

2020

消费

情趣用品

2020线上情趣用品消费报告

CBNDATA

第一财经商业数据中心

© 2020 CBNDATA. All rights reserved.

TABLE OF CONTENTS 目录

- 第一部分：线上情趣用品发展情况
- 第二部分：线上情趣用品消费人群特征
- 第三部分：线上情趣用品趣味地图



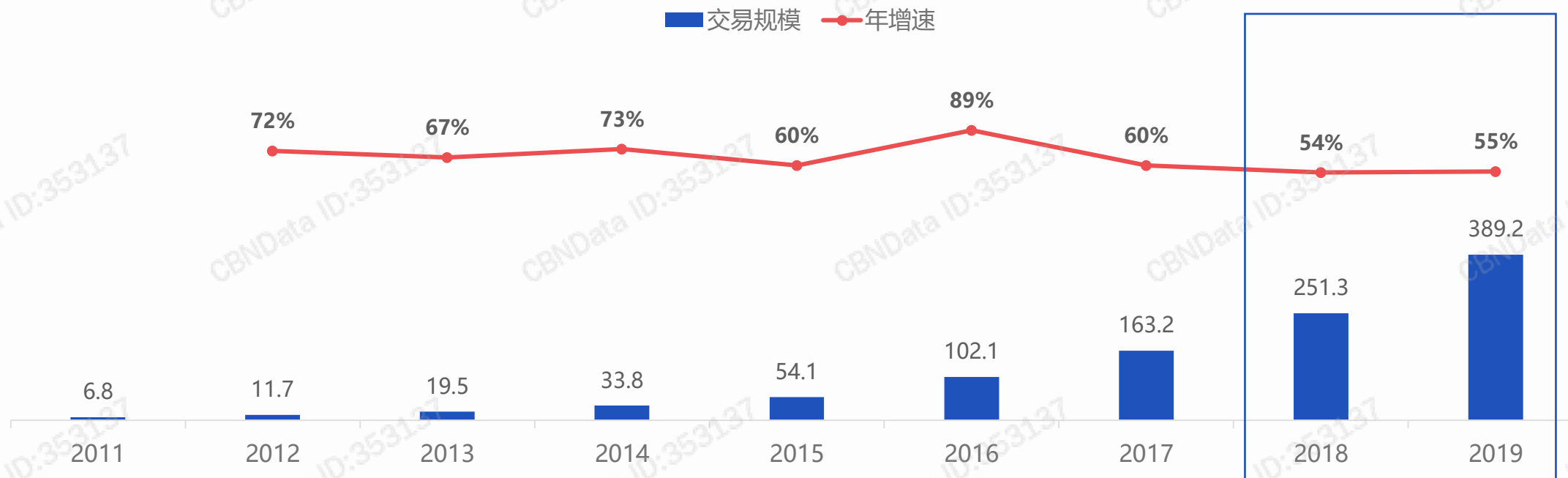
01

线上情趣用品 发展情况

“谈性色变”已过去，情趣用品行业迎来爆发时期

随着中国成人用品的种类不断丰富，从最初的以计生用品为主，逐渐发展到各类情趣用品。2019年中国情趣电商市场规模达到389.2亿元，并且连续保持增速超过50%的高速增长，预计到2020年中国情趣电商市场规模将超过600亿元。

