

春宵苦短日高起
从此君王不早朝

中国情趣电商市场分析2017

分析定义与分析方法

分析内容

主要研究对象是情趣电商领域，情趣电商是从事在线成人用品销售服务的电商公司。

分析内容主要研究情趣电商的发展背景、发展现状、用户情况及未来发展趋势。

分析方法

分析内容中的资料和数据来源于对行业公开信息的研究、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及易观分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。

分析内容中运用Analysys易观的产业分析模型，并结合市场研究、行业研究和厂商研究，能够反映当前市场现状，趋势和规律，以及厂商的发展现状。



数据来源

数据说明：易观千帆只对独立APP中的用户数据进行监测统计，不包括APP之外的调用等行为产生的用户数据。截止2017年第2季度易观千帆基于对20.7亿累计装机覆盖及4.8亿活跃用户的行为监测结果采用自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。



舍南舍北皆“春水” 中国情趣电商市场发展背景

互联网情趣市场发展背景分析

民众性观念逐渐放开

P

政策环境：政策标准不断推进，但总体缺乏监管

- 从2002年起，所有植入体内的硅胶制品(仿真型生殖器具)不再列入医疗器械管理范围。这意味着监管的大门开了很大的一扇，成人用品市场的空间将更为广阔
- 2011年，中国生殖健康用品标准化技术委员会成立，并着手起草行业标准；同年，第六届生殖健康新技术博览会在北京开幕；标志着国家对生殖健康行业的认可，中国生殖健康产业开始步入健康、可持续发展阶段。

E

经济环境：消费升级决定人民消费习惯向体验型转变

- 我国GDP持续增长促进国民人均收入的增加，整体国民性意识不断增强。
- 中国网上零售规模突破1万亿元，国民网购习惯成熟。
- 我国国民生活水平提高促进性生活质量和样式多样化发展。

S

社会环境：生活水平提高为情趣用品带来广阔市场

- 国家社会物质文明、精神文明高速发展，使得国民性观念逐渐开放。
- 我国有4700万留守妇女，1.8亿未婚成年人。情趣用品满足这类人群生理需求，具有积极的社会意义。
- 我国国民生活水平提高促进性生活质量和样式多样化发展。

T

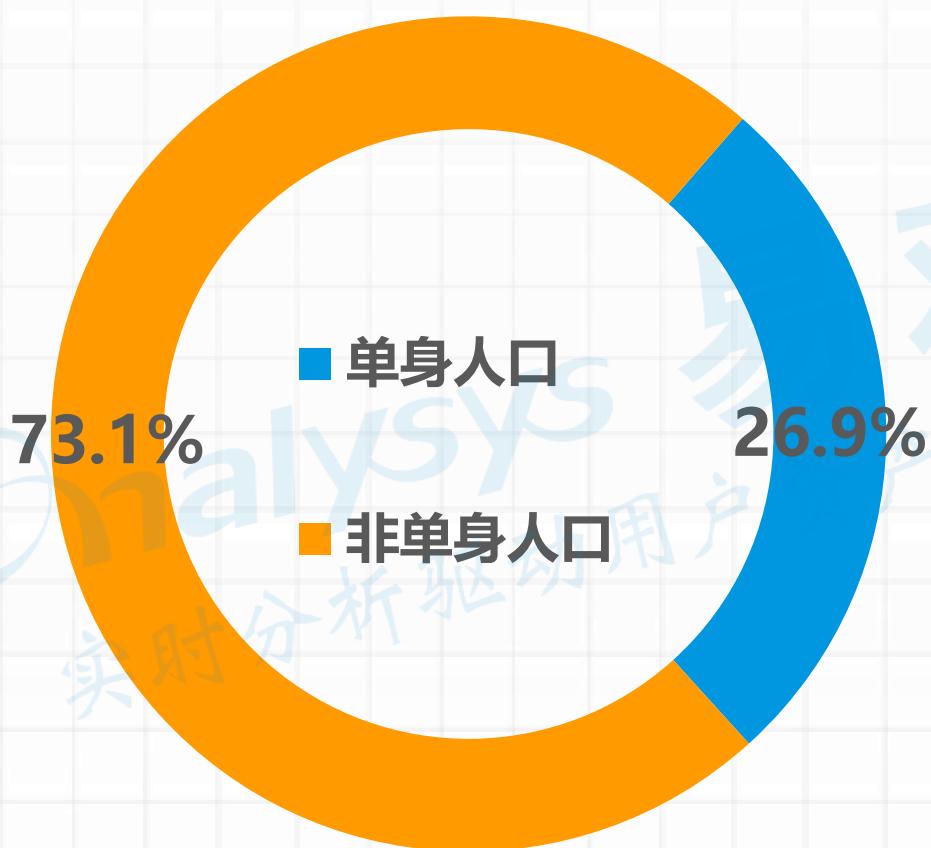
技术环境：技术发展实现更多场景下的情趣服务

- 互联网、移动互联网技术的广泛应用，促进PC购物、移动购物的高速发展。
- 大数据技术加强线上成人用品销售的高效性、精准性；“终端+云平台”为成人智能硬件产品提供有力支持。

中国15岁以上单身成年人超过2亿，市场需求巨大

国家统计局统计显示，中国15岁以上单身人口占比26.9%，总人数超过2亿，同时出生性别比连续多年男性高于女性。成年单身人口具有性需求，需要合理的引导和消化，情趣电商行业具有相当的社会意义。

