

# 2017-2022年中国性用品行业运营态势与发展前景 预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国性用品行业运营态势与发展前景预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201611/465422.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

由于人们生活水平的提高和对两性生活的追求，成人用品已经成为了一个迅速发展的市场，根据调查显示，性健康用品的市场正以每年非常大的幅度和速度在增长，性健康用品市场至少还会在二十年年之内保持高速发展。

网上购物形成气候，这对成人用品行业的发展和腾飞奠定了坚实的基础，对于对成人用品有需求而羞于去传统的实体商家购买的商家提供了购物的私密空间，既满足了需求，也不会泄露任何的隐私。

截至2015年12月，我国网民规模达6.88亿，全年共计新增网民3951万人。互联网普及率为50.3%，较2014年底提升了2.4个百分点。

智研咨询发布的《2017-2022年中国性用品行业运营态势与发展前景预测报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第1章：中国互联网+性用品行业发展现状及前景

1.1 “互联网+性用品”行业概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵

(1) “互联网+”的提出

(2) “互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+性用品”行业的内涵和发展阶段分析

1.2 互联网给性用品行业带来的冲击和变革分析

1.2.1 互联网+性用品行业发展背景分析

(1) 中国互联网+性用品行业政策背景分析

1) 行业政策发展现状

2) 政策环境对行业的影响

(2) 中国互联网+性用品行业经济背景分析

1) 宏观经济环境分析

2) 宏观经济发展对行业的影响

1.2.2 互联网给性用品行业带来的突破机遇分析

1.2.3 互联网给性用品行业带来的挑战分析

- 1.2.4 互联网+性用品行业融合创新机会分析
- 1.3 中国互联网+性用品行业市场发展现状分析
  - 1.3.1 性用品行业目标客户互联网渗透率分析
  - 1.3.2 中国互联网+性用品行业市场规模分析
  - 1.3.3 中国互联网+性用品行业竞争格局分析
    - (1) 中国互联网+性用品行业参与者结构
    - (2) 中国互联网+性用品行业竞争者类型
    - (3) 中国互联网+性用品行业市场占有率
- 1.4 中国互联网+性用品行业市场发展前景分析
  - 1.4.1 中国互联网+性用品行业市场增长动力分析
  - 1.4.2 中国互联网+性用品行业市场发展瓶颈剖析
  - 1.4.3 中国互联网+性用品行业市场发展趋势分析
- 1.5 中国性用品行业电商发展现状及前景预测
  - 1.5.1 中国性用品行业电商总体开展情况
  - 1.5.2 中国性用品行业电商交易规模分析
  - 1.5.3 中国性用品行业电商产品/服务品类
  - 1.5.4 中国性用品行业电商盈利情况分析
  - 1.5.5 中国性用品行业电商市场现存问题
  - 1.5.6 中国性用品行业电商市场趋势分析
  - 1.5.7 中国性用品行业电商市场规模预测
- 第2章：中国互联网+性用品行业商业模式创新策略
  - 2.1 商业模式研究的基本思想介绍
    - 2.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较
    - 2.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
  - 2.2 中国互联网+性用品行业市场定位创新分析
    - 2.2.1 中国性用品行业消费者特征分析
    - 2.2.2 中国性用品行业企业主流的市场定位分析
    - 2.2.3 互联网对性用品行业市场定位的变革分析
    - 2.2.4 互联网下性用品行业市场定位优秀案例分析
  - 2.3 中国互联网+性用品行业价值主张创新分析
    - 2.3.1 中国性用品行业主要的客户价值主张要素分析
    - 2.3.2 互联网+性用品行业价值主张创新策略分析
    - 2.3.3 互联网+性用品行业价值主张创新优秀案例
  - 2.4 中国互联网+性用品行业渠道通路创新分析
    - 2.4.1 中国性用品行业渠道通路的主要类别及特点分析

