

© 2020 CBNData. All rights reserved.

CBNDATA
第一财经商业数据中心

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

CBNData ID:14053

01

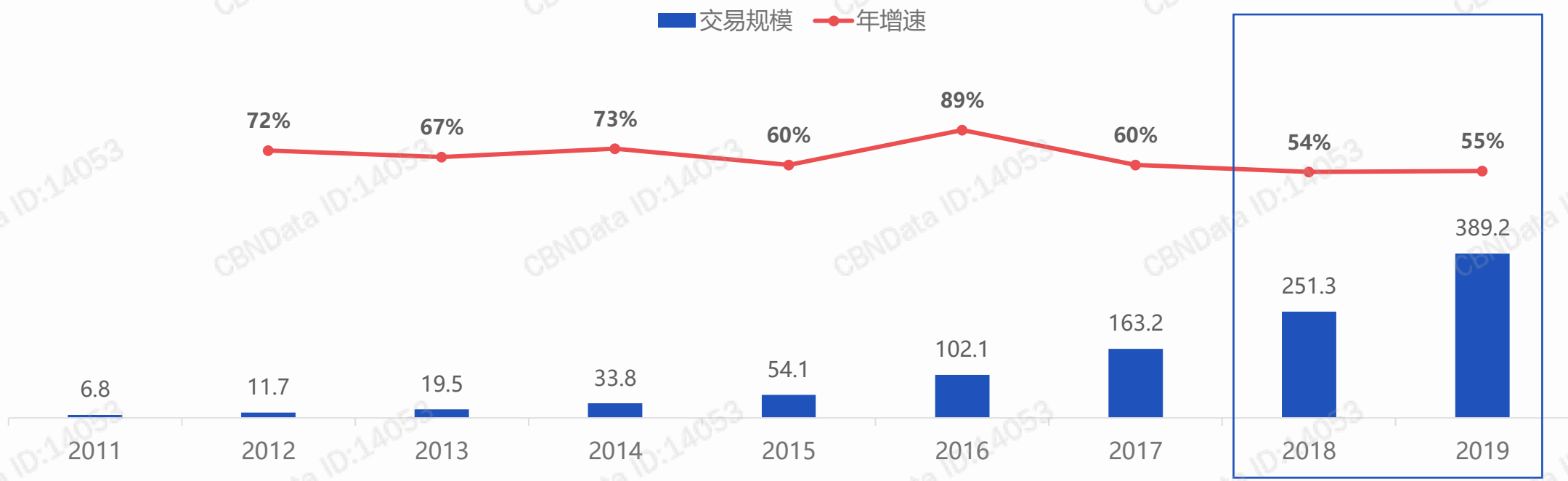
线上情趣用品发展情况

CBNData ID:14053

“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）

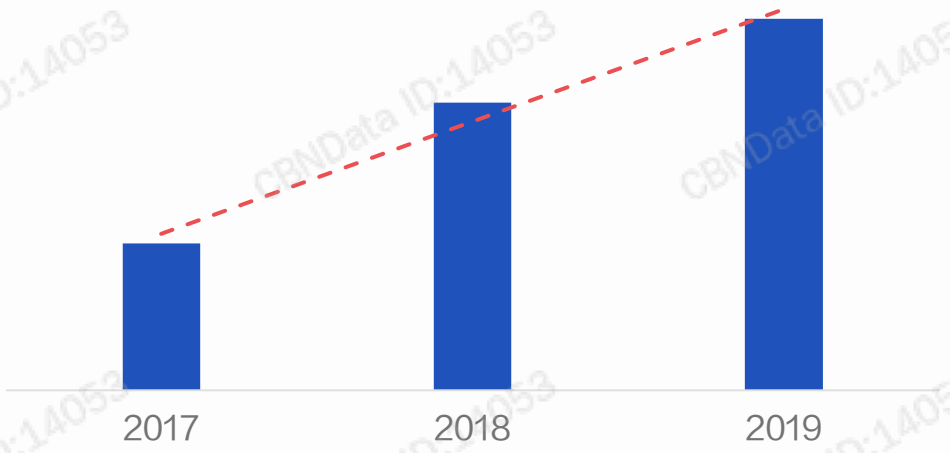


数据来源：易观智库

情趣用品向大众化发展，进阶的市场需求已诞生

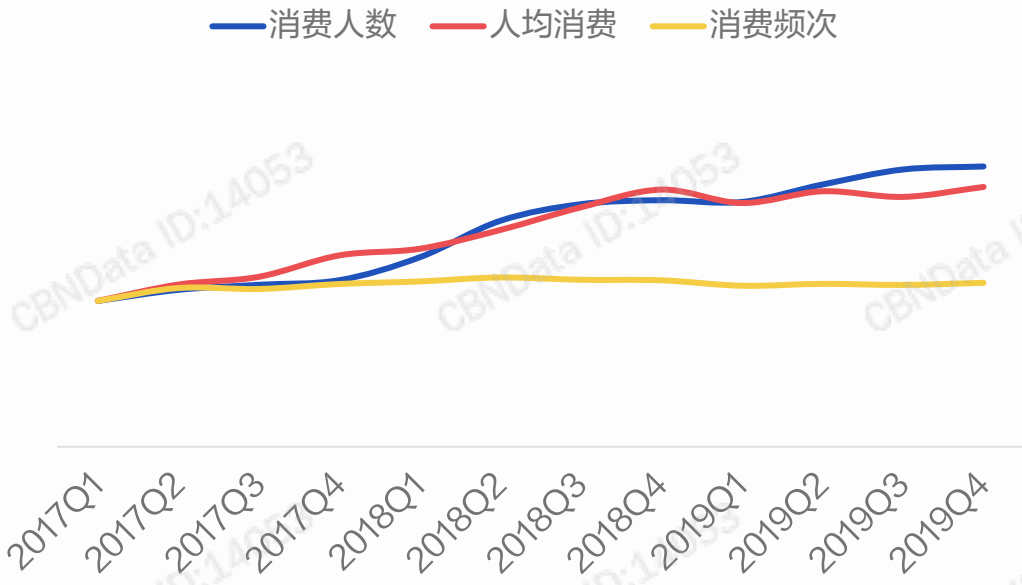
“谈性色变”已过时，情趣用品行业正在向大众化发展。线上情趣用品消费人数不断上升的同时，人均消费也在不断提升，进阶的情趣产品需求已经产生。

