2、企业经营情况
- 3、成人用品研发布局&专利技术
- 4、成人用品业务布局情况
 - (1) 公司产品布局情况
 - (2) 公司产能布局情况
 - (3) 公司区域销售布局情况
- 5、企业业务布局战略&优劣势

6.3.4 深圳市有幸科技有限公司 (大人糖)

- 1、企业基本信息
 - (1) 发展历程
 - (2) 基本信息
 - (3) 融资历程
- 2、企业经营情况
- 3、成人用品专利布局情况
- 4、成人用品业务布局情况
- 5、企业业务布局战略&优劣势

6.3.5 上海醉清风健康科技股份有限公司

- 1、企业基本信息
 - (1) 发展历程
 - (2) 基本信息
- 2、企业经营情况
- 3、成人用品业务布局情况
 - (1) 公司产品布局情况
 - (2) 公司销售渠道布局情况
- 4、企业业务布局战略&优劣势

6.3.6 厦门海豹他趣信息技术股份有限公司

- 1、企业基本信息
 - (1) 发展历程
 - (2) 基本信息
 - (3) 融资历程
- 2、企业经营情况

- 3、成人用品研发投入情况
- 4、成人用品业务布局情况
- 5、企业业务布局战略&优劣势
- 6.3.7 网之易信息技术（北京）有限公司（网易春风）
 - 1、企业基本信息
 - (1) 发展历程
 - (2) 基本信息
 - 2、企业经营情况
 - 3、成人用品产品布局情况
 - 4、企业业务布局战略&优劣势
- 6.3.8 广州雷霆暴风健康产业科技有限公司
 - 1、企业基本信息
 - (1) 发展历程
 - (2) 基本信息
 - 2、企业经营情况
 - 3、成人用品品类布局&产销情况
 - (1) 公司产品布局情况
 - (2) 公司产能布局情况
 - (3) 公司区域销售布局情况
 - 4、企业业务布局战略&优劣势
- 6.3.9 蜜曰科技（北京）有限公司
 - 1、企业基本信息
 - (1) 发展历程
 - (2) 基本信息
 - (3) 融资历程
 - 2、企业经营情况
 - 3、成人用品专利布局情况
 - 4、成人用品品类布局情况
 - 5、企业业务布局战略&优劣势
- 6.3.10 东莞市曼唐电子科技有限公司
 - 1、企业基本信息
 - (1) 发展历程
 - (2) 基本信息
 - 2、企业经营情况
 - 3、成人用品业务布局情况
 - (1) 公司业务布局情况
 - (2) 公司产品布局情况
 - 4、企业业务布局战略&优劣势

