

2025 杰士邦 女性健康白皮书



天猫健康



天猫新品创新中心

intuivia



研究方法论

01

定量问卷数据

问卷投放渠道：TMIC天猫创新中心

样本量：N=1,000

样本条件：

- 18-35岁女性
- 过去1年内购买/加购过两性健康品类
(含避孕套/安全套、润滑剂/润滑液/润滑油、情趣用品及私处洗液)的消费者
- 两性健康品类的购买决策/参与决策者

02

桌面调研/ 公开数据整理

03

社媒数据



04

电商评论数据



目录

CONTENTS

01

女性两性健康态度/观念洞察

02

女性对两性健康的关注度和
主要关注方向

03

女性两性健康人群细分

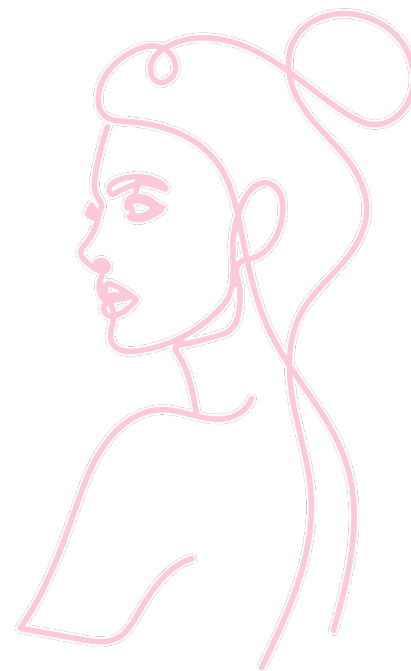
04

女性两性健康态度/观念洞察

05

女性两性健康态度/观念洞察

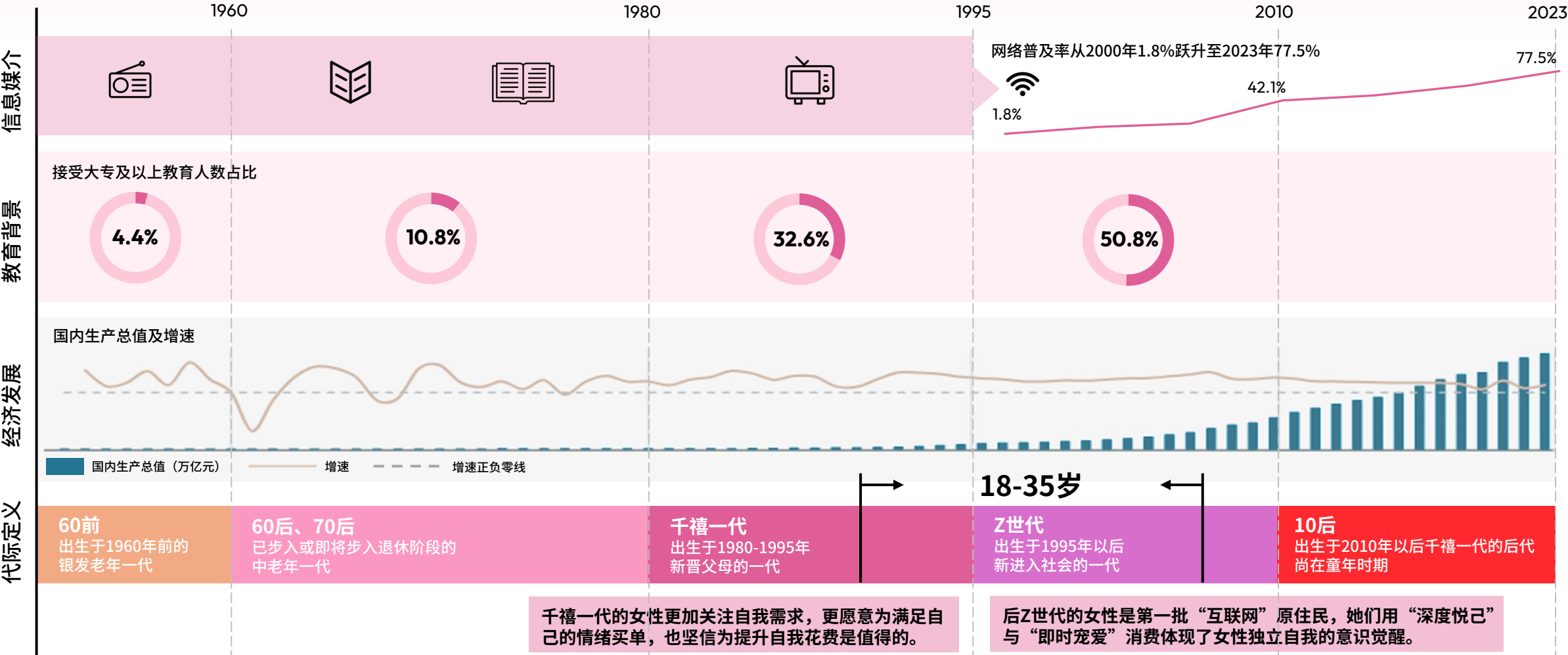
- 避孕套
- 润滑液
- 情趣用品
- 私护洗液
- HPV产品



女性两性 健康态度/观念洞察

01

随着教育程度和经济实力的提升，女性已经成为社会的中流砥柱，也更加关注自我悦纳，透过消费为自我满足买单。

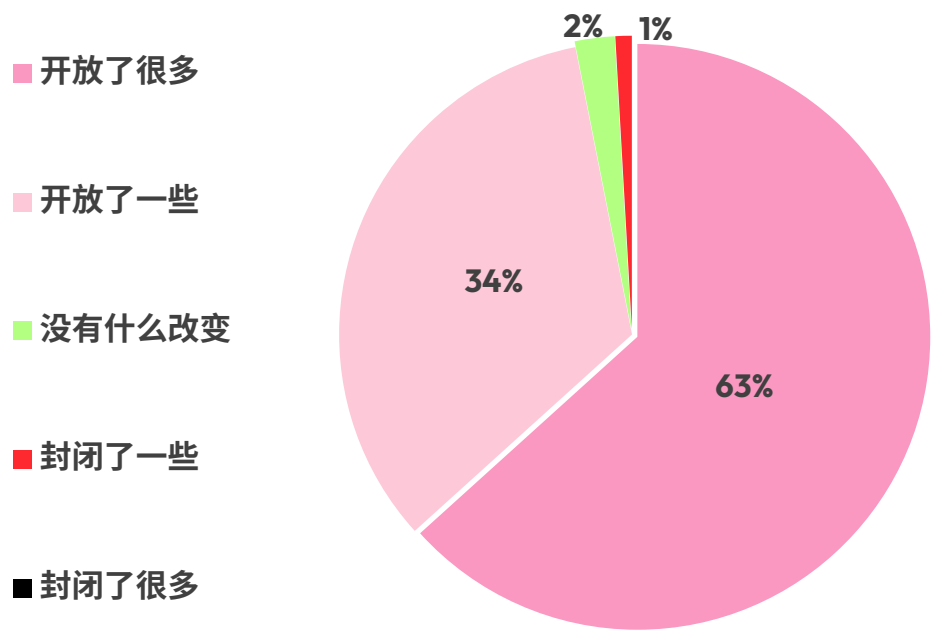


数据来源：仲量联行x21世纪经济研究院《女性消费力洞察报告2024》



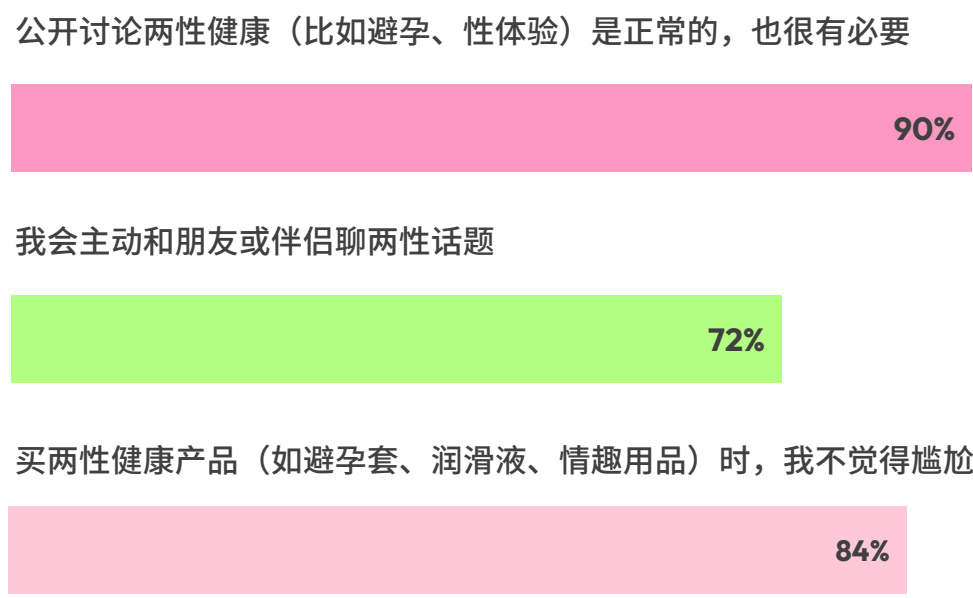
97%的女性觉得过去10年社会对两性健康的讨论开放了一些或很多，90%的女性觉得公开讨论两性健康（比如避孕、性体验）是正常的，也很有必要，72%的女性会主动和朋友或伴侣聊两性话题，84%的女性买两性健康产品（比如避孕套、润滑液、情趣用品）时，不会觉得尴尬。

你觉得，过去10年，社会对两性健康的讨论开放程度…



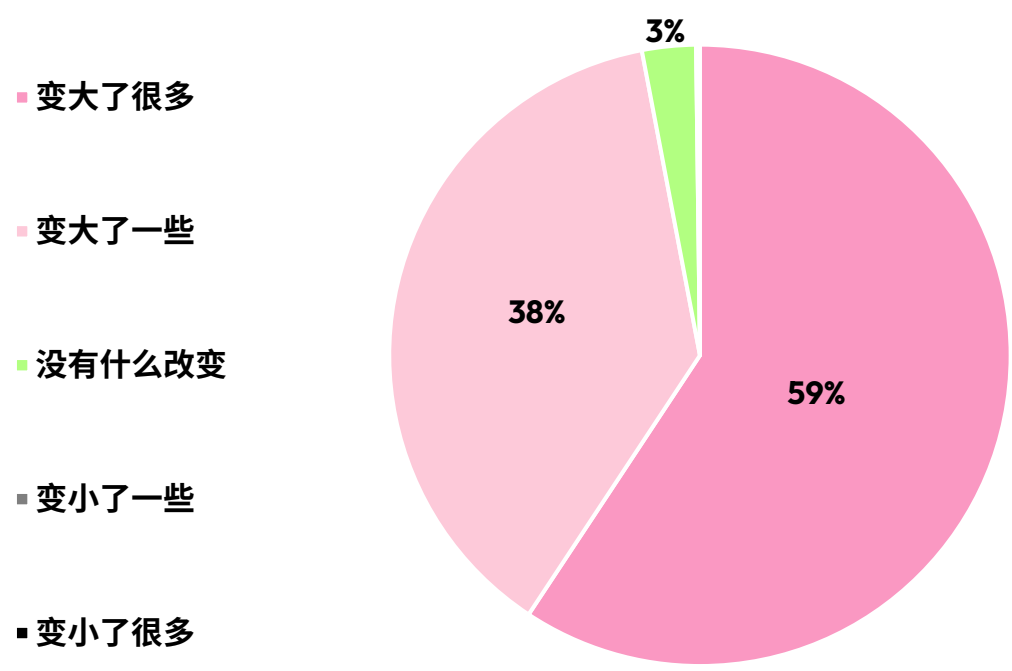
对下面有关两性健康的句子，你的同意程度是？

*以下数据表示完全同意+比较同意的比例



87%的女性觉得在两性健康生活中的话语权变大了一些或很多。96%的女性同意自己有权决定是否发生性行为以及性行为的方式和节奏，91%的女性同意自己能自然地向伴侣提出我在性生活中的需求或不满

你觉得，女性在两性健康生活中的话语权有什么变化吗…



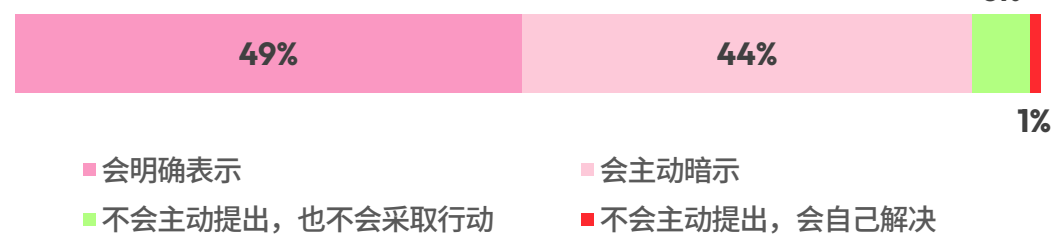
对下面有关两性健康的句子，你的同意程度是？

*以下数据表示完全同意+比较同意的比例

我有权决定是否发生性行为以及性行为的方式和节奏

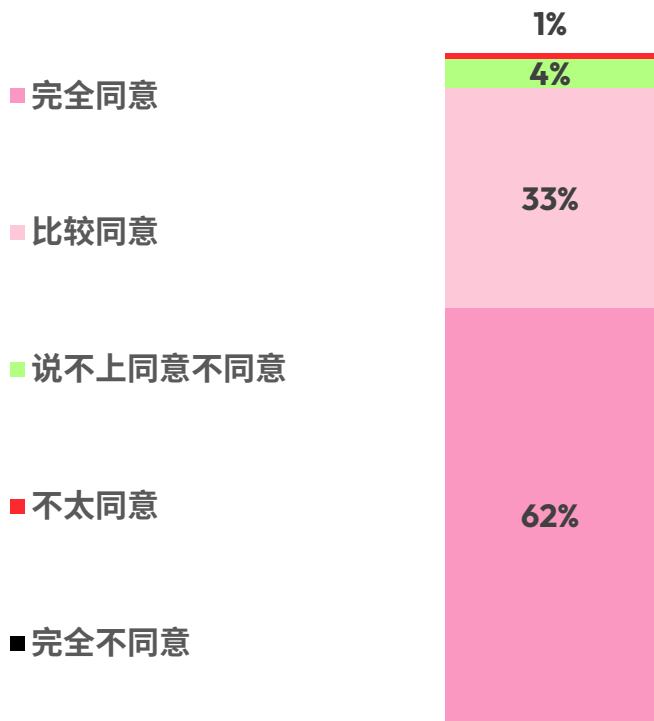


有“需求”的时候，你会…

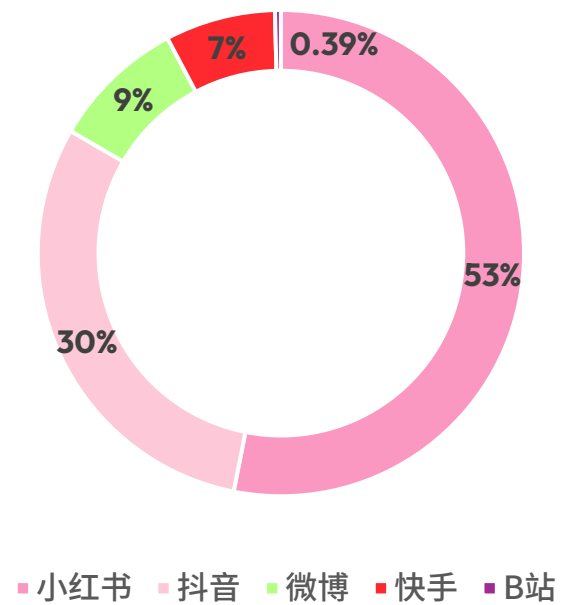


随着社交媒体的普及与各式科普的推广，女性终于不用靠‘猜’来了解自己的身体。95%的女性会主动关注两性健康相关的科普内容，社交媒体，尤其小红书，是主要的渠道，但在涉及一些更专业的产品（如HPV产品）的时候，医生或医疗机构也是主要的信息来源。

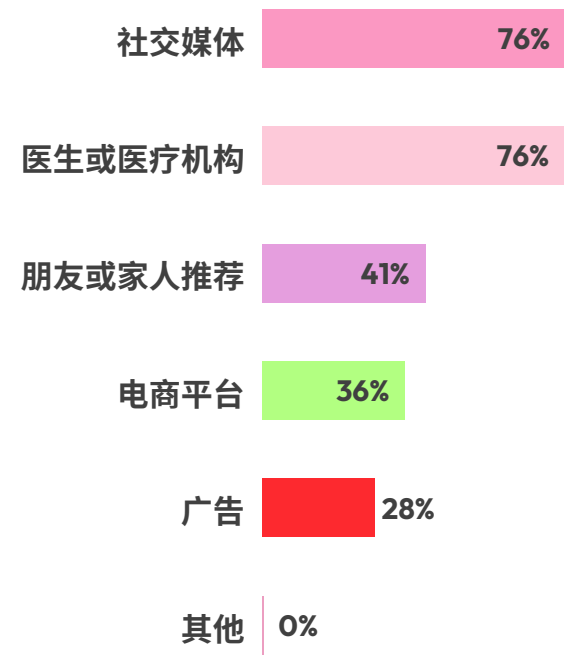
“我会主动关注两性健康相关的科普内容”



