

# 2017-2022年中国成人用品 市场研究与行业前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国成人用品市场研究与行业前景预测报告》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.abaogao.com/b/baojianpin/668477E7Q7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

成人用品指的是利用一些辅助性用品,帮助成年人得到性的辅助,不仅可以增添性趣,提高性爱质量,还可以给性健康带来正面效果。例如,处于绝经期的女性可以用成人用品保持阴道弹性,避免小便失禁和其他疾病。一些医生也会给达不到高潮的女性推荐成人玩具。性健康有利于全身健康,使用成人玩具能提高身体各器官的感受,使人体对一些不适会更敏感。无论是迷人情趣制服、情趣内衣、性爱润滑辅助产品、性爱玩具,成人用品都是用来强化你性接触带来的器官感触,让两性生活更加亲密。

其中重生产轻消费是国内保守文化观念下的产物,虽然国内成人用品行业一直处在边缘市场,但是我国是全球最大的成人用品生产国,约占市场总量的60%~80%。据统计,目前国内有500多家生产企业,业务主要以OEM或ODM为主,缺乏国内自主品牌,生产商主要集中于浙江、广东两地,其中规模较大的有深圳积美、辽宁百乐和温州爱侣健康。

国内知名成人用品厂商

由于欧美成人用品市场发展更为成熟,国内成人用品制造企业的业务重点不在国内,公司产品更多的是远销海外,其中出口/内销比例基本维持在9:1左右。一方面,这说明国内90%的情趣用品实际上已经脱离了曾经的低质、低价、体验感差的状态;另一方面,这也意味着国内消费市场仅是整个国内成人用品产业的“冰山一角”。

我国情趣用品的产业生态较为简单,尚未形成集约化、规模化发展。不论是制造端还是零售端,都呈现出小散乱的格局,缺乏有强劲实力的竞争对手。即使我国是成人用品生产大国,国内成人用品制造企业的业务重点也不在国内,产品的设计更适合欧美人群,产品更多的是远销海外,其中出口/内销比例基本维持在9:1左右。

2011年~2014年,每年在淘宝全网购买成人用品的人数以超过50%的速度增长。2013年,在淘宝购买性用品的人数接近2000万,是2010年的4.6倍。淘宝网2012年的统计数据显示,情趣内衣每天卖出3万件,充气娃娃每天销售1500个。

2011~2015年淘宝网购买成人用品人数

2012年淘宝网成人用品品类销售比例

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国成人用品市场研究与行业前景预测报告》共十四章。首先介绍了成人用品相关概念及发展环境,接着分析了中国成人用品规模及消费需求,然后对中国成人用品市场运行态势进行了重点分析,最后分析了中国成人用品面临的机遇及发展前景。您若想对中国成人用品有个系统的了解或者想投资该行业,本报告将是您不可