——展望篇——

第7章：中国成人用品行业政策环境洞察&发展潜力

7.1 成人用品行业政策环境洞悉

- 7.1.1 国家层面成人用品政策汇总
- 7.1.2 国家重点政策/规划对成人用品的影响

7.2 成人用品行业PEST分析图

7.3 成人用品行业SWOT分析

7.4 成人用品行业发展潜力评估

7.5 成人用品行业未来关键增长点

7.6 成人用品行业发展前景预测

7.7 成人用品行业发展趋势洞悉

第8章：中国成人用品行业投资战略规划策略及建议

8.1 成人用品行业进入与退出壁垒

- 8.1.1 进入壁垒
- 8.1.2 退出壁垒

8.2 成人用品行业投资风险预警

8.3 成人用品行业投资机会分析

8.4 成人用品行业投资价值评估

8.5 成人用品行业投资策略建议

8.6 成人用品行业可持续发展建议

图表目录

- 图表1: 成人用品按产品功能分类
- 图表2: 成人用品按产品功能分类
- 图表3: 国民经济行业分类中成人用品所处行业
- 图表4: 成人用品行业监管体系
- 图表5: 成人用品行业主管部门
- 图表6: 成人用品现行国际标准汇总
- 图表7: 中国成人用品行业现行国家标准及行业标准汇总
- 图表8: 成人用品产业链结构梳理
- 图表9: 成人用品产业链生态全景图谱
- 图表10: 成人用品产业链区域热力图
- 图表11: 本报告研究范围界定
- 图表12: 本报告权威数据来源
- 图表13: 本报告研究方法及统计标准
- 图表14: 全球成人用品行业发展历程
- 图表15: 中国成人用品行业发展历程
- 图表16: 2024年全球消费者情人节计划中购买成人用品的比例情况 (单位: %)
- 图表17: 2016-2024年全球避孕套销量情况 (单位: 亿只)
- 图表18: 2016-2024年全球避孕套市场规模 (单位: 亿美元)
- 图表19: 2024年全球避孕套市场销售渠道分布情况 (单位: %)
- 图表20: 2024年全球避孕套市场区域分布情况 (单位: %)
- 图表21: 2017-2024年全球情趣器具市场规模 (单位: 亿美元)
- 图表22: 2021-2024年全球情趣服饰市场规模 (单位: 亿美元)
- 图表23: 全球情趣服饰区域市场发展情况
- 图表24: 2021-2024年全球成人用品市场规模 (单位: 亿美元)
- 图表25: 全球成人用品市场竞争格局
- 图表26: 2024年全球成人用品线上销售渠道竞争格局 (按销售额) (单位: 亿美元)
- 图表27: 美国历年每十万人新增梅毒病例 (单位: 例)
- 图表28: 2024年美国不同年龄段拥有情趣用具人群的占比情况 (单位: %)
- 图表29: 2024年美国情趣用具销售渠道分布情况 (单位: %)
- 图表30: 2022-2024年美国成人用品市场规模 (单位: 亿美元)
- 图表31: 2020-2024年日本从事性产业企业数量及分布情况 (单位: 家)
- 图表32: 2017-2024年日本成人用品市场规模 (单位: 亿日元)
- 图表33: 1998-2024年韩国人对婚前性行为的接受比例 (单位: %)
- 图表34: 2024年韩国人对性行为的态度 (单位: %)
- 图表35: 2024年韩国成人用品线上销售收入 (单位: 亿美元)
- 图表36: 1998-2024年韩国已婚人数 (单位: 人/千人)
- 图表37: 中国成人用品市场主体类型
- 图表38: 中国成人用品企业进场方式
- 图表39: 2000-2024年中国成人用品企业数量 (单位: 万家)
- 图表40: 中国成人用品生产模式
- 图表41: 中国成人用品进出口适用海关HS编码
- 图表42: 2019-2024年中国成人用品产品进出口概况 (单位: 亿元)
- 图表43: 2019-2024年中国成人用品产品进口金额情况 (单位: 亿元)
- 图表44: 2019-2024年中国成人用品进口价格水平分析 (单位: 元/台, 元/件, 元/千克)
- 图表45: 2024年中国成人用品产品进口结构 (以金额统计) (单位: 亿元, %)
- 图表46: 2019-2024年中国成人用品产品出口金额情况 (单位: 亿元)
- 图表47: 2019-2024年中国成人用品出口价格水平分析 (单位: 元/台, 元/件, 元/千克)
- 图表48: 2024年中国成人用品产品出口结构 (以金额统计) (单位: 亿元, %)
- 图表49: 2024年不同年龄段中国成人用品的使用比例 (单位: %)
- 图表50: 2024年不同性别消费者对成人用品细分产品的购买频率排名
- 图表51: 2024年天猫平台成人用品细分产品销售情况 (单位: %)
- 图表52: 中国成人用品流通体系
- 图表53: 2022-2024年淘宝、天猫、京东平台成人用品市场整体销售走势 (单位: 亿元, 百万件)