“女性健康”内容量构成平台占比



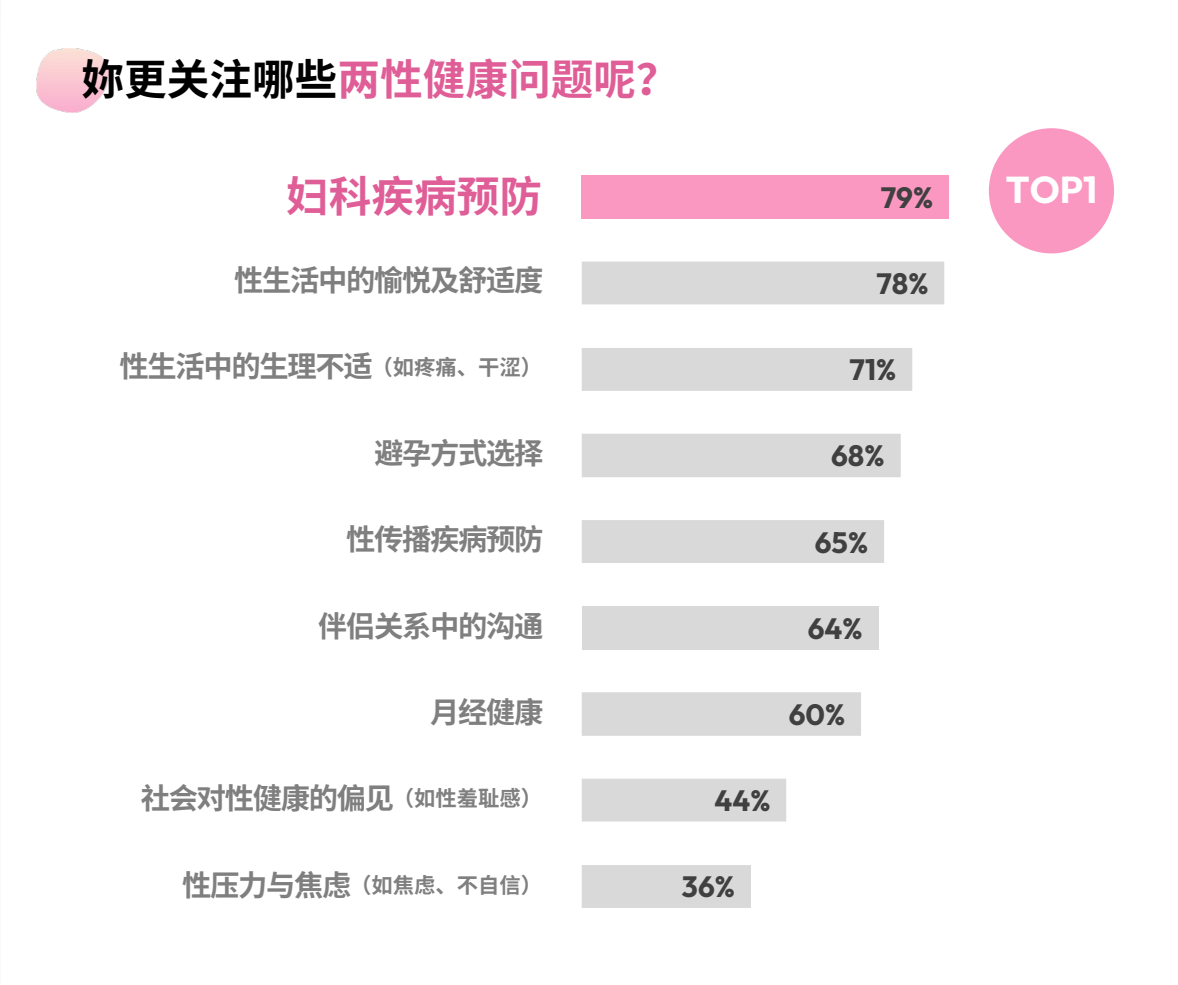
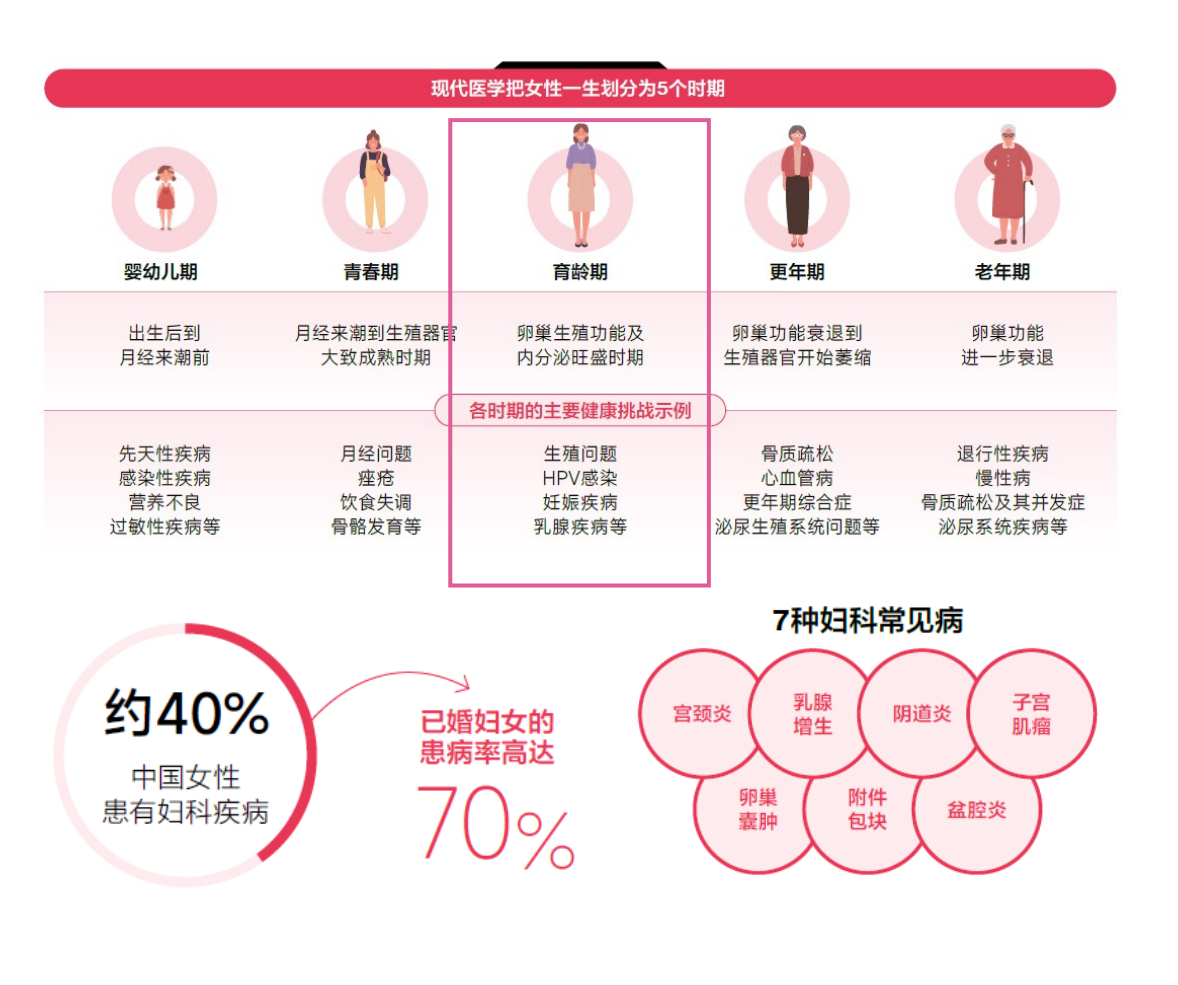
HPV产品信息渠道



女性对两性健康的 关注度和主要关注方向

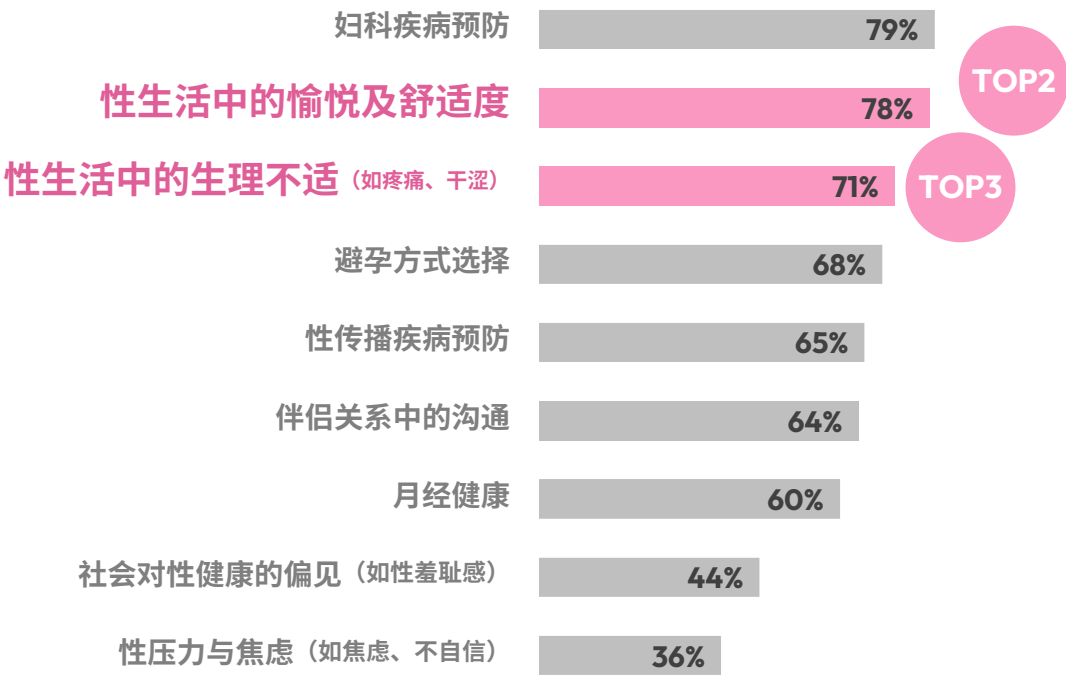
02

在中国女性中，约有40%患有妇科疾病，对育龄女性来说，会引起宫颈癌和其他性传播疾病的HPV也是心腹大患，所以如何预防妇科疾病也成为女性最关注的两性健康问题，比例高达79%。



78%的女性关注性生活中的愉悦及舒适度，71%的女性关注性生活中的生理不适（如疼痛、干涩）。97%的女性认为现代女性更敢于追求性愉悦，而不仅仅是满足伴侣，在女性更大胆追求性愉悦的前提下，97%的女性会尝试提升性爱体验，情趣产品（80%）、新姿势/体位（78%）和润滑剂（69%）是女性主要选择的方式。

妳更关注哪些两性健康问题呢？

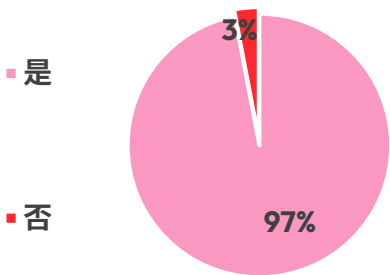


对下面有关两性健康的句子，妳的同意程度是？

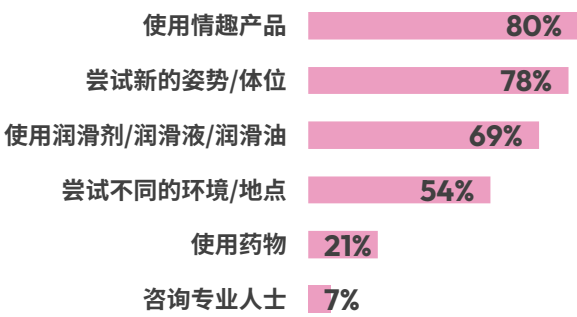
我觉得现代女性更敢于追求性愉悦，而不仅仅是满足伴侣



妳曾经尝试提升性爱体验吗？



尝试了什么方式呢？



女性两性健康

人群细分

03



女性两性健康有哪几类人群？她们的特征有什么差异呢？



吃瓜萌新

对两性健康开放程度低
知识经验都不太足



理论王者

两性开放程度高，知识丰富
但实战经验少



野生探险家

开放程度高，实战经验多
但更依赖直觉而非知识储备



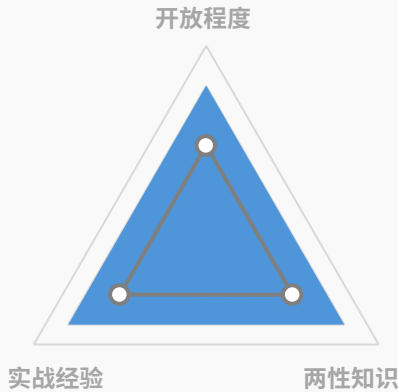
人间清醒组

开放程度中等、知识丰富
对两性生活较为理性



六边形战神

开放程度高
知识和实战经验皆相对丰富



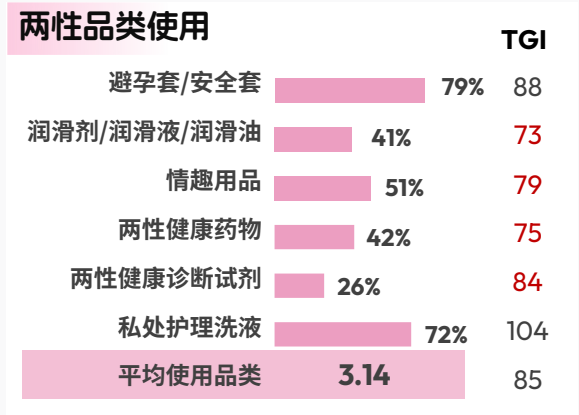
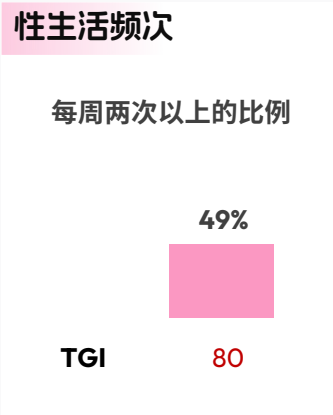
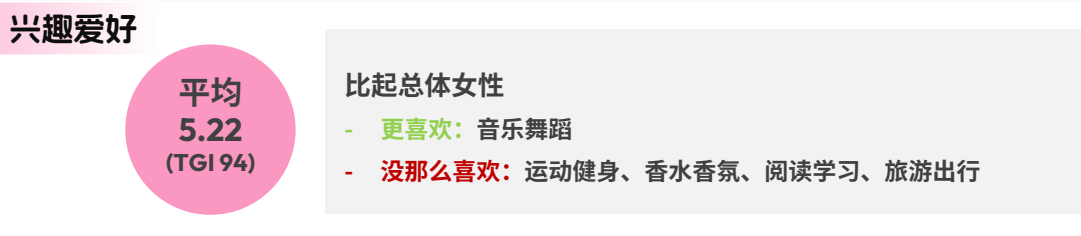
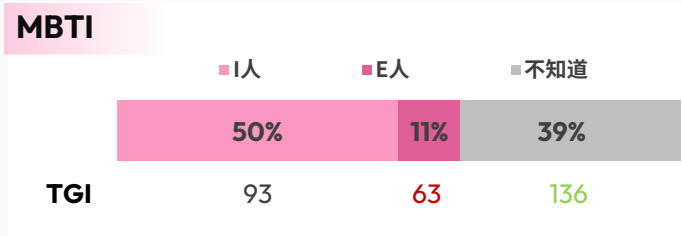
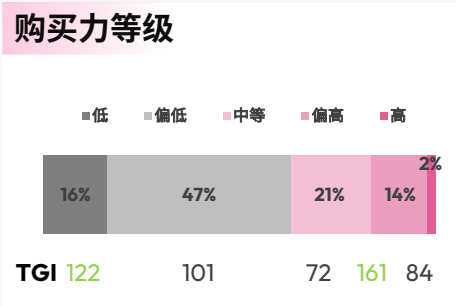
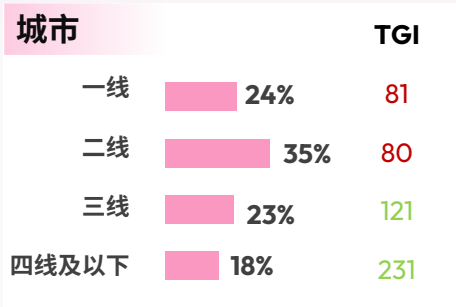
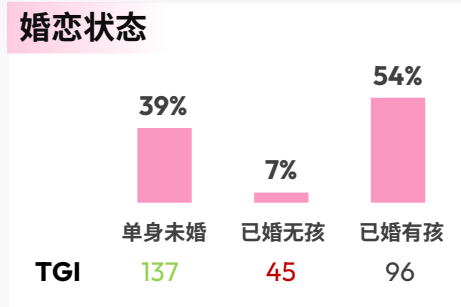
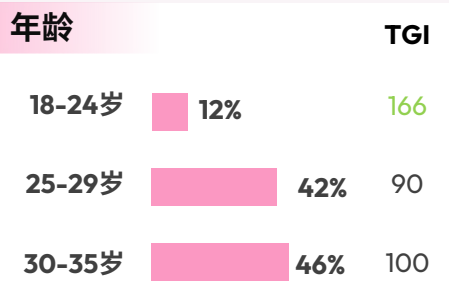


