



2026年全球成人用品 及女性情趣消费新生态 洞察白皮书：悦己无界， 向阳而生-天猫健康

报告解读

2026 年全球成人用品及女性情趣消费新生态洞察白皮书：悦己无界，向阳而生-天猫健康

- 一、研究背景评估
- 二、范围与边界确认
- 三、核心摘要提炼
- 四、关键数据抓取与呈现
- 五、风险与机遇诊断

一、研究背景评估

项目	说明
研究机构	弗若斯特沙利文 (Frost & Sullivan) 联合 天猫健康 、 大人糖 共同发布。沙利文是全球知名的企业增长咨询公司, 在行业研究领域具有深厚积累; 天猫健康是阿里巴巴旗下健康消费平台, 拥有真实消费数据; 大人糖是女性情趣用品赛道头部品牌。
权威性说明	<ol style="list-style-type: none">沙利文专业背书: 沙利文是全球咨询行业领先机构, 长期为企业和投资者提供市场研究, 其报告在投融资领域具有较高公信力。天猫健康数据支持: 依托阿里生态的真实消费数据, 使报告具备一线市场洞察力。大人糖产业实践: 作为行业头部品牌, 大人糖提供了品牌运营、消费者洞察等一线经验。数据多元: 整合国家统计局、WorldBank、企业官网、消费者调研 (样本量 N=1311) 等多源数据。
样本数量	消费者调研样本量 N=1311 , 覆盖不同性别、年龄、城市线级、婚育状况 (Page 67); 另引用行业投融资数据、政策文件等。
研究时间范围	报告发布于 2026 年, 数据覆盖 2015-2025 年历史数据及 2026-2030 年预测, 时效性强 , 反映最新行业动态。
报告性质	行业白皮书, 兼具市场规模、消费者洞察、政策分析、企业案例等多维度内容。

二、范围与边界确认

研究维度	具体范围
细分行业	成人用品行业三大核心板块： 1. 情趣用品 （情趣玩具、情趣食品/化妆品/服饰/道具等） 2. 计生及护理用品 （避孕套、润滑液、私处护理、生殖健康监测等） 3. 女性情趣用品 （女性情趣玩具、女性健康护理用品）
地域市场	全球市场，重点分析 北美、欧洲、亚太 三大区域，并深入剖析 中国 市场的发展现状、消费者特征与竞争格局。
用户群体	成人用品消费者，重点聚焦 女性群体 ，细分年龄、收入、婚恋状态、城市线级等多维度画像。

三、核心摘要提炼

序号	核心观点与关键结论
1	行业从“隐秘刚需”向“悦己消费”转型 ：社会观念开放、性教育普及、渠道迭代共同推动成人用品去污名化，成为健康生活方式和亲密关系载体。
2	中国市场成为全球增长核心引擎 ：依托完整供应链、庞大消费群体和电商渗透率，中国成人用品市场增速全球领先，并带动亚太市场快速崛起。

序号	核心观点与关键结论
3	女性情趣消费崛起，主导行业升级： 女性对自我关怀、情绪价值和亲密关系质量的重视，推动产品从功能满足向“身心兼顾”升级，本土头部品牌（如大人糖）以“阳光化、健康化”构建信任，引领行业规范化。
4	智能科技重构产品体验： APP 远程控制、AI 算法、生物传感、环保材料等技术加速渗透，产品从单一硬件升级为“软硬件协同”的互动体验，唤醒真实亲密关系渴求。
5	政策规范与标准完善推动行业合规化： 国内政策“规范与发展并重”，国际标准（如 ISO、REACH、CE）抬升准入门槛，加速尾部品牌出清，行业集中度提升。

表格总结核心结论

维度	核心发现	趋势判断
行业转型	从隐秘刚需→悦己消费/健康消费	阳光化、品牌化
市场格局	中国增速全球领先，亚太崛起	全球增长核心引擎
消费主力	女性主导，26-40 岁中产为核心	悦己+伴侣互动双驱动
产品升级	智能科技、环保材料、人性化设计	从功能→体验→情感
政策环境	国内规范+国际标准抬升门槛	集中度提升，合规为王

四、关键数据抓取与呈现

序号	关键数据	数据含义	数据来源
1	70%	中国承担全球成人用品产能占比	数据来源：沙利文分析
2	18 亿人民币	大人糖 A 轮融资后估值	数据来源：IT 桔子，沙利文分析
3	65%	2025 年中国育龄女性避孕方法普及率	数据来源：UNFPA，沙利文分析
4	55%	2024 年避孕套线上销售占比	数据来源：各企业官网，沙利文分
5	超 80%	与伴侣商量共同决策购买女性情趣玩具的消费者占比	数据来源：沙利文分析
6	45.5%	女性情趣玩具消费者中“自我关怀”作为首要动机的占比	数据来源：沙利文分析
7	28 家	截至 2026 年 2 月，大人糖在全国开设的线下门店数量	数据来源：大人糖官网，沙利文分析

五、风险与机遇诊断

类型	具体内容
主要挑战与 风险	<ol style="list-style-type: none"> 1. 社会认知与文化约束：部分地区及人群中，情趣用品仍具敏感属性，线下渠道布局和品牌公开传播面临心理与文化层面约束 (Page 28) 。 2. 质量标准参差不齐：低价低质产品仍占一定比例，影响行业整体信任度，制约高品质品牌溢价 (Page 28)。 3. 营销与渠道规则限制：主流电商及内容平台对情趣用品广告投放、内容呈现有严格限制，获客成本高、效率受限 (Page 28) 。 4. 上游高端材料依赖进口：高端硅胶等材料国产化不足，限制产品创新与品牌高端化进程 (Page 20) 。 5. 国际合规门槛抬升：欧盟 GPSR、REACH 等法规要求“数字护照”、全套检测报告，增加企业出口成本 (Page 29) 。 6. 低频消费特征：女性情趣玩具年消费频次偏低，市场仍处普及阶段，复购提升空间大但需培育 (Page 62)。
潜在增长机会	<ol style="list-style-type: none"> 1. 女性悦己消费崛起：自我关怀 (45.5%)、缓解焦虑 (30.8%) 成为核心动机，情绪价值赛道潜力巨大 (Page 51, 63) 。 2. 智能科技深度融合：AI 算法、生物传感、远程互动等技术加速渗透，APP 控制产品成为标配，可穿戴设备、情感交互等方向值得布局 (Page 60) 。 3. 线下阳光化渠道拓展：大人糖 28 家线下门店已验证“场景化+信任场域”模式，可复制至更多核心商圈 (Page 65) 。 4. 私密健康护理升级：经期、产后、更年期等精细化需求增长，抑菌护理、产后修复、抗衰舒缓等产品空间大 (Page 60) 。 5. 伴侣互动场景深化：超 80% 消费者与伴侣共同决策，情侣款、互动式产品需求旺盛 (Page 62) 。 6. 环保材料差异化竞争：生物降解材料、海洋回收塑料等环保创新可构建品牌壁垒 (Page 58) 。

类型	具体内容
	<p>7. 内容科普与社群运营：消费者对“更专业的女性友好科普”期待高（44.4%），内容驱动转化已成主流（Page 51）。</p> <p>8. 政策规范利好头部品牌：行业标准趋严加速尾部出清，头部品牌凭借合规优势可提升集中度（Page 21, 29）。</p>