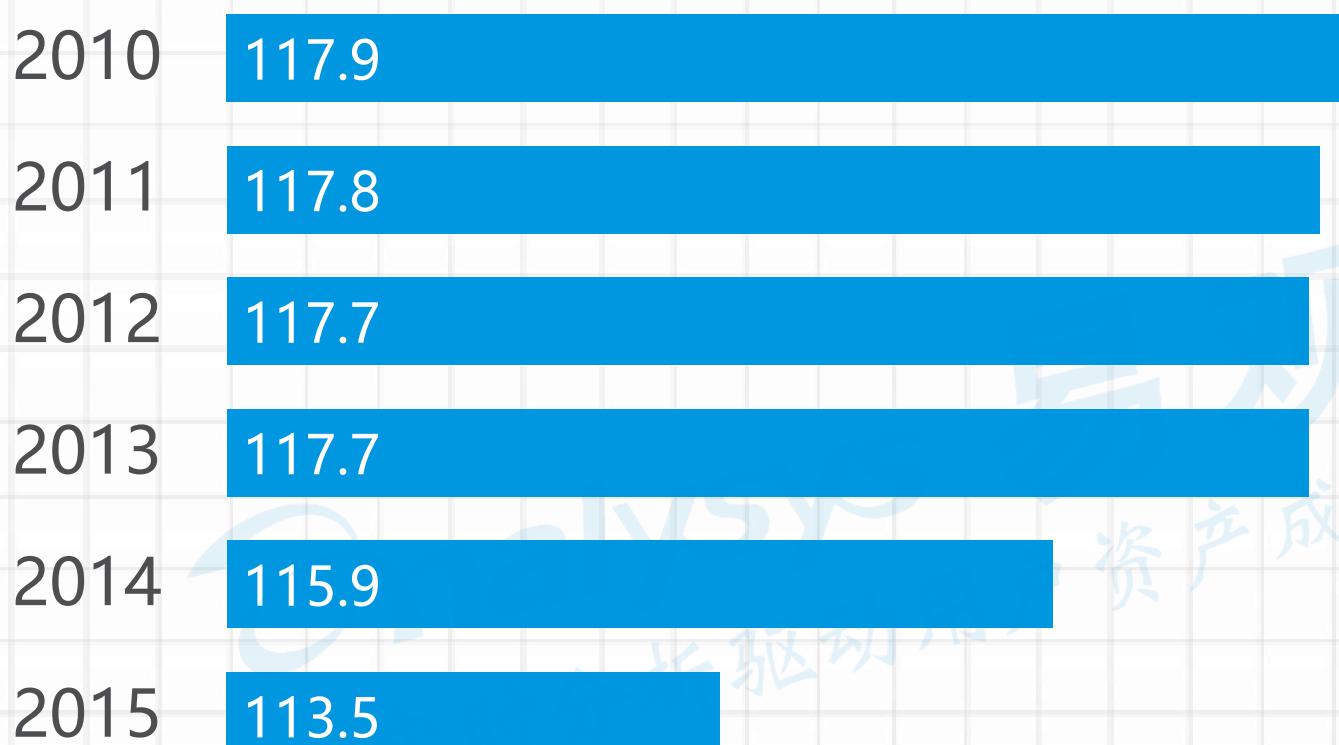
2015年中国15岁以上人口单身情况



© Analysys 易观·国家统计局

www.analysys.cn

中国历年出生人口性别比（男性人口/女性人口*100）

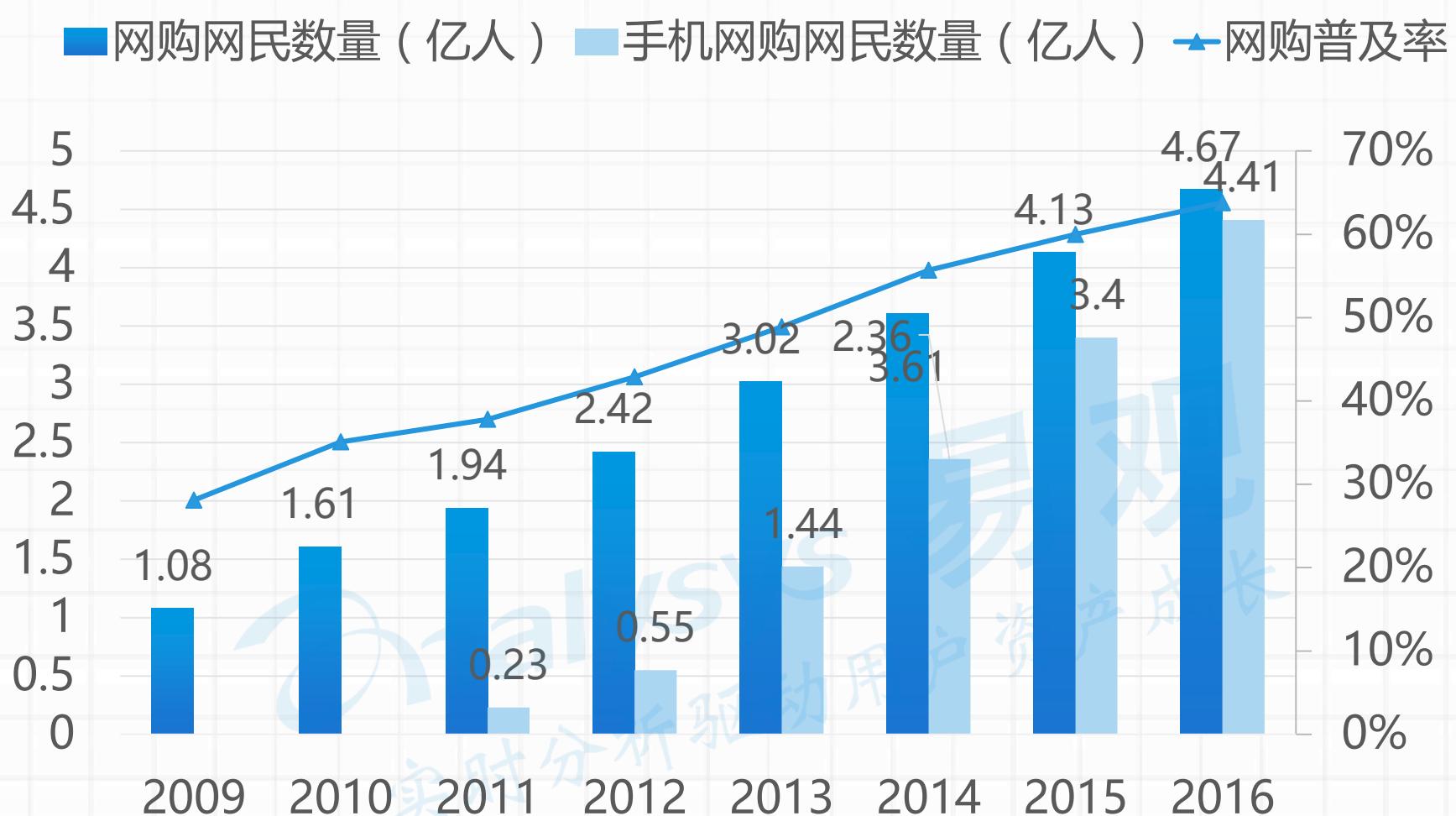


© Analysys 易观·国家统计局

www.analysys.cn

电商占比提升推动垂直领域发展 性用品具有网售优越性

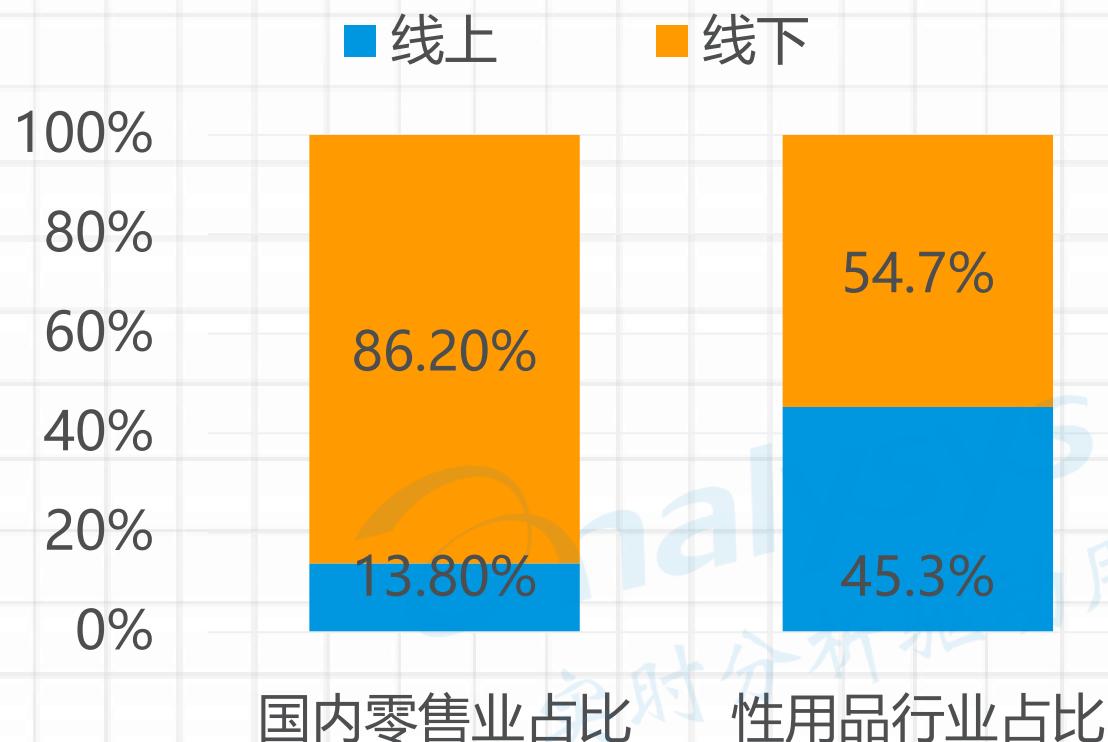
2009-2016年中国网购网民数量及渗透率



© Analysys 易观·国家统计局

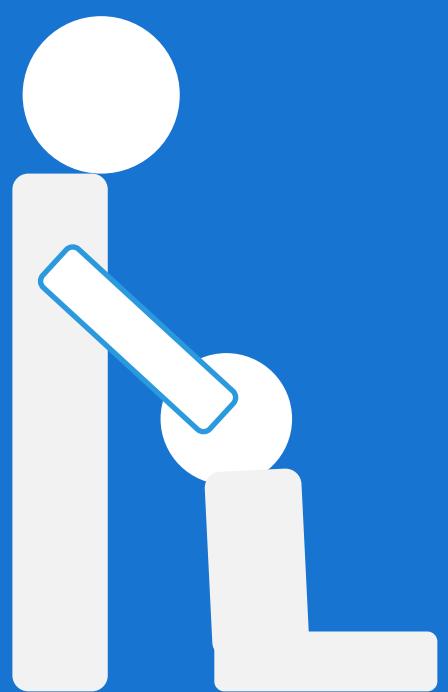
www.analysys.cn

2016年国内成人用品与零售 业线上线下对比



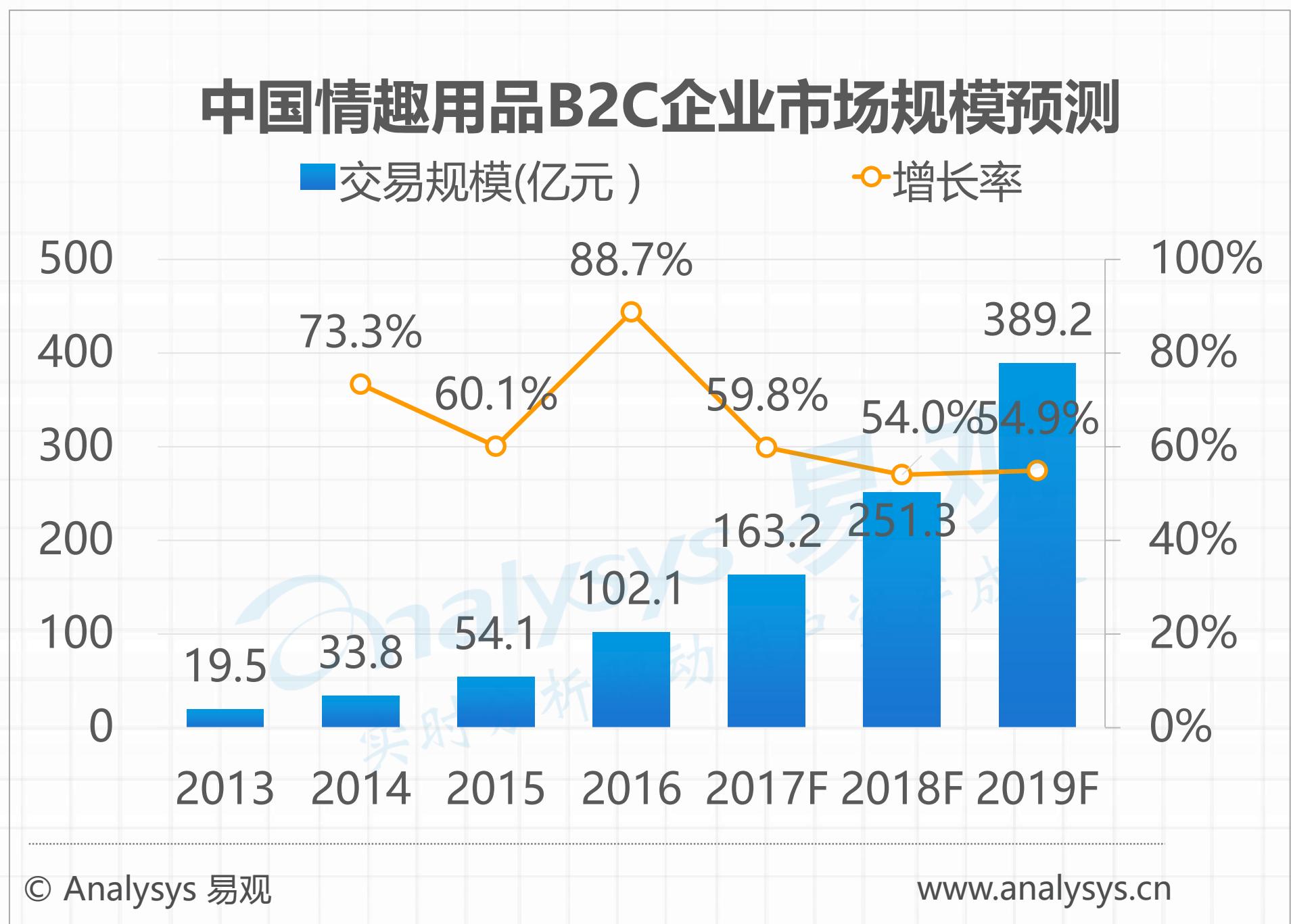
- 国家统计局统计显示，中国网购网民数量与渗透率逐年攀升，网购用户的增加推进中国电商零售业垂直领域的发展。
- 性用品行业作为对购买私密性要求较高的行业，电商形式具有天然的优越性。2016年性用品线上销售占比远高于零售消费品平均值。