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 全球成人用品行业发展概述 22

### 第一节 全球成人用品行业概况 22

#### 一、全球成人用品现状分析 22

#### 二、全球成人用品市场规模 23

#### 三、全球成人用品市场动态 23

### 第二节 全球性生活健康调查 23

#### 一、性生活频率 23

#### 二、性生活满意度 24

#### 三、性疾病传播比例 24

### 第三节 主要地区成人用品市场分析 25

#### 一、欧美 25

##### （一）欧美性文化现状 25

##### （二）欧美成人用品展 26

#### 二、亚洲 27

##### （一）中国成人用品市场 27

##### （二）日本成人用品市场 28

### 第四节 全球重点成人用品品牌分析 29

#### 一、美国Doc Johnson 29

#### 二、美国CEN 30

#### 三、美国Topco Sales 30

#### 四、瑞典LELO 30

#### 五、日本NPG 31

#### 六、香港净果国际 31

#### 七、德国Beate Uhse 31

## 第二章 中国成人用品市场发展背景 32

### 第一节 中国宏观经济发展概况 32

一、中国GDP增长情况分析 32

二、工业经济发展形势分析 33

三、社会固定资产投资分析 34

四、全社会消费品零售总额 35

五、城乡居民收入增长分析 36

六、居民消费价格变化分析 38

### 第二节 成人用品行业政策环境 38

一、产业政策现状分析 38

二、计划生育政策的影响 39

三、法律政策对产业影响 39

### 第三节 成人用品行业社会环境 39

一、中国人口数量规模 39

二、各年龄段男女人口情况 41

三、各地区人口婚姻状况 41

四、中国计划生育情况 43

五、各地区避孕措施情况 43

## 第三章 国人性生活及成人用品使用调查 45

### 第一节 调查对象基本情况 45

一、调查样本来源 45

二、调查者年龄分布 45

三、调查者生活地区 46

四、调查者婚姻与性伴关联情况 47

### 第二节 国人性生活情况 47

一、性伴伙伴数目调查 47

二、多人性行为情况调查 48

三、强迫性行为情况调查 48

四、对自己性生活满意度 49

五、购买性服务频率调查 49

六、购买性服务原因调查 50

### 第三节 国人性行为调查 51

一、与配偶是否同床睡觉 51

二、男女性生活频率调查 52

三、对性的认识与评价 53

四、达到性高潮的时间调查 53

五、勉强性生活情况调查 54

六、男女性爱主动差异 54

### 第四节 国人性生活满意度调查 55

一、与稳定配偶性生活满意度 55

二、性用品使用情况调查 56

三、助性药物使用情况调查 56

四、遇到性困惑寻求帮助途径 57

五、长期无性生活的接受度 57

### 第五节 国人成人用品消费情况调查 58

一、购买成人用品性别调查 58

二、购买成人用品年龄分布 58

三、购买成人用品学历背景 59

四、购买成人用品种类调查 59

## 第四章 中国成人用品行业分析&mdash;避孕套 60

### 第一节 避孕套相关概述 60

一、避孕套的品种 60

二、避孕套的材质 62

三、避孕套的安全性 62

四、男用避孕套概述 63

五、女用避孕套概述 64

### 第二节 世界避孕套市场发展情况 65

一、世界避孕套市场运行环境 65

(一) 世界避孕套发展与推广的意义 65

(二) 世界计生卫生用品政策分析 65

(三) 世界艾滋病患者规模统计 67

二、世界避孕套行业发展现状 67

- (一) 世界避孕套市场关注情况 67
- (二) 世界避孕套市场价格情况 69
- (三) 世界避孕套品牌竞争格局 69
- 三、世界主要国家避孕套市场分析 70
  - (一) 美国避孕套市场分析 70
  - (二) 韩国避孕套市场分析 70
  - (三) 泰国避孕套市场分析 71
  - (四) 日本避孕套市场分析 71
  - (五) 印度避孕套市场分析 73
- 第三节 中国避孕节育措施概述 73
  - 一、避孕工具 73
  - 二、避孕药物 74
  - 三、绝育手术 74
  - 四、皮下埋植避孕 75
  - 五、人工或药物流产 75
- 第四节 中国避孕套原料(橡胶)市场分析 75
  - 一、橡胶市场发展概述 75
  - 二、橡胶产量情况分析 76
  - 三、橡胶市场价格分析 77
  - 四、橡胶市场发展趋势 78
- 第五节 中国避孕套市场运行分析 78
  - 一、中国避孕套生产历程 78
  - 二、避孕套产量规模分析 79
  - 三、避孕套生产企业特征 80
  - 四、避孕套贴牌品牌分析 81
  - 五、避孕套营销渠道分析 81
    - (一) 免费发放 81
    - (二) 市场销售 81
    - (三) 产品出口 82
- 第六节 2011-2015年中国避孕套进出口市场分析 82
  - 一、避孕套进口分析 82
    - (一) 避孕套进口数量分析 82

- (二) 避孕套进口金额分析 82
- (三) 避孕套进口来源分析 83
- (四) 避孕套进口均价分析 84
- 二、避孕套出口分析 84
  - (一) 避孕套出口数量分析 84
  - (二) 避孕套出口金额分析 84
  - (三) 避孕套出口流向分析 85
  - (四) 避孕套出口均价分析 86
- 第七节 中国避孕套消费市场分析 86
  - 一、中国避孕套消费者收入分析 86
    - (一) 性别结构分析 86
    - (二) 年龄结构分析 86
    - (三) 收入结构分析 87
  - 二、不同客户购买相关的态度及影响分析 87
    - (一) 价格敏感程度 87
    - (二) 品牌的影响 88
    - (三) 广告的影响程度 89
    - (四) 包装的影响程度 90
- 第八节 中国避孕套行业热点探讨 91
  - 一、中国制安全套的质量问题 91
  - 二、中国安全套发展品牌问题 92
  - 三、中国安全套市场推广问题 92
  - 四、中国安全套无证上市问题 93
- 第九节 中国避孕套行业竞争格局 94
  - 一、避孕套行业竞争现状 94
  - 二、安全套消费与国外的差别 95
  - 三、国内品牌竞争竞争分析 95
- 第十节 国内市场主要避孕套品牌分析 96
  - 一、杜蕾斯 96
    - (一) 品牌发展概述 96
    - (二) 品牌竞争优势 96
    - (三) 品牌使用评价 96