吃瓜萌新：对两性健康开放程度低、知识经验都不太足

这个人群在总体调研人群中占比9%。以年轻、单身未婚、三线以下人群为主，对两性健康的态度相对闭塞，知识也较少，性生活频次较低，使用的品类也相对更基础。



开放程度



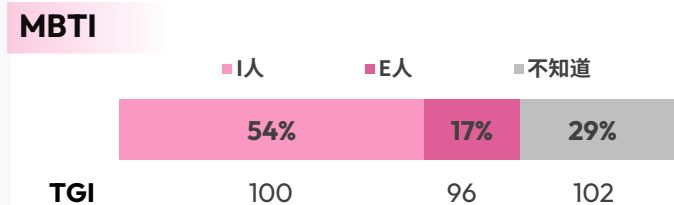
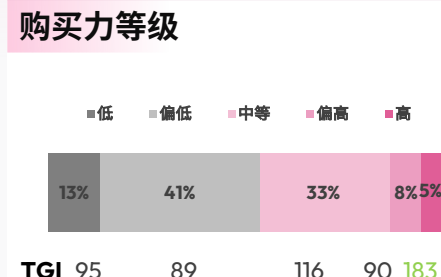
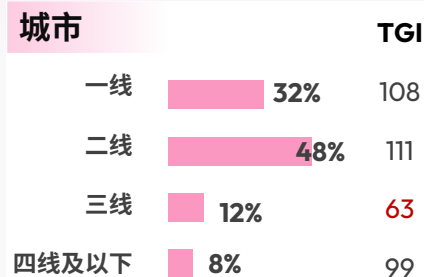
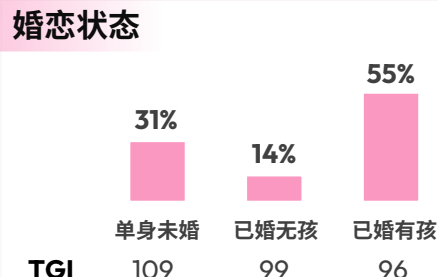
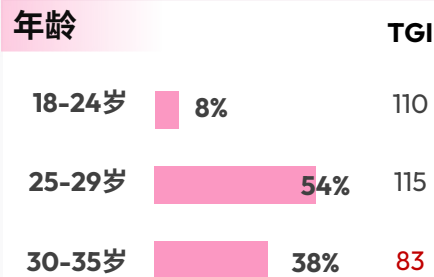
理论王者：两性开放程度高，知识丰富，但实战经验少

这个人群在总体调研人群中占比12%。以25-29岁，购买力等级较高的女性为主，两性观较为开放，也有较多的两性知识储备，但性生活的频次一般，品类使用上也不突出。兴趣爱好以动漫游戏为主。



13%

开放程度



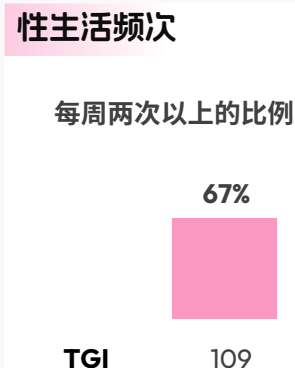
兴趣爱好

平均
5.49
(TGI 99)

比起总体女性

- 更喜欢：动漫游戏
- 没那么喜欢：养生保健、旅游出行

两性态度	非常同意	TGI
我对两性健康知识有比较多的理解	52%	150
我会主动关注两性健康相关的科普内容	75%	121
买两性健康产品时，我不会觉得尴尬	60%	123
公开讨论两性健康是正常的，也很有必要	71%	122
我会主动和朋友或伴侣聊两性话题	46%	143
我有权决定是否发生性行为以及性行为的方式和节奏	75%	114
我觉得现代女性更敢于追求性愉悦，而不仅仅是满足伴侣	86%	114



两性品类使用	TGI
避孕套/安全套	95
润滑剂/润滑液/润滑油	90
情趣用品	110
两性健康药物	96
两性健康诊断试剂	95
私处护理洗液	90
平均使用品类	96

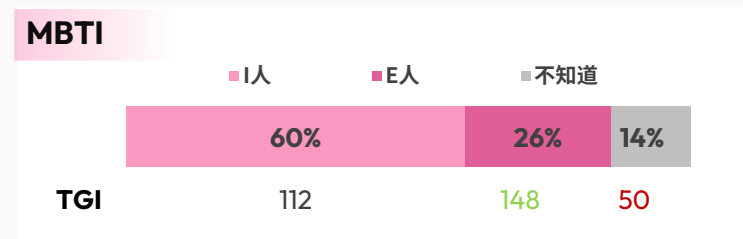
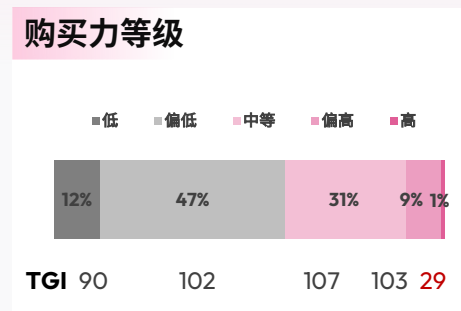
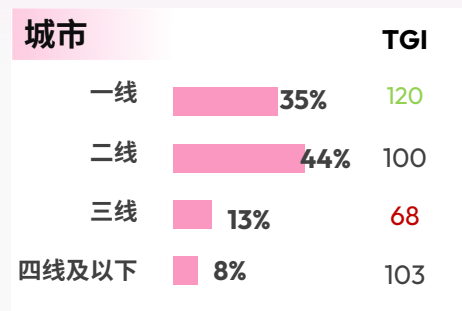
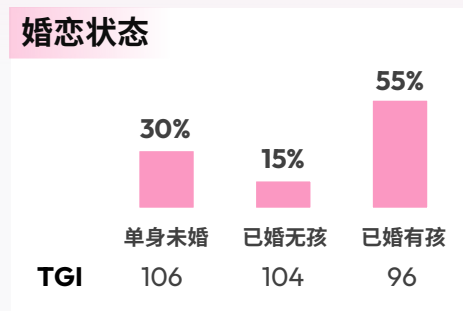
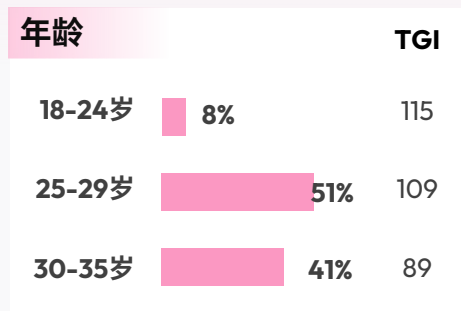


野生探险家：开放程度高，实战经验多，但更依赖直觉而非知识储备

这个人群在总体调研人群中占比13%。以年轻群体居多，主要居住在一线城市，以E人的占比更高。对两性健康的开放程度高，偏好使用不同品类的产品，性生活频次也较高。



13%



兴趣爱好

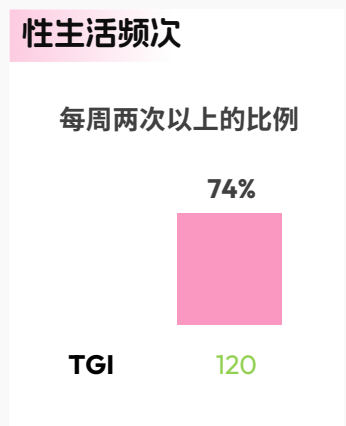
平均 6.32 (TGI 114)

比起总体女性

- 更喜欢：香水香氛、时尚穿搭、动漫游戏、运动健身
- 没那么喜欢：

两性态度

两性态度	非常同意	TGI
我对两性健康知识有比较多的理解	32%	92
我会主动关注两性健康相关的科普内容	61%	99
买两性健康产品时，我不会觉得尴尬	62%	129
公开讨论两性健康是正常的，也很有必要	59%	100
我会主动和朋友或伴侣聊两性话题	40%	124
我有权决定是否发生性行为以及性行为的方式和节奏	71%	108
我觉得现代女性更敢于追求性愉悦，而不仅仅是满足伴侣	77%	103



两性品类使用

两性品类使用	占比	TGI
避孕套/安全套	90%	100
润滑剂/润滑液/润滑油	68%	120
情趣用品	79%	122
两性健康药物	64%	113
两性健康诊断试剂	45%	146
私处护理洗液	70%	101
平均使用品类	4.17	113



人间清醒组：开放程度中等、知识丰富、对两性生活较为理性

这个人群在总体调研人群中占比63%。成熟、已婚人群占比较高，对两性知识有较多的理解，但性生活频次和使用品类数量都在平均水平。



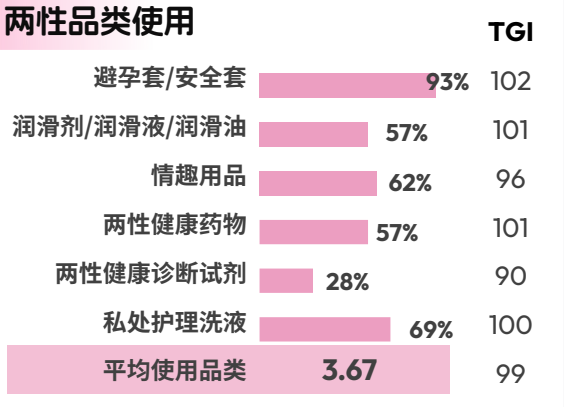
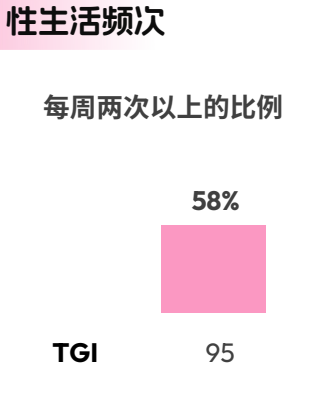
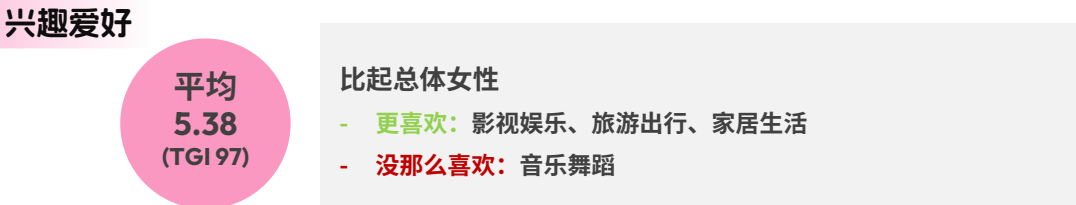
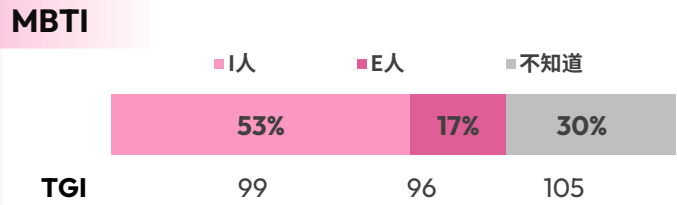
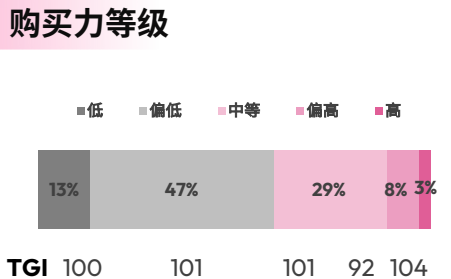
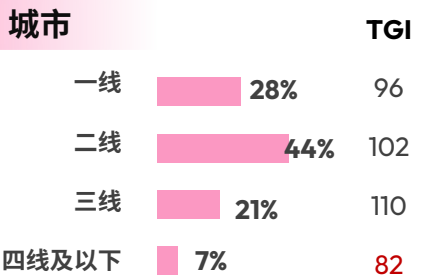
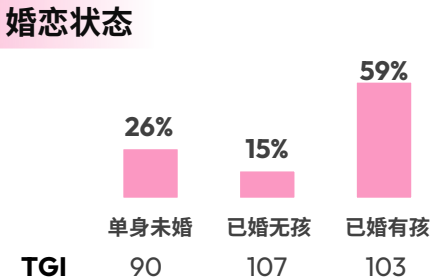
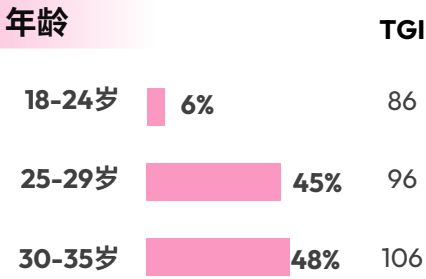
63%

开放程度



实战经验

两性知识



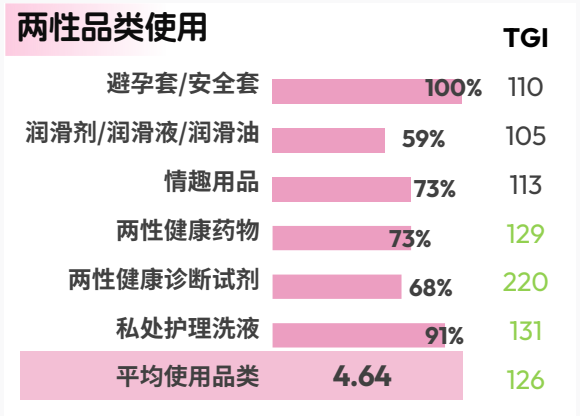
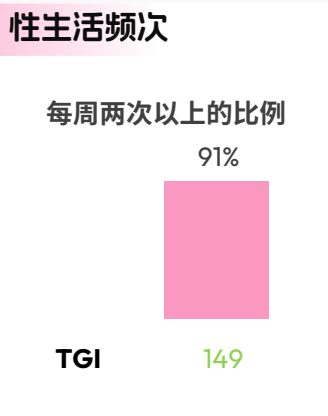
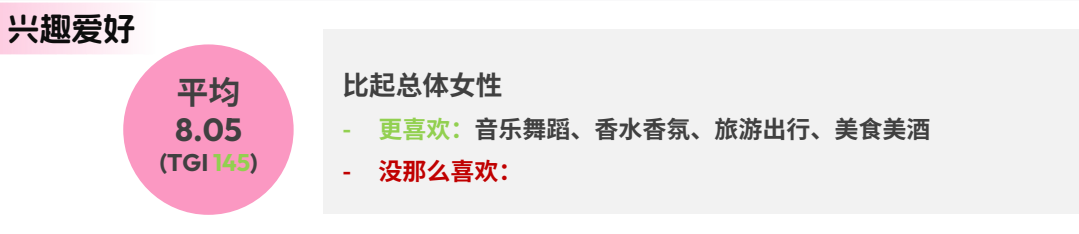
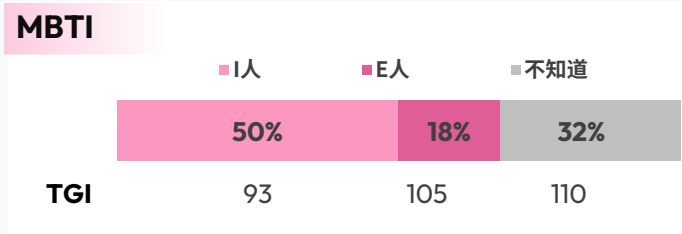
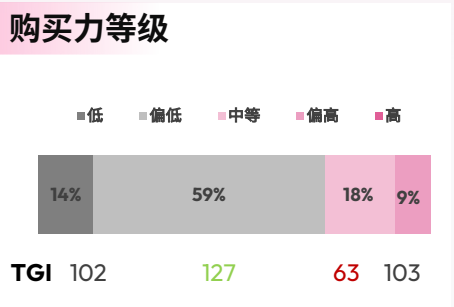
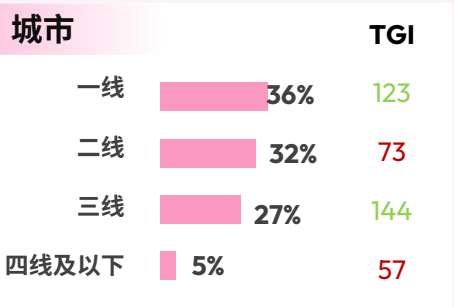
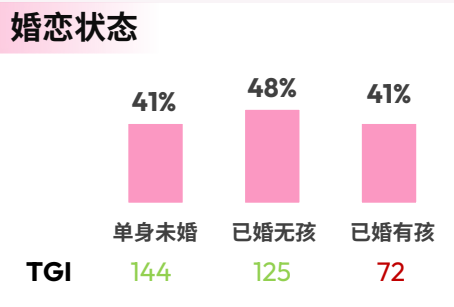
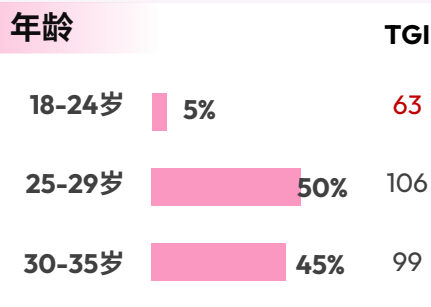
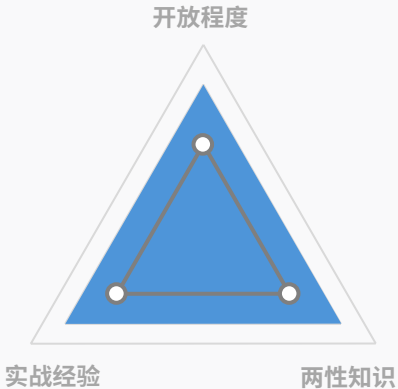