2017- 2019 线上情趣用品市场规模趋势



数据来源：CBNData消费大数据

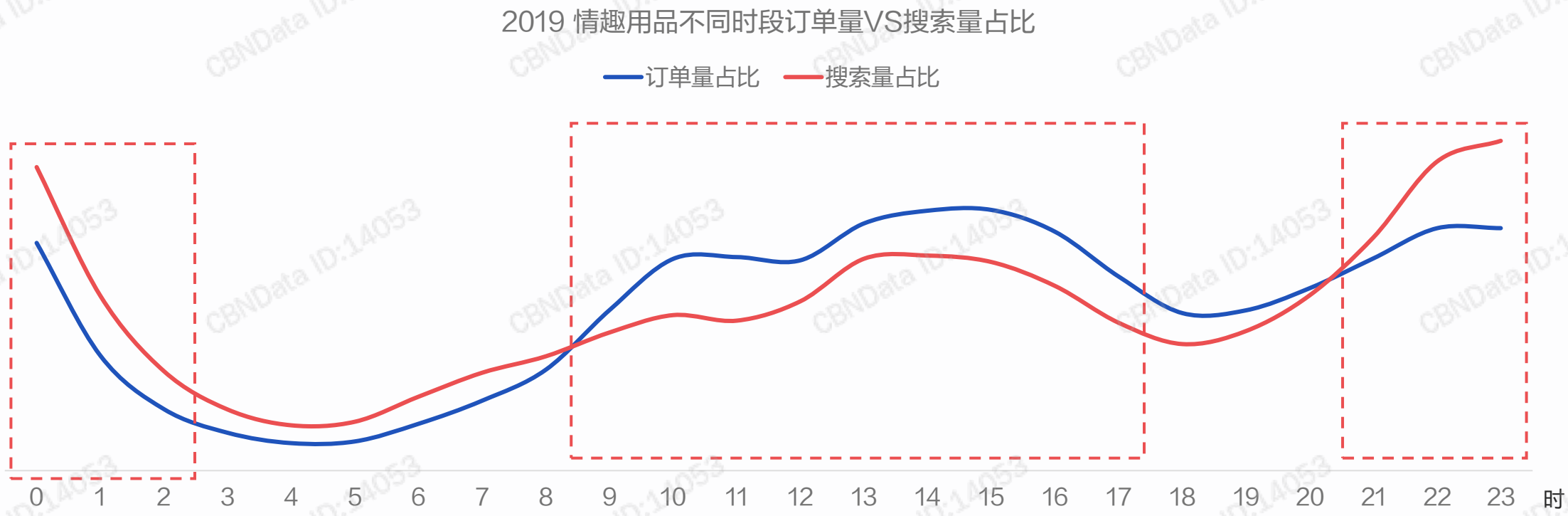
2017-2019 线上情趣用品增长驱动力拆解
（以2017Q1为基准）



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。

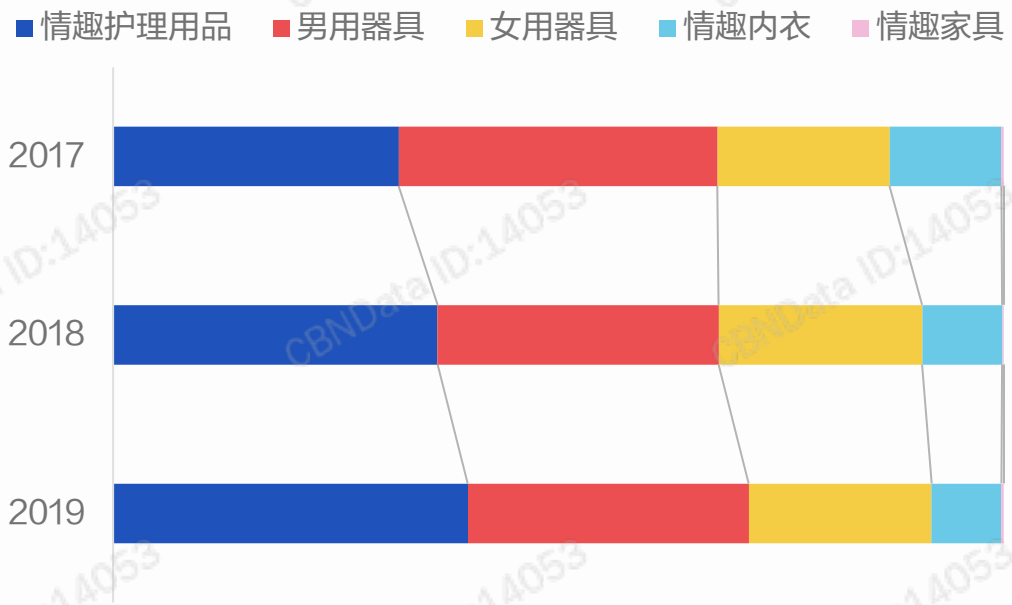


数据来源：CBNData消费大数据

提升「性福感」，还需各种情趣用品来帮忙

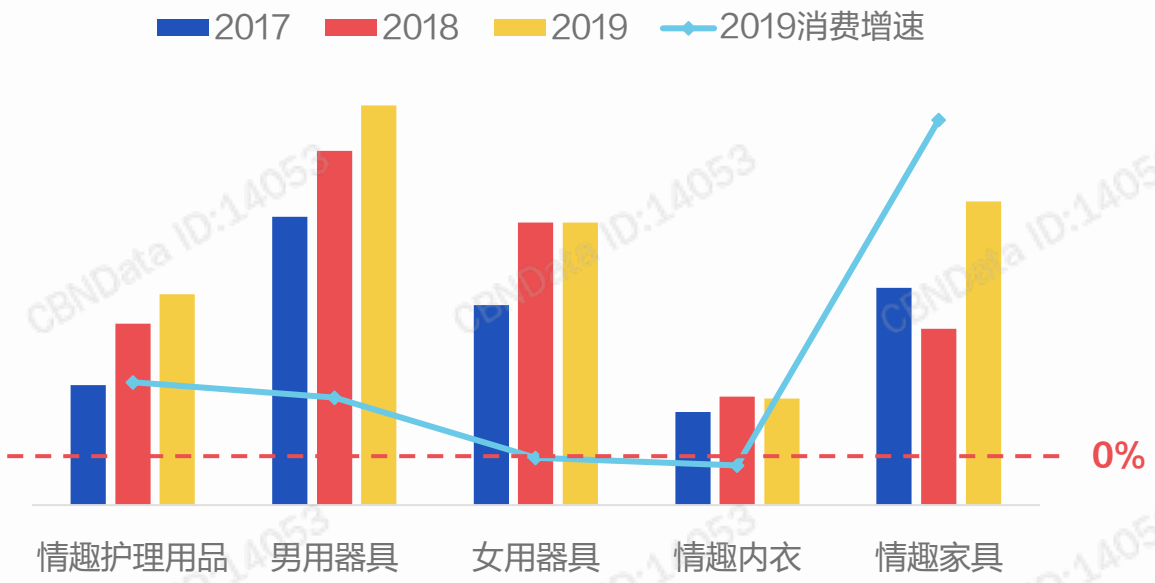
情趣护理用品近三年来份额占比不断扩大，超过男用器具成为情趣用品消费份额第一大品类，并且人均消费不断攀升。而聚焦长尾的小品类如情趣家具，近一年的消费增速也在不断提升。

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

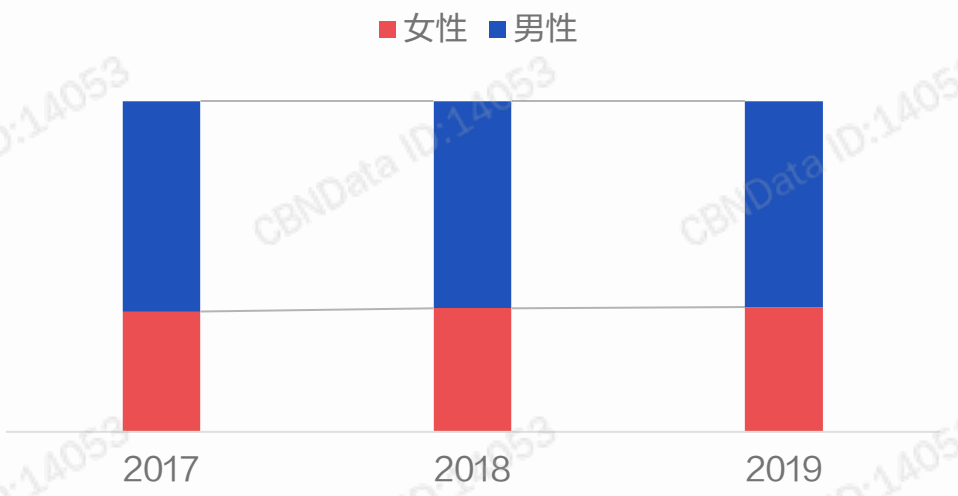


数据来源：CBNData消费大数据

男性主导成人消费，女性市场有待挖掘

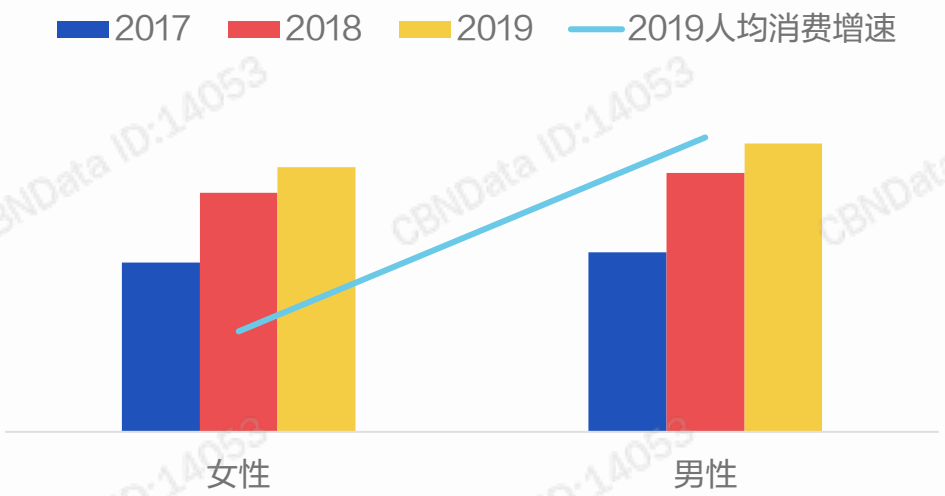
消费人数的增长是推动线上情趣市场的主要原因，尽管男性从消费人数占比上占有主导地位，并且从人均消费看，女性在情趣用品的消费还不及男性，但是女性消费者的人数比重正在逐渐扩大，女性市场有待挖掘。