## 二、杰士邦 97

(一) 品牌发展概述 97

(二) 品牌竞争优势 98

(三) 品牌使用评价 98

## 三、第六感 99

(一) 品牌发展概述 99

(二) 品牌竞争优势 99

(三) 品牌使用评价 99

## 四、冈本 99

(一) 品牌发展概述 99

(二) 品牌竞争优势 100

(三) 品牌使用评价 100

## 五、诺丝 100

(一) 品牌发展概述 100

(二) 品牌竞争优势 101

(三) 品牌使用评价 101

## 六、高邦 101

(一) 品牌发展概述 101

(二) 品牌竞争优势 101

(三) 品牌使用评价 102

## 七、双蝶 102

(一) 品牌发展概述 102

(二) 品牌竞争优势 102

(三) 品牌使用评价 103

## 八、双一 104

(一) 品牌发展概述 104

(二) 品牌竞争优势 104

(三) 品牌使用评价 104

## 九、多乐士 105

(一) 品牌发展概述 105

(二) 品牌竞争优势 105

(三) 品牌使用评价 105

## 十、倍力乐 106

(一) 品牌发展概述 106

(二) 品牌竞争优势 106

(三) 品牌使用评价 106

## 第五章 中国成人用品行业分析&mdash;避孕药 107

### 第一节 避孕药市场发展总况 107

一、避孕药发展历程分析 107

二、避孕药市场规模分析 107

三、避孕药市场竞争格局 108

四、避孕药市场发展前景 109

### 第二节 避孕药消费市场分析 109

一、消费者对避孕药的认知度 109

二、消费者对避孕药种类的选择 109

三、消费者对避孕药品牌购买排行 110

### 第三节 2011-2015年激素类避孕药进出口市场分析 110

一、2011-2015年以激素为基本成分的避孕药进口分析 111

(一) 以激素为基本成分的避孕药进口数量情况 111

(二) 以激素为基本成分的避孕药进口金额情况 111

(三) 以激素为基本成分的避孕药进口来源分析 111

(四) 以激素为基本成分的避孕药进口均价分析 112

二、2011-2015年以激素为基本成分的避孕药出口分析 113

(一) 以激素为基本成分的避孕药出口数量情况 113

(二) 以激素为基本成分的避孕药出口金额情况 113

(三) 以激素为基本成分的避孕药出口流向分析 114

(四) 以激素为基本成分的避孕药出口均价分析 115

### 第四节 2011-2015年其他化学避孕药出口分析 115

一、其他化学避孕药出口数量情况 115

二、其他化学避孕药出口金额情况 115

三、其他化学避孕药出口流向分析 116

四、其他化学避孕药出口均价分析 116

### 第五节 紧急避孕药 117

一、药物原理概述	117
二、安全性能分析	117
三、市场竞争格局	117
四、市场规模分析	117
五、重点产品分析	118
(一) 毓婷(左炔诺孕酮片)	118
(二) 保仕婷(左炔诺孕酮片)	118
(三) 安婷(左炔诺孕酮片)	119
(四) 金毓婷(左炔诺孕酮片)	119
(五) 左炔诺孕酮肠溶胶囊	119
(六) 丹媚(左炔诺孕酮肠溶片)	120
(七) 后定诺(米非司酮片)	120
第六节 短效避孕药	121
一、药物原理概述	121
二、安全性能分析	121
三、市场竞争格局	121
四、使用效果评价	122
五、重点产品分析	122
(一) 妈富隆(去氧孕烯炔雌醇片)	122
(二) 优思明(屈螺酮炔雌醇片)	122
(三) 达英-35(炔雌醇环丙孕酮片)	123
(四) 美欣乐(去氧孕烯炔雌醇片)	123
第七节 长效避孕药	123
一、药物原理概述	123
二、安全性能分析	124
三、市场竞争格局	124
四、重点产品分析	124
(一) 悦可婷(左炔诺孕酮炔雌醚片)	124
第八节 外用避孕药	125
一、药物原理概述	125
二、安全性能分析	125
三、市场竞争格局	125

