

中国情趣用品行业现状深度分析与投资前景预测报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国情趣用品行业现状深度分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202408/723215.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

1、情趣用品概述

情趣用品是指增加情趣的用具，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，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。

情趣用品早在中国古代就已经开始流行，基本为古代女性闺房用品。在欧美国家，人们称情趣用品为Sextoys，也就是“性爱玩具”的意思，其大致可分为情趣礼品、安全套、润滑液、性用品和情趣衣裤等。在性学专家眼里，男女双方藉由辅助品的帮助以解决生理需求，不但可以DIY不求人，更不会影响或是强迫他人行事。从另一个角度说，天长地久的爱情绝对少不了性关系的经营，而主动地为夫妻生活注入情趣，可以使爱更新鲜、更持久。

而且，不同婚恋状态群体对情趣用品类型的偏好有所不同。其中，未婚和已婚已育人士更偏向于情趣服饰/内衣和避孕套，已婚未育群体则偏好情趣服饰/内衣和增加情趣的器具产品已婚未育群体在情趣用品的消费上更注重提升双方的情趣，对工具类情趣用品的需求更加强烈，且对避孕套的需求小于未婚和已婚已育群体。

中国不同婚恋状态群体对情趣用品类型的偏好

单身

恋爱未婚

已婚未育

已婚已直

情趣内衣/服饰

情趣服饰/内衣

情趣服饰/内衣

避孕套

避孕套

避孕套

男用器具

情趣服饰/内衣

男用道具

女用器具

女用器具

外用液体

助兴器具

男用器具

避孕套

男用器具

外用液体

外用液体

外用液体

助兴器具

资料来源：观研天下整理

2、性观念转变，我国情趣用品行业市场规模达到千亿

情趣用品是最为普及的成人用品之一。从“谈性色变”，到直白宣传，再到如今的“去情色化”，情趣用品的市场也正在一步步扩容中。近两年，随着性的解放，人们不再谈“性”色变，情趣企业也不再只是街边兜售“仿真玩具”的昏暗小店铺，而是形成了初步的完整产业链。

随着性观念的转变，我国情趣用品行业市场规模一直保持稳定上升的态势。数据显示，2022年，我国情趣用品市场规模达1685.3亿元，同比增长4.7%，预计2023年市场规模将在1794.3亿元，同比增长6.5%。

数据来源：观研天下整理

我国情趣用品行业增长率高、竞争分散，市场尚未出现强大渠道与头部品牌，具有相当可观的增量空间，是典型的蓝海市场，这主要是源于成人情趣用品的高毛利率与低成本。有业内知情人透露，行业内大部分产品利润可以达到200%以上，有的甚至可以达到500%-1000%。光是一盒避孕套的利润，就已经达到20-50元，延迟类别为100-200元。男女玩具分为高、中、低等级，利润为150-300元。

同时，复购率、退货率也是影响大厂评估的指标。由于情趣用品购买较为私密，为防止信息泄露，即便遇到劣质产品，大部分消费者也更倾向于多一事不如少一事的心态，不会要求退货或投诉。

3、情趣用品购物渠道多元，情趣用品电商市场崛起

情趣用品对购买私密性要求较高，注重隐私保护的线上销售渠道更受消费者的青睐。随着电商购物渠道技术完善，用户购买情趣用品的便利性和私密性保护都得到提高，再加上人工智能、大数据等新技术加持使得行业服务效果和产品更受用户喜爱，情趣用品电商市场崛起。根据相关资料可知，京东是全球色情和成人市场中GMV最高的电商平台，2023年产生约103.652亿美元的成人用品GMV；排在第二第二位的亚台是淘宝和亚马逊，其GMV分别为55.041亿美元和14.314亿美元。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

4、京东、抖音等互联网大厂纷纷入局，电商情趣用品能否成为“下一个风口”？

市场火爆，赚钱不仅只有品牌，各大电商平台也来分一杯羹。近日，京东、饿了么、抖音等头部“互联网大厂”纷纷入局情趣用品行业，以开设小程序及外卖平台、开放商家入驻等形式抢占这一“朝阳行业”，电商成人用品能否成为“下一个风口”？

我国主要平台关于情趣用品行业相关布局情况

平台名称

相关布局

饿了么

2024年年初推出“Hi了么”新业务，定位是成人情趣用品配送平台，由饿了么医药业务所属团队打造，还推出了微信小程序入口。使用过Hi了么的梁嘉表示，“用它就是因为界面比较干净，商品分类上也关注到了我们女生的需求。其他平台可能更显眼的还是男性用具，女生的很难找。”Hi了么的商品列表主要分为女用器具、男用器具、避孕套、情趣玩具和情趣内衣五大类。

