

2019年中国自慰用品行业分析报告- 产业规模现状与投资前景研究

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《2019年中国自慰用品行业分析报告-产业规模现状与投资前景研究》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://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/385315385315.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

2019年我国自慰用品行业宏观环境情况

中国GDP增长情况：初步核算，中国2018年前三季度国内生产总值650899亿元，按可比价格计算，同比增长6.7%。分季度看，一季度同比增长6.8%，二季度增长6.7%，三季度增长6.5%。分产业看，第一产业增加值42173亿元，同比增长3.4%；第二产业增加值262953亿元，增长5.8%；第三产业增加值345773亿元，增长7.7%。

数据来源：国家统计局

工业经济发展形势：2018年9月份，规模以上工业增加值同比实际增长5.8%（以下增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率），比8月份回落0.3个百分点。从环比看，9月份，规模以上工业增加值比上月增长0.50%。1-9月份，规模以上工业增加值同比增长6.4%，增速较1-8份回落0.1个百分点。

规模以上工业增加值同比增速（%）数据来源：国家统计局

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，自慰用品行业也得到了快速发展，2017年我国自慰用品行业的市场规模达到**亿元，2018年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，自慰用品行业正处于发展之中，预计2019年将保持**的增速，达到**亿元。

2013-2018年自慰用品行业市场规模情况

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从自慰用品行业企业

区域分布情况来看，自慰用品行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2018年我国自慰用品行业企业区域格局 资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2019年中国自慰用品行业分析报告-产业规模现状与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、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。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 自慰用品行业定义及分类

第一节 自慰用品相关概述

- 一、自慰用品的品种
- 二、自慰用品的材质
- 三、自慰用品的安全性

第二节 自慰用品的分类

- 一、男用自慰用品概述
- 二、女用自慰用品概述

第二章 中国自慰用品市场发展背景

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 自慰用品行业政策环境

- 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 自慰用品行业社会环境

- 一、中国人口情况分析规模
- 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 全球自慰用品行业发展概述

第一节 全球自慰用品行业概况

- 一、全球自慰用品发展历程
- 二、全球自慰用品市场规模
- 三、全球自慰用品市场特征
- 四、全球自慰用品市场前景

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、自慰用品使用情况

第四章 主要地区自慰用品市场分析

第一节 欧美

- 一、自慰用品消费特点
- 二、自慰用品生产情况
- 三、自慰用品需求前景

第二节 亚太

- 一、自慰用品消费特点
- 二、自慰用品生产情况
- 三、自慰用品需求前景

第三节 非洲

- 一、自慰用品消费特点
- 二、自慰用品生产情况
- 三、自慰用品需求前景

第四节 全球重点自慰用品品牌分析

第五章 国人性生活及自慰用品使用调查

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、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 国人自慰用品消费情况调查

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

第六节 影响自慰用品消费的因素

- 一、品牌
- 二、价格

三、渠道

四、质量

五、广告

六、观念

第六章 世界自慰用品市场发展情况

第一节 世界自慰用品市场运行环境

一、自慰用品产生背景及历程

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 世界自慰用品行业发展现状

一、世界自慰用品市场关注情况

二、世界自慰用品市场价格情况

三、世界自慰用品品牌竞争格局

第三节 世界主要国家自慰用品市场分析

一、美国自慰用品市场分析

二、韩国自慰用品市场分析

三、泰国自慰用品市场分析

四、日本自慰用品市场分析

五、印度自慰用品市场分析

第七章 中国自慰用品原料市场分析

第一节 纺织服装行业市场发展概述

第二节 纺织服装行业市场价格分析

第三节 纺织服装行业市场发展趋势

第八章 中国自慰用品市场运行分析

第一节 中国自慰用品生产历程

第二节 自慰用品产量规模分析

第三节 自慰用品生产企业特征

第四节 自慰用品贴牌品牌分析

第五节 自慰用品营销渠道分析

第九章 2016-2018年中国自慰用品进出口市场分析

第一节 自慰用品进口市场分析

一、自慰用品进口情况分析

二、自慰用品进口来源

三、自慰用品进口价格

第二节 自慰用品出口市场分析

一、自慰用品出口情况分析

二、自慰用品出口流向

三、自慰用品出口价格

第十章 中国自慰用品消费市场分析

第一节 自慰用品购买人群分析

一、年龄

二、学历

三、职业

四、收入

第二节 自慰用品购买渠道偏好

第三节 自慰用品购买价格区间

第四节 自慰用品消费情况分析

一、丈夫买、妻子用

二、70、80后夫妻是消费主力

三、学历越高，性要求越高

四、对成人类消费更加开放理性

五、不担心隐私问题

六、最注重健康，逐渐信任品牌

第十一章 中国自慰用品行业关注点

第一节 国内自慰用品质量问题

第二节 自慰用品品牌发展问题

第三节 自慰用品市场推广问题

第四节 自慰用品无证上市问题

第十二章 国内市场主要自慰用品企业分析

第一节 雅心（上海）商贸有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 利洁时家化（中国）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 武汉人福健康护理产业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 莱珞（上海）贸易有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 深圳市夏奇实业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 辽阳百乐保健品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第七节 联志（惠州）礼品制造有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第八节 爱侣健康科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第九节 东莞爱巢电子科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十节 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、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十三章 中国自慰用品行业竞争格局

第一节 自慰用品行业竞争现状

第二节 自慰用品生产企业份额

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 专家建议

第一节 2019-2025年中国自慰用品行业投资前景

一、自慰用品行业发展走向

二、自慰用品品牌竞争趋势

三、自慰用品需求前景分析

四、自慰用品市场规模预测

五、自慰用品行业盈利预测

第二节 2019-2025年中国自慰用品行业投资风险

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 2019-2025年中国自慰用品行业投资策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、自慰用品企业风险规避策略

第四节 自慰用品发展策略分析

一、生产企业发展策略

二、销售企业发展策略

三、国内品牌突围之路

四、自慰用品价格策略

五、自慰用品体验营销

图表目录：

图表：2016-2018年行业企业数量分析

图表：2016-2018年行业从业人员数量分析

图表：2016-2018年行业市场规模分析

图表：2016-2018年行业资产规模分析

图表：重点客户战略

图表：产业链的形成机制

图表：产业链上的价值传递

图表：2018年人口数及其构成

图表：2016-2018年城镇新增就业人数

图表：2016-2018年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2016-2018年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2016-2018年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2016-2018年中国城镇化水平

图表详见正文 (GYZQPT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/385315385315.html>