2017- 2019 不同性别消费者线上情趣用品人数占比



数据来源：CBNData消费大数据

2017- 2019 线上不同性别情趣用品人均消费趋势及增速



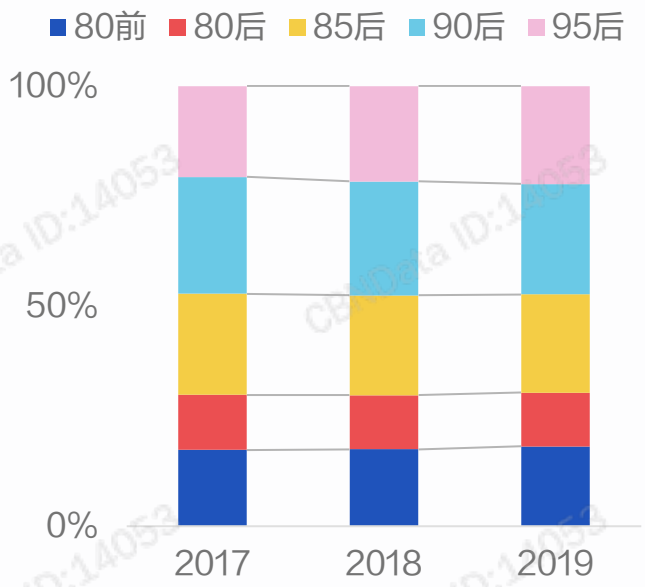
数据来源：CBNData消费大数据

CBNDATA 第一财经商业数据中心

“小司机”和“老司机”们高速发车

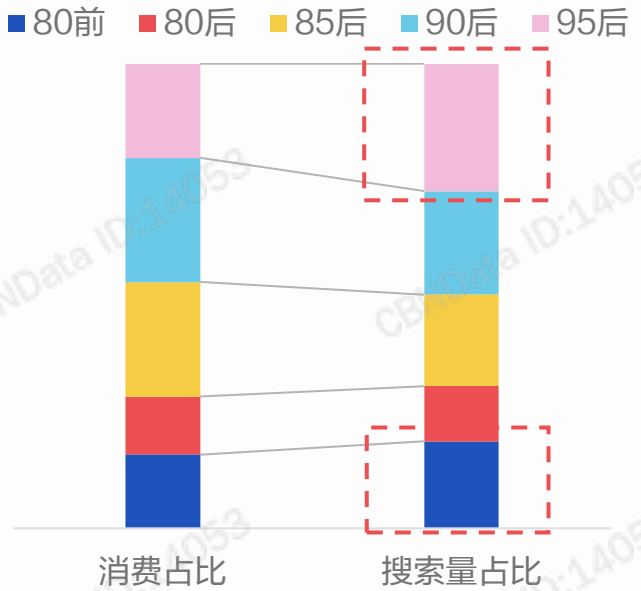
85后及90后是线上情趣消费的主要人群，不仅消费占比高，而且人均消费也高于其他年龄段。而95后和80前在搜索表现上高于其他代际，并且其人群消费增速不断提升，预计存在巨大的增长空间。

