

经济日报携手京东发布数据——

母婴消费市场规模快速增长

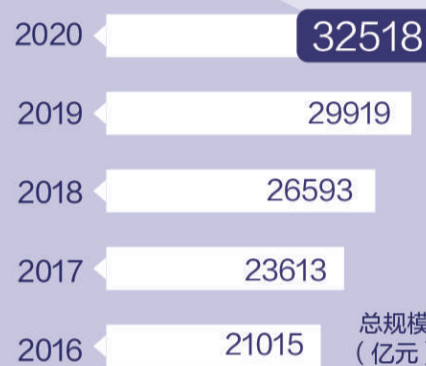
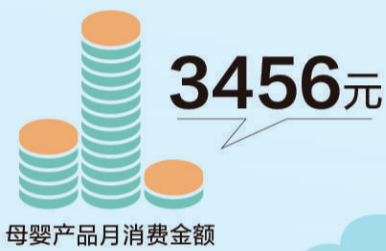
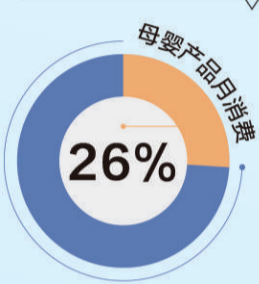
舍得花钱、精细养育、追求潮流……新一代宝妈宝爸的育儿理念不断更新,母婴消费需求持续升级,这些因素助力我国母婴市场规模快速增长。什么样的母婴产品更受欢迎?哪些人是母婴消费主要力量?母婴市场又将如何发展?让我们一起看看大数据怎么“说”。

《中国母婴市场消费趋势洞察》报告测算, 2020年我国母婴市场规模达到

3.25万亿元

母婴产品消费占比持续提升

母婴产品月支出占家庭月收入比例



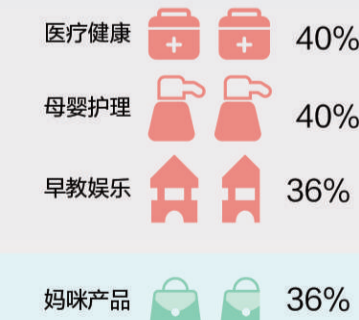
2016-2020年中国母婴市场规模

吃穿用玩是主力品类

母婴产品大类购买情况



母婴服务



注:受访者占比

“90”后成为消费的主要力量

更强的消费力,更高的消费意愿

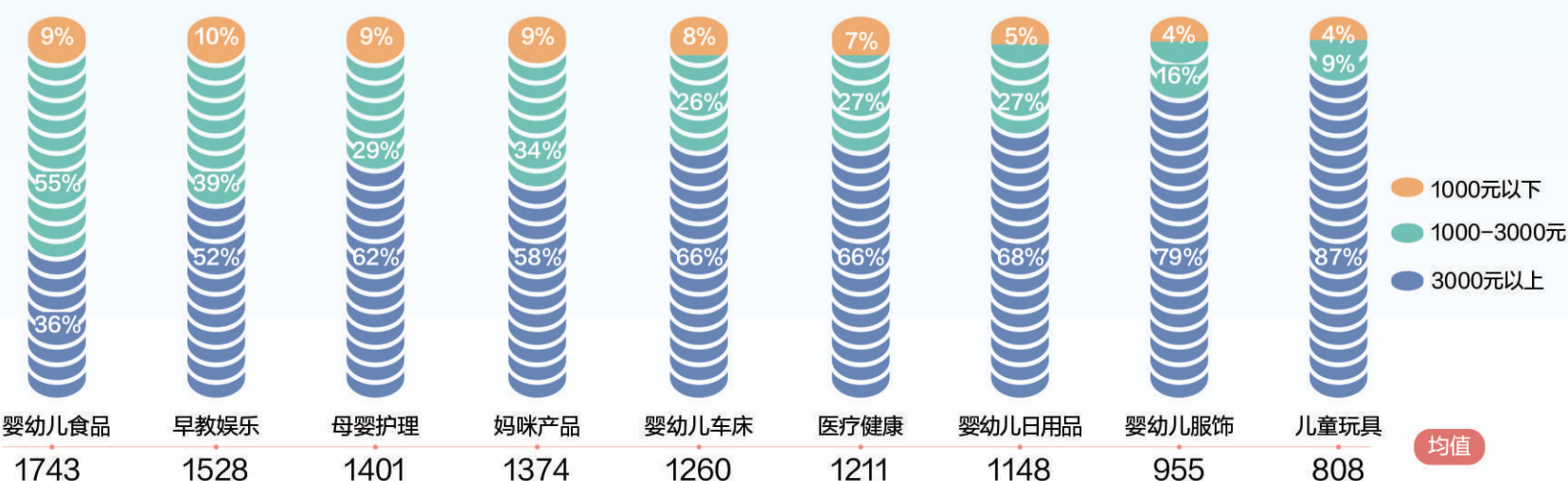
各人群母婴产品消费均值(元/月)



