

2026-2031年中国成人用品行业深度分析及投资前景预测报告

报告简介

成人用品是专为成年人设计的、旨在满足性健康需求及提升性体验的商品总称，其范畴涵盖生理辅助、心理满足与关系增进三大维度。从功能角度，可分为性刺激工具(如震动棒、仿真器具)、性健康辅助品(如润滑剂、延时喷雾)、安全防护用品(如安全套、指套)及特殊需求产品(如SM道具、定制化器具);从使用场景看，既包含个人私密使用场景，也涉及伴侣互动场景。这类产品通常采用医用级硅胶、TPE等安全材质，需符合人体工学设计以降低使用风险。随着性健康观念的普及，其定义已从传统“情趣玩具”扩展至包含性教育工具、康复辅助设备等多元化形态，成为现代人探索性愉悦、维护亲密关系及解决性功能障碍的重要辅助手段，但需严格区分于医疗产品，避免功效夸大宣传。

成人用品行业研究报告旨在从国家经济和产业发展的战略入手，分析成人用品未来的政策走向和监管体制的发展趋势，挖掘成人用品行业的市场潜力，基于重点细分市场领域的深度研究，提供对产业规模、产业结构、区域结构、市场竞争、产业盈利水平等多个角度市场变化的生动描绘，清晰发展方向。预测未来成人用品业务的市场前景，以帮助客户拨开政策迷雾，寻找成人用品行业的投资商机。报告在大量的分析、预测的基础上，研究了成人用品行业今后的发展与投资策略，为成人用品企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料，结合中道泰和公司对成人用品相关企业和科研单位等的实地调查，对国内外成人用品行业的供给与需求状况、相关行业的发展状况、市场消费变化等进行了分析。重点研究了主要成人用品品牌的发展状况，以及未来中国成人用品行业将面临的机遇以及企业的应对

策略。报告还分析了成人用品市场的竞争格局，行业的发展动向，并对行业相关政策进行了介绍和政策趋向研判，是成人用品生产企业、科研单位、零售企业等单位准确了解目前成人用品行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。 本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 行业概述与政策环境

第一节 行业定义及分类

- 一、成人用品行业核心定义
- 二、主要产品分类(情趣玩具、计生用品、性健康用品等)
- 三、行业产业链结构(原材料供应、生产制造、分销渠道、终端消费)

第二节 政策环境与监管框架

- 一、2023-2025年国家政策演变分析
 - (一)《健康中国行动促进性健康指导意见》对行业的影响
 - (二)《成人用品行业质量安全标准》实施效果评估
 - (三)医疗器械类监管标准调整对计生用品的约束
- 二、2026-2031年政策趋势预测
 - (一)跨境电商政策对出口市场的支持方向
 - (二)数据隐私保护法规对智能设备研发的合规要求
 - (三)环保材料应用补贴政策预期

第三节 社会观念变迁与消费驱动

- 一、2023-2025年性健康意识提升数据
 - (一)心理咨询中涉及性功能障碍的比例变化
 - (二)社交媒体性教育内容传播量增长

二、2026-2031年消费观念开放度预测

- (一)z世代对成人用品接受度的代际差异
- (二)女性消费者占比提升对产品设计的驱动

第二章 市场规模与增长动力

第一节 历史数据回顾(2023-2025年)

- 一、2023-2025年市场规模及增长率
- 二、区域市场差异分析
 - (一)长三角、珠三角地区消费占比
 - (二)三线及以下城市增速对比

第二节 未来五年增长预测(2026-2031年)

- 一、市场规模预测模型构建
 - (一)基于消费群体代际更迭的预测
 - (二)基于技术渗透率提升的预测

二、分品类增长预测

第三节 核心增长驱动因素

- 一、人口结构变化
 - (一)老龄化趋势对老年性健康产品的需求
 - (二)单身人口增加对情趣用品的拉动
- 二、消费升级与技术迭代
 - (一)人均可支配收入提升对高端产品的支撑
 - (二)物联网、ai技术对产品体验的升级

第三章 细分市场深度剖析

第一节 情趣玩具市场

一、2023-2025年市场现状

- (一)产品功能创新(震动模式、远程互动)
- (二)材质升级(医疗级硅胶、抗菌材料)

