

2019-2025年中国性用品市场全景调查及发展前景 预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国性用品市场全景调查及发展前景预测报告》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/201901/705762.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

2015~2020年，全球成人用品（不含避孕套）预计市场规模从123.7亿美元增至163.1亿美元，年增长率为5.68%。从全球来看，情趣用品市场规模为避孕套市场的2.3-2.8倍，结合国内外数据分析，目前中国避孕套市场销量在100亿~200亿只之间，预计规模约18亿美元。

中国避孕套销量将从2015年约127亿只，18.8亿美元，增长至2024年的50.4亿美元，年复合增长率8.1%（京东大数据）。以2015年中国18.8亿美元的避孕套市场规模为基础，我们按照复合增长率13%，成人用品市场为避孕套市场的2.5的倍数来估算，则可推断到2020年，预计中国国内的成人用品市场规模为86.6亿美元。

2015~2020年全球成人用品（不含避孕套）市场预估

国内2015~2020成人用品市场规模测算

智研咨询发布的《2019-2025年中国性用品市场全景调查及发展前景预测报告》共六章。首先介绍了性用品相关概念及发展环境，接着分析了中国性用品规模及消费需求，然后对中国性用品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国性用品面临的机遇及发展前景。您若想对中国性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

中国情趣用品B2C平台企业市场规模预测

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

4.2 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

4.3 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

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) 2018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（ZYYF）

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

6.2 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

6.3 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

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：中国互联网+性用品行业发展阶段

图表4：主要企业互联网+性用品行业投资切入角度

图表5：2016-2018年中国互联网+性用品行业主要投资事件

图表6：中国互联网+性用品行业投资业务布局

图表7：2016-2018年中国互联网+性用品行业市场规模发展趋势

图表8：中国互联网+性用品行业主要的市场参与者

图表9：中国互联网+性用品行业市场增长动力

图表10：中国互联网+性用品行业市场发展瓶颈

图表11：中国性用品行业电商交易规模（单位：亿元）

图表12：中国性用品行业电商产品/服务品类

图表13：中国性用品行业电商市场现存问题

图表14：2019-2025年中国性用品行业电商市场规模预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201901/705762.html>