- 2.4.2 互联网对性用品行业渠道通路的颠覆性变革分析
  - 2.4.3 互联网+性用品行业网络媒体广告宣传策略分析
  - 2.4.4 互联网+性用品行业电商渠道构建策略分析
  - 2.4.5 互联网+性用品行业渠道通路创新优秀案例
  - 2.5 中国互联网+性用品行业客户关系创新分析
    - 2.5.1 中国性用品行业客户关系的类别及关系成本分析
    - 2.5.2 中国互联网+性用品行业客户关系创新路径分析
    - 2.5.3 中国互联网+性用品行业客户关系创新优秀案例
  - 2.6 中国互联网+性用品行业收入来源创新分析
    - 2.6.1 中国性用品行业收入的主要来源渠道及特点
    - 2.6.2 中国互联网+性用品行业收入来源的创新分析
    - 2.6.3 中国互联网+性用品行业收入来源创新优秀案例
  - 2.7 中国互联网+性用品行业合作伙伴创新分析
    - 2.7.1 中国性用品行业主要的合作伙伴及其特点分析
    - 2.7.2 互联网如何改变性用品行业合作伙伴结构
    - 2.7.3 互联网下性用品行业新增合作伙伴的特点
    - 2.7.4 互联网下性用品行业新增合作伙伴优秀案例
  - 2.8 中国互联网+性用品行业成本机构优化分析
    - 2.8.1 中国性用品行业主要成本结构及特点分析
    - 2.8.2 互联网如何改变性用品行业成本结构
    - 2.8.3 互联网下性用品行业成本结构的优化路径
    - 2.8.4 互联网下性用品行业成本结构优化优秀案例
  - 2.9 国外互联网+性用品行业商业模式创新经验
    - 2.9.1 国外互联网+性用品行业商业模式优秀案例剖析
    - 2.9.2 国外互联网+性用品行业商业模式创新经验借鉴
- 第3章：中国性用品行业企业电商战略规划及模式选择
- 3.1 中国性用品行业企业电商战略规划分析
    - 3.1.1 性用品企业电商如何正确定位
    - 3.1.2 性用品电商核心业务确定策略
  - 3.2 中国性用品行业典型电商发展模式总体分析
    - 3.2.1 中国电子商务主流模式分析
    - 3.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析
      - (1) B2B电商模式的特点
      - (2) B2B电商模式的适用范围
      - (3) B2B电商模式的优秀案例