二、2026-2031年发展趋势

- (一)智能化渗透率提升目标
- (二)ip联名产品市场份额预测

第二节 计生用品市场

一、2023-2025年市场现状

- (一)避孕套产品差异化(超薄型、持久型)
- (二)私密护理液市场规模增长

二、2026-2031年发展趋势

- (一)医疗级计生用品审批加速预期
- (二)功能附加型产品占比提升

第三节 性健康用品市场

一、2023-2025年市场现状

- (一)盆底肌修复器械销售数据
- (二)助勃产品功效认证进展

二、2026-2031年发展趋势

- (一)与医疗健康机构的合作模式
- (二)家庭健康监测设备融合方向

第四章 消费者行为与需求洞察

第一节 消费者画像与分层需求

一、年龄结构分层

(一)z世代(1995-2009年出生)消费特征

(二)中年群体(40-60岁)需求升级

二、性别差异分析

(一)女性消费者对产品设计的偏好

(二)男性消费者对功能性的关注

第二节 消费决策链路关键因子

一、隐私性设计对购买转化率的影响

二、社交媒体口碑传播机制

(一)kol推荐对品牌认知的提升效果

(二)用户评价对复购率的贡献

第三节 需求演变路径预测

一、2026-2031年个性化需求趋势

(一)定制化产品市场规模预测

(二)基于生物数据的智能适配需求

二、健康与安全需求升级

(一)环保材料认证产品占比目标

(二)医疗级产品消费意愿调查

第五章 技术创新与产业升级

第一节 智能化技术应用

一、ai与生物传感技术进展

(一)实时健康数据监测功能普及率

(二)ai性健康咨询专利数量增长

二、物联网技术融合

(一)远程互动设备连接数预测

(二)app控制功能用户渗透率

第二节 新材料与生产工艺

一、环保材料研发突破

(一)可降解硅胶制品采购比例

(二)抗菌材料应用覆盖面

二、智能制造升级

(一)柔性传感材料对产品安全率的提升

(二)ai驱动智能仓储系统效率

第三节 数据驱动运营能力

一、用户行为大数据应用

(一)精准营销模型构建

(二)需求预测准确率提升

二、区块链技术溯源体系

(一)产品防伪溯源覆盖率目标

(二)供应链透明度提升效果

第六章 竞争格局与标杆企业分析

第一节 行业集中度与竞争壁垒

一、2023-2025年市场集中度变化

二、2026-2031年竞争格局预测

(一)头部企业全产业链整合趋势

(二)新兴品牌差异化竞争策略

第二节 标杆企业战略解析

一、春水堂智能科技股份有限公司

- 1、公司发展概况
- 2、市场定位情况
- 3、公司竞争优劣势分析
- 4、企业主要产品分析
- 5、企业经营状况分析

二、厦门海豹他趣信息技术股份有限公司

- 1、公司发展概况
- 2、市场定位情况
- 3、公司竞争优劣势分析
- 4、企业主要产品分析
- 5、企业经营状况分析

三、谜姬生物科技股份有限公司

- 1、公司发展概况
- 2、市场定位情况
- 3、公司竞争优劣势分析
- 4、企业主要产品分析
- 5、企业经营状况分析

四、杜蕾斯(中国)健康用品有限公司

- 1、公司发展概况
- 2、市场定位情况
- 3、公司竞争优势劣势分析
- 4、企业主要产品分析
- 5、企业经营状况分析

五、雅心(上海)商贸有限公司

- 1、公司发展概况
- 2、市场定位情况
- 3、公司竞争优势劣势分析
- 4、企业主要产品分析
- 5、企业经营状况分析

六、爱侣健康科技股份有限公司

- 1、公司发展概况
- 2、市场定位情况
- 3、公司竞争优势劣势分析
- 4、企业主要产品分析
- 5、企业经营状况分析

七、上海海醉清风健康科技股份有限公司

- 1、公司发展概况
- 2、市场定位情况
- 3、公司竞争优势劣势分析

4、企业主要产品分析

5、企业经营状况分析

八、大象安全套(北京)科技有限公司

1、公司发展概况

2、市场定位情况

3、公司竞争优势分析

4、企业主要产品分析

5、企业经营状况分析

第七章 渠道变革与全场景覆盖

第一节 线上渠道主导地位巩固

一、电商平台格局演变

(一)天猫、京东专营店数量增长

(二)独立站模式销售额占比

二、直播电商与私域流量

(一)抖音直播gmv占比变化

(二)私域复购率提升路径

第二节 线下渠道创新与融合

一、无人零售模式扩张

(一)24小时智能售货柜点位密度

(二)cbd及大学城覆盖率目标

二、体验店模式探索

(一)旗舰店坪效对比美妆集合店

(二)线下试用-线上购买转化率

第三节 全球化渠道布局

一、出口市场结构分析

(一)东南亚市场份额提升路径

(二)欧美市场本土化运营挑战

二、跨境电商平台助力

(一)速卖通情趣用品类目增速

(二)海外仓建设对物流时效的改善

第八章 投资价值与风险预警

第一节 高潜力投资赛道识别

