

中小型成人用品品牌在跨境电商平台的生存策略与数据分析

吴军鹏

深圳优乐智云科技有限公司, 广东 深圳 518000

DOI:10.61369/SE.2025060024

摘 要： 电商是全世界的发展热潮，成人用品产业也在这一跨境电商模式中大有作为。中小型成人用品企业在跨境电商的过程中，受到了大商家激烈的挑战与困难。那么中小型成人用品企业在跨境电商平台的生存之道是什么？是否可以通过数据分析帮助企业发展呢？本文通过调查成人用品跨境电商市场占有率、市场规模、成用品跨境电商的迅速增长率、成用品跨境电商主要消费的区域、成用品跨境电商主要平台来分析成人用品跨境电商市场，重点剖析了中小型成人用品企业的困境，给出了制定精准市场定位策略、创新产品与个性化服务、多元化营销渠道拓展等中小型成人用品企业生存的多种有效途径。数据分析表明运用精准策略和分析数据作为策略的驱动者会使中小型成人用品企业获得成功。

关 键 词： 中小型品牌；成人用品；跨境电商；生存策略；数据分析

Survival Strategies and Data Analysis of Small and Medium-Sized Adult Products Brands on Cross-Border E-Commerce Platforms

Wu Junpeng

Shenzhen Ulezhiiyun Technology Co., Ltd., Shenzhen, Guangdong 518000

Abstract： E-commerce is a global development trend, and the adult products industry has also made significant progress in this cross-border e-commerce model. However, small and medium-sized adult products enterprises face fierce challenges and difficulties from large businesses in the process of cross-border e-commerce. What are the survival strategies for these enterprises on cross-border e-commerce platforms? Can data analysis help these enterprises develop? This article analyzes the cross-border e-commerce market for adult products through investigating market share, market size, rapid growth rate, main consumption areas, and major platforms. It focuses on the difficulties faced by small and medium-sized adult products enterprises and proposes various effective survival strategies, including developing precise market positioning strategies, innovating products and personalized services, and expanding diversified marketing channels. Data analysis shows that using precise strategies and data-driven decision-making can lead to success for small and medium-sized adult products enterprises.

Keywords： small and medium-sized brands; adult products; cross-border e-commerce; survival strategies; data analysis

引言

全球一体化、互联网时代的到来为跨境电商提供全球的舞台，在这样的背景下，成人类商品也获得了新的发展契机。随着社会文化变得更加开放、消费者对于生活品质要求更高，成人类商品市场也在扩大。而在跨境电商下成人类商品能够突破地域限制，发展到全世界更大的消费者群体，在电子商务时代下是机遇和挑战并存的，在资金、品牌影响力等方面不如大型品牌的情况下，又如何能够更好地生存下去，在电商时代中，又怎样才能获得消费者的青睐，而这些在数据的分析下都能够更为准确地得出答案^[1]。

一、中小型成人用品品牌在跨境电商平台的发展现状

（一）市场规模与增长趋势

近年来，全球成人用品市场以年均 5%-8% 的速度稳步增长，跨境电商领域表现尤为突出。欧美是主要消费区域，亚洲、南美

洲等新兴市场需求也在快速增长，如日本、韩国及中国部分地区市场规模不断扩大，消费者接受度逐渐提高。

（二）主要跨境电商平台分布

成人用品的销售平台除了传统的阿里巴巴、中国制造，还包括亚马逊、eBay、速卖通、Shopee 等。亚马逊流量大、物流体系

完善但上架条件苛刻；eBay 采用拍卖平台，用户基础庞大、价格及品种的优势吸引了大量用户；速卖通主打价廉物美，吸引潜在消费者；Shopee 主打东南亚消费群体，且较为灵活的本土化运营以及免费佣金的模式，适合进军东南亚市场。

（三）中小型品牌的市场占比与面临的挑战

中小型成人用品品牌占比小，大型品牌优势占领了大部分的比例。在产品上它们具有品牌低知名度，资金小且竞争对手众多，并且资金小限制了他们在产品研发营销等上的投入，而且成人用品受制各国法规、平台政策等严格管制，运营的门槛和风险大大增加。

二、中小型成人用品品牌在跨境电商平台的生存策略

（一）精准市场定位

1. 目标市场与消费群体细分

中小型成人用品品牌需深度调研全球市场，依据不同国家和地区的文化传统、消费习惯及法律法规，对目标市场进行精准划分。例如，欧美市场消费者对成人用品接受度高，消费能力强，更看重产品的品质、设计感和创新功能；而亚洲部分市场消费者观念相对保守，对产品的隐私保护和包装设计有更高要求。同时，需从年龄、性别、消费偏好等维度对消费群体进一步细分。如针对年轻消费者，可推出时尚化、个性化且富有科技感的产品；针对女性消费者，重点关注产品的舒适性、安全性和外观设计；针对情侣、单身人士等特定场景，开发对应的产品系列^[9]。通过精准细分，能更好满足不同消费者需求，提升品牌的市场针对性和竞争力。