2017-2019 不同代际线上情趣消费人数对比



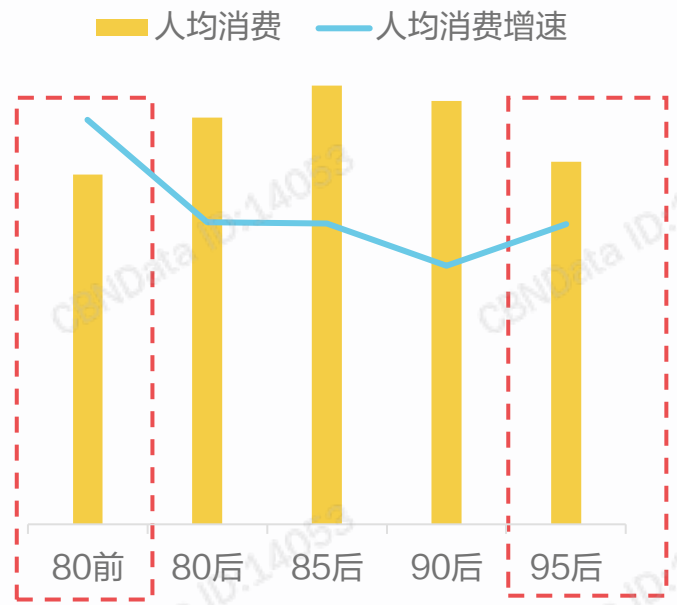
数据来源：CBNData消费大数据

2019不同代际线上情趣用品消费占比与搜索量对比



数据来源：CBNData消费大数据

2019 不同代际线上情趣用品人均消费及增速



数据来源：CBNData消费大数据

02

线上情趣用品
消费人群特征

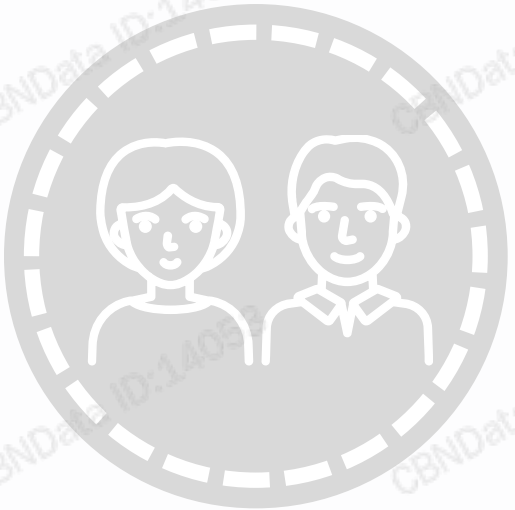
CBNData ID:14053



已婚家庭



都市青年



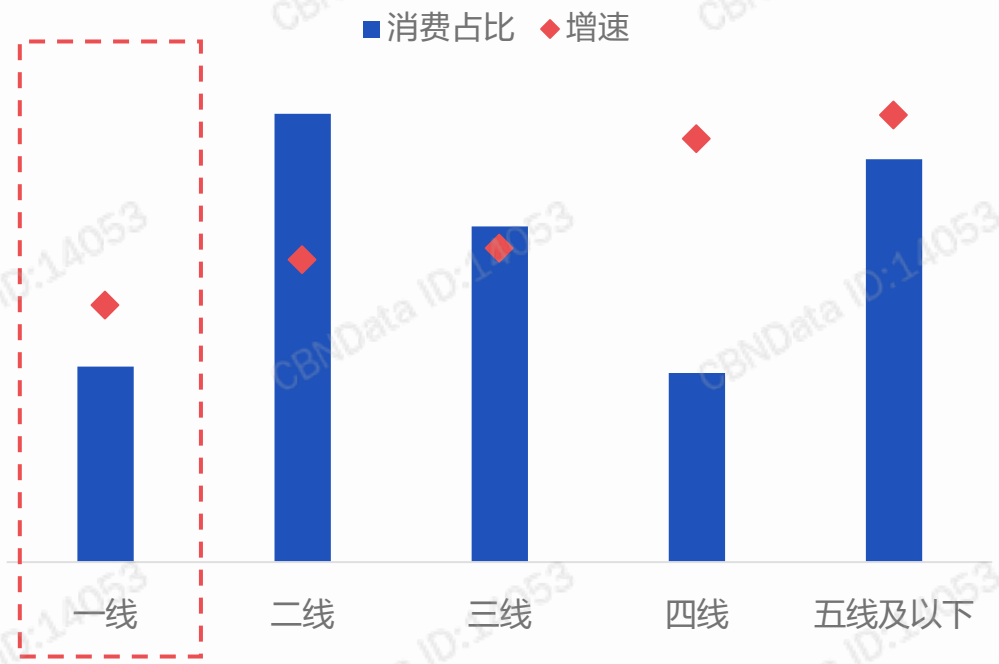
已婚家庭

CBNData ID:14053

生活压力大影响了一线城市选手们的「稳定发挥」

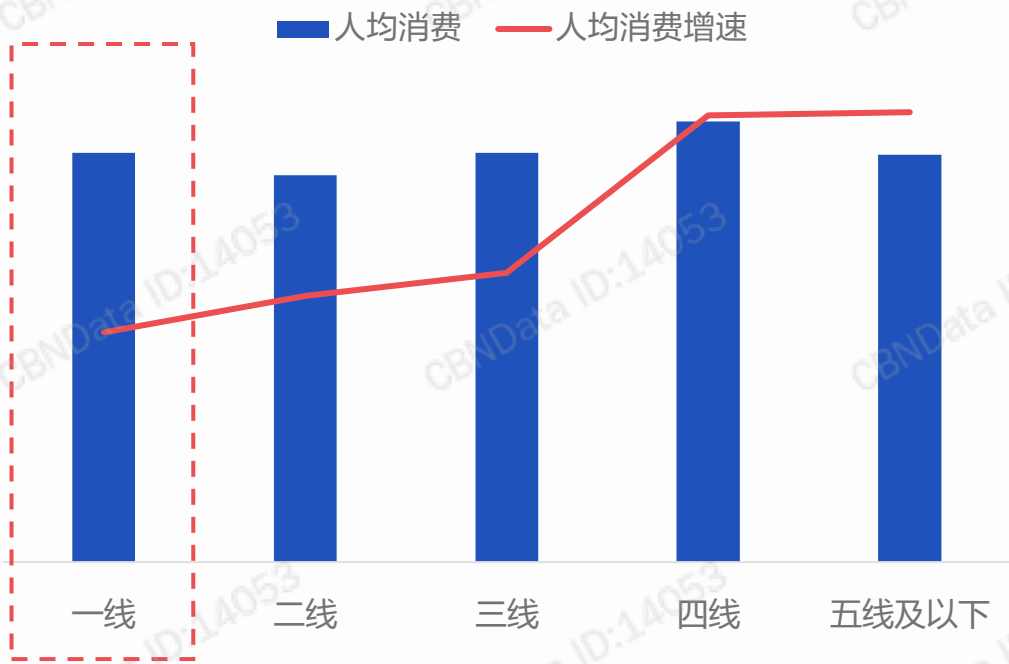
二线城市和五线及以下城市是线上情趣用品的主力市场，并且消费增速不断下沉，并且从人均消费来看，一线城市的整体消费力和消费增速不及低线级城市。

2019 不同线级城市情趣用品消费占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据

2019 不同线级城市情趣用品人均消费及增速

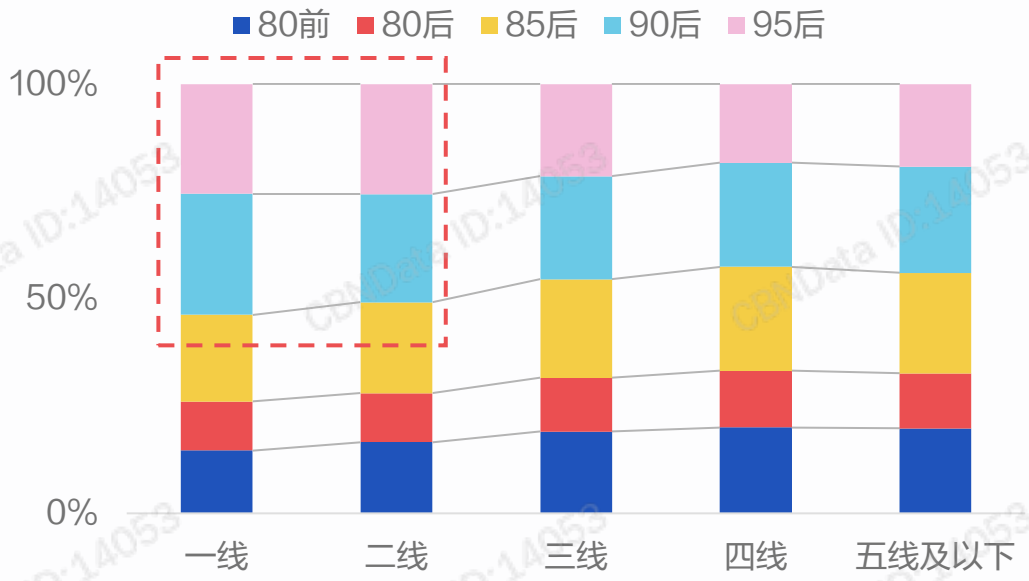


数据来源：CBNData消费大数据

尽管整体高线级城市的消费力有待释放，但一线的年轻力十足

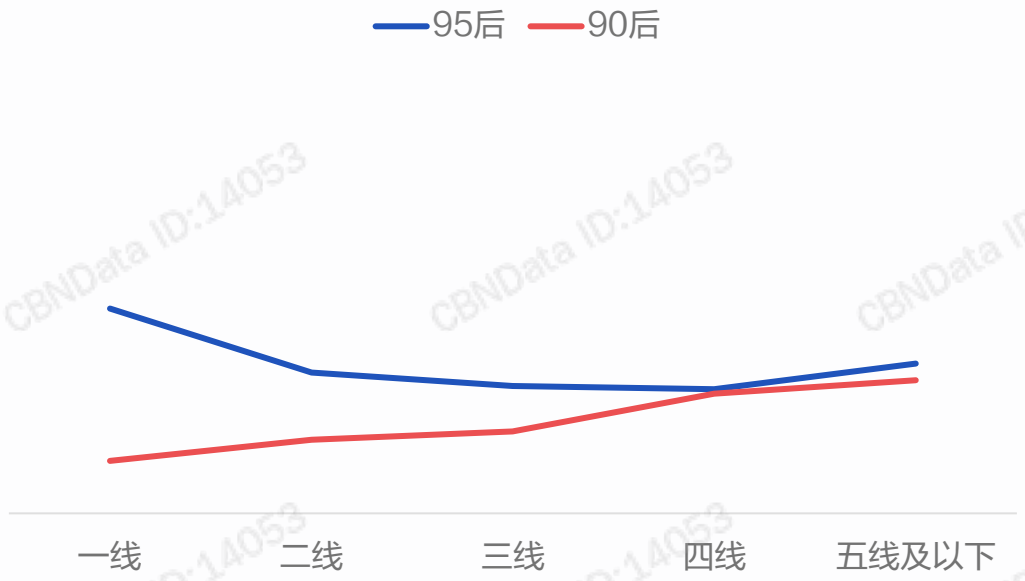
相比其他线级城市，一二线城市95后人群比例更高，并且人数增速也高于低线级城市。

2019 线上不同代际不同城市线级情趣用品消费人数占比



数据来源：CBNData消费大数据

2019 线上不同城市线级年轻人情趣用品消费人数增速



数据来源：CBNData消费大数据

一线城市的年轻人更愿意为娃娃“一掷千金”

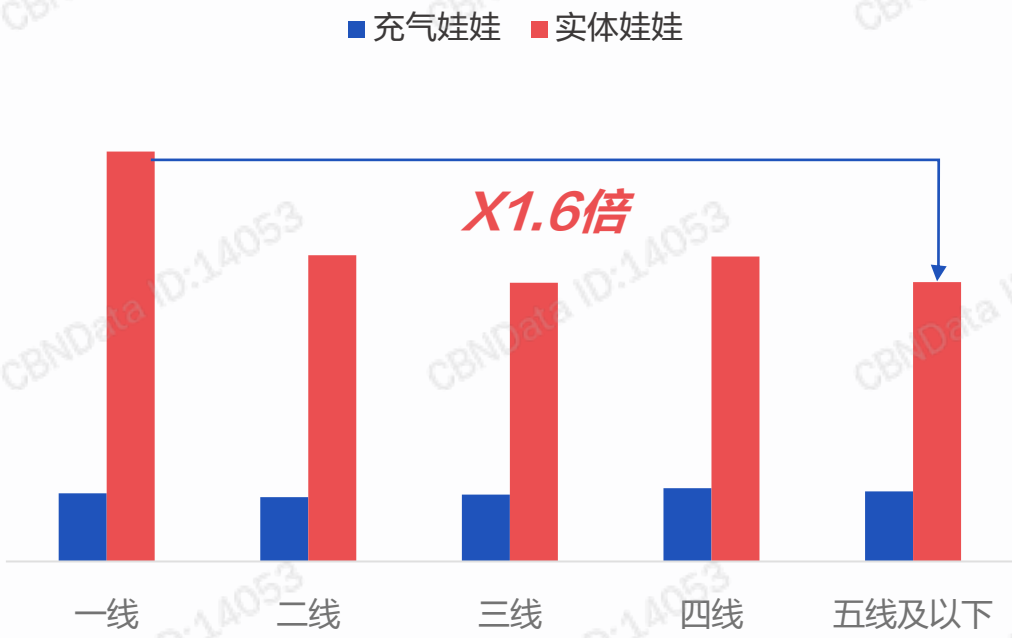
从不同线级年轻人的品类消费偏好来看，各个线级城市的年轻95后都愿意购买娃娃来作为陪伴；而尤其在实体娃娃的消费上一线城市的年轻人更愿意“一掷千金”，实体娃娃的人均消费是低线级城市的1.6倍。