一、智能技术创新领域

(一)ai性健康咨询平台估值

(二)生物反馈系统研发企业融资规模

二、柔性供应链服务领域

(一)定制化生产服务商市场份额

(二)动态库存管理系统供应商需求

第二节 投资风险与应对策略

一、政策监管风险

(一)医疗器械审批延迟对产品上市的影响

(二)广告宣传合规成本上升

二、市场竞争风险

(一)新兴品牌价格战对利润率的挤压

(二)国际品牌国产替代压力

三、技术迭代风险

(一)研发投入不足导致的产品落后

(二)技术伦理争议对品牌形象的损害

第三节 投资回报周期测算

一、智能硬件产品投资模型

(一)研发周期与市场导入期分析

(二)规模化生产后的成本下降曲线

二、渠道拓展投资模型

(一)线下体验店投资回收期预测

(二)跨境电商团队建设成本分摊

第九章 可持续发展与社会责任

第一节 绿色技术解决方案

一、生物基材料应用前景

(一)可降解包装材料采购比例目标

(二)环保材料认证对消费者决策的影响

二、循环经济模式构建

(一)产品回收体系设计

(二)再生材料利用效率提升

第二节 企业社会责任实践

一、性健康教育普及

(一)品牌联合公益机构开展讲座数量

(二)线上科普内容传播量增长

二、隐私数据保护

(一)用户信息加密技术应用

(二)数据泄露应急响应机制

第十章 未来趋势与战略建议

第一节 行业未来五年趋势总结

一、产品智能化与医疗健康深度融合

(一)2026年带健康监测模块产品占比目标

(二)与医疗机构合作开发跨界产品

二、渠道下沉与精准营销并重

(一)低线城市消费占比提升预测

(二)大数据驱动的需求预测准确率

第二节 企业战略落地路径设计

一、技术创新战略

(一)ai研发团队建设投入比例

(二)专利布局数量年度目标

二、品牌建设战略

(一)品牌价值观传播活动频次

(二)用户忠诚度提升计划

第三节 国际化战略规划

一、目标市场选择

(一)东南亚市场本土化产品适配

(二)欧美市场高端定位策略

二、跨境合作模式

(一)与国际品牌技术合作案例

(二)海外并购目标企业筛选标准

图表目录

图表：2023-2025年细分品类市场规模占比

图表：2023-2025年隐私包装产品销量占比

图表：2023-2025年中国成人用品行业市场规模及增长率

图表：2026-2031年情趣玩具市场规模预测

图表：2026-2031年智能硬件产品市场规模预测

图表：2026-2031年性健康用品市场规模预测

图表：2026-2031年中国成人用品行业市场规模预测

图表：2023-2025年细分品类渗透率变化趋势

图表：2026-2031年区域市场消费占比预测

图表：2023-2025年消费者年龄结构分布

图表：2026-2031年消费者性别占比预测

图表：2023-2025年线上渠道销售占比变化

图表：2026-2031年线下渠道模式创新占比预测

图表：2023-2025年智能硬件产品渗透率

图表：2026-2031年环保材料应用比例预测

图表：2023-2025年行业cr5市场份额

图表：2026-2031年头部企业市场份额预测

- 图表：2023-2025年隐私包装产品销量占比
- 图表：2026-2031年定制化产品市场规模预测
- 图表：2023-2025年ai性健康咨询专利数量
- 图表：2026-2031年远程互动设备连接数预测
- 图表：2023-2025年可降解硅胶制品采购比例
- 图表：2026-2031年抗菌材料应用覆盖面
- 图表：2023-2025年柔性传感材料产品安全率
- 图表：2026-2031年需求预测准确率提升目标
- 图表：2023-2025年区块链溯源覆盖率
- 图表：2026-2031年供应链透明度提升效果
- 图表：2023-2025年天猫、京东专营店数量
- 图表：2026-2031年独立站模式销售额占比预测
- 图表：2023-2025年抖音直播gmv占比
- 图表：2026-2031年私域复购率提升目标
- 图表：2023-2025年24小时智能售货柜点位密度
- 图表：2026-2031年cbd及大学城覆盖率目标
- 图表：2023-2025年东南亚市场份额变化
- 图表：2026-2031年欧美市场本土化运营挑战
- 图表：2023-2025年速卖通情趣用品类目增速
- 图表：2026-2031年海外仓建设对物流时效的改善预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号 : 4064326

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20251209/4064326.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)