(4) B2B电商模式的优劣势

### 3.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析

(1) B2C电商模式的特点

(2) B2C电商模式的适用范围

(3) B2C电商模式的优秀案例

(4) B2C电商模式的优劣势

### 3.2.4 C2C电商模式及其优劣势分析

(1) C2C电商模式的特点

(2) C2C电商模式的适用范围

(3) C2C电商模式的优秀案例

(4) C2C电商模式的优劣势

### 3.2.5 O2O电商模式及其优劣势分析

(1) O2O电商模式的特点

(2) O2O电商模式的适用范围

(3) O2O电商模式的优秀案例

(4) O2O电商模式的优劣势

### 3.2.6 中国性用品行业最优电商模式的选择

## 3.3 中国性用品行业企业电商切入模式及发展路径

### 3.3.1 自建B2C官网

(1) 自建B2C官网特点及优劣势

(2) 自建B2C官网的业务布局分析

(3) 自建B2C官网的渠道通路分析

(4) 自建B2C官网的收入来源分析

(5) 自建B2C官网的关键资源能力分析

(6) 自建B2C官网的经营风险分析

(7) 自建B2C官网的优秀案例分析

### 3.3.2 借助第三方药店

(1) 借助第三方药店的特点及优劣势

(2) 借助第三方药店的业务布局分析

(3) 借助第三方药店的渠道通路分析

(4) 借助第三方药店的收入来源分析

(5) 借助第三方药店的关键资源能力分析

(6) 借助第三方药店的经营风险分析

(7) 借助第三方药店的优秀案例分析

## 3.4 中国性用品行业移动电商切入路径及典型产品

### 3.4.1 中国性用品行业移动电商的商业价值分析

#### (1) 移动电商的商业价值分析

#### (2) 中国移动互联网发展现状

#### (3) 中国移动互联网前景预测

### 3.4.2 中国性用品行业移动电商市场发展现状

### 3.4.3 中国性用品行业移动电商市场切入路径

### 3.4.4 中国性用品行业移动电商典型产品形式

### 3.4.5 中国性用品行业移动电商发展趋势及前景

## 第4章：中国互联网+性用品商业模式创新优秀案例剖析

### 4.1 汇润云购

#### 4.1.1 深圳汇润商城投资有限公司基本信息分析

#### 4.1.2 深圳汇润商城投资有限公司经营情况分析

#### 4.1.3 深圳汇润商城投资有限公司产品/服务分析

#### 4.1.4 深圳汇润商城投资有限公司盈利模式分析

#### 4.1.5 深圳汇润商城投资有限公司渠道通路分析

#### 4.1.6 深圳汇润商城投资有限公司合作伙伴分析

#### 4.1.7 深圳汇润商城投资有限公司融资情况分析

#### 4.1.8 深圳汇润商城投资有限公司商业模式评价

### 4.2 春水堂

#### 4.2.1 春水堂基本信息分析

#### 4.2.2 春水堂经营情况分析

#### 4.2.3 春水堂产品/服务分析

#### 4.2.4 春水堂盈利模式分析

#### 4.2.5 春水堂渠道通路分析

#### 4.2.6 春水堂合作伙伴分析

#### 4.2.7 春水堂融资情况分析

#### 4.2.8 春水堂商业模式评价

### 4.3 尤品

#### 4.3.1 尤品基本信息分析

#### 4.3.2 尤品经营情况分析

#### 4.3.3 尤品案例三产品/服务分析

#### 4.3.4 尤品盈利模式分析

#### 4.3.5 尤品渠道通路分析

#### 4.3.6 尤品合作伙伴分析

#### 4.3.7 尤品融资情况分析

#### 4.3.8 尤品商业模式评价

### 第5章：中国互联网+性用品行业市场投资机会及建议

#### 5.1 中国互联网+性用品行业投资特性及风险

##### 5.1.1 互联网+性用品行业投资壁垒分析

##### 5.1.2 互联网+性用品行业投资特性分析

##### 5.1.3 互联网+性用品行业投资风险分析

#### 5.2 中国互联网+性用品行业投融资现状及趋势

##### 5.2.1 中国互联网+性用品行业投资现状及趋势

###### (1) 中国互联网+性用品行业投资主体结构

###### (2) 2015年主要投资事件分析

###### (3) 各投资主体投资趋势分析

##### 5.2.2 中国互联网+性用品行业融资现状及趋势

###### (1) 中国互联网+性用品行业融资主体分析

###### (2) 近三年主要融资事件分析

###### (3) 互联网+性用品行业融资趋势分析

#### 5.3 中国互联网+性用品行业投资机会及建议

##### 5.3.1 中国互联网+性用品行业投资机会分析

##### 5.3.2 互联网+性用品行业的投资建议分析

### 第6章：中国性用品行业公司“互联网+性用品”投资布局

#### 6.1 爱侣健康科技股份有限公司

##### 6.1.1 企业基本信息分析

##### 6.1.2 企业经营情况分析

##### 6.1.3 企业互联网+性用品投资布局

##### 6.1.4 企业互联网+性用品产品/服务分析

##### 6.1.5 企业最新发展动向

#### 6.2 深圳市夏奇实业有限公司

##### 6.2.1 企业基本信息分析

##### 6.2.2 企业经营情况分析

##### 6.2.3 企业互联网+性用品投资布局

##### 6.2.4 企业互联网+性用品产品/服务分析

##### 6.2.5 企业最新发展动向

#### 6.3 深圳市积之美健康用品连锁有限公司

##### 6.3.1 企业基本信息分析

##### 6.3.2 企业经营情况分析

##### 6.3.3 企业互联网+性用品投资布局



### 6.3.4 企业互联网+性用品产品/服务分析

### 6.3.5 企业最新发展动向

图表目录：

图表1：互联网+性用品行业发展规划汇总表

图表2：互联网+性用品行业主要政策汇总表

图表3：政策环境对行业的影响分析表

图表4：2015-2016年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表5：2010-2015年中国GDP增长率变化趋势图（单位：%）

图表6：2010-2015年中国工业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）

图表7：2010-2015年中国服务业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）

图表8：2010-2015年中国电商交易规模发展趋势（单位：亿元，%）

图表9：2017-2022年中国电商交易规模预测

图表10：2010-2015年我国网民规模及互联网普及率

图表11：2013-2015年中国网民各类网络应用的使用率

图表12：2009-2015年我国移动网民规模及增长速度

图表13：关联产业发展对行业的影响总结表

图表14：互联网相关技术对行业的影响总结表

图表15：中国互联网+性用品行业发展阶段

图表16：主要企业互联网+性用品行业投资切入角度

图表17：2013-2015年中国互联网+性用品行业主要投资事件

图表18：中国互联网+性用品行业投资业务布局

图表19：2012-2015年中国互联网+性用品行业市场规模发展趋势

图表20：中国互联网+性用品行业主要的市场参与者

图表21：中国互联网+性用品行业市场增长动力

图表22：中国互联网+性用品行业市场发展瓶颈

图表23：中国性用品行业电商交易规模（单位：亿元）

图表24：中国性用品行业电商产品/服务品类

图表25：中国性用品行业电商市场现存问题

图表26：2017-2022年中国性用品行业电商市场规模预测

图表27：商业模式与其它模式的区别

图表28：商业模式与其它模式的联系

图表29：商业模式框架图

图表30：中国性用品行业消费者特征

图表31：中国性用品行业企业主流的市场定位

图表32：中国性用品行业主要的客户价值主张要素

图表33：性用品行业企业利用互联网升级产品使用体验的策略

图表34：性用品行业企业利用互联网改善个性化服务体验的策略

图表35：性用品行业企业利用互联网节约客户成本的策略

图表36：性用品行业价值传递通路的特点

图表37：性用品行业产品销售渠道的特点

图表38：中国性用品行业现有渠道通路的优劣势

图表39：中国性用品行业客户关系的分类

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201611/465422.html>