六边形战神：开放程度高、知识和实战经验皆相对丰富

这个人群在总体调研人群中占比2%。其中单身无孩的比例较高，两性相关的开放程度、知识理解和性生活频次都相对突出。使用的两性品类也更多，除了两性健康之外，她们也喜欢音乐舞蹈、香水香氛、旅游出行、美食美酒等取悦感官的享受。



2%

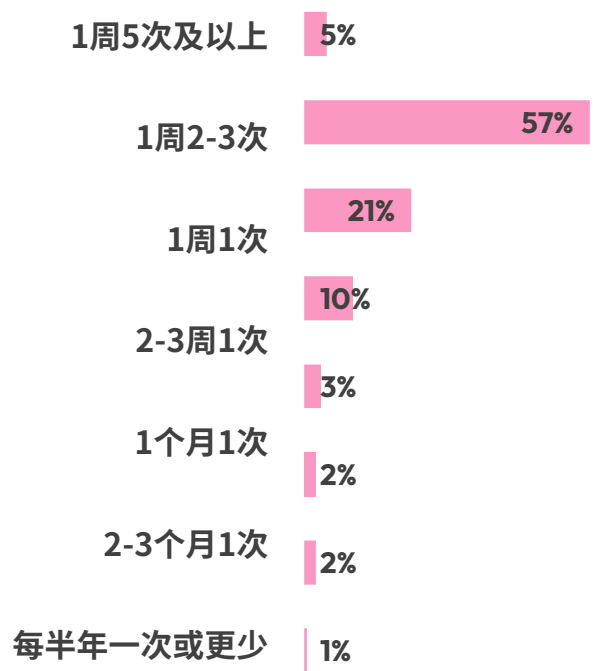


女性性生活的 现状与满意度

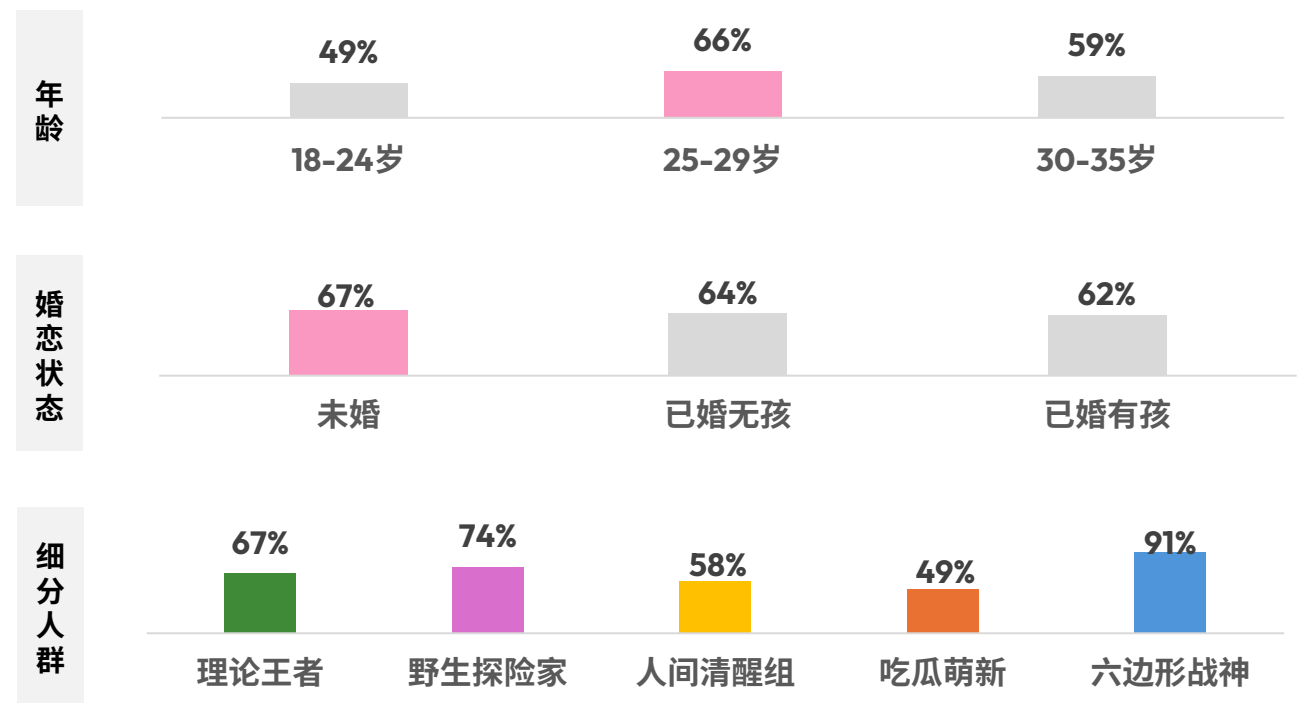
04

超60%的女性一周会有2次以上的性生活，从年龄来看，25-29%岁女性每周爱爱两次的比例最高（66%）。婚恋状态来看，未婚女性每周啪啪2次以上的比例最高（67%），细分人群中，六边形战神是绝对王者，其次是野生探险家，吃瓜萌新比例最低。

性生活的频率？



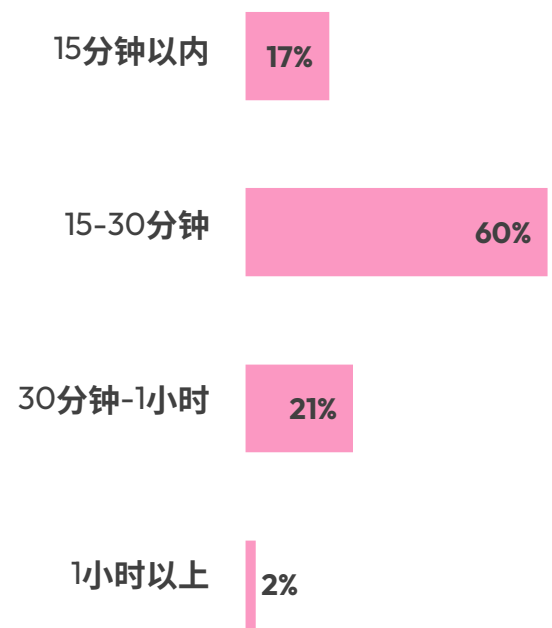
性生活每周2次及以上的比例？



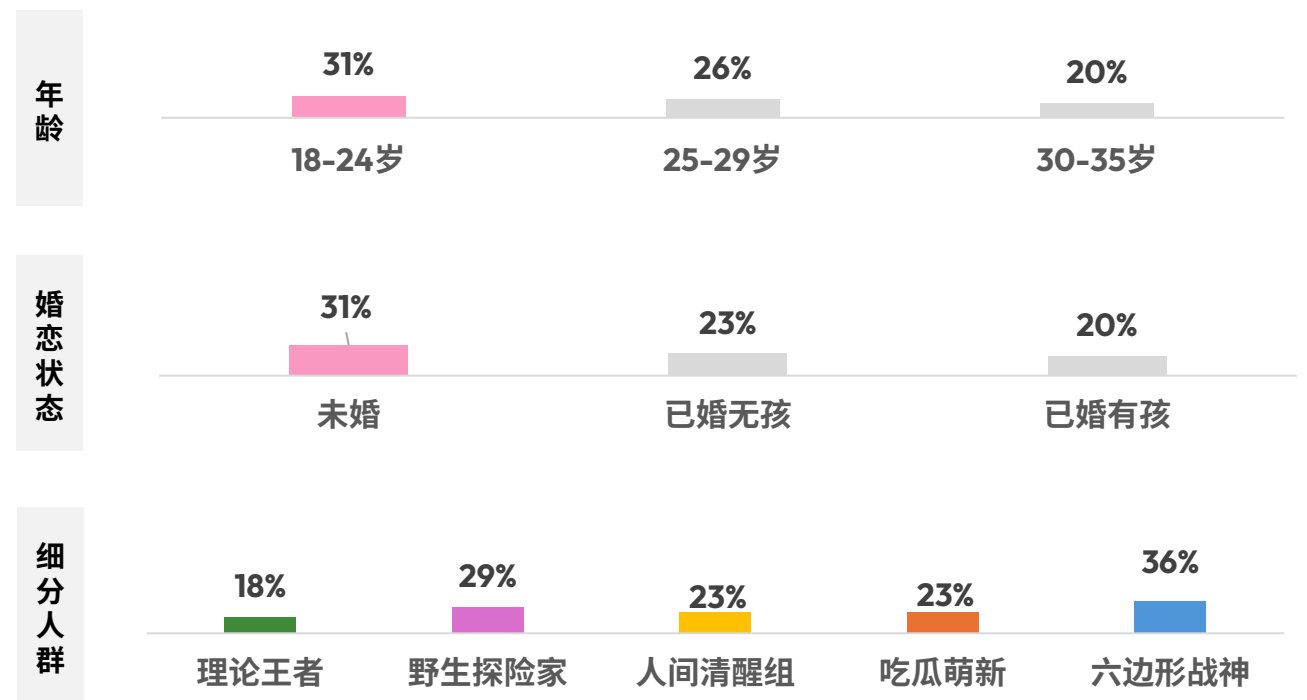
数据来源：TMIC女性两性健康问卷调查（N=1000）

近8成的女性每次性生活的时间在30分钟以内，从年龄来看，18-24岁女性每次30分钟以上的比例最高（31%）。婚恋状态来看，未婚女性每次30分钟以上的比例最高（31%），细分人群中，六边形战神每次30分钟以上的比例最高（36%），其次是野生探险家，理论王者比例最低。

性生活的时长？



每次性生活30分钟以上的比例？



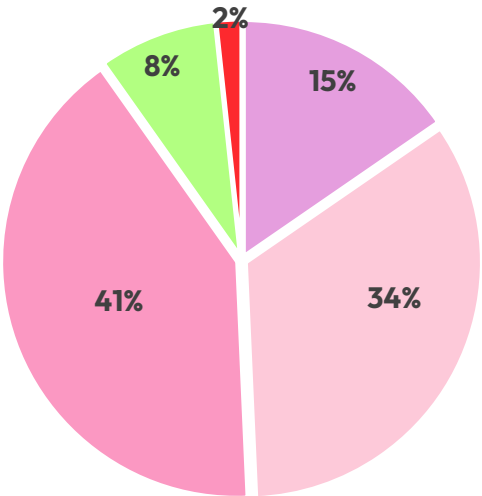
数据来源：TMIC女性两性健康问卷调查（N=1000）



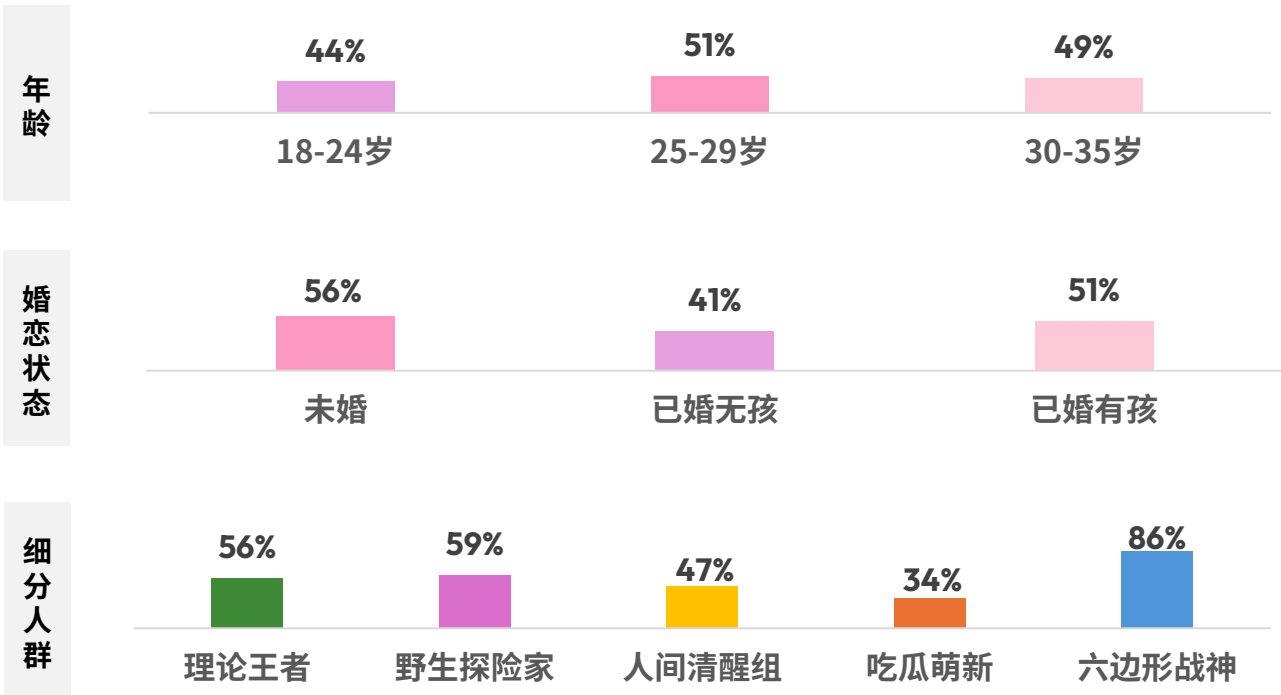
有49%的女性高潮的频率相对高一些，其中15%每次都能高潮，34%经常能高潮。从年龄来看，25-29%岁的女性常常能高潮的比例最高（51%），18-24岁女性常常高潮的比例最低（44%）。婚恋状态来看，未婚女性常常能高潮得比例最高（56%），细分人群中，六边形战神常常能高潮的比例最高，其次是野生探险家。