© Analysys 易观·国家统计局 www.analysys.cn



银瓶乍破水浆迸 铁骑突出刀枪鸣 中国情趣电商市场发展现状

中国情趣电商市场规模逐年攀升 市场蓬勃发展



细分程度深入，市场规模不断扩大

计生用品

保健品

情趣用品

需求变化



健康需求

满足多层次需求

群体变化

大众群体

服务多样化群体

代表产品



避孕套



延时喷雾、润滑剂

特殊群体



个人性需求
性生活前、中、后



飞机杯、AV棒、充气娃
娃、跳蛋等

情趣电商市场发展现状之资本 扎堆挂牌新三板，加速行业发展 但仍处于扩张阶段

2016年四家情趣领域厂商先后挂牌新三板

2015年12月 2016年3月 2016年7月 2016年8月



爱侣健康



他趣



春水堂

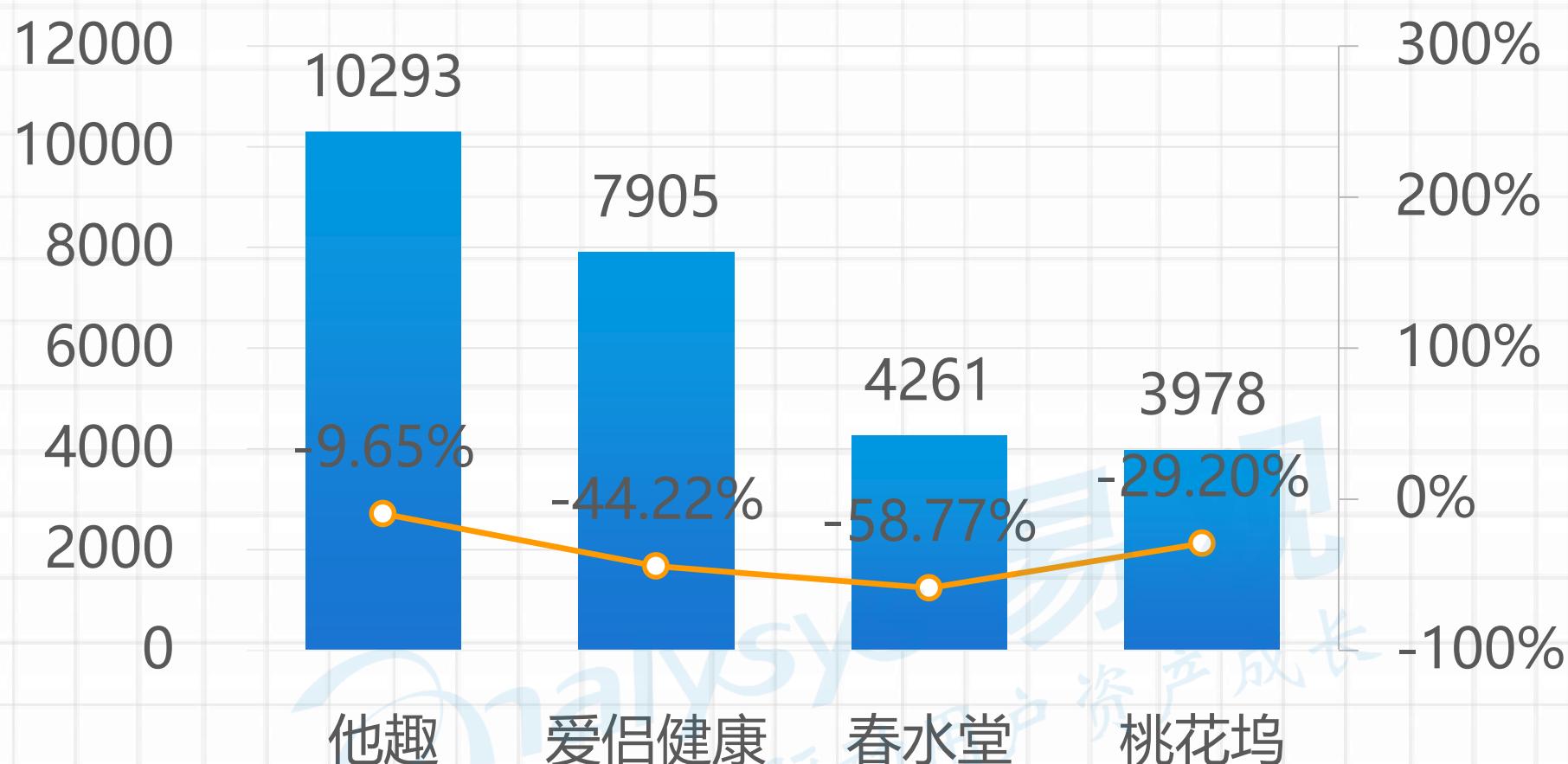


桃花坞

四家上市企业尚处于发展扩张期
2016年盈利状况堪忧

情趣行业新三板挂牌企业营业收入与利润

■2016年营业收入(万元) ○净利润率



情趣电商市场发展现状 制造与销售整体呈现散乱格局

制造商

制造端现状：

- 现阶段我国共有500余家情趣用品制造企业，主要分布在广东、江浙一带。**出口/内销占比高**，超过80%产品出口。

■ 出口 ■ 内销



流通商

品牌商



LELO

SVAKOM



渠道商



美色商城



1688

销售端

医药电商



综合电商



1号店
YHD.COM



线下销售



全家 FamilyMart.



万爱情侣酒店
MYRIADLOVE HOTEL

销售端现状：

- 近年来电商蓬勃发展，加之成人用品行业的私密性，成人用品线上销售占比不断增加，综合电商占据情趣市场的主导地位。
- 行业销售端**整体呈现散乱格局**，成人用品销售缺乏相关市场推广渠道与广告标准，厂商运营成本增加，市场认知亟待提升。

垂直电商



中国情趣电商市场现状之产品消费升级，倒逼厂商创新产品



智能硬件
创新



iBall iHole

为产品创新增值

智能硬件代工
厂

研发

销售



外包
数据
反馈

春水堂近两年着力发展产品端创新，利用智能硬件技术提升传统成人用品的个性化服务，同时形成数据闭环，以此提升产品使用粘性和频率，提升销量。



他趣 移动端产品
创新

获客成本

电商转化反向提升社区粘性

社交

电商

销售

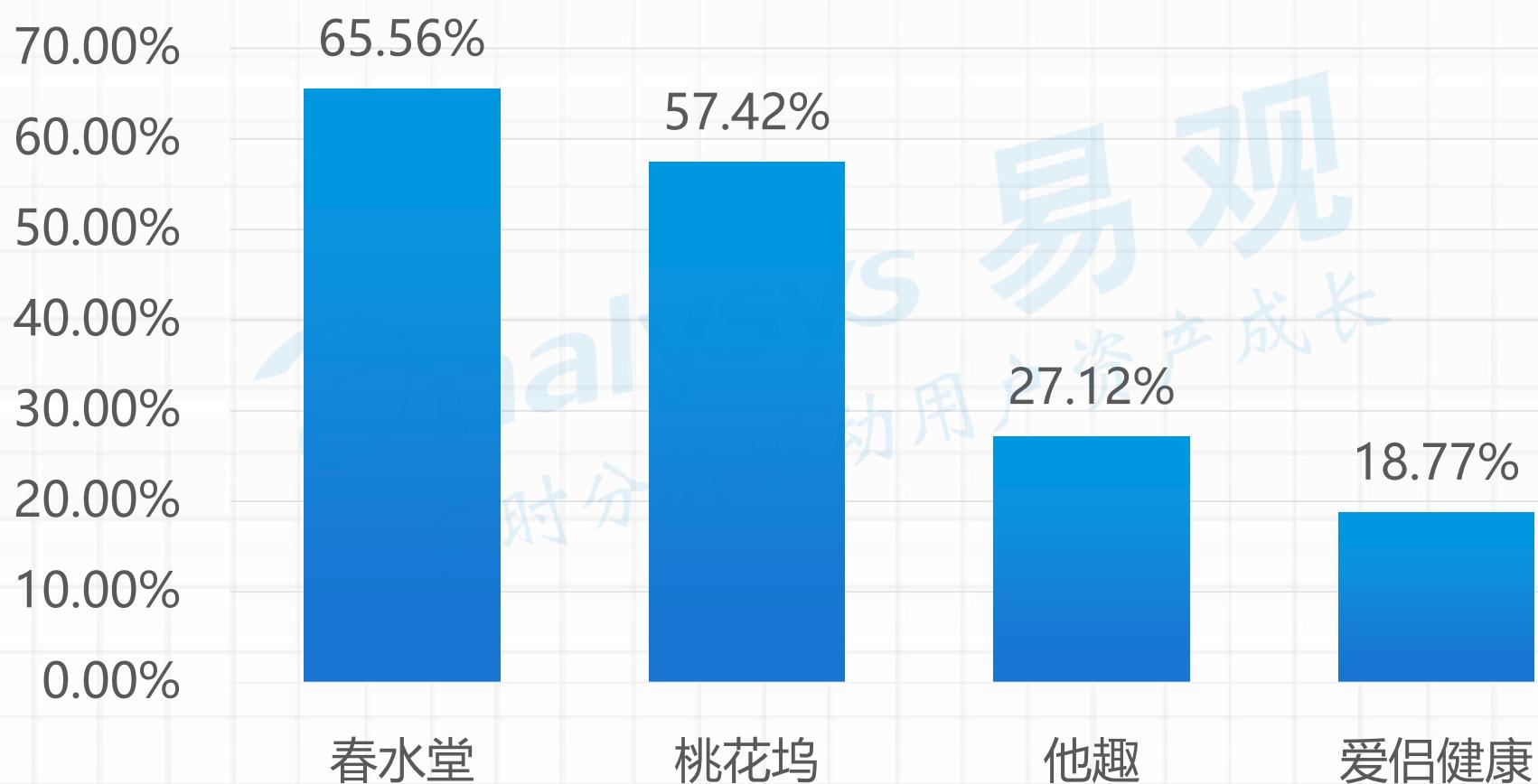
他趣创新电商服务形式，利用社区+电商+工具方式最大程度留住用户，以社交手段提高用户的电商转化率，有效降低销售费用。