#### 四、重点产品分析 126

(一) 妻之友(壬苯醇醚栓) 126

(二) 爱侣栓(壬苯醇醚栓) 126

### 第六章 中国成人用品行业分析&mdash;性保健品 127

#### 第一节 中国性保健品需求背景分析 127

##### 一、中国保健品市场发展概况 127

(一) 保健品市场现状 127

(二) 保健品市场规模 127

(三) 保健品消费特点 128

##### 二、国内性功能障碍人群分析 129

##### 三、性功能障碍形成原因分析 130

##### 四、国内性保健品消费特点 131

#### 第二节 中国性保健品行业发展概况 131

##### 一、国内性保健品行业发展现状 131

(一) 性保健品零售市场概况 131

(二) 性保健品品牌竞争格局 131

(三) 性保健品生产存在问题 131

##### 二、国内性保健品市场监管情况 132

(一) 国内市场监管现状 132

(二) 无法可依现象普遍 132

(三) 长效监管机制缺失 132

#### 第三节 中国性保健品消费市场分析 133

##### 一、性保健品购买人群分布 133

##### 二、购买人群地域分布特点 133

##### 三、性保健品购买渠道分析 133

##### 四、消费者对产品功能评价 133

#### 第四节 中国性保健品主要产品分析 134

##### 一、万艾可(西地那非) 134

##### 二、西力士(他达拉非) 134

##### 三、艾力达(伐地那非) 134

##### 四、睾根蛋白 134

## 五、速勃王 135

### 第七章 中国成人用品行业分析&mdash;情趣器具 136

#### 第一节 中国情趣器具行业发展概况 136

##### 一、情趣器具发展历程分析 136

国内情趣用品行业发展最大的“枷锁”是文化观念，行业监管从严到宽，反映出社会整体对性观念的逐步认可。不可否认的是，观念、文化认同感是该行业面临的巨大挑战。早期国内成人用品行业迟迟难以出现放量，发展缓慢也正是文化观念的束缚，这直接导致国内情趣用品发展起步晚。而随着国民文化素质的提高，国家对情趣用品行业的监管也经历了由禁止到严格管理和控制再到良性引导，可持续发展的过程，监管态度的转变间接印证了国内民众对情趣文化理性认识的回归，拉动情趣用品的消费需求。

##### 我国情趣用品行业发展路径

总的来说，随着情趣用品经过行业多年发展，市场规模已较为可观。但是纵观全球情趣用品行业，欧美市场比国内市场更具规模，仅美国市场规模就高达千亿元，而在日本情趣产业更是国民经济支柱产业之一。此外，与欧美、日本等发达国家的市场相比，现阶段该行业在国内的发展仍处于相对初始阶段，并且呈现出行业发展极为零散、产品差异化程度不明显、品类单一、中高端产品尚属空白、重生产（环节）轻消费（环节）等特征，但是较之西方开放的思想观念，国内对情趣文化还处于相对保守封闭阶段，消费者对产品接受度有待提升、对产品的认知也有待改善。

##### 当前国内情趣用品行业四大特征

##### 二、情趣器具需求特点分析 136

##### 三、情趣器具市场发展情况 137

#### 第二节 中国情趣器具行业竞争格局 137

#### 第三节 中国情趣器具消费市场分析 138

##### 一、情趣器具购买人群结构 138

##### 二、情趣器具购买渠道分析 138

##### 三、情趣器具销量排行情况 138

##### 四、情趣器具消费增长情况 139

#### 第四节 中国情趣器具主要产品分析 140

##### 一、男用器具市场分析 140

- (一) 男用器具产品系列 140
- (二) 男用器具价格情况 140
- 二、女用器具市场分析 140
  - (一) 女用器具产品系列 140
  - (二) 女用器具价格情况 141
- 三、气娃娃市场分析 141
  - (一) 充气娃娃产品类型 141
  - (二) 充气娃娃价格情况 142