妳在性生活中体验到性高潮的情况是？

- 几乎每次都能高潮
- 经常能高潮
- 偶尔能高潮
- 很少高潮/几乎没有过高潮
- 从来没有过高潮

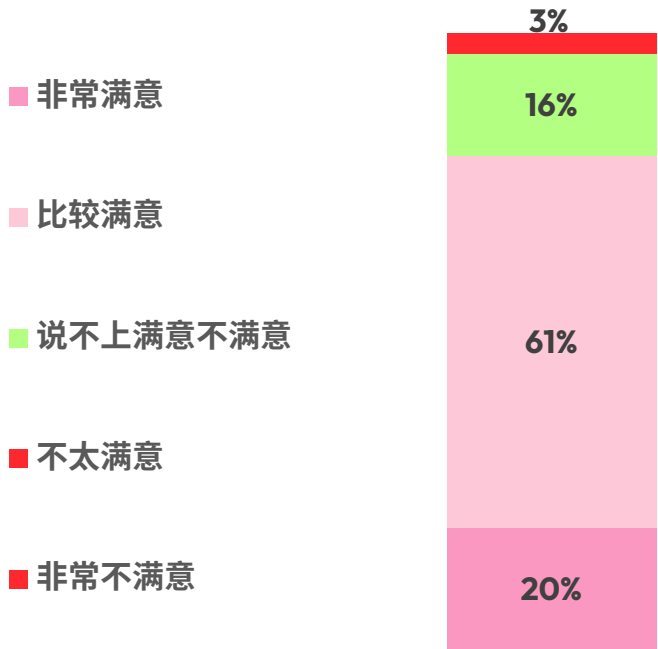


常常能体会到高潮的比例？ *以下数据表示每次+常常能高潮的比例

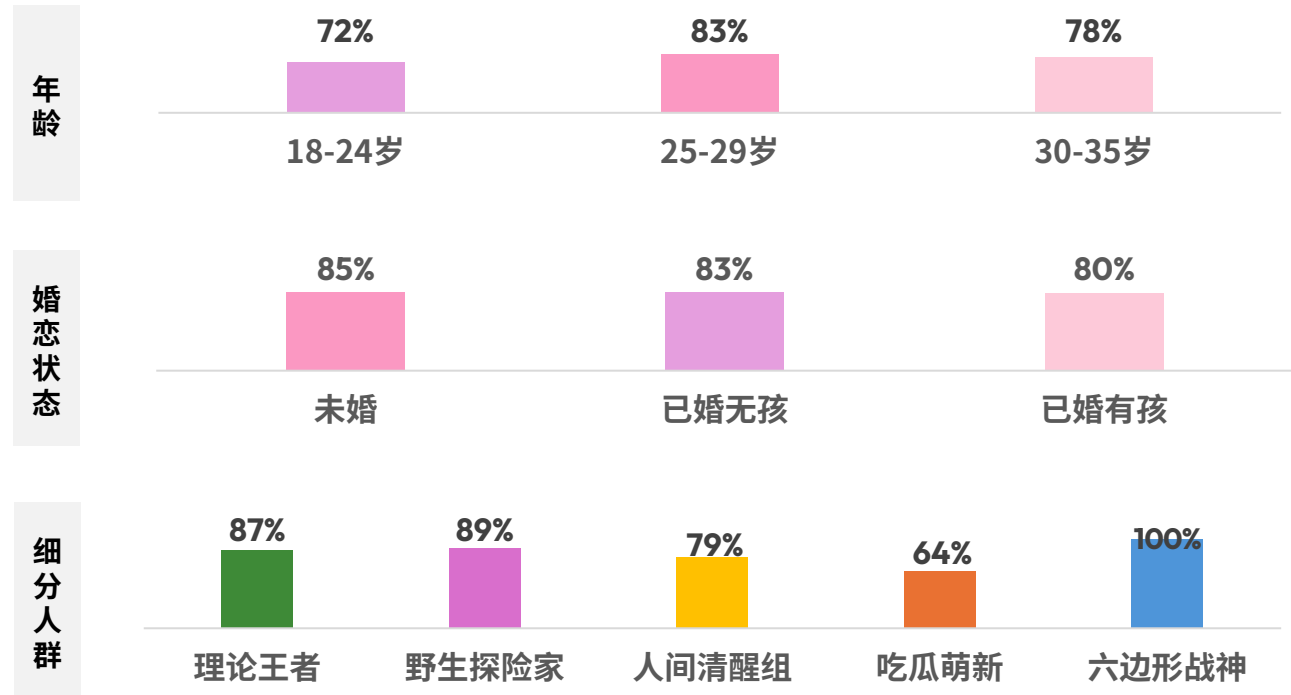


80%左右的女性对自己目前的性生活还算满意，其中非常满意的比例占20%，比较满意的比例占61%。从年龄来看，25-29岁的女性满意度更高（83%），18-24岁的满意度最低（72%）。婚恋状态来看，未婚女性满意度最高（85%），已婚有孩女性满意度较低（80%）。细分人群中，六边形战神满意度高，吃瓜萌新满意度相对偏低。

你对目前性生活总体的满意度是？



满意的比例？ *以下数据表示非常+比较满意的比例



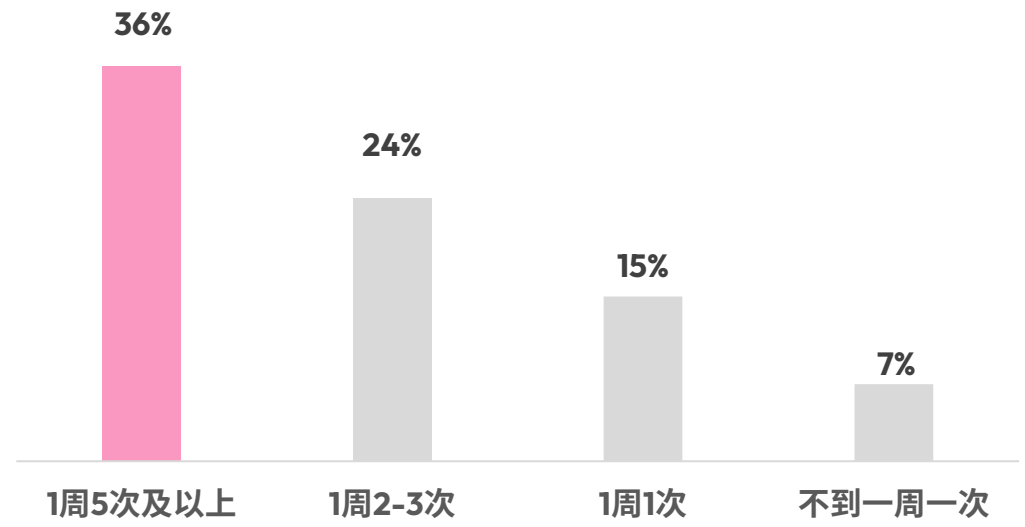
频率和时长对满意度的影响

性生活的频率和时长对性生活的满意度都有影响

数据来看，频率越高，每次时长越长，满意度就越高。

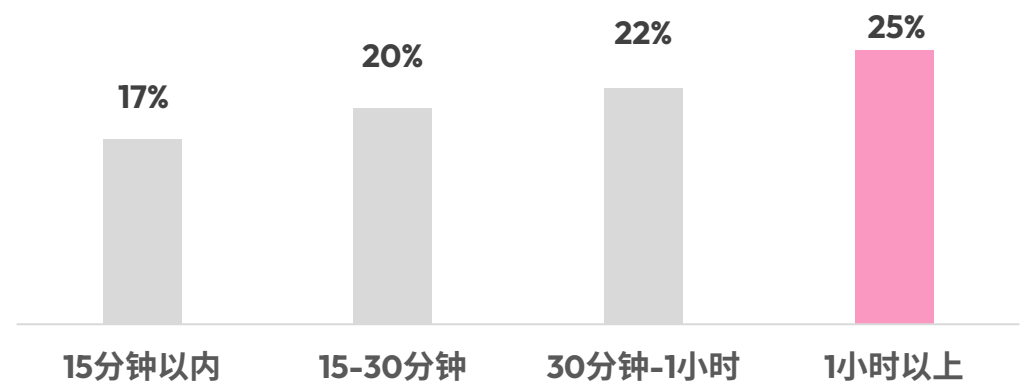
性生活频率 x 性生活满意度

*以下数据表示不同性生活频率的女性对性生活非常满意的比例



性生活频率 x 性生活满意度

*以下数据表示不同性生活时长的女性对性生活非常满意的比例

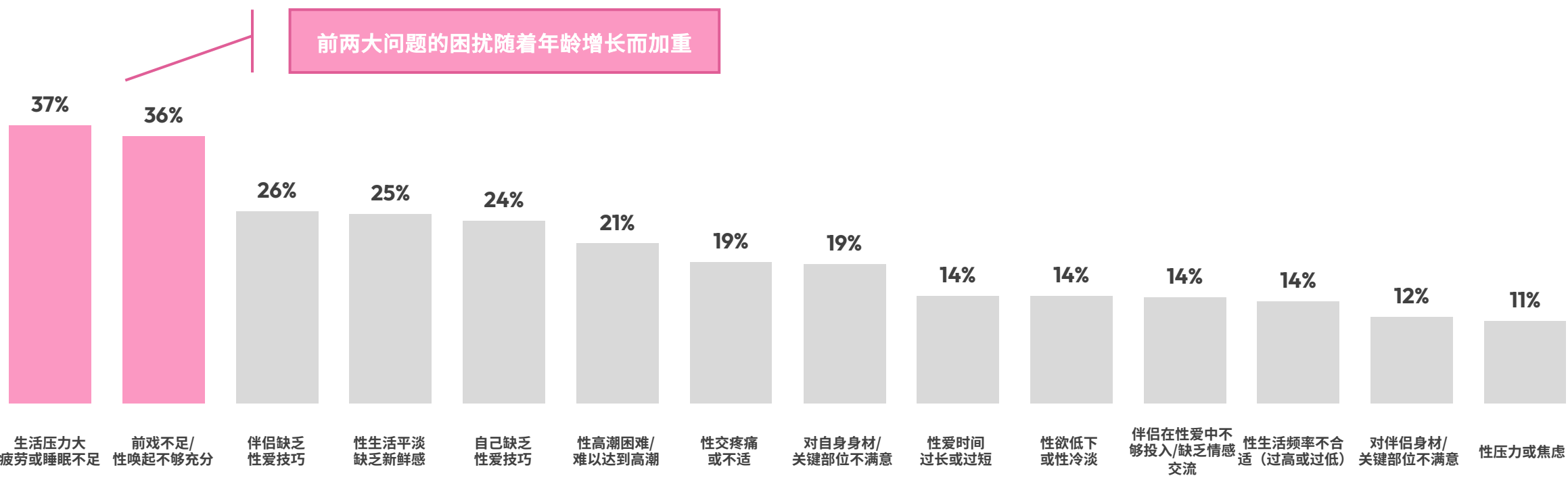




性生活不满意的主要原因

生活压力大，造成太过疲劳没有性趣（37%）和前戏不足，造成干涩疼痛（36%），是女性性生活满意度的两大杀手，且随着年龄影响加重。缺乏技巧和性生活平淡也对满意度有较大影响。

对性生活的什么方面不满意？



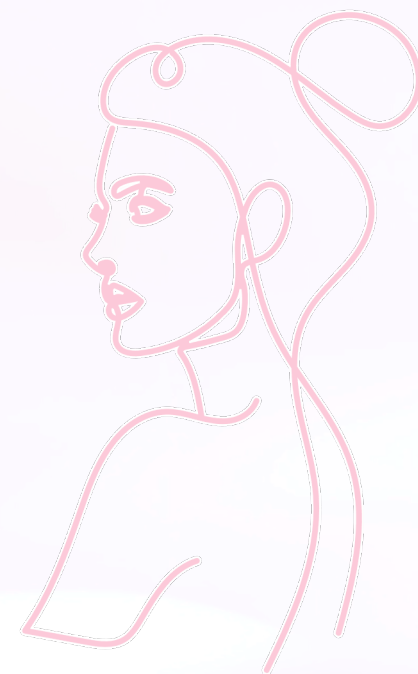
数据来源：TMIC女性两性健康问卷调查（N=1000）

女性两性健康 品类消费洞察

05

女性两性健康品类消费洞察

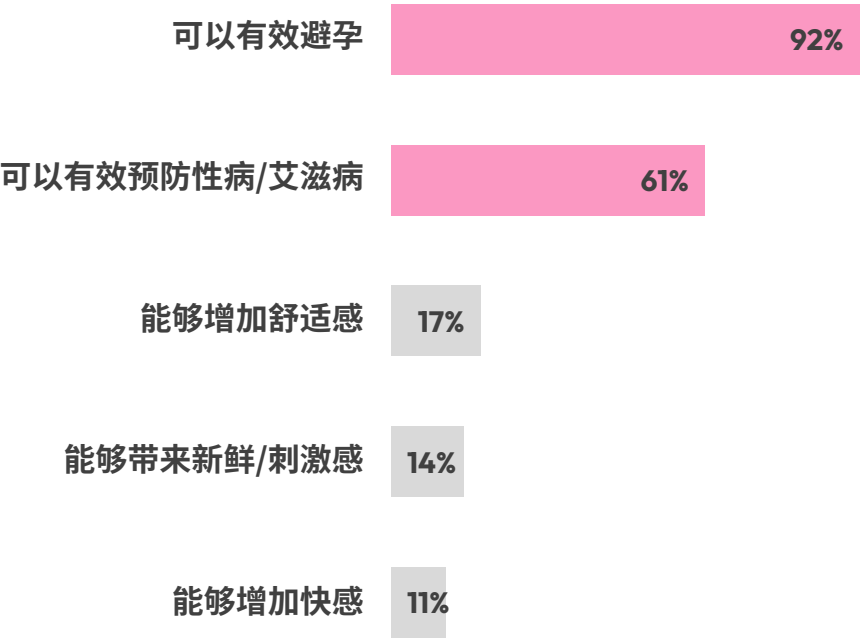
避孕套



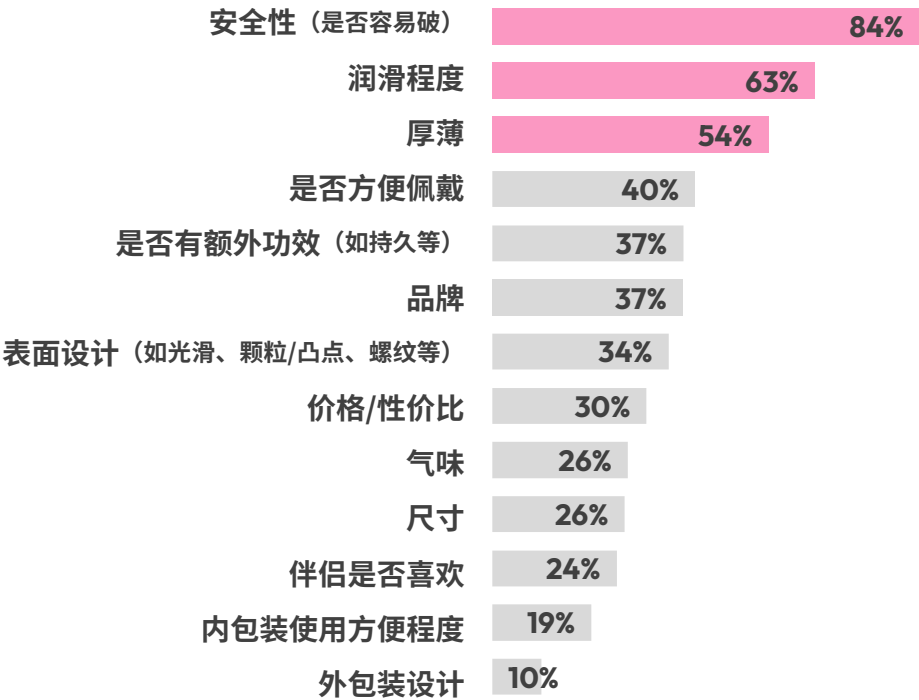


安全是女性购买避孕套的主要动机，除了避孕之外，防止性传播疾病也是关键的考虑。所以在选择套套的时候，安全性（是否容易破）也是首要的考虑，其次，如果能带来一些润滑的功能，提升性爱的顺畅和体验也是姐妹们希望的，再来就是厚薄，要能够带来更放心的守护，但也不能影响性爱的亲密度和贴合感。

妳买避孕套是为了…？

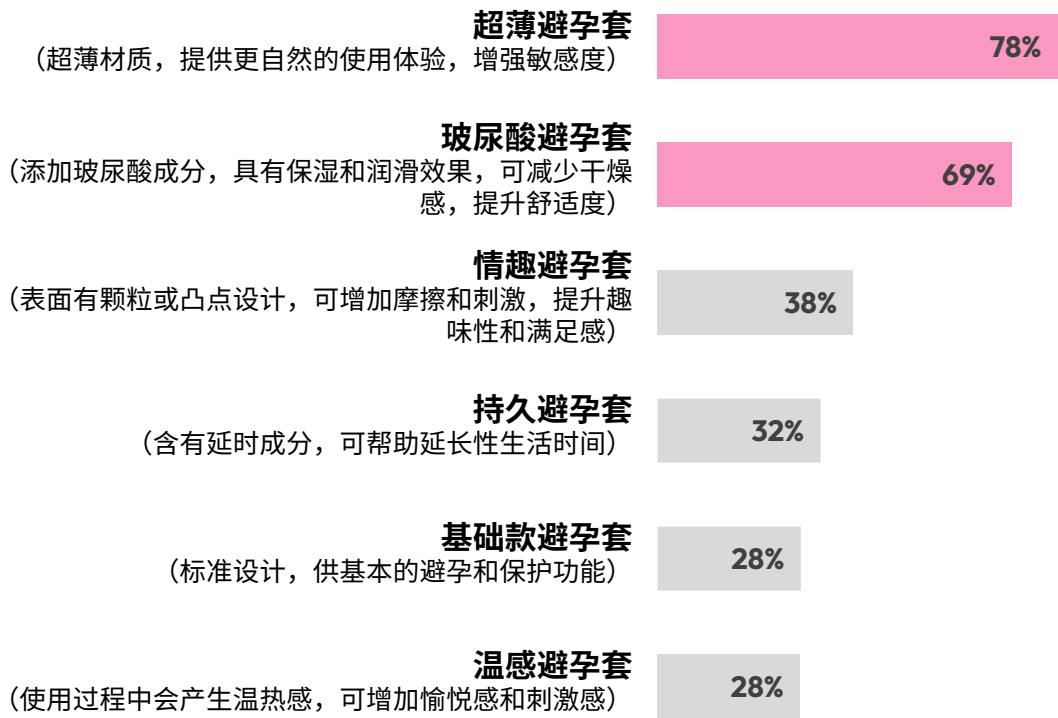


买避孕套的时候，什么对妳来说更重要…？

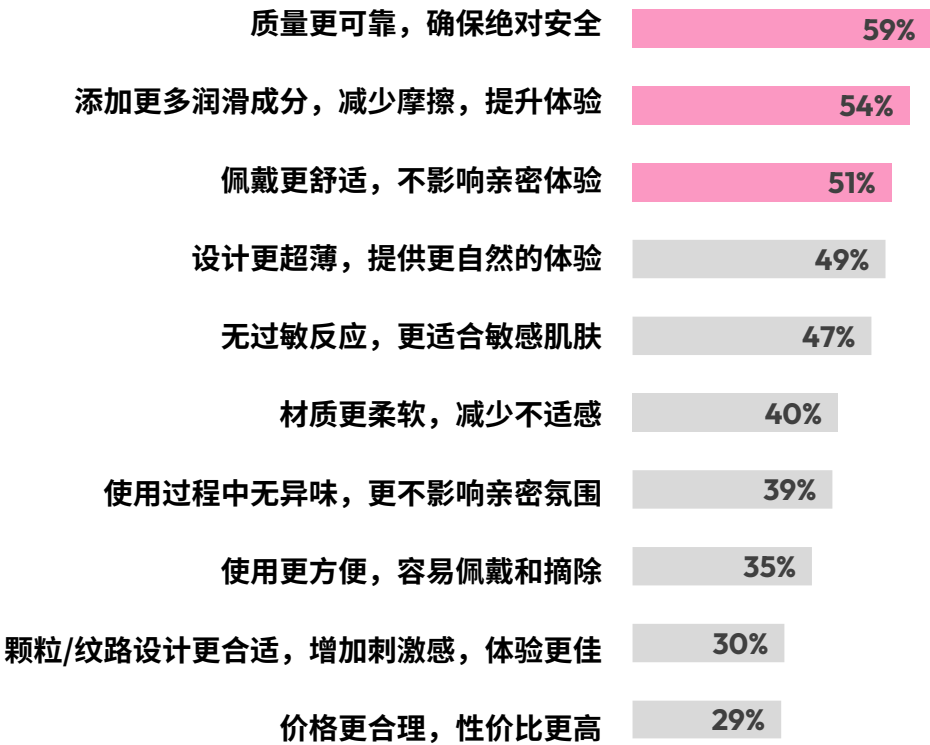


在目前市面上的产品中，女性消费者更偏好超薄避孕套（78%），其次是玻尿酸避孕套（69%）。女性希望避孕套能在确保绝对安全的基础上，提供更润滑、更舒适、更贴近、更亲密的体验。