他趣季度报公布，2017年第一季度他趣已经实现盈利。

中国情趣电商市场现状之渠道 渠道流通成本间接导致企业盈 利困难

垂直B2C推广成本高间接导致企业无法盈利

情趣行业上市企业销售费用占营业收入比例



© Analysys 易观

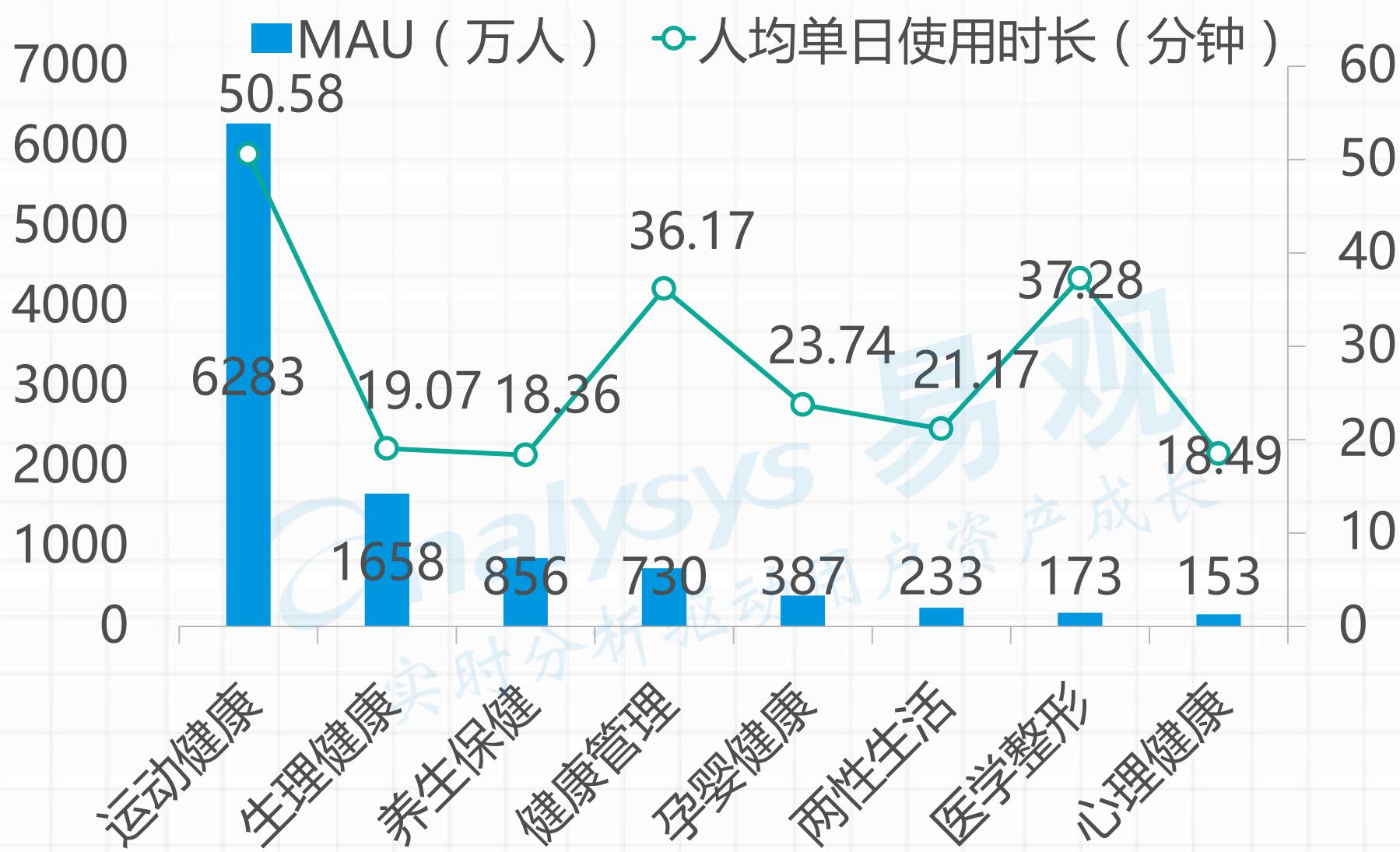
www.analysys.cn

入驻平台是现在情趣电商B2C的主流营销方式



中国情趣电商市场现状之用户 两性生活APP活跃人数偏低 属于“不可描述”的小众市场

2017年5月健康各二级领域MAU排名



© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

大众市场

MAU>1000万

运动健康

生理健康

用户价值转化

中众市场

MAU>500万

养生保健

健康管理

用户拓展

小众市场

MAU<500万

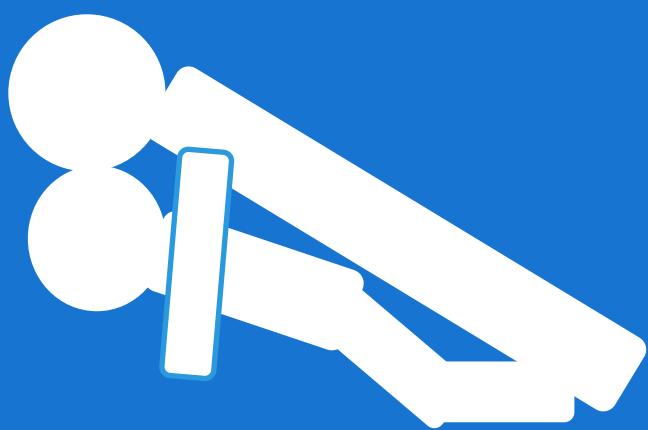
孕婴健康

两性生活

医学整形

心理健康

市场拓展
用户认知建设



古来圣贤皆寂寞
惟有yin者留其名
情趣电商移动端用户分析

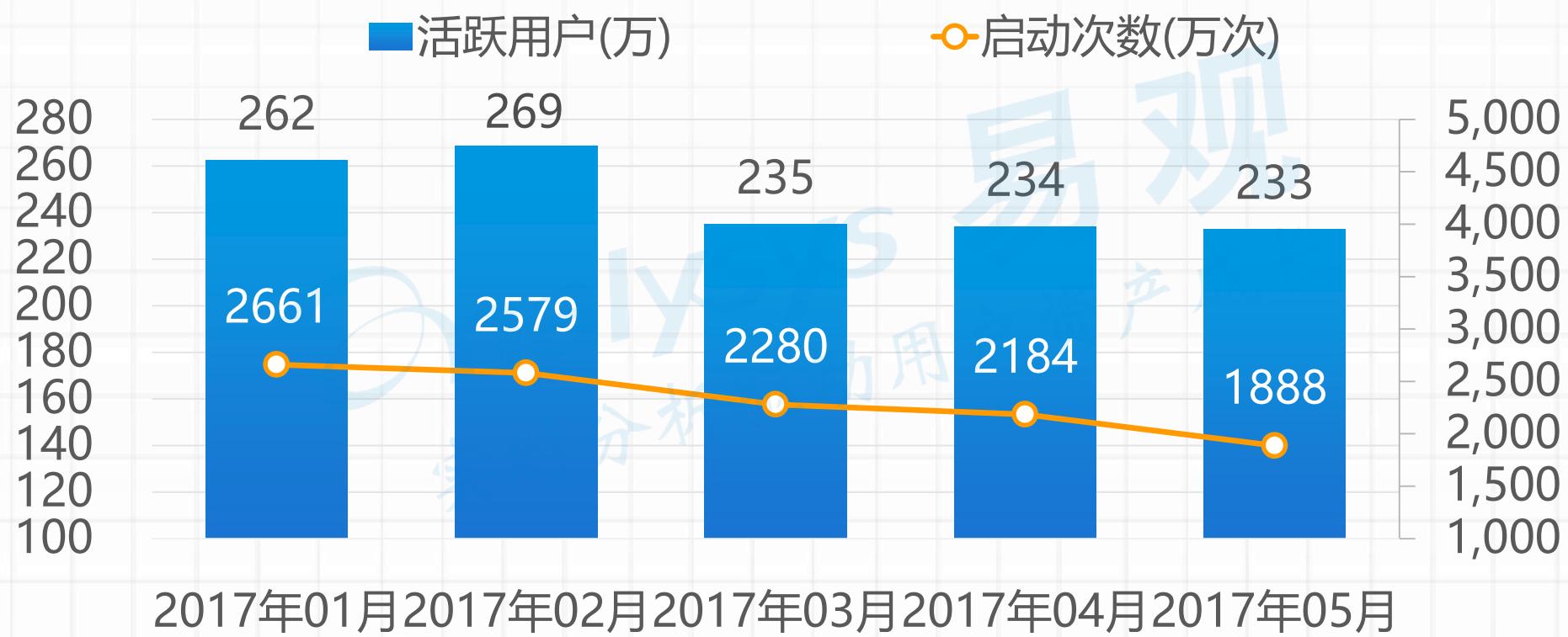