2019 不同线级城市95后年轻人线上情趣用品消费偏好

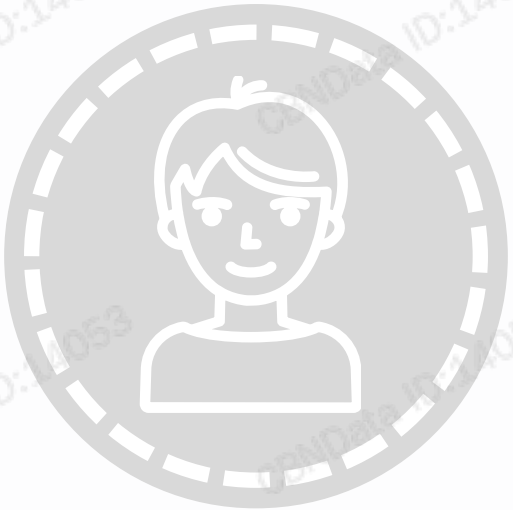
一线	二线	三线	四线	五线及以下
实体娃娃	阴臀倒模	情趣护理用品	情趣护理用品	情趣护理用品
阴臀倒模	自慰杯	自慰杯	阴蒂刺激	充气娃娃
另类玩具	情趣套装	阴蒂刺激	充气娃娃	阴蒂刺激
情趣套装	另类玩具	充气娃娃	震动棒	男用调情香水
自慰软胶	情趣跳蛋	G点后庭	实体娃娃	情趣环

数据来源：CBNData消费大数据

2019 不同线级城市线上细分情趣用品人均消费



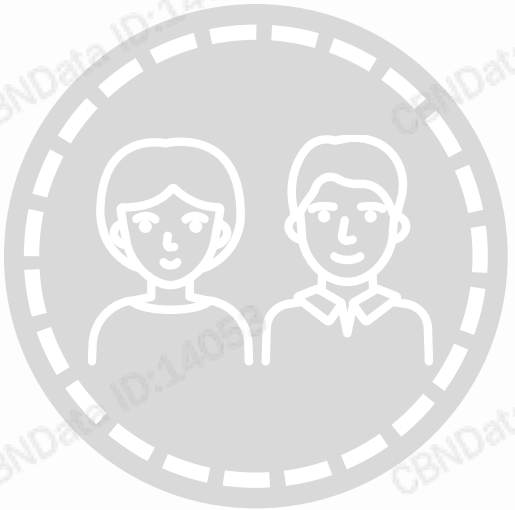
数据来源：CBNData消费大数据



都市青年



已婚家庭



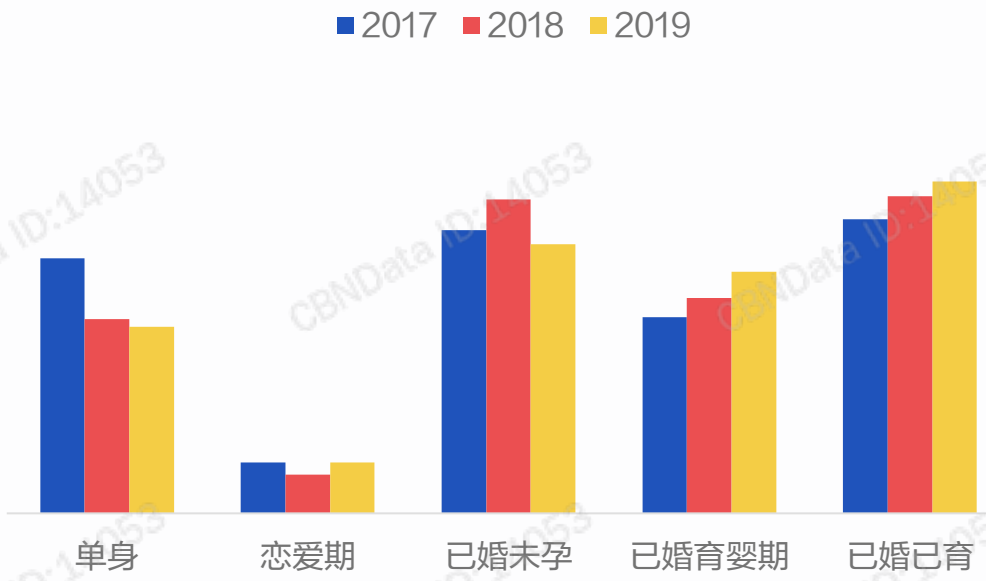
已婚家庭

CBNData ID:14053

情趣用品提升婚姻“性”福感

情趣用品并非只是单身人士的“自慰用品”，线上近八成的消费是已婚人群。其中已婚育婴期和已婚已育的消费占比增长尤为突出。另外从人均消费看，已婚人群在情趣用品的消费上也明显高于未婚群体。