- 图表54: 2021-2024年中国天猫平台女用器具、情趣跳蛋市场价格段分布情况 (单位: %)
- 图表55: 2017-2024年中国成人用品市场规模体量 (单位: 亿元)
- 图表56: 中国成人用品行业发展痛点分析
- 图表57: 中国成人用品市场竞争力分析
- 图表58: 2024年中国成人用品市场竞争格局 (按销售额) (单位: %)
- 图表59: 2024年中国成人用品市场集中度 (单位: %)
- 图表60: 中国成人用品市场波特五力模型分析
- 图表61: 中国成人用品竞争者入场进程
- 图表62: 中国成人用品竞争者区域分布热力图
- 图表63: 中国成人用品竞争者集群
- 图表64: 成人用品行业代表性跨国企业在华布局现状
- 图表65: 成人用品跨国企业在华布局策略
- 图表66: 成人用品中国企业海外市场竞争力
- 图表67: 成人用品中国企业全球化策略
- 图表68: 成人用品行业盈利模式分析
- 图表69: 采购模式介绍
- 图表70: 成人用品行业采购模式分析
- 图表71: 销售模式介绍
- 图表72: 成人用品行业销售模式分析
- 图表73: 品牌推广模式介绍
- 图表74: 成人用品行业品牌推广模式分析
- 图表75: 成人用品行业研发模式分析
- 图表76: 成人用品行业研发过程中的痛点
- 图表77: 大人糖创新商业模式提出
- 图表78: 大人糖创新商业模式实施
- 图表79: 中国成人用品行业线下市场现状分析
- 图表80: 中国成人用品行业线上市场总览
- 图表81: 2017-2024年中国成人用品线上市场规模体量 (单位: 亿元)
- 图表82: 国内成人用品B2C市场参与者情况
- 图表83: 2024年国内成人用品B2C市场渠道品牌竞争情况 (按销量排名)
- 图表84: 国内成人用品B2C市场参与者经营模式分析
- 图表85: 中国成人用品B2B市场竞争格局
- 图表86: 中国成人用品行业细分市场现状
- 图表87: 2024年中国成人用品行业细分线上市场销售分布情况 (单位: 万元)
- 图表88: 2017-2024年中国情趣器具市场规模 (单位: 亿美元)
- 图表89: 2024年全球情趣器具线上销售渠道营业收入情况 (单位: 百万美元)
- 图表90: 2024年中国情趣器具线上销量情况 (单位: 万件)
- 图表91: 情趣器具企业竞争格局
- 图表92: 避孕套分类
- 图表93: 2024年中国避孕套线上市场销售情况 (单位: 万件)
- 图表94: 中国避孕套市场需求品类情况 (单位: %)
- 图表95: 2017-2024年中国避孕套市场规模体量 (单位: 亿元)
- 图表96: 中国避孕套市场竞争格局 (单位: %)
- 图表97: 情趣服饰分类
- 图表98: 中国情趣服饰细分市场主要参与者
- 图表99: 2024年中国情趣内衣线上销量情况 (单位: 万件)
- 图表100: 2024年中国情趣内衣线上销售额情况 (单位: 万元)
- 图表101: 成人用品细分市场战略地位分析
- 图表102: 全球及中国成人用品企业梳理与对比
- 图表103: 2019-2024年利洁时 (Reckitt) 营收情况 (单位: 亿英镑)
- 图表104: 2024年利洁时 (Reckitt) 业务布局 (单位: 亿英镑, %)
- 图表105: 利洁时 (Reckitt) 全球布局
- 图表106: 瑞典LELO产品布局情况及产品价格情况 (单位: 元)
- 图表107: 瑞典LELO全球布局
- 图表108: 乐福思集团 (Lifestyles Group) 品牌布局
- 图表109: 乐福思集团 (Lifestyles Group) 产品布局
- 图表110: 乐福思集团 (Lifestyles Group) 区域布局
- 图表111: 常州春水堂健康科技股份有限公司发展历程
- 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: 常州春水堂健康科技股份有限公司融资历程
图表114: 2019-2024年常州春水堂健康科技股份有限公司经营情况 (单位: 万元)
图表115: 2019-2024年常州春水堂健康科技股份有限公司研发投入情况 (单位: 万元, %)
图表116: 2024年常州春水堂健康科技股份有限公司成人用品研发布局情况 (单位: 万元)
图表117: 2024年常州春水堂健康科技股份有限公司营业收入构成情况 (单位: %)
图表118: 2024年常州春水堂健康科技股份有限公司产品布局情况
图表119: 常州春水堂健康科技股份有限公司业务布局战略&优劣势
图表120: 北京桔色控股集团股份有限公司发展历程
略.....完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!