两性生活领域用户活跃分析

用户活跃情况

Analysys易观千帆监测显示，天气转暖，两性生活领域活跃度和粘性均有所下降，月活跃用户量级在200万左右，人均单日启动市场在20分钟左右。

Analysys易观分析认为，两性生活服务尚处于发展的早期，活跃人数与参与者相对不稳定。

2017年两性生活领域用户活跃情况（万人次）

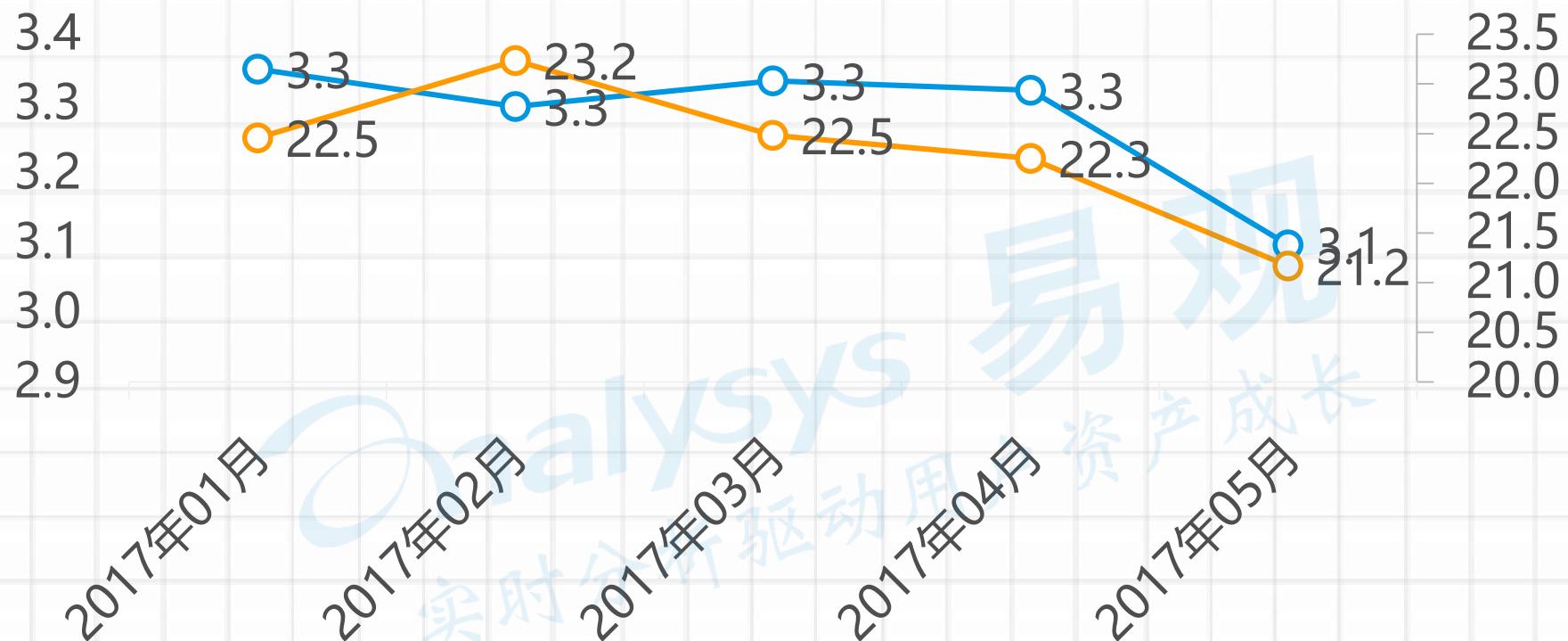


© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2017年两性生活领域用户粘性分析（万人次）

—○— 人均单日启动次数(次) —○— 人均单日使用时长(分钟)



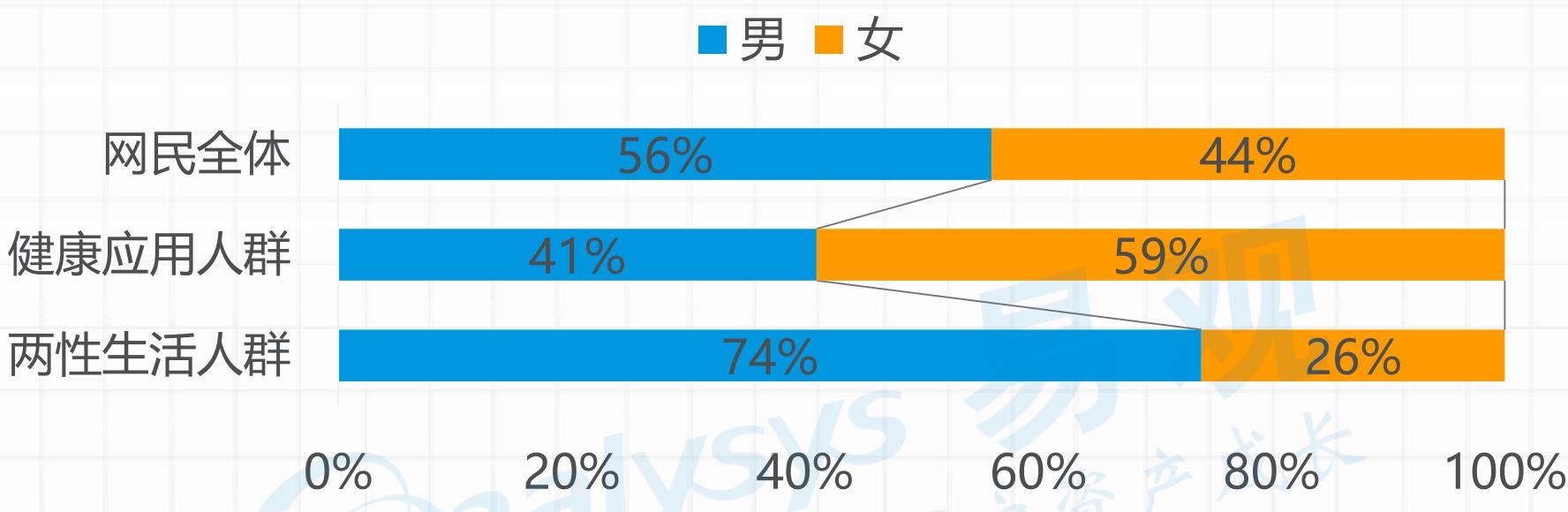
© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

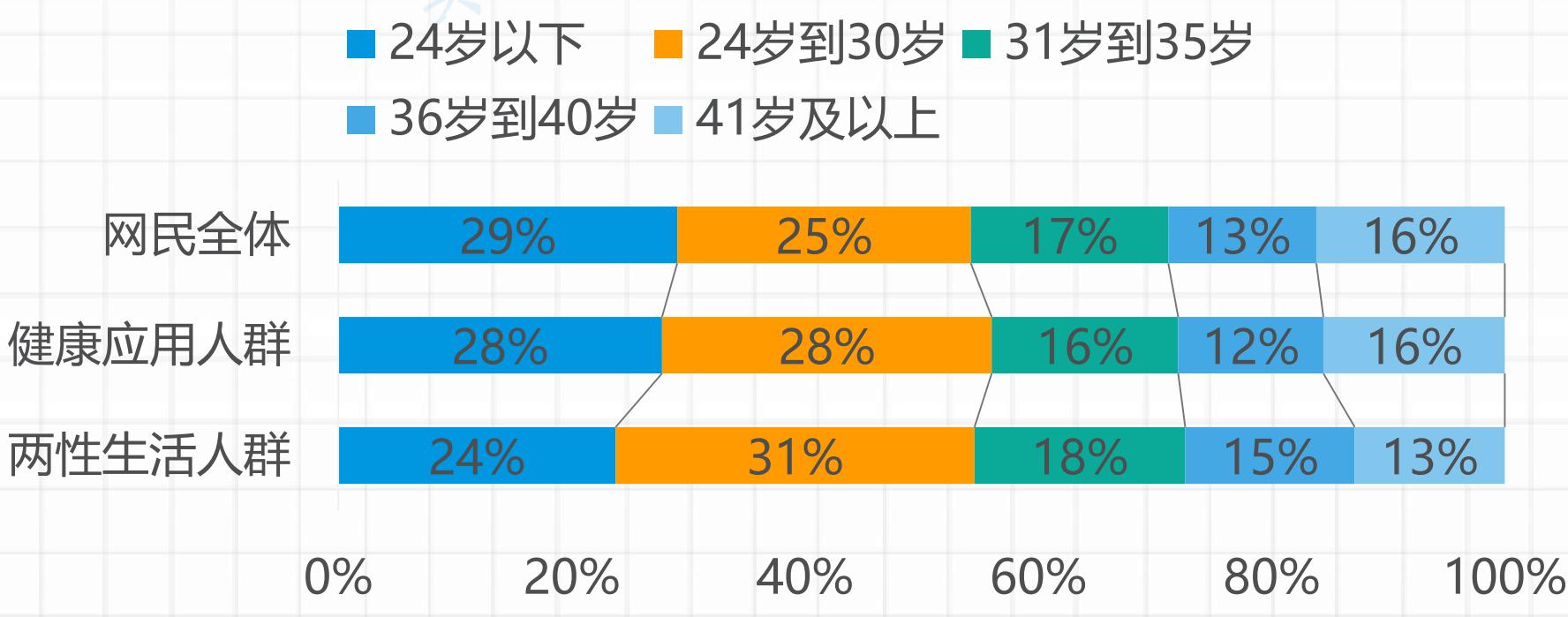
青壮年男性火力壮 有钱人喜爱啪啪啪

Analysys易观千帆监测显示，男性对于情趣生活的偏好显著；两性生活人群年龄分布呈现两头窄，中间多的分布特征，青壮年人群对于两性生活的关注度较高；消费能力多集中在中高消费人群。