妳更偏爱哪种避孕套呢？



妳希望避孕套可以更…？



好的避孕套在哪里？

杰士邦玻尿酸系列避孕套从成分、功效、体验上全方位满足女性痛点，成分原料更安全，润滑液含量更多，在同类产品中销售排名第一！
华熙生物专利授权，是实至名归的玻尿酸品牌领导者！

天然乳胶

0防腐剂

0香精

超清爽

不油腻

易清洗



杰士邦003玻尿酸

0硅油 超水润

添加800mg华熙生物专利护肤级
玻尿酸润滑剂



杰士邦003小分子玻尿酸

三重水润 舒缓稳肤

添加800mg华熙生物明星修护成分熙敏
修（护肤级超活小分子玻尿酸润滑剂）

消费者对003的反馈是什么？

可靠的安全感、亲密无间的贴合感、满分的水润度和清爽的肤感为消费者带来了绝佳的使用体验，全网好评如潮！

“这款套套是我用过最满意的一款，**超薄、润滑、易拆，一应俱全。玻尿酸润滑液非常水嫩，不油腻，给我带来了非常舒适的体验。**套套的厚度只有0.03mm，几乎感觉不到它的存在，**贴合度很高，真的舒服很润滑。**”

“这个tt用了感觉还不错，添加了玻尿酸，**润滑又不油腻，还是超薄的，感觉跟对方更贴近了。**虽然薄但是质量很好，**结束后可以免洗。**价格也是比较合理，准备囤货了嘻嘻嘻。”

“没有异物感，最喜欢的一款玻尿酸tt，用起来真是很有感觉的，**滑滑的薄薄的，玻尿酸很多很润滑，**主要是用了后我可以尝试更多的动作了，真的达到了无感的那种效果，**做完也可以免洗，擦一下就好，**挺享受这个感觉的。”



“这款杰士邦003小分子玻尿酸避孕套绝对是我近期尝试的最令人惊喜的产品之一！**既提供了安全可靠的避孕效果，又增加了润滑和舒适度。**使用体验方面，我必须给满分。”

“这款避孕套**超级好用，超级薄，满满的玻尿酸，滑滑的**用起来特别舒服，一个字爽！”

“003小分子玻尿酸确实不错。用过这个之后，再也不想用其他润滑剂的了——**腻呼呼的不如玻尿酸的润滑感好。**”

“材质很薄但又很有韧性，**使用过程中完全没有隔阂感，**却能提供足够的安全保障。它的设计也很贴心，贴合度非常高，没有滑落的情况出现，让人很安心。而且，**它的润滑效果也很不错，让整个过程中更加顺畅自然。**在使用体验方面，真的挑不出什么毛病。”

女性两性健康品类消费洞察

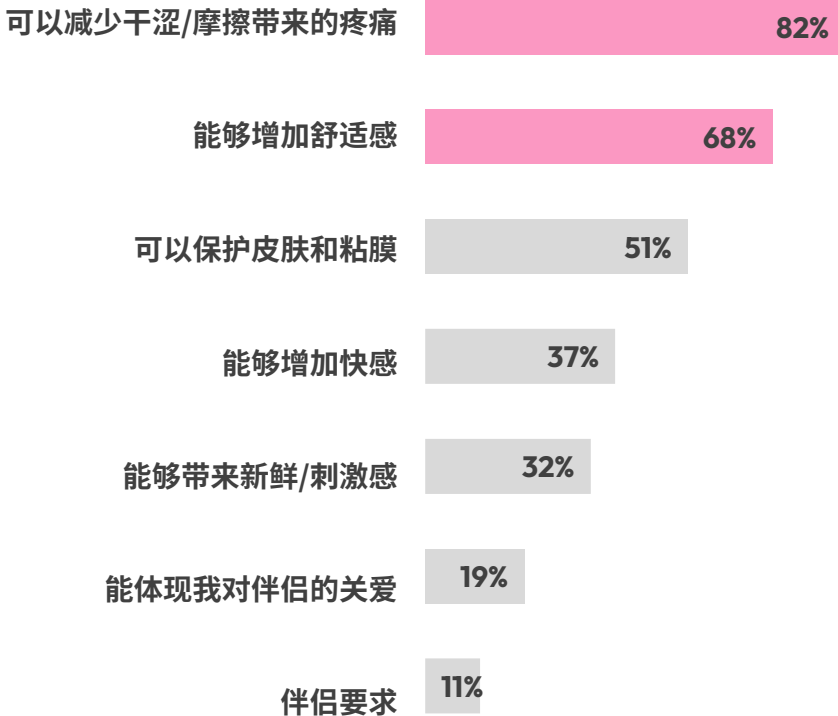
润滑液



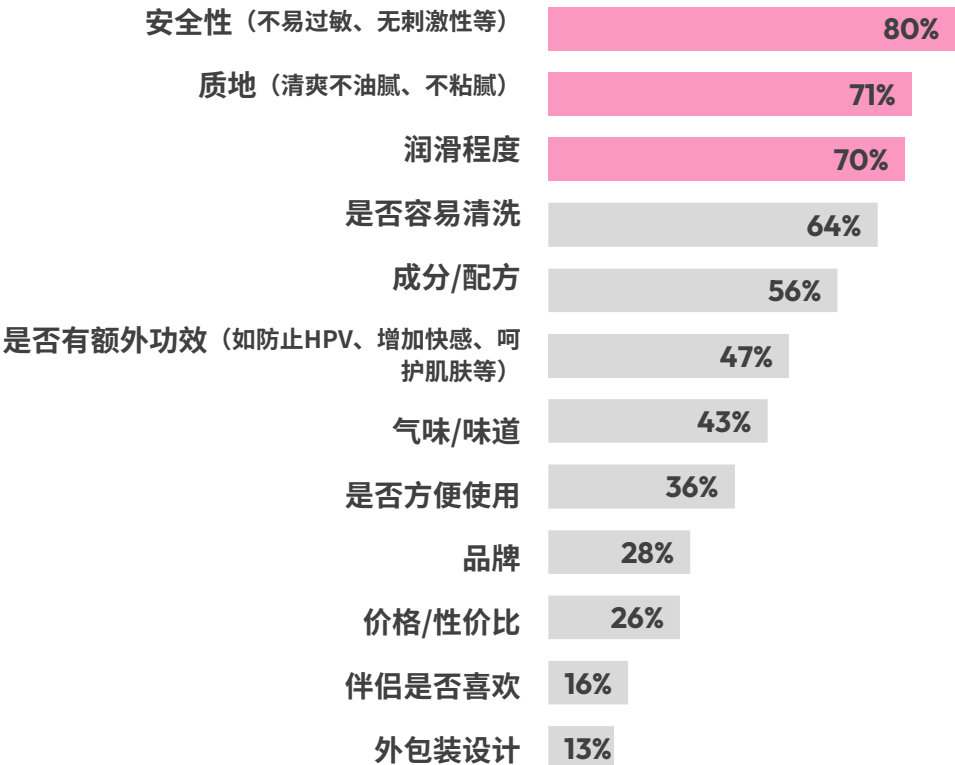


减少疼痛（82%）及增加舒适感（68%）是女性购买润滑液的主要动机，除了成分/配方的安全性（80%）之外，使用起来感受是否清爽（71%）及是否足够润滑（70%）也是很重要的考虑因素。

妳买润滑液是为了…？



买润滑液的时候，什么对妳来说更重要…？





“医用级，更安心，全网达人亲测推荐！”

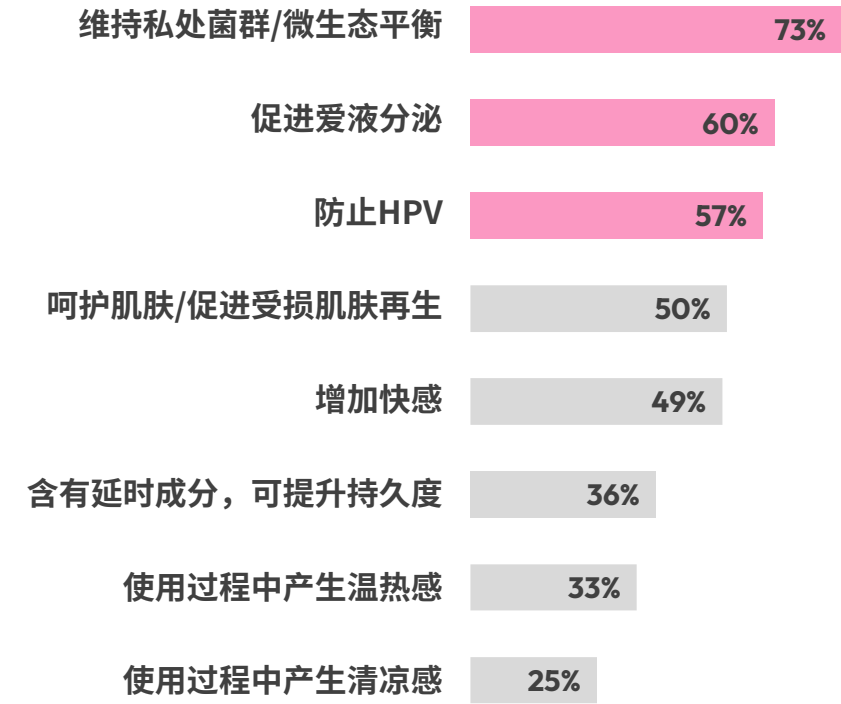
杰士邦医用玻尿酸润滑剂

- **医用级标准：**二类医疗器械产品、药监局权威认证、十万级净化车间，严苛生产标准把控，安全可靠。
- **医用级原料：**医用级甘油、进口医用级羟乙基纤维素，保湿锁水。
- **专利级玻尿酸：**添加华熙生物专利玻尿酸，24小时长效保湿，一抹久润。
- **温和亲肤、舒适关爱：**无硅油，0添加，温和不刺激，敏感肌可用；PH值5-7，平衡私处微环境；水溶性配方，质地清爽，易清洗。



在功效方面，女性最希望润滑液能帮助维持私处菌群和微生态的平衡（73%），同时能促进爱液的分泌，减少干涩带来的疼痛和不适（60%），女性对是否能防止HPV也有较高的关注度（57%）。

功效上，妳希望润滑液能…？



数据来源：TMIC女性两性健康问卷调查（N=1000）

妳想要的，杰士邦都有！



杰士邦预防HPV酸酐蛋白润滑剂

- 全网首款预防HPV润滑剂，不入血，降低HPV病毒载量
- 独家专利抗病毒成分-酸酐化牛β-乳球蛋白
- 水润轻盈，质地温和，爽滑不粘腻
- 贴心次抛设计，方便携带，安全卫生

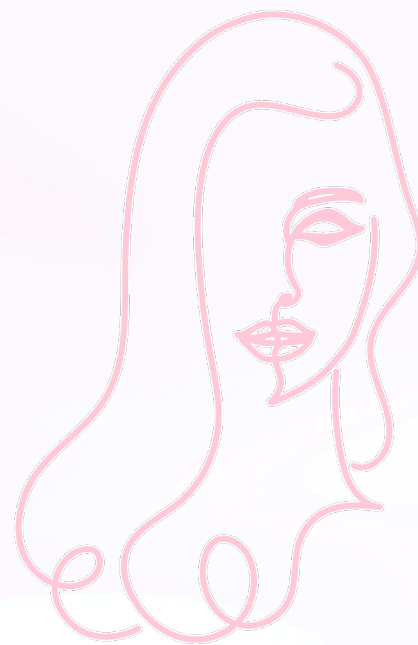


杰士邦益生元人体润滑剂

- 添加益生元+乳酸+库拉索芦荟，三效润养，平衡私处微生态
- 低渗锁水，符合世界卫生组织推荐渗透压，更少失水，更好保湿
- 6大天然原料萃取，自然滋养
- 水溶性，质地清爽不黏腻