抖音

2024年年底，抖音以电商形式涉足成人情趣赛道，旗下抖音小店开放了情趣用品类目商家入驻，并允许商家在店铺橱窗、抖音商城等渠道以货架形式售卖。

快手

2024年3月，制定一系列针对情趣用品规范的举措，发布了情趣类目定邀规则调整公告，对旗舰店、专卖店、卖场型旗舰店开放准入，需遵循严格的流程、满足特定要求。

网易

早在2017年，网易就上线了成人情趣用品品牌“网易春风”，上线一年内突破1亿销售大关。作为“网易二十年成人礼”，以“安全套试用”“限时8折”等活动打开新用户入口，旗下“春风飞机杯”以无级变速、包裹式发热等卖点一度走红网络，不少网友直呼“发现网易另一面”。

2024年，网易春风更接轨科技前沿，推出“春风元力”APP，该APP为春风TRYFUN全系列智能产品专属打造，与该设备连接后，即可线上实现管理控制，通过沉浸式科幻剧情设定、虚拟伴侣和拟人化IP互动等方式，提升多元互动情趣体验。为拓宽年轻人消费市场、铺开直播带货渠道，网易春风不甘于独立APP，强势入驻抖音电商，开设“tryfun计生用品旗舰店”，直播带货也紧锣密鼓敲响。

京东

早在2015年京东健康到家上线时，就已有朝成人情趣用品品类试探之势，更与情趣用品品牌商春水堂达成合作，引进一批畅销产品。为了吸引更多用户放心购买，还设定了“保密发货”规则，并延续至今。

资料来源：观研天下整理

从品牌上线到发展至独立小程序、APP，大厂们为何都偏爱情趣用品市场，争相分走这块蛋糕？庞大利益与发展潜力，或许这场焦点战的源动力。在市场表现方面，2024年京东双十一期间，两性健康用品冲上榜单，男科专科用药高潮期三分钟破百万销售，计生避孕类目全

时期同比增长超200%；数据显示，2023年1-11月淘宝、天猫平台情趣用品市场规模达92.1亿元，市场占比近80%，市场进一步扩大。

5、走不出的“破圈”循环，我国情趣用品行业挑战仍存

不过，电商平台在情趣用品赛道并非一帆风顺，甚至出现各种挑战。以京东推出的夜谜小程序为例，2023年7月，京东夜谜小程序曾抢先登陆微信，并特地注明“以国家法律为底线，社会道德风俗良序为标准”，然而依旧在上线数小时后被暂停服务，理由是“无实质服务内容引导跳转”。由此可见，平台管控是电商情趣用品的一道门槛。

此外，情趣用品在抖音、快手等内容电商中很难找到切入点。短视频和直播平台通常有一定的内容规范，也有全年龄段用户群，成人用品在这类平台展示上易引起用户反感，而且还涉及监管风险，所以抖音、快手电商只能缓慢放开成人情趣用品类目商家入驻。

而且就算电商平台入驻，也只能是旗舰店品牌，对于那些小众品牌而言只能通过自媒体矩阵号突破，打开“私域引流”的新思路，原创内容转化用户。

那么情趣用品电商平台，如何带隐秘产业走出灰色阴影？抖音、快手对情趣产品的宣传倾向值得思考：力求走出低俗化陷阱，通过“悦己”、“打破耻辱”、“健康自爱”来为消费者提供情绪价值，展现平台追求。同时，这也在向谈性色变的消费者们释放积极信号，性需求逐渐被正视起来。整体来看，我国情趣用品行业未来发展前景广阔，但过程仍然面临诸多挑战。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国情趣用品行业现状深度分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》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，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。行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国情趣用品行业发展概述

第一节情趣用品行业发展情况概述

- 一、情趣用品行业相关定义
- 二、情趣用品特点分析
- 三、情趣用品行业基本情况介绍
- 四、情趣用品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、情趣用品行业需求主体分析

第二节中国情趣用品行业生命周期分析

- 一、情趣用品行业生命周期理论概述
- 二、情趣用品行业所属的生命周期分析

第三节情趣用品行业经济指标分析

- 一、情趣用品行业的赢利性分析
- 二、情趣用品行业的经济周期分析
- 三、情趣用品行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球情趣用品行业市场发展现状分析

第一节全球情趣用品行业发展历程回顾

第二节全球情趣用品行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲情趣用品行业地区市场分析

- 一、亚洲情趣用品行业市场现状分析
- 二、亚洲情趣用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲情趣用品行业市场前景分析

第四节北美情趣用品行业地区市场分析

- 一、北美情趣用品行业市场现状分析
- 二、北美情趣用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美情趣用品行业市场前景分析

第五节欧洲情趣用品行业地区市场分析

- 一、欧洲情趣用品行业市场现状分析
- 二、欧洲情趣用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲情趣用品行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界情趣用品行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球情趣用品行业市场规模预测