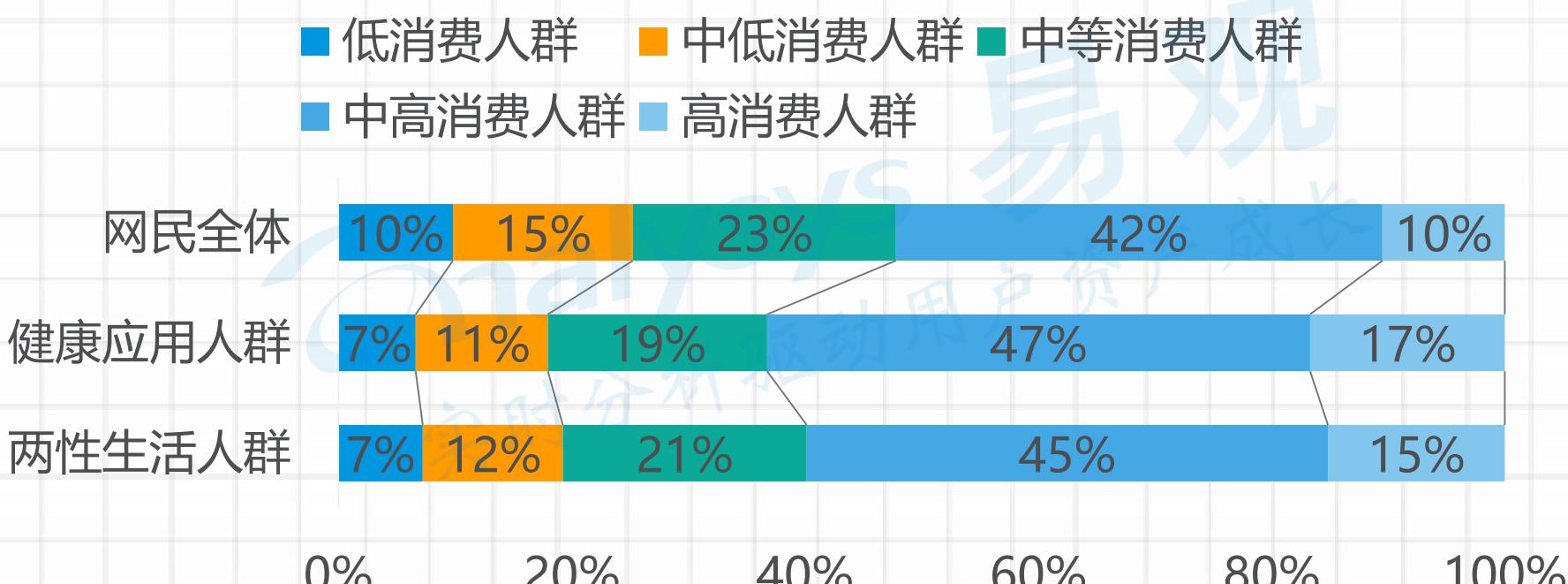
2017年5月两性生活领域人群性别分布



2017年5月两性生活领域人群年龄分布



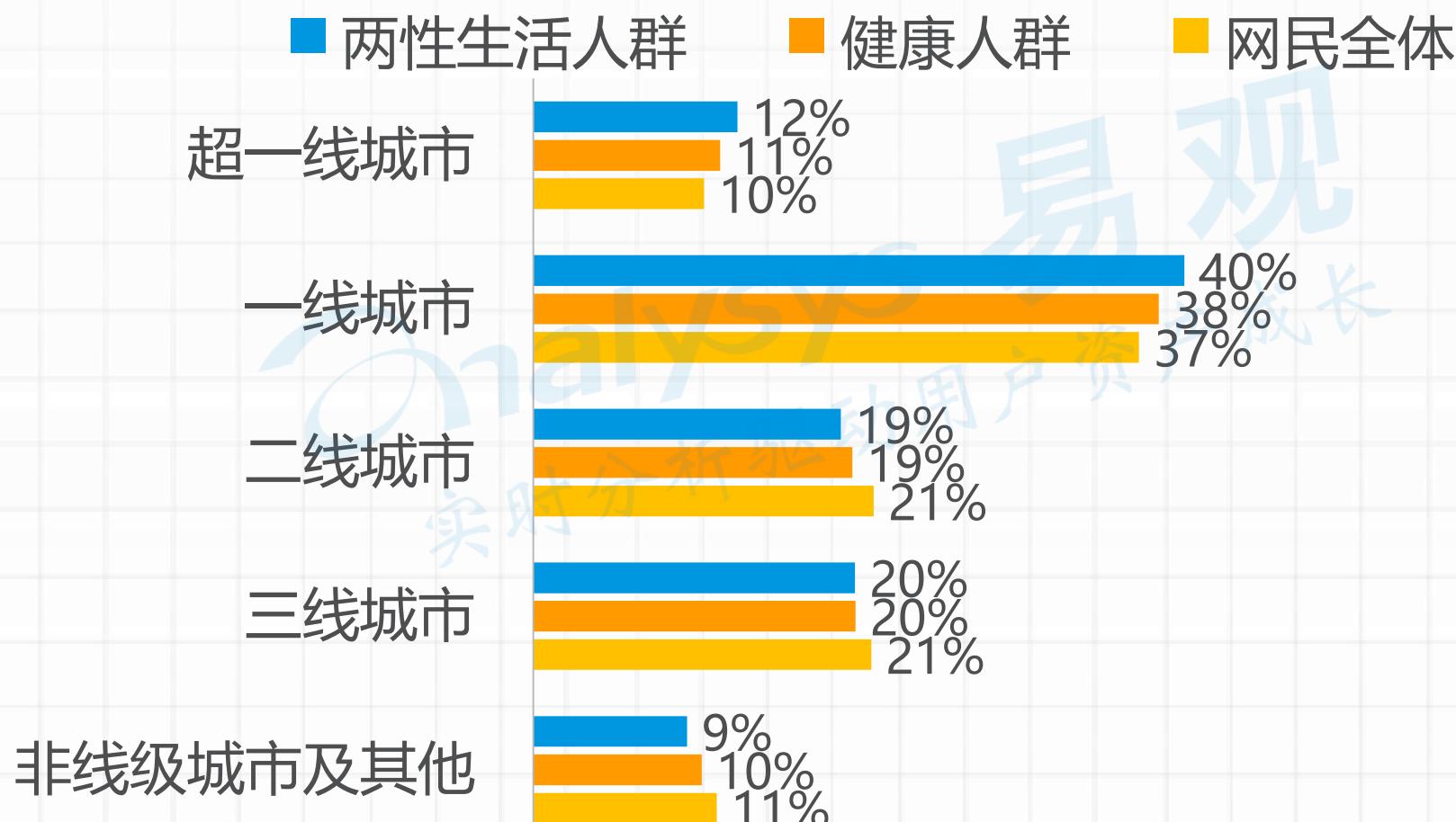
2017年5月两性生活领域人群消费能力分布



广东仔最有情调 大城市摩登生活少不了搞一下

Analysys易观千帆监测显示，一线和超一线城市人群更关注两性生活；从地域分布占比来看，广东、浙江、江苏等沿海地区民风开放，占比较高，同时山东由于本身人口基数大，占比相对靠前。