2017-2019 不同人生阶段消费者线上情趣用品消费占比趋势



数据来源：CBNData消费大数据

2019 不同人生阶段消费者线上情趣用品人均消费

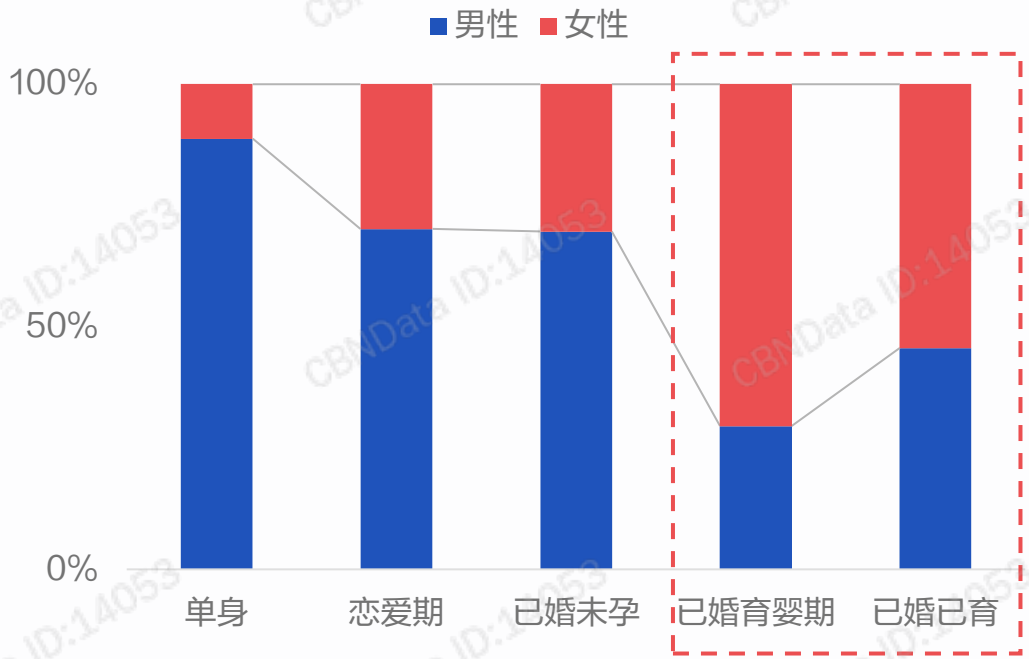


数据来源：CBNData消费大数据

已婚女性情趣用品消费更主动

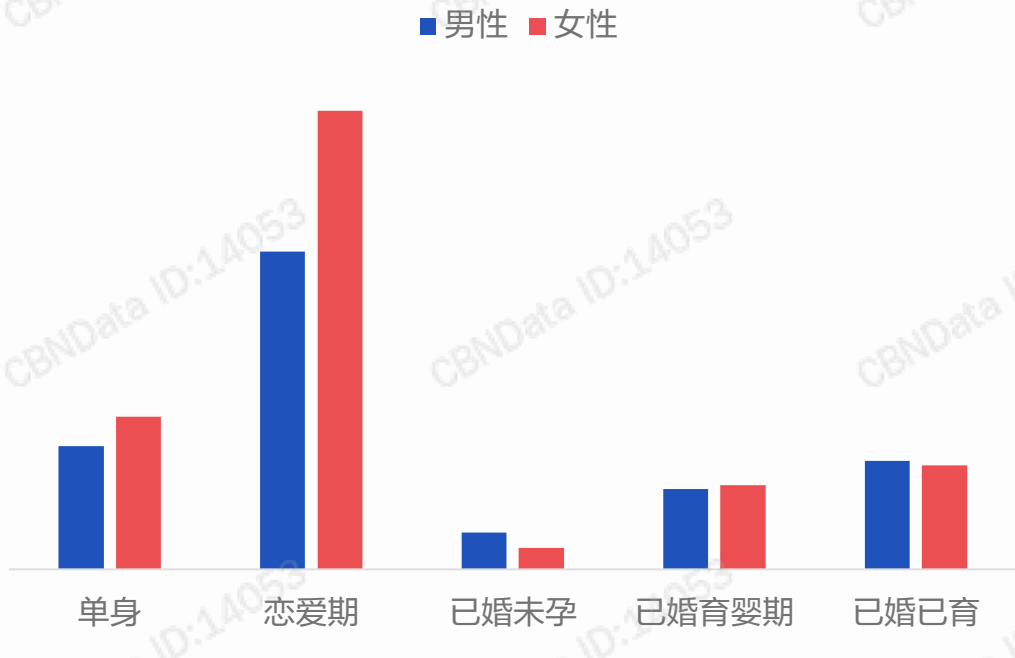
随着女性进入家庭后，对于有益身心的情趣消费接受程度不断提高，购买行为更为主动，而从增速来看，在单身和恋爱期的女性在情趣用品消费增速也明显提升。

2019 不同人生阶段男女消费情趣用品人群占比



数据来源：CBNData消费大数据

2019 不同人生阶段线上情趣用品消费人数增速



数据来源：CBNData消费大数据

CBNDATA 第一财经商业数据中心

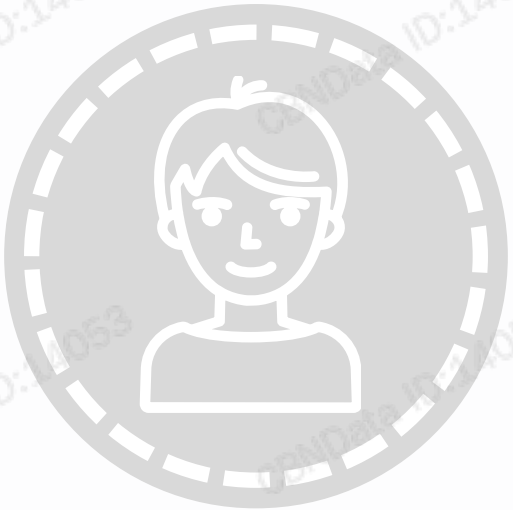
婚后情趣不减，消费更注重提升双方情趣

已婚家庭在情趣用品的消费上更注重提升双方的情趣，对工具类以及调情香水等增添情趣的需求更加强烈。

2019 情趣用品各人生阶段偏好度Top 10品类

	单身	恋爱期	已婚未孕	已婚孕育期	已婚已育
1	阴臀倒模	阴臀倒模	自慰杯	阴蒂刺激	阴蒂刺激
2	自慰杯	情趣套装	阴蒂刺激	情趣护理用品	情趣护理用品
3	自慰软胶	自慰软胶	润滑剂	**情趣跳蛋**	**情趣睡衣**
4	充气娃娃	情趣跳蛋	情趣护理用品	**情趣套装**	**情趣套装**
5	实体娃娃	另类玩具	**情趣环**	**情趣睡衣**	**情趣跳蛋**
6	G点后庭	自慰杯	**情趣套**	润滑剂	润滑剂
7	情趣丝袜	情趣睡衣	G点后庭	充气娃娃	**男用调情香水**
8	自慰蛋	情趣丝袜	另类玩具	震动棒	震动棒
9	另类玩具	G点后庭	**性爱沙发**	丰乳挑逗	**女用穿戴**
10	仿真乳房	自慰蛋	**性爱椅**	**男用调情香水**	丰乳挑逗

数据来源：CBNData消费大数据



都市青年



年轻情侣

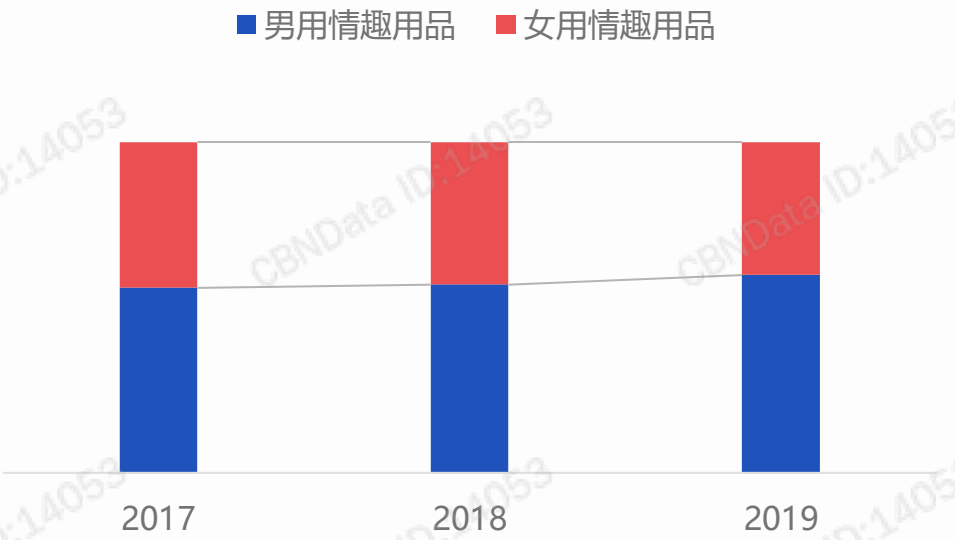
已婚家庭

CBNData ID:14053

男性主导着情侣之间的“小互动”

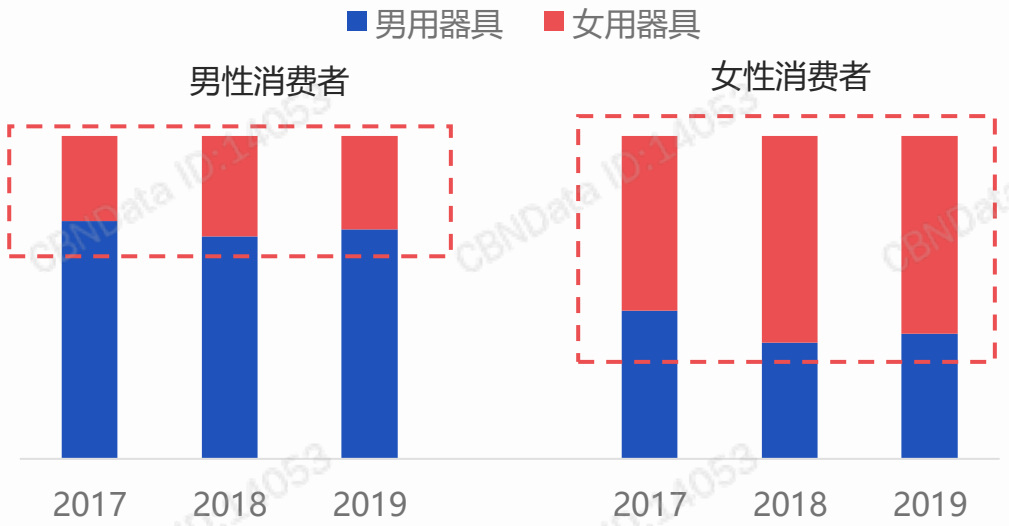
男用情趣用品消费占比超女用情趣，且差距仍在持续拉大。但男用及女用情趣用品中，女性消费者的消费占比也在缓慢提升。女性的情趣需求正在逐渐释放，不再羞涩谈“情”，也愿意为自己和伴侣增添一些生活的乐趣。