第三章 中国情趣用品行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对情趣用品行业的影响分析

第三节中国情趣用品行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对情趣用品行业的影响分析

第五节中国情趣用品行业产业社会环境分析

第四章 中国情趣用品行业运行情况

第一节中国情趣用品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国情趣用品行业市场规模分析

一、影响中国情趣用品行业市场规模的因素

二、中国情趣用品行业市场规模

三、中国情趣用品行业市场规模解析

第三节中国情趣用品行业供应情况分析

一、中国情趣用品行业供应规模

二、中国情趣用品行业供应特点

第四节中国情趣用品行业需求情况分析

一、中国情趣用品行业需求规模

二、中国情趣用品行业需求特点

第五节中国情趣用品行业供需平衡分析

第五章 中国情趣用品行业产业链和细分市场分析

第一节中国情趣用品行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、情趣用品行业产业链图解

第二节中国情趣用品行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对情趣用品行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对情趣用品行业的影响分析

第三节我国情趣用品行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国情趣用品行业市场竞争分析

第一节中国情趣用品行业竞争现状分析

- 一、中国情趣用品行业竞争格局分析
- 二、中国情趣用品行业主要品牌分析

第二节中国情趣用品行业集中度分析

- 一、中国情趣用品行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国情趣用品行业市场集中度分析

第三节中国情趣用品行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国情趣用品行业模型分析

第一节中国情趣用品行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国情趣用品行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会

五、行业威胁

六、中国情趣用品行业SWOT分析结论

第三节中国情趣用品行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国情趣用品行业需求特点与动态分析

第一节中国情趣用品行业市场动态情况

第二节中国情趣用品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节情趣用品行业成本结构分析

第四节情趣用品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国情趣用品行业价格现状分析

第六节中国情趣用品行业平均价格走势预测

一、中国情趣用品行业平均价格趋势分析

二、中国情趣用品行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国情趣用品行业所属行业运行数据监测

第一节中国情趣用品行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国情趣用品行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国情趣用品行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国情趣用品行业区域市场现状分析

第一节中国情趣用品行业区域市场规模分析

一、影响情趣用品行业区域市场分布的因素

二、中国情趣用品行业区域市场分布

第二节中国华东地区情趣用品行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区情趣用品行业市场分析

(1) 华东地区情趣用品行业市场规模

(2) 华南地区情趣用品行业市场现状

(3) 华东地区情趣用品行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区情趣用品行业市场分析

(1) 华中地区情趣用品行业市场规模

(2) 华中地区情趣用品行业市场现状

(3) 华中地区情趣用品行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区情趣用品行业市场分析

(1) 华南地区情趣用品行业市场规模

(2) 华南地区情趣用品行业市场现状

(3) 华南地区情趣用品行业市场规模预测

第五节华北地区情趣用品行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区情趣用品行业市场分析

- (1) 华北地区情趣用品行业市场规模
- (2) 华北地区情趣用品行业市场现状
- (3) 华北地区情趣用品行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区情趣用品行业市场分析

- (1) 东北地区情趣用品行业市场规模
- (2) 东北地区情趣用品行业市场现状
- (3) 东北地区情趣用品行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区情趣用品行业市场分析

- (1) 西南地区情趣用品行业市场规模
- (2) 西南地区情趣用品行业市场现状
- (3) 西南地区情趣用品行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区情趣用品行业市场分析

- (1) 西北地区情趣用品行业市场规模
- (2) 西北地区情趣用品行业市场现状
- (3) 西北地区情趣用品行业市场规模预测

第十一章 情趣用品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国情趣用品行业发展前景分析与预测

第一节中国情趣用品行业未来发展前景分析

一、情趣用品行业国内投资环境分析

二、中国情趣用品行业市场机会分析

三、中国情趣用品行业投资增速预测

第二节中国情趣用品行业未来发展趋势预测

第三节中国情趣用品行业规模发展预测

一、中国情趣用品行业市场规模预测

二、中国情趣用品行业市场规模增速预测

三、中国情趣用品行业产值规模预测

四、中国情趣用品行业产值增速预测

五、中国情趣用品行业供需情况预测

第四节中国情趣用品行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国情趣用品行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国情趣用品行业进入壁垒分析

一、情趣用品行业资金壁垒分析

二、情趣用品行业技术壁垒分析

三、情趣用品行业人才壁垒分析

四、情趣用品行业品牌壁垒分析

五、情趣用品行业其他壁垒分析

第二节情趣用品行业风险分析

- 一、情趣用品行业宏观环境风险
- 二、情趣用品行业技术风险
- 三、情趣用品行业竞争风险
- 四、情趣用品行业其他风险

第三节中国情趣用品行业存在的问题

第四节中国情趣用品行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国情趣用品行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国情趣用品行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国情趣用品行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节情趣用品行业营销策略分析

- 一、情趣用品行业产品策略
- 二、情趣用品行业定价策略
- 三、情趣用品行业渠道策略
- 四、情趣用品行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202408/723215.html>