

2021-2027年中国性用品行业前景展望与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国性用品行业前景展望与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202010/190324.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、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，年复合增长率为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

中企顾问网发布的《2021-2027年中国性用品行业前景展望与市场运营趋势报告》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) 2019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

6.2 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5：2016-2019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7：2016-2019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14：2021-2027年中国性用品行业电商市场规模预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202010/190324.html>