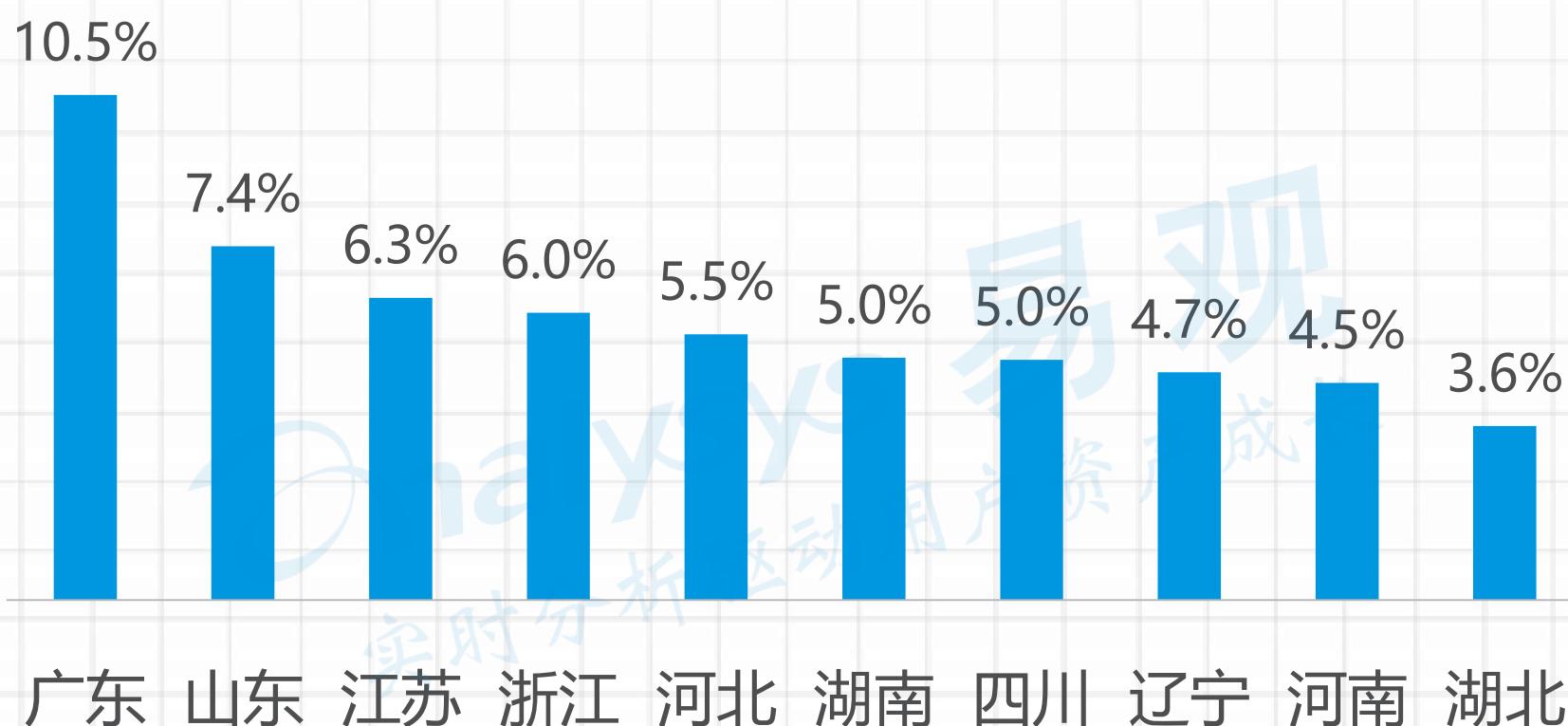
2017年5月两性生活领域人群城市等级分布



© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2017年5月两性生活领域人群地域分布情况



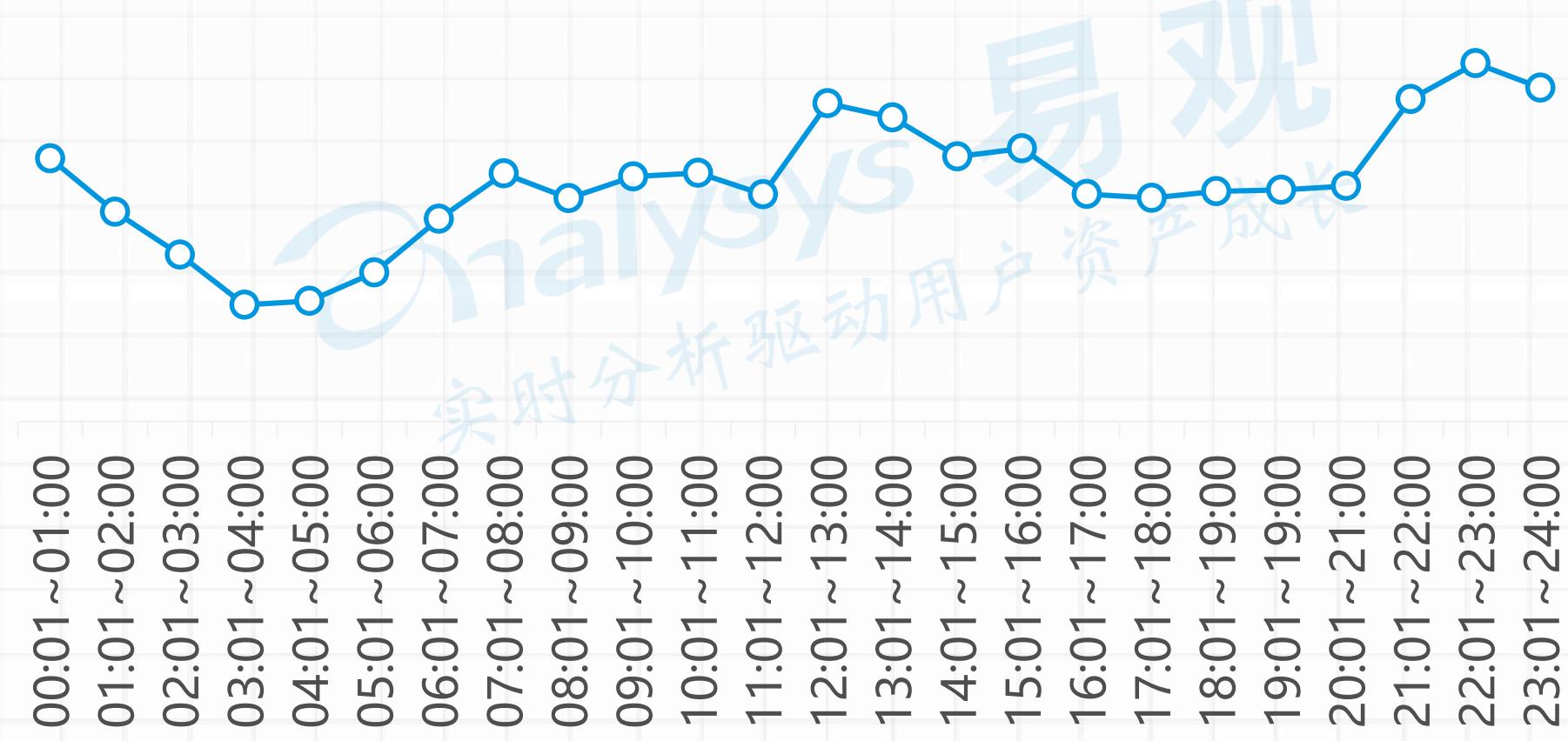
© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

用户活跃度全天分布较平均 偏好社交与健康，频繁性生活 危险与快乐并存

Analysys易观千帆监测显示，两性生活用户活跃时间较为碎片化，在中午和晚上有一个小高峰，较为符合社交类服务的活跃特点；两性生活领域多关注社交和健康类服务，属于具有一定经济能力的群体。

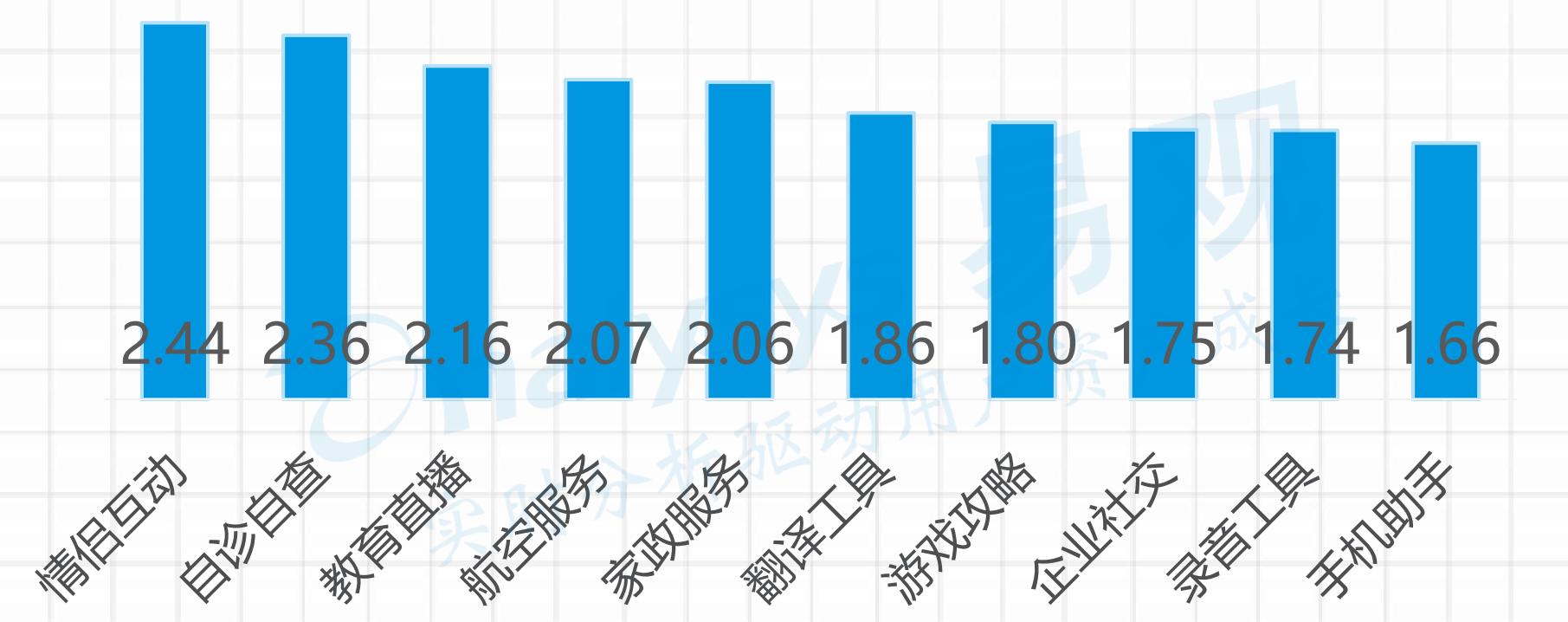
2017年5月两性生活应用人群分时活跃曲线



© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

2017年5月两性生活领域人群应用偏好TGI



© Analysys 易观·易观千帆

www.analysys.cn

社交与问诊APP排名靠前 说不出口的事就在网上解决

Analysys易观千帆监测显示，两性生活领域移动端格局初现，以社交为主要突破点的他趣占据领域第一的位置，两性私人医生利用私密领域医疗服务达到51.5万活跃人数，排名第二。

Analysys易观分析认为，情趣电商领域尚在发展早期，app服务参与者相对较少，厂商更多将注意力集中在平台B2C企业的渠道获取上。未来随着行业的发展，服务性提升，APP功能将会成为情趣品牌的标配。

2017年5月两性生活领域移动端活跃

TOP10 (万人次)