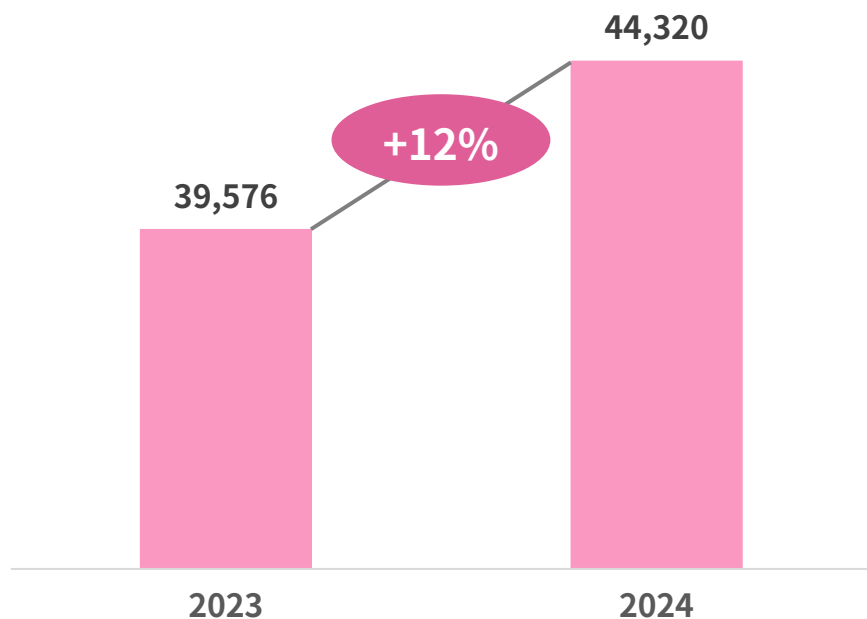
女性两性健康品类消费洞察

情趣用品



在社交媒体上，女性对情趣用品的讨论变得更加积极，也驱动了情趣领域的线下“场景化”消费。

“女性情趣用品”相关讨论声量



杰士邦正视女性两性健康观念及需求的解放，在情趣品类进行创新突破，**全球首家线下旗舰店**从预热到开幕，近半年在社交媒体上引起的互动量（转发、评论、点赞）高达：

335,720



门头



杰士猫&周边区



收银台



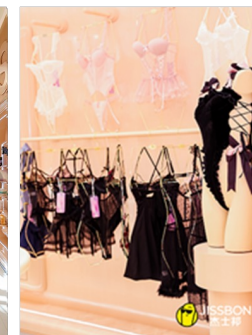
玩具进阶款&医用&IVD展示区



套套&男用玩具展示区



女用玩具&情趣润滑&私护区

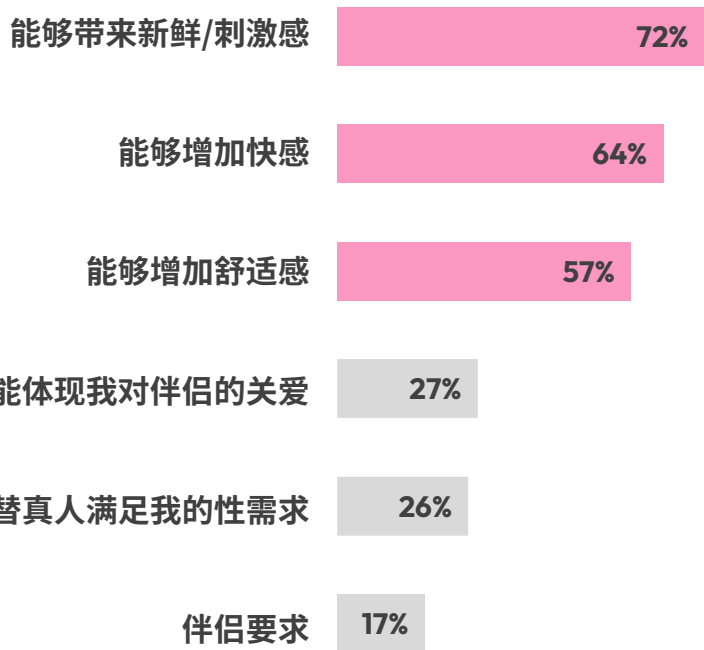


内衣区

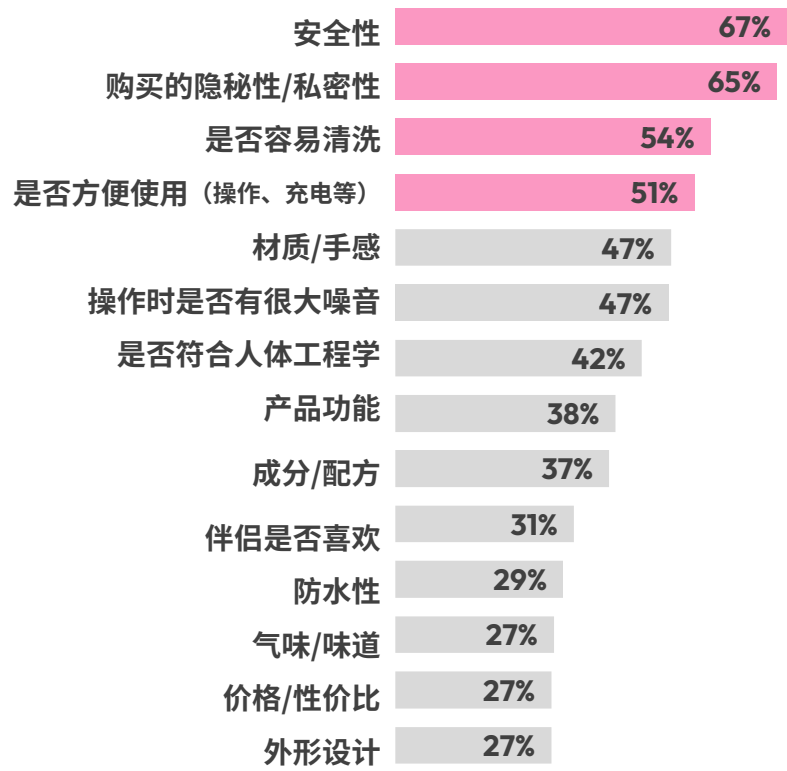


女性购买情趣用品主要是为了带来更新鲜、更刺激、更舒适的体验。在考虑产品的时候，女性更关注产品的安全性，同时，购买的私密性也是女性十分在意的因素，另外，使用及清洗的便利性也是女性较为看重的。

妳买情趣用品是为了…？

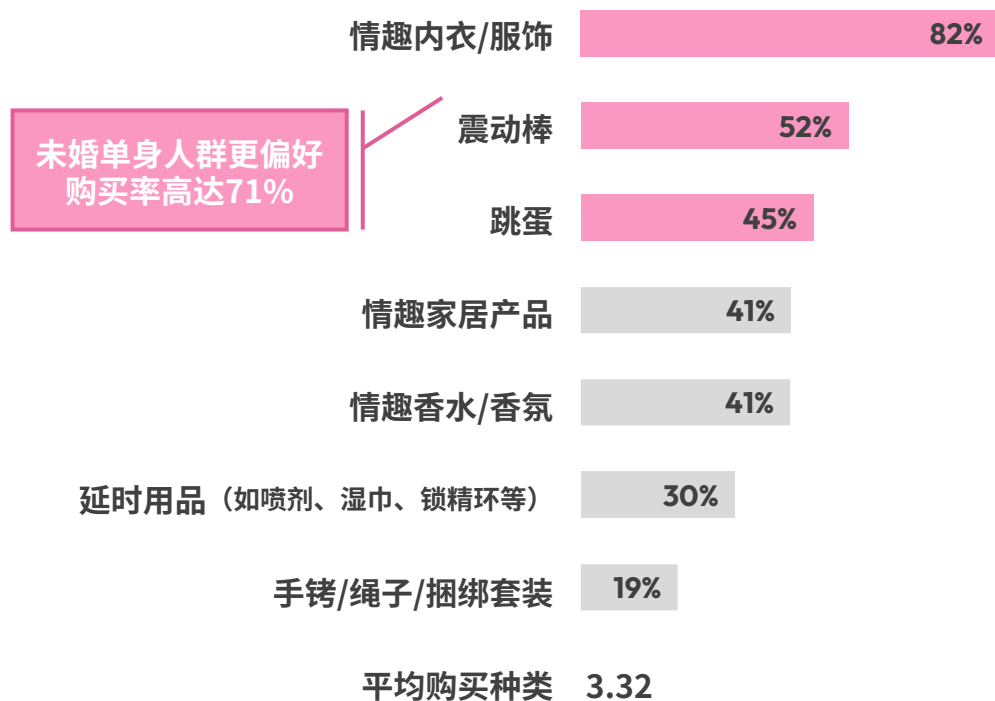


买润情趣用品的时候，什么对妳来说更重要…？



在情趣用品中，女性较多购买过的是情趣内衣/服饰（82%），其次是震动棒（52%）和跳蛋（45%）。尤其震动棒在未婚单身人群里面购买的比例高达71%，明显高于总体人群中的52%。以购买的平均种类来看，性生活一周5次以上的女性买的种类更多，细分人群中，六边形战神也是情趣用品的全能ace，平均购买种类居于首位！

妳买过哪些情趣用品呢？



购买情趣用品的平均种类

性生活频率



细分人群



杰士邦情趣玩具已连续三年蝉联线上情趣用品市场份额第一¹ 让你尽享无限愉悦。

杰士邦领养一只猫按摩器



心情不好可以撸撸猫
比如杰士邦「领养一只猫」

一只集实力与颜值于一身的猫咪
为女性提供暖心情趣与情绪价值

从女性轻松的悦己方式出发，你的[猫]这样撸：

- **萌趣外形** 软萌造型与拍拍灯结合，化身暗夜里的温馨小夜灯
- **分合自由** 猫身体外吸震豆豆，猫尾内探强震酥麻
- **温热体感** 智能加热，为每一次的愉悦温暖护航

杰士邦双糖小粉饼多功能跳蛋



阳光下的**双糖小粉饼**
完美隐匿于你的包中

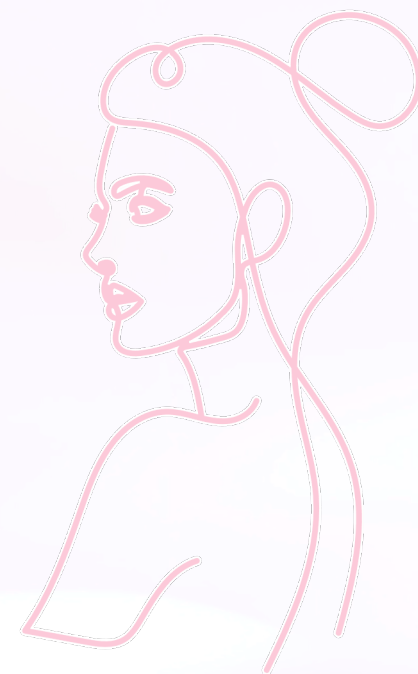
科技与情趣融合
为女性愉悦打开新大门

从女性隐私/安全顾虑出发，双糖小粉饼的科技与狠活：

- **触吸科技** 接触皮肤即吸离开即停，随心掌控
- **自由双蛋** 独立操控的双蛋，吸、震撩拨自由
- **强大外盒** 遥控、收纳、续航三合一，无忧畅玩
- **远程互动** 小程序遥控，解锁异地愉悦模式

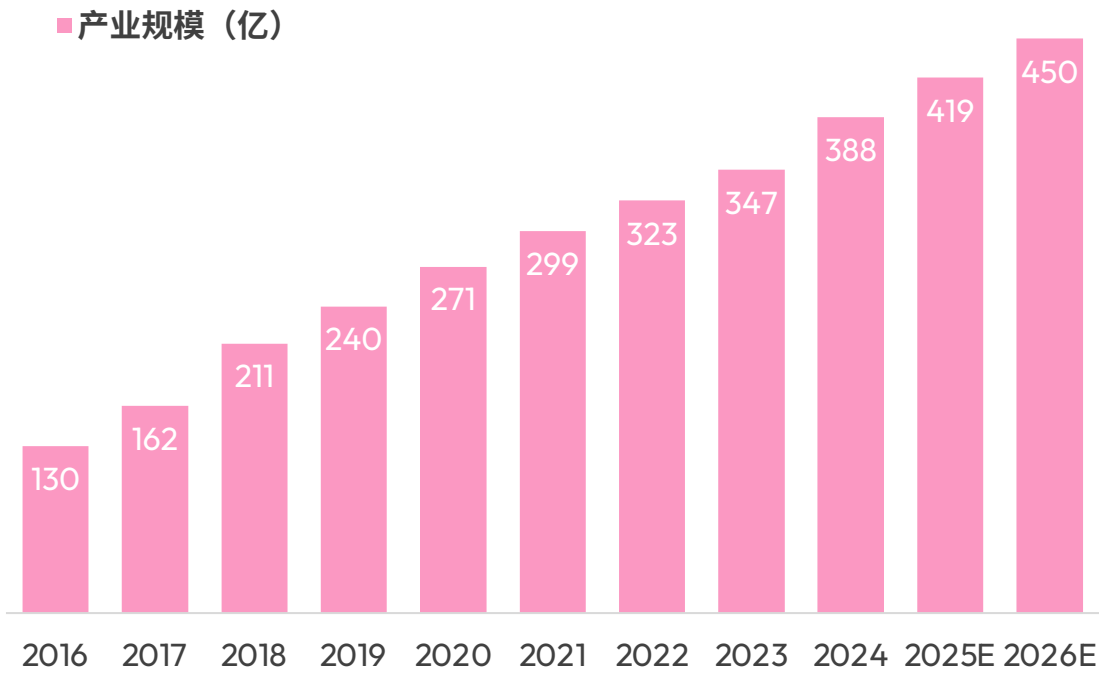
女性两性健康品类消费洞察

私护洗液



随着女性对私处健康的日渐重视，私护产品的规模持续增长，在2026年预计能达到450亿的规模。
在私处相关的搜索词中，可以看出女性更关注私处的整体健康，以及如何透过私密部位的清洁减少异味。

2016-2026我国女性私护品市场规模及预测



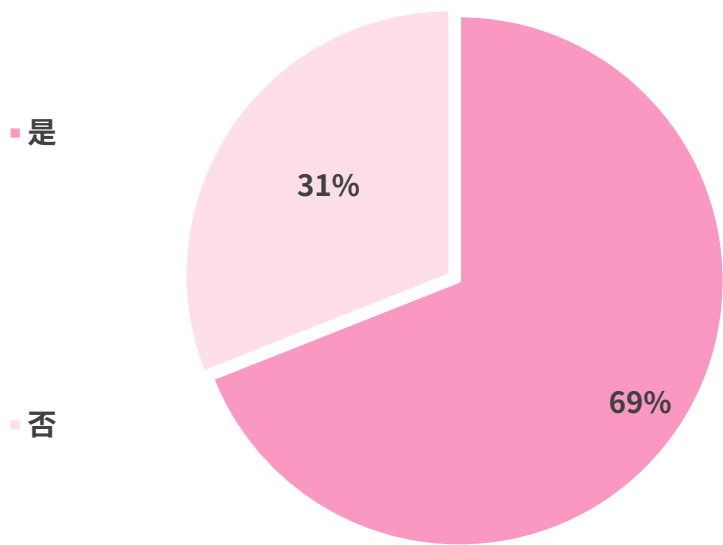
私处相关搜索关键词



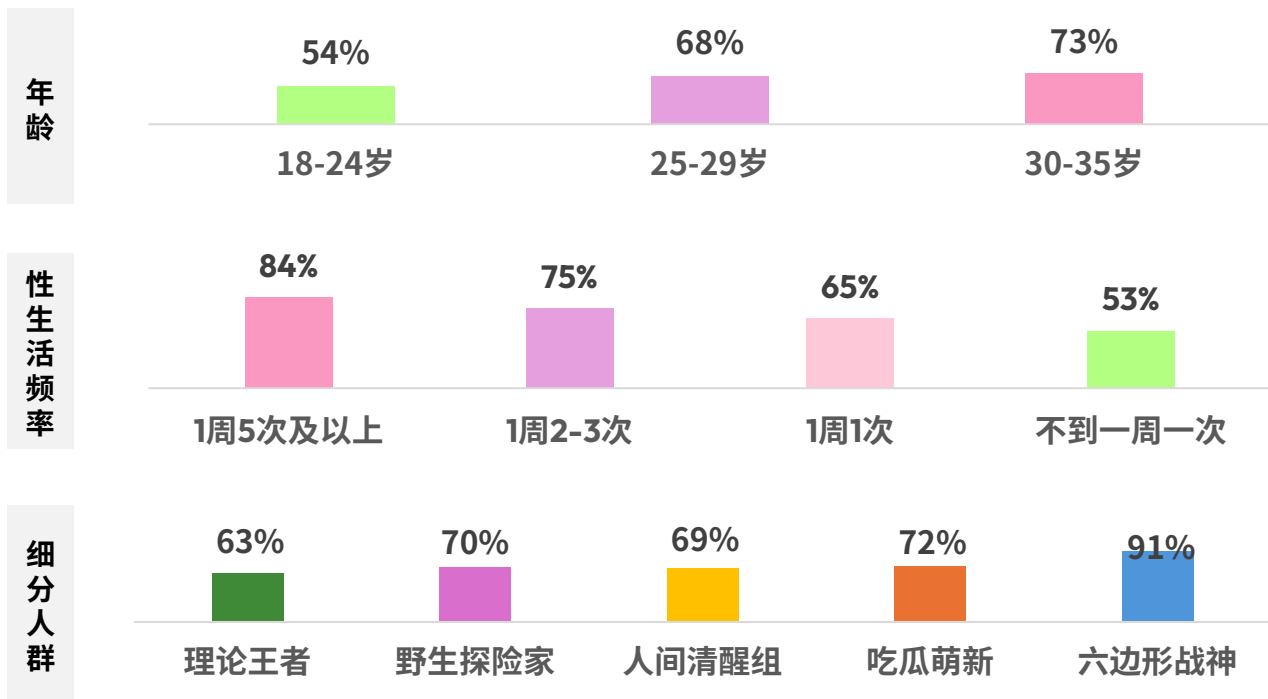
数据来源：观研天下数据中心、美柚xMobTech《2020年中国女性健康白皮书》

新时代女性开始正视私处护理需求，个人私处健康关注度上升。在关注两性健康的女性中，有近7成过去1年内购买过私护洗液，其中，年纪大一些、性生活频繁一些的女性以及六边形战神购买私护洗液的比例更高。