2017- 2019 天猫情趣用品消费占比趋势



数据来源：CBNData消费大数据

2017- 2019 不同性别线上情趣用品消费占比趋势

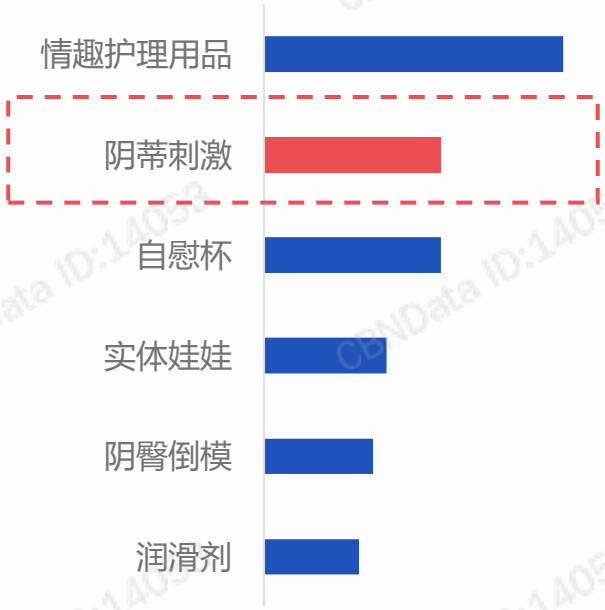


数据来源：CBNData消费大数据

正视自己和性伴侣的需求，情趣用品成为情侣送礼新选择

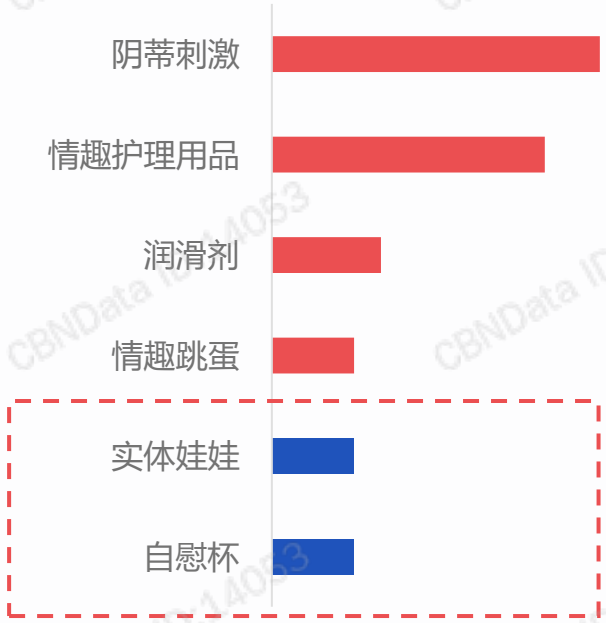
男性消费者会更偏好给女性伴侣买阴蒂刺激，而女性会给男性伴侣购买实体娃娃、自慰杯等。

2019 男性情趣用品消费占比



数据来源：CBNData消费大数据

2019 女性情趣用品消费占比



数据来源：CBNData消费大数据



数据来源：CBNData消费大数据

情趣用品为情侣之间的两性生活“驱散寒冷，锦上添花”

除了情人节之外，冬季成为情侣互送情趣用品的高频季节。



数据来源：CBNData消费大数据

偏好度：线上情趣用品情侣送礼分时消费占比-整体线上情趣用品分时消费占比，偏好度>0表示 消费者更偏好在该时段消费送礼类的情趣用品，偏好度小于0表示不偏好。

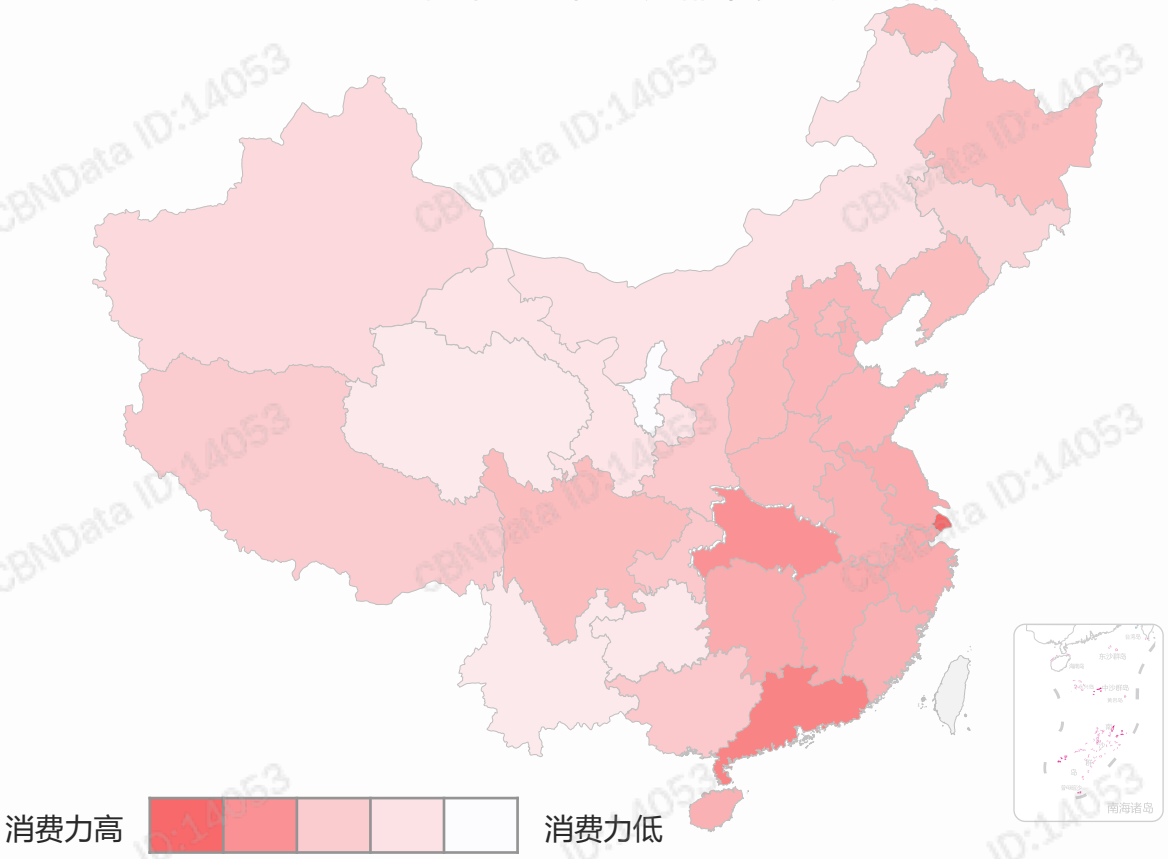
03 线上情趣用品趣味数据

CBNData ID:14053

CBNDATA 第一财经商业数据中心

趣味地图：线上情趣用品人均消费力地图

2019 不同省市线上情趣用品消费力热力图



数据来源：CBNData消费大数据

2019 不同省份线上情趣用品人均消费力排名

排名	省份
1	上海
2	广东省
3	湖北省
4	江西省
5	北京

数据来源：CBNData消费大数据

CBNDATA 第一财经商业数据中心

趣味地图：细分品类消费偏好地图

渴望持久的省份排名

排名	省份	排名	省份
1	河南省	6	河北省
2	辽宁省	7	新疆维吾尔自治区
3	广东省	8	黑龙江省
4	陕西省	9	安徽省
5	云南省	10	湖南省

数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：偏好使用外用延时剂的省份排名 数据时间段：2019年