## 第八章 中国成人用品行业分析&mdash;情趣内衣 143

### 第一节 情趣内衣相关概述 143

- 一、情趣内衣演变历程 143
- 二、情趣内衣类型概述 143
- 三、情趣内衣罩杯类型概述 143

### 第二节 中国情趣内衣行业现状 144

- 一、中国内衣市场发展分析 144
  - (一) 中国内衣生产情况 144
  - (二) 中国内衣市场规模 145
  - (三) 中国内衣产业格局 145
- 二、大众对情趣内衣认同度 151
- 三、情趣内衣生产情况分析 151
- 四、情趣内衣零售渠道分析 151

### 第三节 中国情趣内衣网购消费市场分析 152

- 一、情趣内衣网购人群年龄比例 152
- 二、心理因素推动情趣内衣网购市场的发展 152
- 三、情趣内衣网购价格区间分析 152
- 四、情趣内衣网购消费情况分析 153
  - (一) 丈夫买、妻子用 153
  - (二) 70、80后夫妻是消费主力 153
  - (三) 学历越高，性要求越高 153
  - (四) 对成人类消费更加开放理性 153
  - (五) 不担心隐私问题 153

(六) 最注重健康，逐渐信任品牌 154

第四节 情趣内衣营销策略分析 154

一、价格策略分析 154

二、品牌策略分析 154

三、渠道策略分析 155

四、推广策略分析 156

五、情趣内衣体验营销 156

第五节 中国情趣内衣主要品牌分析 157

一、欧姿丽雅 157

二、苏泽尔 157

三、夜火 158

四、正丽 159

五、以比赞 159

六、欣姿 160

七、金梦蝶 160

八、三凯维诗 160

九、La SENZA 娜圣莎 161

十、magicgirl 162

十一、佳丽缘 162

十二、兔女郎 162

十三、凯蒂妮 163

十四、原紫 163

十五、妙兰雪 164

十六、黛丽芬 164

十七、尤尤yoyo 164

十八、耶妮娅 165

十九、月城芭黎 165

二十、美媚之恋 167

第九章 中国成人用品行业线下零售渠道 168

第一节 成人用品线下主要零售渠道 168

一、实体店 168

二、药店 168

三、商超 168

四、酒店 168

第二节 成人用品批发市场 168

一、广东成人用品批发市场 168

二、北京成人用品批发市场 169

三、上海成人用品批发市场 169

四、天津成人用品批发市场 169

五、浙江成人用品批发市场 170

六、湖南成人用品批发市场 170

七、河北成人用品批发市场 170

八、山东成人用品批发市场 171

第三节 成人用品店 171

一、成人用品店发展现状 171

二、成人用品店法律管制 171

三、成人用品店投资分析 172

(一) 规划选址策略 172

(二) 投资成本分析 172

(三) 投资收益分析 172

第十章 中国成人用品电子商务模式 173

第一节 中国电子商务行业发展分析 173

一、中国电子商务行业概述 173

(一) 中国电子商务发展阶段 173

(二) 中国电子商务发展概况 175

(三) 电子商务的产业链分析 177

(四) 电子商务盈利模式分析 178

二、中国电商市场规模分析 179

(一) 电子商务网站规模 179

(二) 电子商务用户规模 179

(三) 电子商务交易规模 180

(四) 网络购物交易规模 181



第二节 成人用品发展电商优势分析	181
一、行业特点决定电商优势	181
二、前期投入成本优势	182
三、供应链体系建设优势	182
四、零售运营经验优势	183
第三节 成人用品企业电商流程管理	183
一、网站运营流程管理	183
二、网络销售流程管理	184
三、产品发货流程管理	185
四、采购管理流程管理	186
五、订单销售流程管理	187
六、库房操作流程管理	189
第四节 成人用品企业电商网站建设分析	190
一、服装电商网站建设流程	190
(一) 域名的申请	190
(二) 网站运行模式选择	191
(三) 网站开发规划	192
(四) 网站需求规划	193
二、网站系统功能说明	194
三、网站建设工具及技术	194
四、网站安全措施维护	195
五、网站后台管理系统	195
第五节 主要成人用品电商网站运营分析	196
一、爱源连锁	196
(一) 爱源基本情况	196
(二) 爱源发展历程	196
(三) 品牌合作分析	198
(四) 运营模式分析	199
(五) 加盟模式分析	199
(六) 加盟优势分析	200
(七) 发展前景分析	201
二、桔色	201