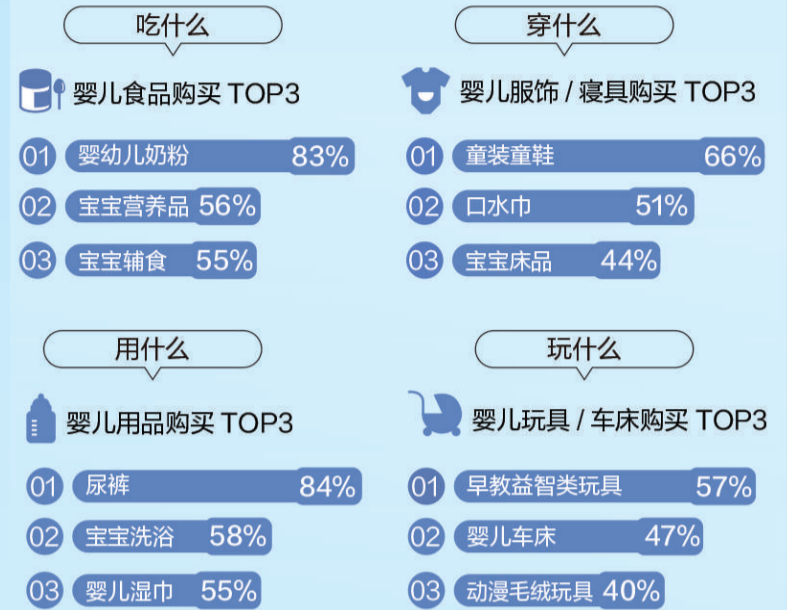
“90”后年轻母婴人群在总体母婴人群中占比

56%

母婴产品大类消费支出情况(元/月)



精细化养育时代来临

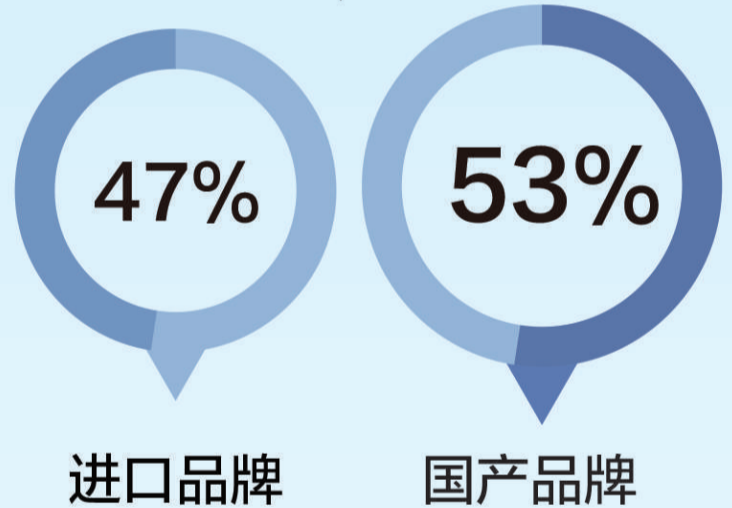


什么样的母婴产品更受欢迎

高端化、个性化、功效细分化、应用场景多样化

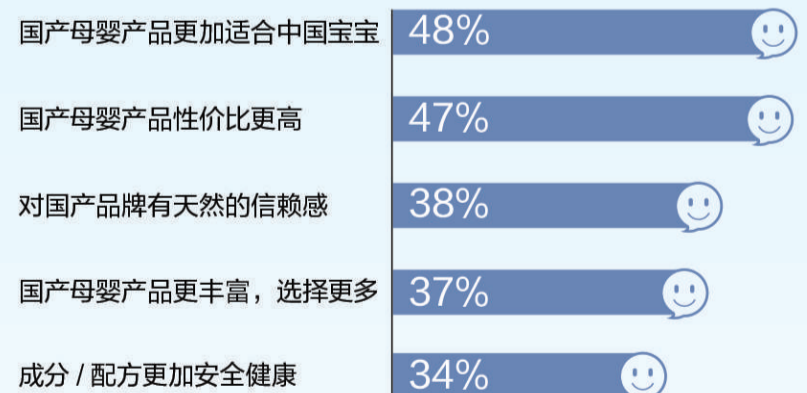
以奶粉为例:

婴幼儿食品品牌选择倾向



国产奶粉重获消费者信任

更倾向于购买国产品牌的原因 TOP5



“神器”成为关键词

“抱娃神器”“遛娃神器”等网红产品频频出新奇

母婴神器类产品关键词搜索量(TOP5)