妳过去一年内购买过私护洗液吗？



过去一年内购买过私护洗液的比例

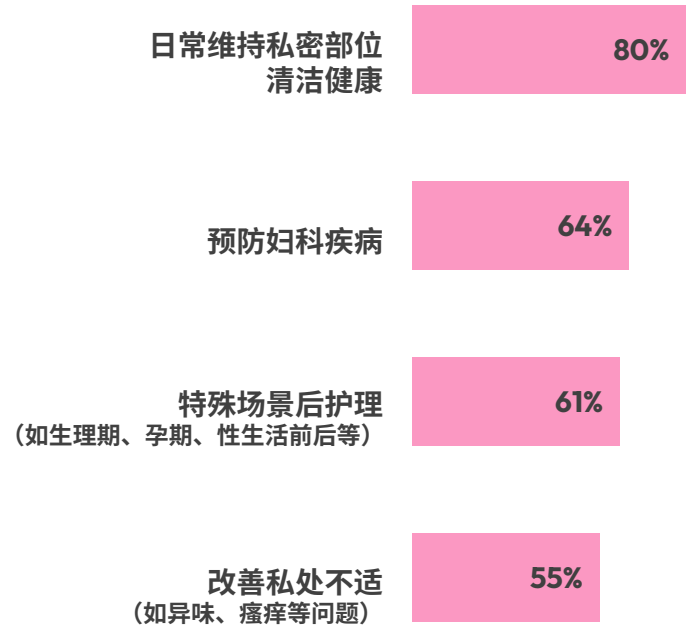


数据来源：TMIC女性两性健康问卷调查（N=1000）

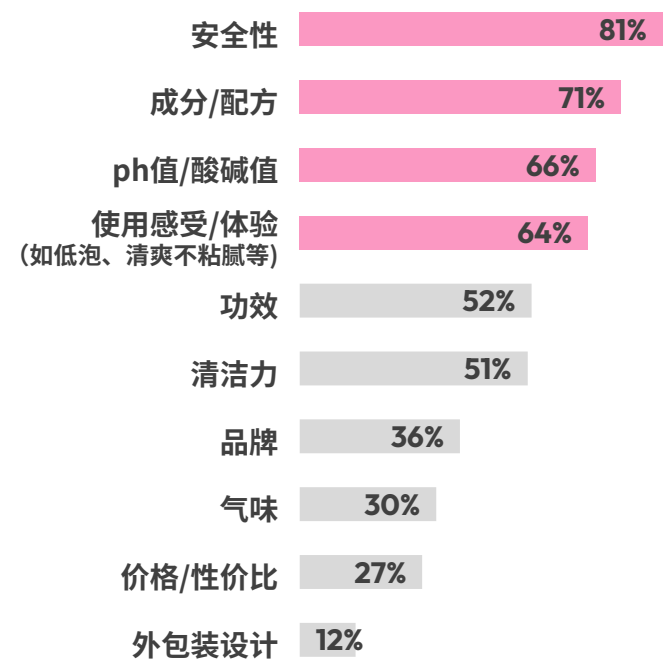


日常维持私处健康是女性购买私护洗液主要的动机，其次是预防妇科疾病、在特殊时刻护理，以及改善私密部位不适。在购买私护洗液的时候，成分配方的安全性、ph值及实际的使用体验是最关键的考虑。在功效上，女性更喜欢私护洗液能有效抑菌、减少异味和瘙痒。

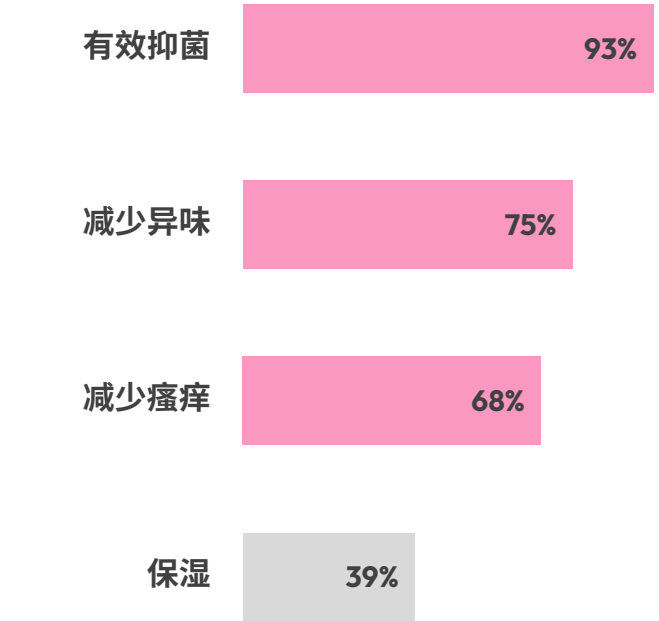
妳买私处护理洗液是为了…?



买私护洗液的时候，
什么对妳来说更重要…?



妳希望护理洗液有哪些功效呢?

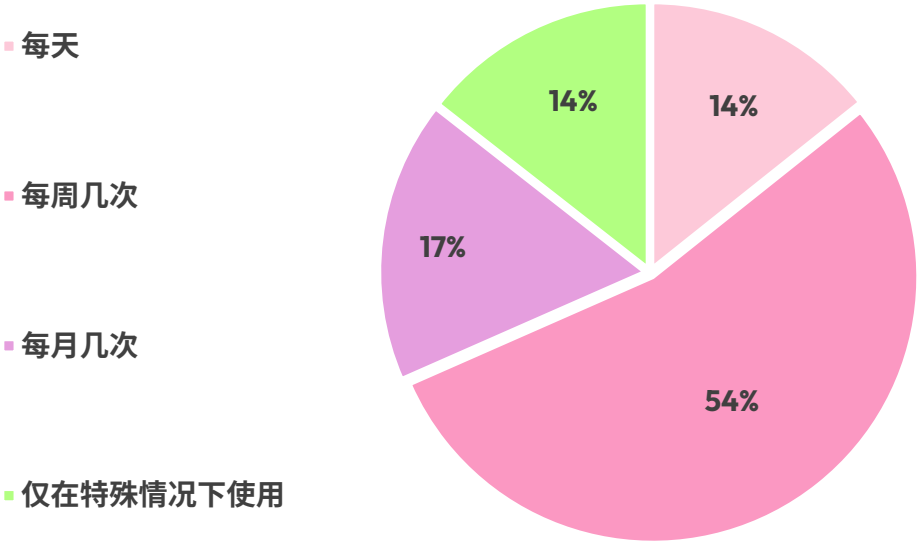


数据来源：TMIC女性两性健康问卷调查（N=1000）

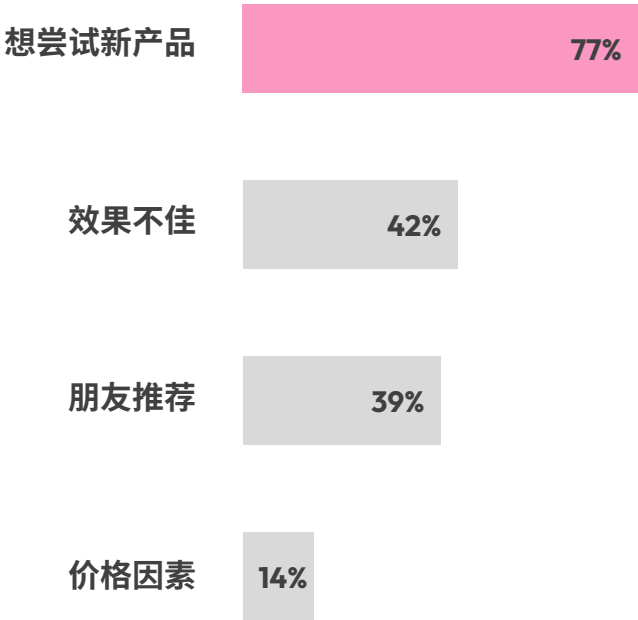


目前，接近70%的女性一周使用私护洗液至少一次，想尝试新产品是消费者转换品牌的主要原因

妳一般多久用一次私护洗液呢？



妳因为什么原因更换过私护洗液品牌？



作为两性健康的全品类解决专家，杰士邦推出首款私处护理液，
让你从私密处开始，释放全新魅力！

【轻奢级】玻尿酸“小净瓶”，温和清洁，深层养护

结合玻尿酸+益生菌+玫瑰香三重轻奢净养配方，在满足基本清洁需求（清洁、抑菌、止痒）的基础上，
提供芳香及滋润等多重愉悦体验

- **平衡菌群，维稳微生态：**科学复配益生菌专利配方，调节私处微生态平衡，强韧私密肌肤屏障
- **水润呵护，立体保湿：**特别注入【华熙生物】4D玻尿酸，智能保湿因子，层层渗透，立体水润
- **温和清洁，经期可用：**温和清洁体系，氨基酸云感泡沫，弱酸性pH值，亲肤不刺激，呵护私密环境
- **5重植萃，净护小花园：**5重天然精华（银耳、野菊花、忍冬花、洋甘菊、苦参），呵护小花园健康
- **甄选大马士革玫瑰：**臻选大马士革玫瑰精油，绽放迷人芬芳，浪漫花心私享愉悦



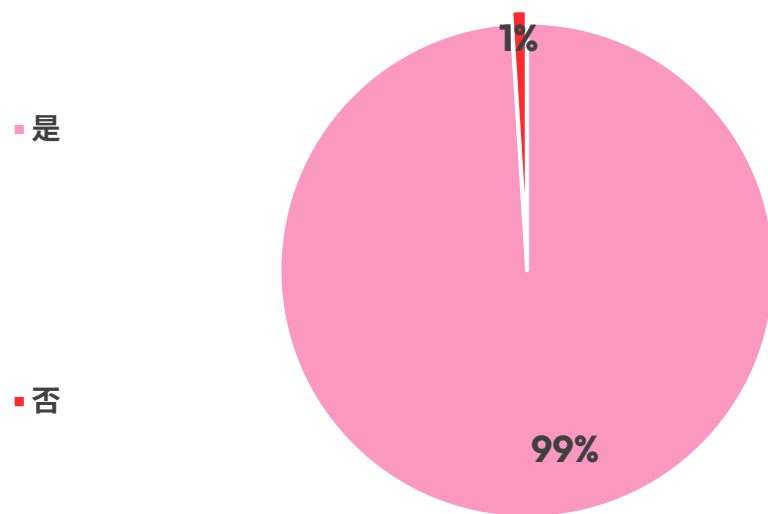
女性两性健康品类消费洞察

HPV产品



针对育龄女性常见的问题HPV，
99%的女性都听过。

2016-2026我国女性私护品市场规模及预测



HPV科普小课堂



Q: HPV是什么?

A: 全称为人类乳头瘤病毒，HPV主要分为低危型和高危型。低危型会引起皮肤疣或生殖器疣（也称尖锐湿疣），高危型如果长期存在，持续感染，会导致宫颈表面的异常细胞开始增生，引起宫颈的癌前病变和宫颈癌。某些高危型HPV还与其他癌症有关，如阴道癌、外阴癌、肛门癌、口咽癌和罕见的阴茎癌。

Q: HPV会透过哪些途径传染呢?

A: 性接触传播、皮肤粘膜接触传播、感染物品/表面间接接触传染、母婴传播等

Q: 怎么预防呢?

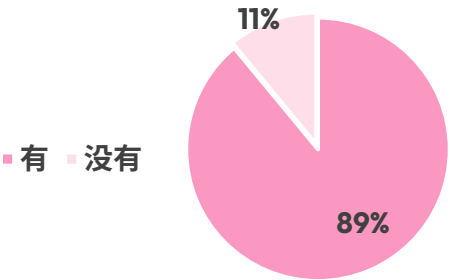
A: 建立安全性行为/戴避孕套、疫苗接种、使用防治HPV的产品、注意个人卫生（保持生殖器官及内衣裤的清洁、避免与他人共用私人用品等）、定期进行筛查、保持良好生活习惯，提高免疫力。



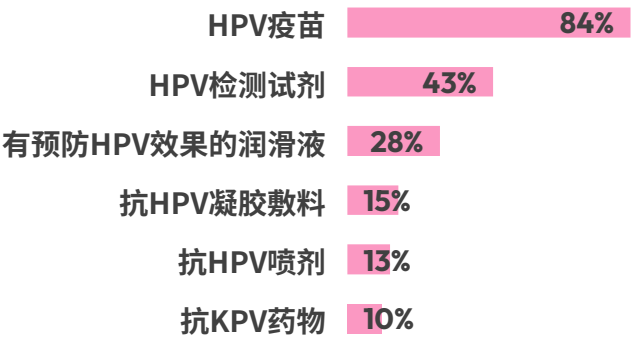
89%的女性使用过相关产品，使用者中，以使用疫苗的最多（84%），其次是检验试剂（43%）和有预防HPV效果的润滑液（28%）。主要是日常预防（78%）或在性生活前后（40%）使用。在选择HPV相关产品的时候，成分的安全性、医生或专业人士推荐和产品功效是主要考虑的因素。

HPV相关产品使用

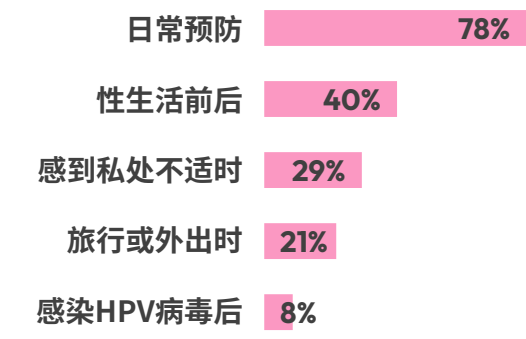
妳使用过HPV相关的产品吗？



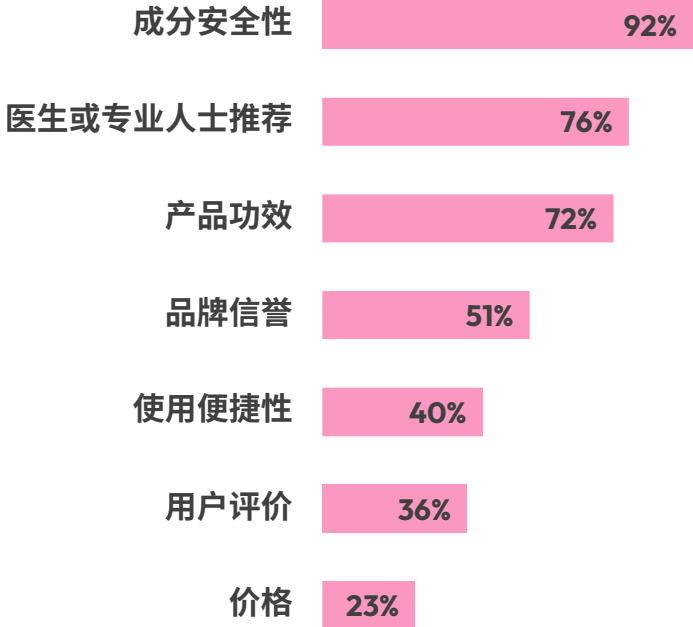
妳使用过什么HPV相关的产品呢？



妳在什么情况下使用HPV相关的产品呢？



在选择HPV相关产品时
哪些因素对妳来说更重要？



杰士邦小红盾提供一站式HPV解决方案， 助你隔绝病毒，安享亲密！

核心成分：酸酐化牛 β -乳球蛋白

1. 专利认证抗HPV病毒成分
2. 99%HPV病毒灭活率—复旦大学功能蛋白研究院认证检测
3. 12周高活性
4. 8小时内有效阻断病毒
5. 13年临床验证78.3%转阴率，药监注册

杰士邦小红盾 – HPV防治家族

日常检测

HPV诊断试剂



居家、外出自检

日常预防

预防HPV-酸酐蛋白喷雾



差旅外出、运动防护、性爱前后、体外疣体放复发等

预防HPV-酸酐蛋白润滑剂



性行为前后8小时

已感人群治疗

抗HPV-生物蛋白敷料



抗病毒治疗

总结

写在最后

亲爱的姐妹们，在两性健康的舞台上，无论妳是‘吃瓜萌新’还是‘六边形战神’，可能都经历过那些‘女性不该谈性’的耳语，和那些对性愉悦的羞耻化标签。

在这个38妇女节，两性亲密时刻全品类领导品牌**杰士邦**推出**003玻尿酸避孕套礼盒**，**专为女性研发**，希望妳能更加关注自己的身体，掌握属于自己的话语权，勇敢地追求愉悦与幸福。

让我们一起：

- **更自由**：不被世俗眼光束缚，勇敢定义自己的快乐。
- **更有力量**：在两性关系中掌握主动权，成为自己人生的导演。
- **更多care给自己**：爱自己，从关注健康开始；don't care那些眼光和耳语，你的快乐无需他人批准

祝妳38妇女节快乐，**我们/Women主动，更多可能！**

The advertisement features a vibrant pink and blue color scheme. At the top, the Jissbon logo is displayed. The main headline reads '杰士邦003玻尿酸 0硅油 超水润' (Jissbon 003 Hyaluronic Acid 0 Silicone Oil Super Moist). Below this, a tagline states '- 专为女性研发 -' (Specially developed for women). A red ribbon graphic winds through the center, holding two boxes of condoms: one labeled '小分子玻尿酸' (Small molecule hyaluronic acid) and the other '003 玻尿酸' (003 Hyaluronic acid). A circular badge on the right says '新一代 水光套' (Next generation Water Light Condom). At the bottom, a large red box features a white silhouette of a woman's profile and the text '我们 women 主动 更多可能' (We women take initiative, more possibilities). A search bar at the bottom right contains the text '杰士邦水光套' (Jissbon Water Light Condom) and a magnifying glass icon. The background is decorated with soft pink petals and light rays.

乐福思两性健康产业 女性友好产品大家族



免责声明

版权声明

本白皮书的所有表格及文字内容的版权归壹零次方(上海)市场咨询有限公司所有其中，部分文字、图片及数据来源于公开信息，版权归属原作者所有。壹零次方(上海)市场咨询有限公司获取信息的途径包含阿里消费洞察、拾方自有数据及公开资料。如需转载、引用、刊发本报告，需注明出处为“2025杰士邦女性健康白皮书”，且不得对本报告进行有悖原意的删减与修改。违者将追究其法律责任。

免责条款

本白皮书涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考，不代表版权或发布方存在任何商业上的承诺或保证。