- (一) 网站基本情况 201
- (二) 网站经营分析 202
- (三) 产品服务特色 202
- (四) 网站竞争优势 202

### 三、爱之谷 202

- (一) 网站基本情况 202
- (二) 网站经营分析 203
- (三) 产品服务特色 203
- (四) 网站竞争优势 203

### 四、七彩谷 204

- (一) 网站基本情况 204
- (二) 网站经营分析 204
- (三) 产品服务特色 204
- (四) 网站竞争优势 205

### 五、春水堂 206

- (一) 网站基本情况 206
- (二) 网站经营分析 206
- (三) 产品服务特色 207
- (四) 春水堂发展历程 208

## 第十一章 国内外成人用品展览会分析 210

### 第一节 成人用品展览会发展概况 210

#### 一、成人用品展会市场现状 210

#### 二、成人用品展会营销分析 211

- (一) 目标市场定位 211
- (二) 商品营销策略 211

### 第二节 2013年成人用品展览会详细情况 212

#### 一、2013第三届成都性福文化节 212

- (一) 展会基本信息 212
- (二) 展会日程安排 212
- (三) 展品内容范围 212
- (四) 展会特色分析 213

## 二、2013香港亚洲成人博览会 214

(一) 展会基本信息 214

(二) 展会日程安排 214

(三) 展会特色分析 214

## 三、2013合肥首届美丽性福博览会 214

(一) 展会基本信息 214

(二) 展会日程安排 215

(三) 展品内容范围 215

(四) 展会特色分析 216

## 四、第十七届德国柏林维纳斯成人用品展览会 216

(一) 展会基本信息 216

(二) 展会日程安排 216

(三) 展品内容范围 216

(四) 展会特色分析 217

## 五、2013武汉成人展 217

(一) 展会基本信息 217

(二) 展会日程安排 217

(三) 展品内容范围 217

(四) 展会特色分析 218

## 六、2013济南性博会 219

(一) 展会基本信息 219

(二) 展会日程安排 219

(三) 展品内容范围 219

(四) 展会特色分析 220

## 七、2013上海健康美丽产业博览会 220

(一) 展会基本信息 220

(二) 展会日程安排 220

(三) 展品内容范围 221

(四) 展会特色分析 221

## 八、2013澳门亚洲成人展 222

(一) 展会基本信息 222

(二) 展会日程安排 222

### (三) 展会特色分析 222

## 第十二章 中国成人用品行业营销策略 223

### 第一节 成人用品行业营销发展趋势 223

一、 战略营销 223

二、 精确营销 223

三、 体验营销 223

四、 服务营销 224

五、 网络营销 224

六、 和谐营销 224

### 第二节 成人用品行业营销策略分析 224

一、 产品开发与定位策略 224

二、 定价目标与价格策略 230

三、 渠道建设与管理策略 235

四、 企业品牌策略及运作 236

五、 公共关系与推广策略 242

六、 企业营销服务策略分析 245

### 第三节 成人用品企业竞争策略分析 248

一、 坚守核心主业 248

二、 构建优质渠道 248

三、 整合优质资源 249

四、 提升经营能力 249

五、 树立品牌形象 250

六、 调整市场策略 252

## 第十三章 中国成人用品典型企业分析 254

### 第一节 香港兆邦洋行 (NMC) 254

一、 企业基本情况 254

二、 主要生产材质 254

三、 产品品牌种类 255

四、 产品销售渠道 255

五、 企业发展优势 255

## 第二节 爱侣健康科技有限公司 255

### 一、企业基本情况 255

### 二、企业经营分析 255

### 三、产品品牌种类 256

### 四、产品销售渠道 257

### 五、企业产品优势 257

## 第三节 深圳市积之美健康用品连锁有限公司 258

### 一、企业基本情况 258

### 二、企业经营实力 258

### 三、企业主要产品 258

### 四、产品销售渠道 258

### 五、产品优势分析 259

## 第四节 深圳市夏奇实业有限公司 259

### 一、企业基本情况 259

### 二、企业经营分析 259

### 三、主要经营产品 260

### 四、产品销售渠道 261

### 五、企业发展优势 261

## 第五节 辽阳百乐保健品有限公司 261

### 一、企业基本情况 261

### 二、企业经营分析 261

### 三、产品品牌种类 262

### 四、产品销售渠道 262

### 五、企业发展战略 263

## 第六节 广州正丽情趣服饰有限公司 263

### 一、企业基本情况 263

### 二、企业加盟条件 264

### 三、主要产品种类 265

### 四、产品销售渠道 265

### 五、企业发展优势 265

## 第八节 大连乳胶有限责任公司 266

### 一、企业基本情况 266

- 二、企业经营分析 266