天生一个仙人洞
无限风光在险峰

情趣电商行业发展趋势分析

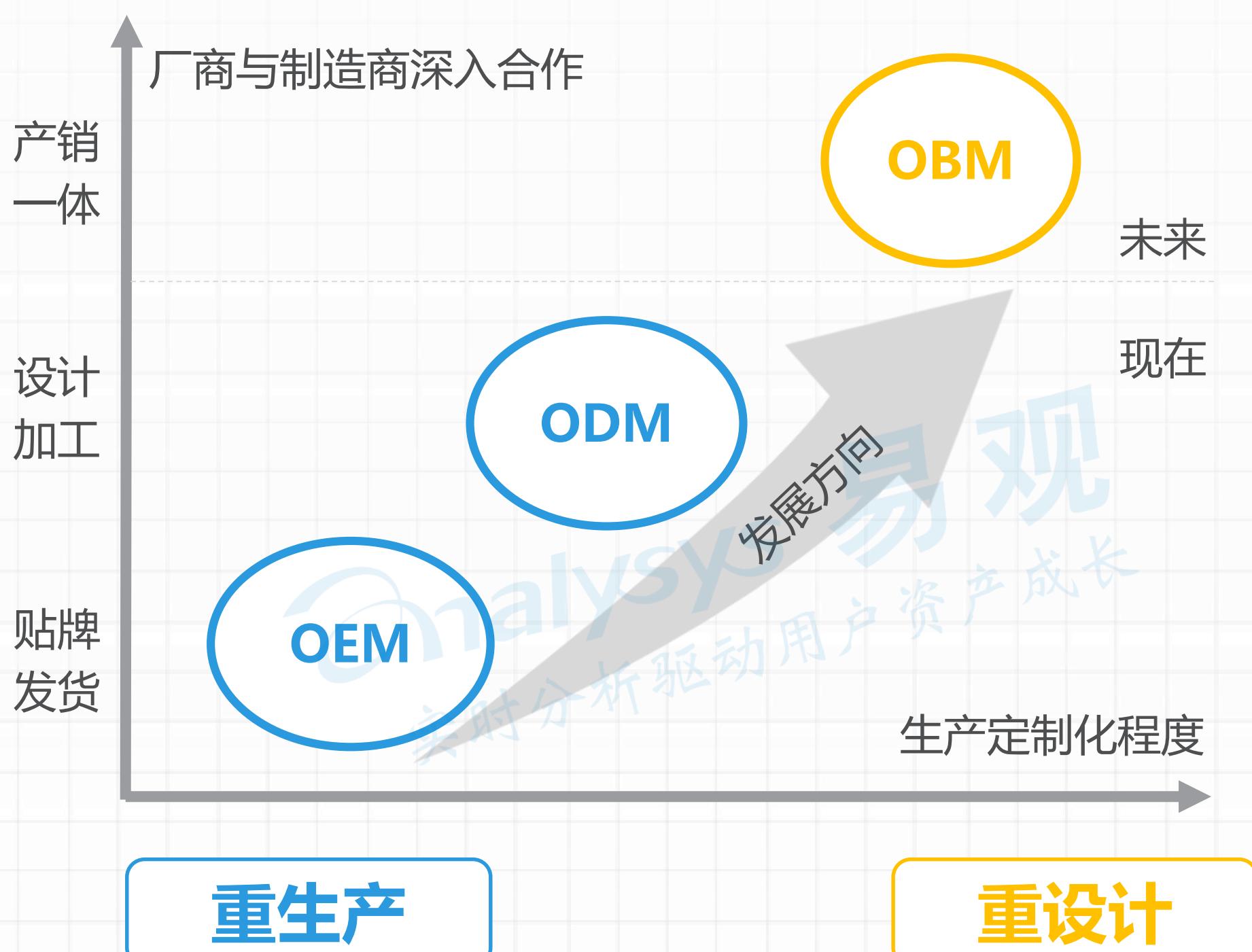
情趣电商行业发展三大趋势



制造端趋势

OEM模式逐渐向OBM发展

数据获取提高厂商定制化能力



数据支持个性化设计



注释：

OEM(Original Equipment Manufacture) 委托代工模式

ODM(Original Design Manufacture) 设计制造模式

OBM(Original Brand Manufacture) 产销一体模式

渠道端趋势

线上渠道占比将持续增加

服务竞争取代价格竞争

规模化效应降低渠道成本

1.0

C2C渠道为主

- 自然生长，厂商小散乱
- 推广销售模式同质化严重
- 消费者权益无法得到保证

代表渠道：

淘宝网
Taobao.com

2.0

平台B2C渠道为主

- 建立一系列售前售后标准
- 逐渐建立产品标准化机制

代表渠道：

JD.COM 京东
多·快·好·省

3.0

垂直B2C渠道为主

- 体验式营销提升服务水平
- 针对目标人群个性化营销

代表渠道：

春水堂
www.chunshuitang.com

持续提升产品认知
体验式营销提升服务水平

小翼羽翼

线下渠道

体验式服务

品质保证

线上渠道

私密性保证

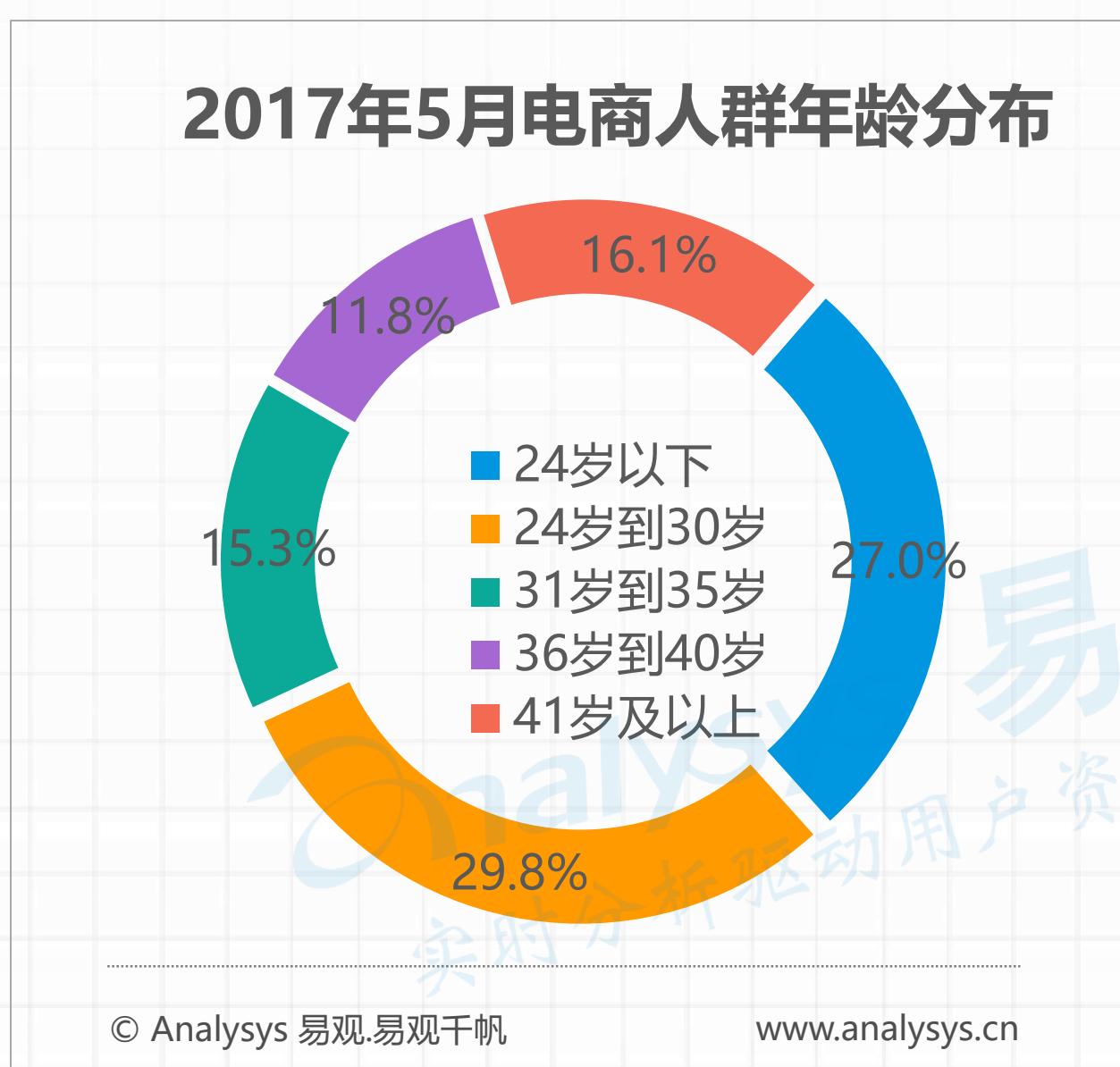
成本低

衍生业态开发

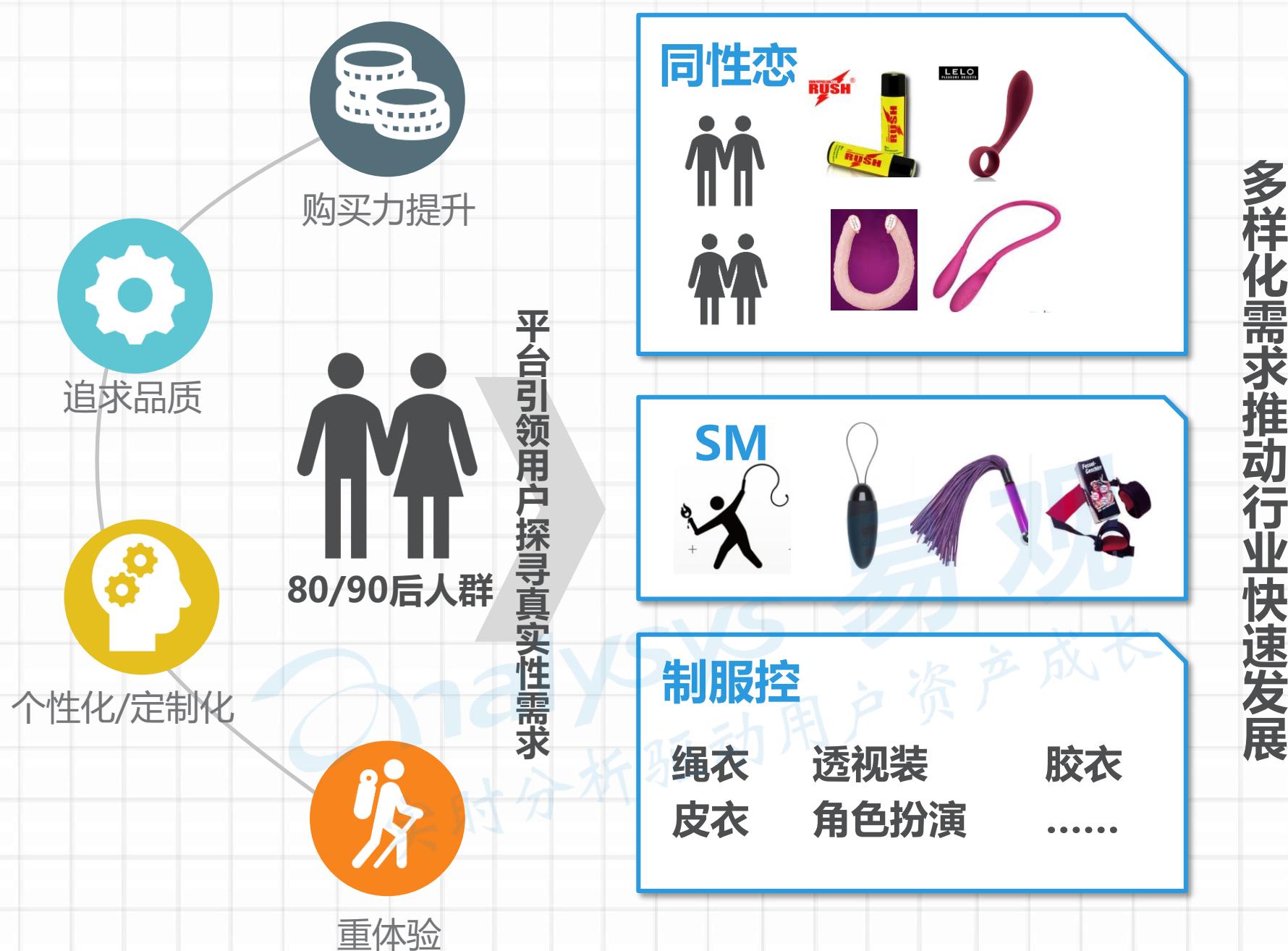
占比较大

用户趋势

主力网购群体追求花样体验 舶应引领用户探寻自我深层性需求



网购多为80/90后用户



实时分析驱动用户资产成长

●易观千帆 ●易观万像 ●易观方舟 ●易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用

网址：www.analysys.cn

客户热线：4006-515-715

微博：[Analysys易观](#)