2011-2019中国情趣用品B2C市场交易规模变化（亿元）

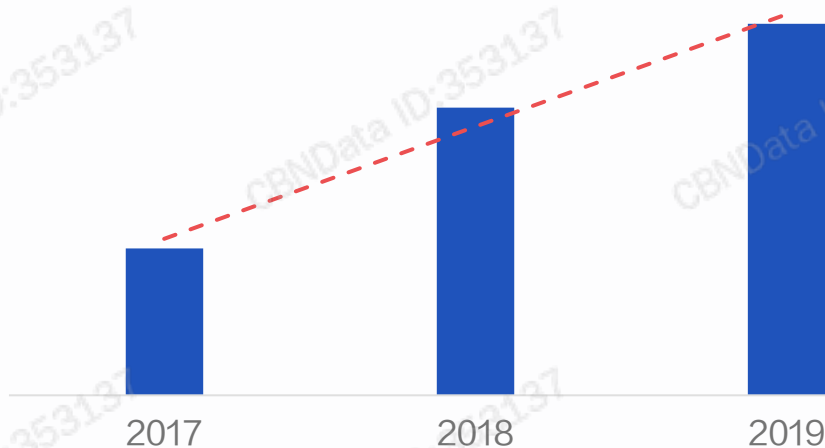


数据来源：易观智库

情趣用品向大众化发展，进阶的市场需求已诞生

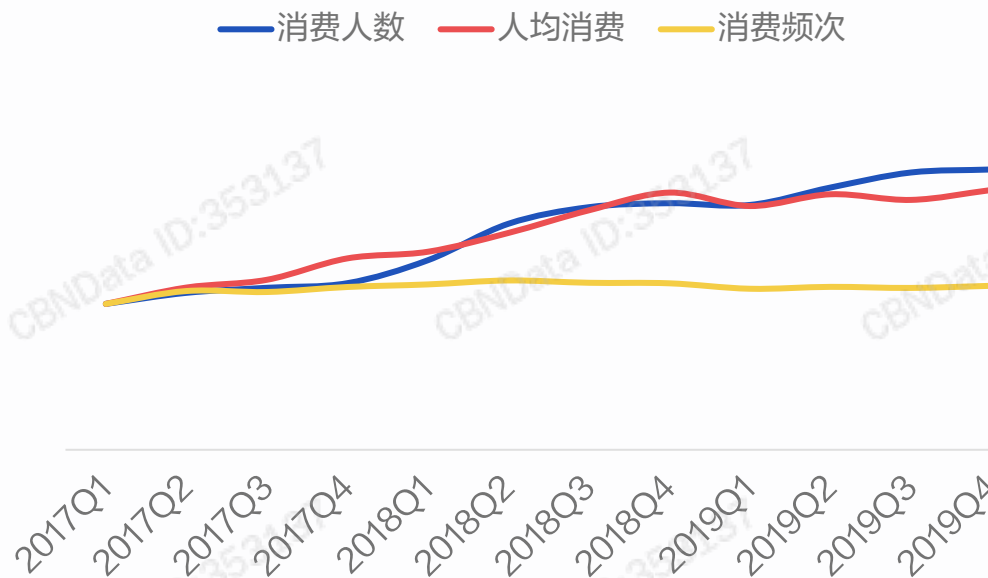
“谈性色变”已过时，情趣用品行业正在向大众化发展。线上情趣用品消费人数不断上升的同时，人均消费也在不断提升，进阶的情趣产品需求已经产生。

2017-2019 线上情趣用品市场规模趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

2017-2019 线上情趣用品增长驱动力拆解
(以2017Q1为基准)