- 三、主要产品种类 267
- 四、企业设备能力 267
- 第九节 桂林紫竹乳胶制品有限公司 268
  - 一、企业基本情况 268
  - 二、企业组织架构 268
  - 三、企业经营分析 269
  - 四、产品品牌种类 270
  - 五、企业发展战略 270
- 第十节 沈阳天地乳胶有限公司 270
  - 一、企业基本情况 270
  - 二、企业产品种类 271
  - 三、产品销售渠道 271
- 第十一节 青岛伦敦杜蕾斯有限公司 271
  - 一、企业基本情况 271
  - 二、企业经营分析 272
  - 三、产品种类介绍 272
  - 四、产品销售渠道 273
  - 五、产品优势分析 274
- 第十二节 武汉杰士邦卫生用品咸宁分公司 275
  - 一、企业基本情况 275
  - 二、企业经营分析 275
  - 三、主要产品种类 275
  - 四、产品销售渠道 276
  - 五、企业发展优势 277
- 第十三节 湛江市汇通药业有限公司 277
  - 一、企业基本情况 277
  - 二、企业经营分析 278
  - 三、主要产品种类 278
  - 四、产品销售渠道 279
  - 五、企业发展规模 279
- 第十四节 温州市亚当夏娃保健品公司 280

- 一、企业基本情况 280
- 二、加盟条件程序 280
- 三、主要产品种类 281
- 四、产品销售渠道 281
- 五、企业发展战略 282
- 第十五节 北京欢喜堂科技有限公司 282
  - 一、企业基本情况 282
  - 二、主要产品种类 282
  - 三、产品销售渠道 282
  - 四、企业发展优势 283
- 第十六节 上海金香乳胶制品有限公司 283
  - 一、企业基本情况 283
  - 二、企业组织架构 283
  - 三、企业经营分析 284
  - 四、主要产品种类 284
  - 五、企业发展战略 285
- 第十七节 青岛双蝶集团股份有限公司 285
  - 一、企业基本情况 285
  - 二、企业经营分析 285
  - 三、产品品牌种类 286
  - 四、产品销售渠道 286
  - 五、企业生产实力 287
- 第十八节 天津中生乳胶有限公司 287
  - 一、企业基本情况 287
  - 二、企业资质认证 288
  - 三、企业经营分析 288
  - 四、产品品牌种类 289
  - 五、产品销售渠道 289
- 第十九节 河北安琪胶业有限公司 290
  - 一、企业基本情况 290
  - 二、企业经营分析 290
  - 三、产品品牌种类 291

#### 四、产品销售渠道 291

#### 第二十章 河北双健乳胶制品有限公司 291

##### 一、企业基本情况 291

##### 二、企业经营分析 291

##### 三、主要产品品种 292

#### 第二十一章 河北同乐乳胶制品有限公司 292

##### 一、企业基本情况 292

##### 二、企业经营分析 293

##### 三、产品品牌种类 293

### 第十四章 2017-2022年中国成人用品行业投资分析 295 (ZY ZM)

#### 第一节 2017-2022年中国成人用品行业投资前景 295

##### 一、成人用品发展趋势分析 295

##### 二、成人用品需求前景分析 295

##### 三、成人用品市场规模预测 296

#### 第二节 2017-2022年中国成人用品行业投资风险 296

##### 一、市场的不确定性风险 296

##### 二、技术发展的不确定性风险 296

##### 三、政策风险分析 297

#### 第三节 2017-2022年中国成人用品行业投资策略 297

##### 一、把握国家投资的契机 297

##### 二、竞争性战略联盟的实施 297

##### 三、成人用品企业风险规避策略 298

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/668477E7Q7.html>