2. 基于市场需求的产品定位策略

明确目标市场的消费群体以产品诉求为标准进行产品定位。产品若满足目标市场上消费人群对于健康绿色消费的观点需求，则定位其产品为以天然材料、绿色环保无害的人际产品；若目标市场是具有高端的品质生活人群，则可以为该配备产品工艺高端、产品设计精美而独特的高端系列，并附加产品高价策略，从而区别同类产品，赋予消费群体品牌独特性。

（二）产品创新与差异化

1. 创新设计与功能开发

增加对产品的开发，注意行业的技术发展和消费者的需求导向进行设计开发，在这方面可以开发具有蓝牙互联、远程控制以及智能感应等智能性产品的开发。在设计上考虑人体工学的应用，达到提高舒适性易用性的开发，在设计上可以通过时尚元素的应用达到提高产品美观性目的。在产品开发上可以通过创新与功能的开发使得产品具有更加新的产品使用体验，迎合消费者不断更新的需求，从而使产品增值价值，更好地在市场竞争中被消费者选购。

2. 个性化定制服务

根据消费者的意愿进行产品定制，为其提供定制化选项服务，可根据客户自身意愿选择颜色、造型、材质、功能等产品定制服务，如对情趣内衣进行材质、款式、图案的个性化定制；对

成人玩具进行造型、功能的个性化定制。产品的个性化定制，可以提升产品趣味性和客户参与感以及产品在客户心目中的高价值性，与消费者进行用户深入沟通交流的同时，提升其消费感受和消费满意度，并减少市场上同质化竞争的影响。

（三）品牌建设与营销

1. 品牌形象塑造

一是要打造差异化、正向的品牌。要力求品牌名称和 Logo 简单、通俗、有内涵，与国家文化、消费者的理解相一致。例如，品牌名称可以给人以浪漫、性感、健美等正向情绪；Logo 设计要新颖、有记忆性。二是要构建品牌故事，通过品牌成立的故事、品牌的理念与价值观等与消费者进行情感交融。例如，可以表现自己对于产品品质与消费者体验的执著追求、对于消费者隐私的重视。三是保证品牌的统一性，在包装设计、广告传播、门店设计与装潢中都需要保持品牌形象的整体性，加深消费者对品牌的认知。

2. 多元化营销渠道拓展

通过平台各渠道进行品牌营销与产品销售。在跨境电商平台内，优化产品 listing，通过优质的图片、详尽精准的产品描述和客户评价等提高搜索排名与转化率，合理应用平台内广告工具如亚马逊 CPC 广告、速卖通直通车等提升品牌曝光率，还可以借助网红合作、内容营销、电子邮件营销等扩大品牌影响力，吸引潜在客户^[10]。

（四）供应链优化

1. 供应商管理与合作

构建稳定可靠的供应商关系，严选、评估和管控供应商的生产产能、产品质量、交货期、价格等，筛选优质的具有稳定生产能力、品质优良、有经营保障的供应商进行合作，合作中与供应商共同商定产品质量标准和生产计划，及时沟通，协调生产问题。如对于产品立项共同研究新材料、新工艺的应用；生产中跟踪协调进度和质量保障，如期按质供货。供应商的有效管控和协作能保证产品的质量，降低采购成本，提高供应链协同能力。

2. 物流配送与库存管理优化

调整物流配送策略。针对要进入的目标市场及客户的订单制定物流方式，对于时效性要求较高的客户订单使用快递物流或者专线物流发货，对于订单数量多、时效性要求不是很高的选择使用海运物流或者铁路运输；对于物流比较有保障的合作方可以建立物流跟踪系统，及时告知客户的订单配送信息，增加客户的满意度。调整库存政策。通过数据分析，提前预测产品订单量，适当的增加库存，提高库存的周转率，避免库存积压浪费资金或者出现产品断货影响客户。采用 ABC 分类法、经济订货批量模型等先进的库存管理体系对产品进行分类，合理控制产品的库存量，形成合理的库存结构，提高库存产品的周转率^[11]。

（五）合规运营

由于大多数跨境电商平台在成人用品的销售中有相关政策要求，中小品牌一定要认真学习，按照相关政策执行。例如亚马逊对成人用品的产品描述、图像展示、关键词等都有明确要求，不可过于露骨、低俗；Shopee 平台根据各国相关法律法规和文化习

惯，对产品销售范围和展示方式有明确限制要求。品牌要根据平台政策规定，做好产品上传、营销推广等工作，避免因违规受处罚，影响产品运营。

三、基于数据分析的运营决策支持

（一）数据分析工具与方法应用

1. 常用数据分析工具介绍

中小型成人用品品牌可以使用跨境电商数据分析工具，比如 GoogleAnalytics 可以帮助中小型成人用品品牌查看访客来自哪里、访问了哪些页面、页面停留时长等流量信息，结合产品定位分析流量数据。