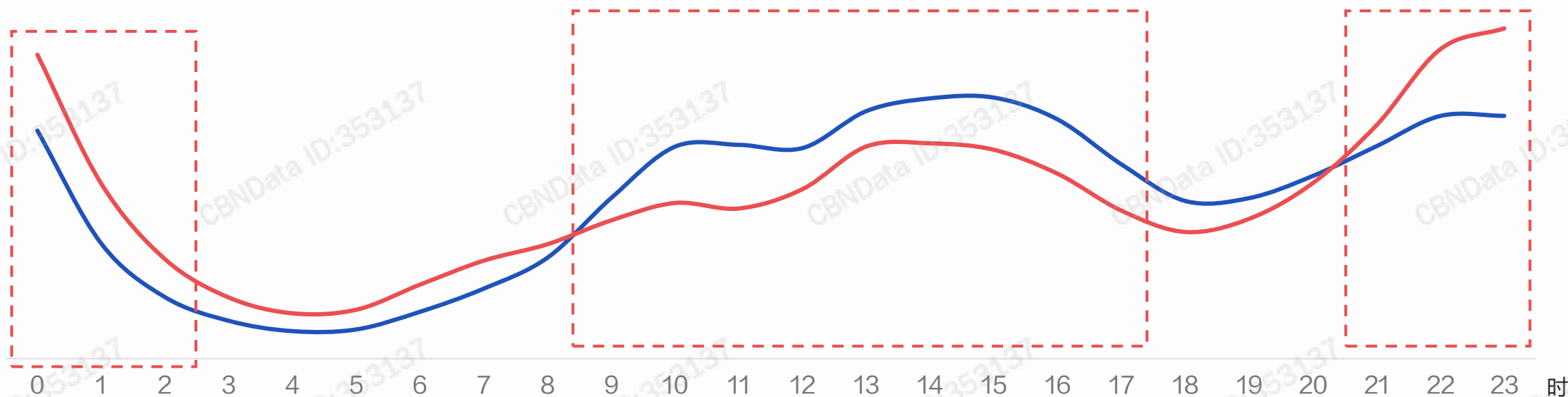
数据来源：CBNDATA消费大数据

情趣用品夜间搜索白天下单更常见

从时间分布来看，消费者更偏好白天下单，集中在上午9点-晚上17点，而从搜索偏好来看，消费者在夜间搜索的热情更高，集中在晚上21点至凌晨2点。

2019 情趣用品不同时段订单量VS搜索量占比

— 订单量占比 — 搜索量占比

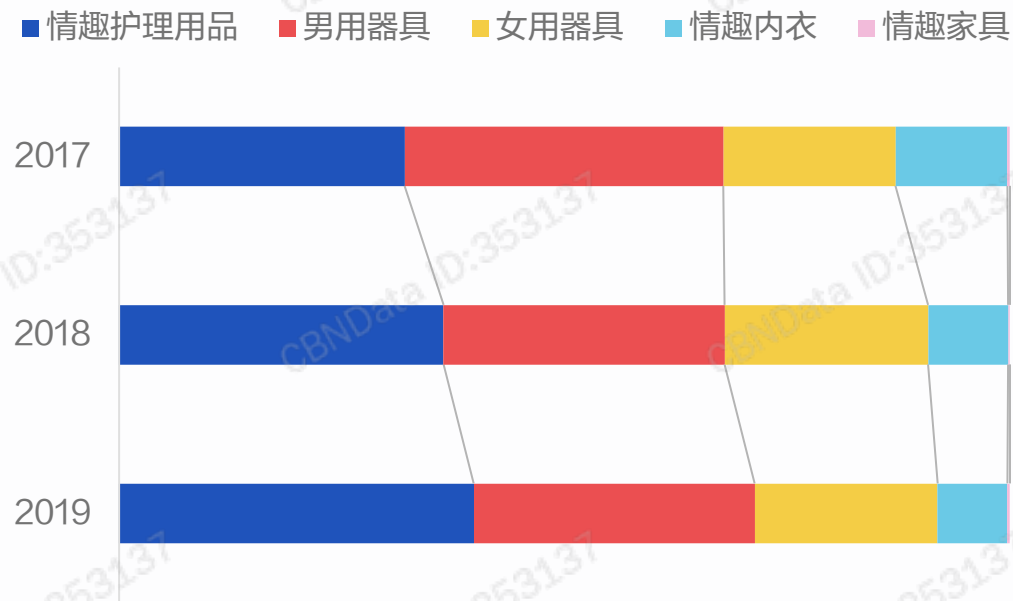


数据来源：CBNData消费大数据

提升「性福感」，还需各种情趣用品来帮忙

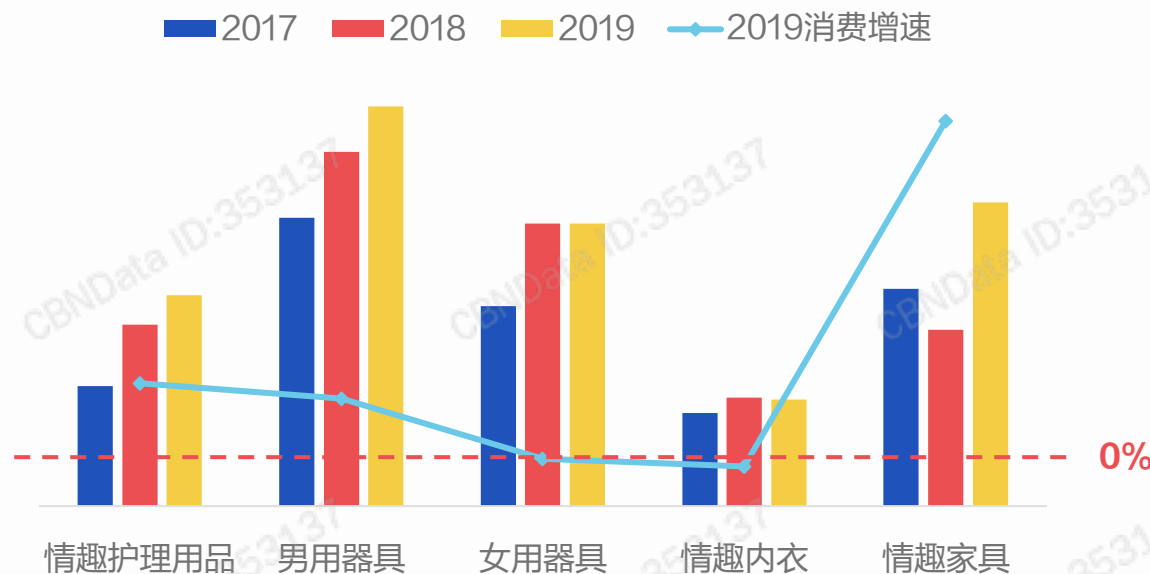
情趣护理用品近三年来份额占比不断扩大，超过男用器具成为情趣用品消费份额第一大品类，并且人均消费不断攀升。而聚焦长尾的小品类如情趣家具，近一年的消费增速也在不断提升。

2017-2019 线上情趣用品细分品类消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据

2017-2019 线上情趣用品细分品类
人均消费及增速



数据来源：CBNData消费大数据

男性主导成人消费，女性市场有待挖掘

消费人数的增长是推动线上情趣市场的主要原因，尽管男性从消费人数占比上占有主导地位，并且从人均消费看，女性在情趣用品的消费还不及男性，但是女性消费者的人数比重正在逐渐扩大，女性市场有待挖掘。

2017-2019 不同性别消费者线上情趣用品
人数占比

■ 女性 ■ 男性



2017-2019 线上不同性别情趣用品
人均消费趋势及增速

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 — 2019人均消费增速



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16910