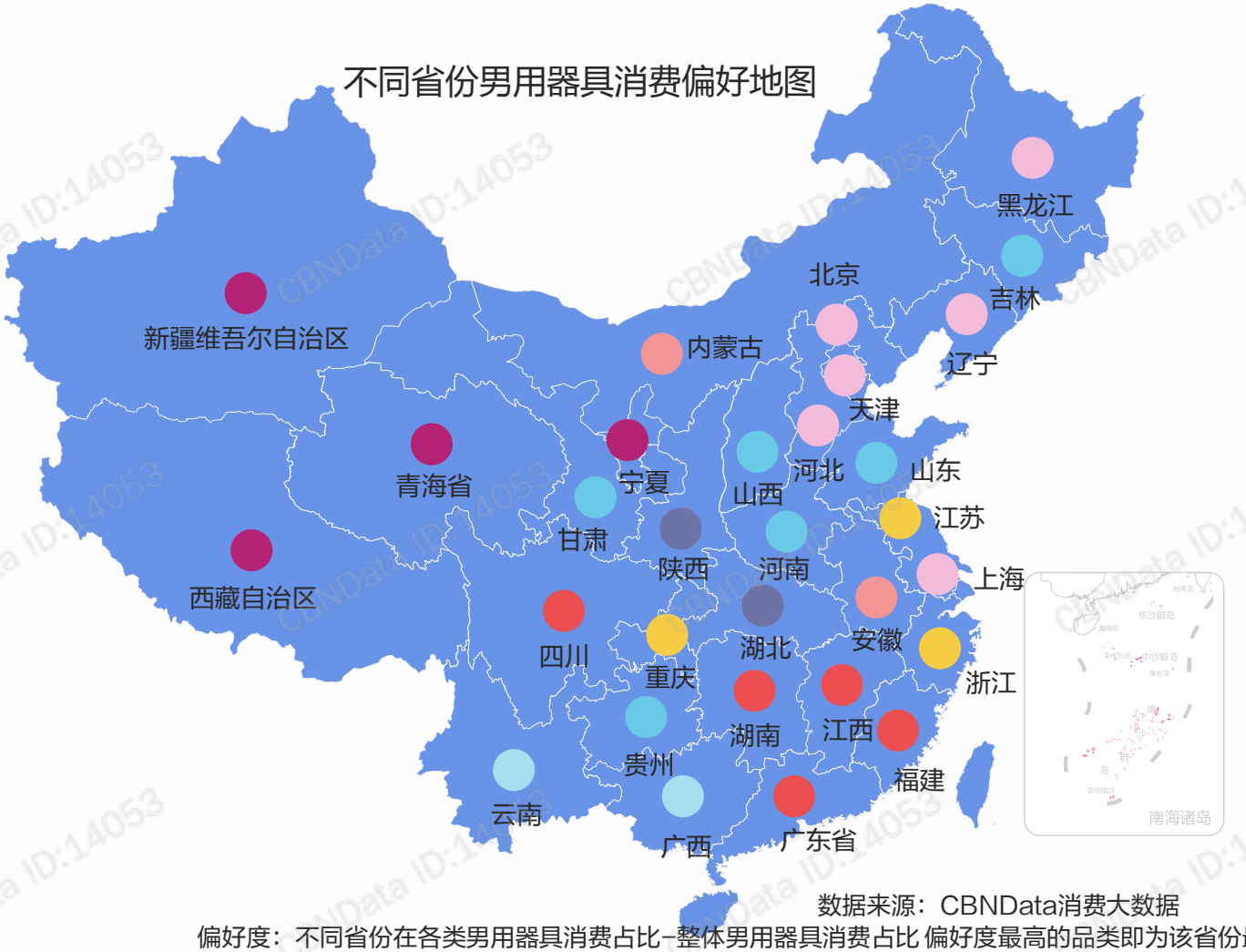
情趣内衣消费偏好地图

排名	省份	排名	省份
1	江苏省	6	陕西省
2	北京	7	新疆维吾尔自治区
3	上海	8	辽宁省
4	四川省	9	云南省
5	重庆	10	天津

数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：偏好消费情趣内衣的省份排名数据时间段：2019年

CBNDATA 第一财经商业数据中心

趣味地图：不同省份男用器具消费偏好地图



- 实体娃娃
- 阴臀倒模
- 充气娃娃
- G点后庭
- 仿真乳房
- 自慰蛋
- 自慰软胶
- 自慰杯

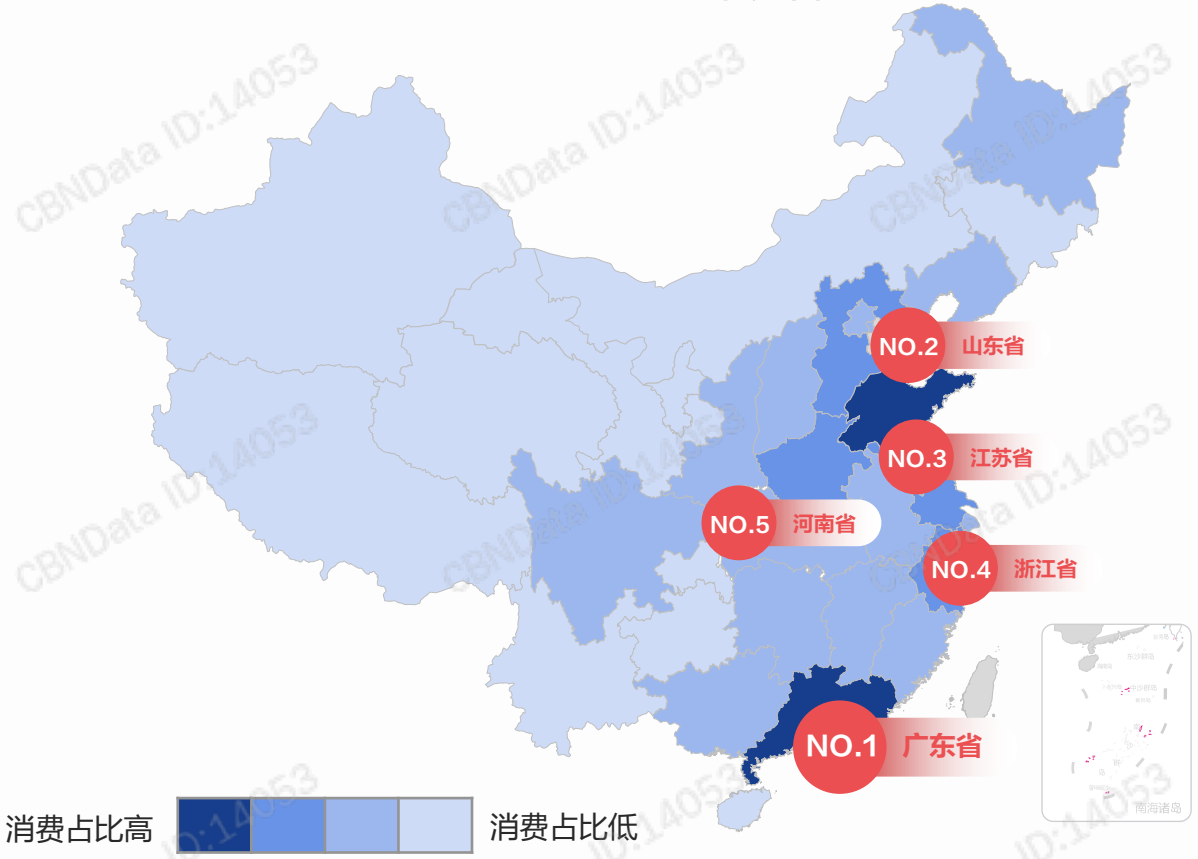
数据来源：CBNData消费大数据

偏好度：不同省份在各类男用器具消费占比-整体男用器具消费占比 偏好度最高的品类即为该省份最为偏好的男用器具消费品类 数据时间段：2019年

CBNDATA 第一财经商业数据中心

趣味地图：娃圈爱好者消费分布

2019线上情趣用品娃娃消费占比省市排名



数据来源：CBNData消费大数据

2019线上情趣用品娃娃人均消费最高的省市排名



数据来源：CBNData消费大数据

DATA COVERAGE
数据说明

数据来源： CBNData消费大数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：
数据时间段: 2017.1.1-2019.12.31

人群标签：基于消费者在平台上一年消费行为确定；

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

CBNData ID:14053

COPYRIGHT DECLARATION

版权声明

本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

CBNData ID:14053

ABOUT US
关于我们

报告作者：洪蕾
视觉设计：祝碧晨
联系我们：Data@dtcj.com
商务合作：BD@dtcj.com
加入我们：JOB@dtcj.com

第一财经商业数据中心介绍：

关于第一财经商业数据中心（CBNData）是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心，构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景，为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

CBNData ID:14053

FOLLOW US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNData官网



CBNData官方微信号

CBNData ID:14053


CBNDATA
第一财经商业数据中心
大数据·全洞察