2. 数据挖掘与统计分析方法

数据挖掘技术在成人用品跨境电商数据分析中作用显著，能从大量用户行为、销售和市场数据中发现潜在模式和规律。例如，通过关联规则挖掘算法分析消费者关联购买行为，发现常被一起购买的产品，进而开展组合销售或推荐。统计分析方法也是常用手段，通过描述性统计分析计算销售数据的均值、中位数、标准差等，了解数据集中趋势和离散程度，评估产品销售表现；利用相关性分析研究产品价格与销量等变量关系，为定价策略提供依据；运用回归分析构建销售预测模型，预测未来销售趋势，为库存管理和生产计划提供支持^[5]。

（二）用户行为数据分析

消费者在跨境电商网站上浏览、搜索、购买的数据都可以进行分析，从而获得其购买需求。例如，如果分析了消费者的搜索关键词，我们就可以看出用户关注和重视的产品特点，例如，如果我们分析发现大量用户搜索“硅胶材质成人玩具”，我们可以看出硅胶材质在目标群体中使用较为广泛，对此，可以调整品牌研发以及采购需求方向，提供此类产品。通过消费者购买的品类分布可以发现哪些成人用品受到群体追捧，在哪些时间里受欢迎，例如，在某段时间里消费者选购情趣内衣的数量相较于往常多了好几倍，为此可以加大相应产品广告投放力度，在广告投放上展现情趣内衣各种款式，并且在货品上及时提高囤货数量。通过对购买者的时间、次数等信息的分析，可以便于准确分析目标消费者群体，并提供折扣优惠以提高消费者粘性，例如可以将购买频率较高的消费者群体划分成会员群体，提供更优质的购物体验或者相关折扣，甚至可以通过购买频率来定位潜在目标消费

者，在购买频率较高的时间节点，提前做好宣传以及折扣准备。

（三）市场趋势与竞争数据分析

1. 行业动态与市场趋势监测

一方面，定期通过查阅行业市场分析报告、新闻报道、社交媒体相关内容等，从全局性层面面对成人用品的市场及行业发展方向进行分析，其中包括了解新产品、新技术与新材料的运用，比如，新兴环保材料在产品制造中的运用发展趋势等，满足消费者对于各类、各类成人用品个性化及智能化的产品需求，与此同时，要留意政策新规影响下的行业发展趋势，例如，政策部分国家政策对成人用品的市场监管更加宽松或是政策方面更加严格等，只有通过及时地监测市场发展，品牌才能够对变化作出提前应对，进行针对性的研发生产与销售推广等计划的调整。例如，通过监测发现智能化成人用品需求大幅上升的情况，能够增加相关智能化产品研发，抢占市场先机。

2. 竞争对手数据分析

全方位了解竞争者的产品特性、定价、促销等的策略，了解其销售市场的大小等。通过对竞争产品详情页的分析，了解功能、设计、材质等细节，结合自身的产品进行优缺点比对，为优化提供思路；分析其定价策略，价格范围、价格变动幅度，制定自己的合理价格水平，维持自身竞争力^[6]。

通过比较竞品采用的营销渠道和促销方式，如社交媒体渠道选择、促销活动类型等学习到的成功经验丰富自身，向竞品学习取长补短；观察市场份额，市场反响，为自身品牌确定合适的位置并制定差异化竞争策略，增加市场份额。如发现竞品在某一个细分市场有较大份额，但产品的功能性能和价格上占据一定的优势，企业可针对性地开发有特色的、或可附加服务的设计去吸引消费者，获取更大的市场份额。

四、结束语

展望未来，全球跨境电商市场还在不断前行，技术在不断的迭代，中小型成人用品品牌需要面对更为复杂的环境，但无论多么复杂和多变，抓住市场需求，不断完善生存策略，充分发挥数据驱动的作用，提升产品实力、品牌实力、提升运营能效，将在跨境电商平台站稳脚跟，保持长期健康发展的趋势。这同样为相关品牌提供理论指引和行动指引，期盼这能帮助更多的小型品牌突破发展桎梏，抓住机会，稳定成长。

参考文献

- [1] 翟时可. 垂直型跨境电商商业模式研究 —— 以安克创新为例 [D]. 吉林大学, 2023.
- [2] 朱惠. 我国跨境电商高质量发展模式研究 [J]. 中国电子商务, 2023(11): 42-45.
- [3] 苏巧勤, 谭秀月, 赵梦婷. 亚马逊跨境电商中国卖家满意度现状及提升策略研究 [J]. 商情, 2022(34): 0041-0043.
- [4] 曾婧. 东南亚跨境电商平台卖家选品策略分析 —— 基于对 Shopee 商品数据的研究 [D]. 天津市: 天津商业大学, 2022.
- [5] 田静. 大数据背景下跨境电商 P 公司精准营销策略研究 [D]. 山西省: 山西大学, 2023.
- [6] 刘鑫. 跨境电商品牌推广对比分析 —— 传统电商平台推广与自建官网推广 [D]. 广东省: 深圳大学, 2022.