

经济日报携手京东发布数据——

儿童用品细分市场成热点

呵护童年从少儿用品抓起

“儿童节，儿童用品迎来一波消费热潮。给孩子购买礼物，是家长对孩子需求的判断，也代表着长辈的美好期待。因此，对儿童节的消费分析，有助于企业洞察儿童用品市场趋势，并从中发掘商机。

近年来，大量儿童专用商品涌现，细分品类成为儿童节的消费热点，代表对儿童需求和使用体验的深入挖掘和满足。同时，基于不同年龄段儿童的成长发育特点，很多商品类目的丰富度大大提升，父母也更愿意为这种精准满足孩子需求的商品买单。因此，建议品牌商和制造商进一步挖掘市场需求，深入探索用户直连制造的“反向定制”模式，并通过有效的触达手段让消费者了解这些商品和服务的价值。

儿童安全健康成长是家长的基本需求。数据显示，儿童安全座椅不仅在相关品类的搜索关键词上位列榜首，而且是儿童家具和家居商品中消费占比比较高的品类。孩子天性活泼好动，并且缺乏自我保护能力，因此家长们选择儿童用品的核心关注点是安全性，例如材质、环保、稳固性、设计合理性等。儿童用品是一个良心行业，相关企业在产品安全和品质上一定要倾注最大的心血，同时立法、抽检、技术、媒体和社会监督等手段也要同步进行。

儿童高质量成长是家长们的重要需求。特别是“双减”政策落地后，家长们愈加重视寓教于乐和多元化能力培养。数据显示，儿童绘本、儿童文学类书籍销量在节前实现了环比大幅增长；跳跃玩具、遥控玩具等销量名列前茅，平衡车、滑板车的关注度很高，代表着家长对孩子快乐成长、全面发展的期许。

我国儿童用品市场有很多整体性和结构性机会，相关品牌商和制造商们要持续深耕，满足儿童和家长的精细化、个性化需求。同时，也要守住安全底线，始终保持“质量意识”，为消费者提供质量有保障的产品及完善的售后服务，以更好品质、更高标准，让孩子吃得健康、玩得开心、用得舒心、行得安全、学得充实快乐，提升儿童幸福感，创造更美好的成长环境。

（作者系京东消费及产业发展研究院院长）

说数



当前，“80后”“90后”家长是购买儿童家具的主力人群，他们消费能力强，注重生活品质，对儿童家具有着更高要求。因此，相关企业在设计产品时要综合考虑安全性、实用性、美观度、智能化等因素，以满足多样化的消费需求。

近年来，儿童读物品种日渐多样化，消费者对内容和质量也提出了更高要求。出版社要更加注重儿童读物的质量，通过健康有趣的内容吸引儿童，帮助儿童养成良好的阅读习惯。

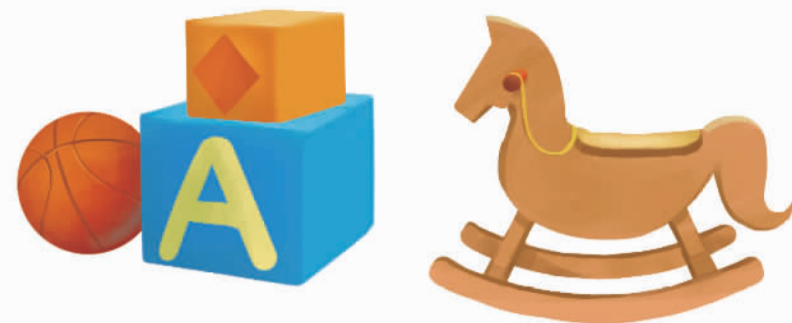
随着三孩生育政策全面开放，儿童玩具市场的成长空间持续扩容，特别是益智玩具越来越受家长青睐。玩具企业在研发新品时，既要注重提升产品的适用性，也要考虑对儿童动手能力和思维能力的培养，进而推出更多功能强、创意足的玩具产品。



更多内容 扫码观看

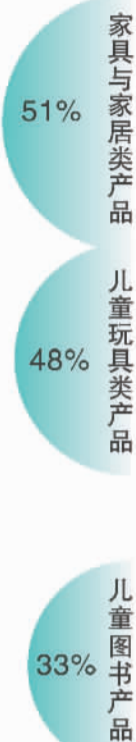


数据周期：2022年5月份



消费者特征

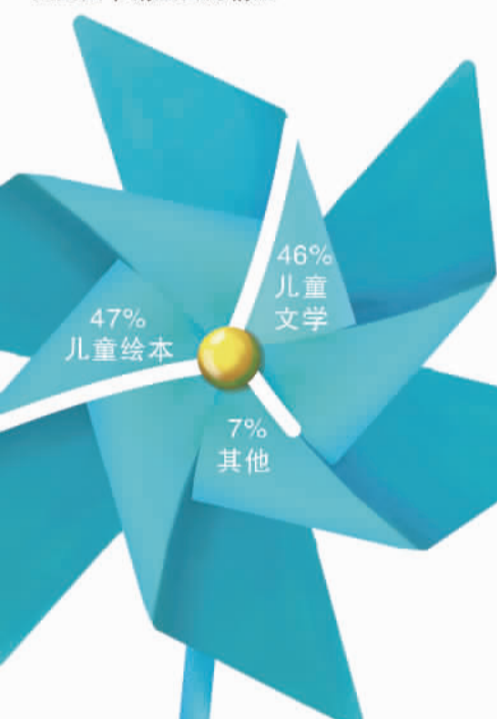
购买产品占比



26岁至35岁的消费者偏爱购买

36岁至45岁的消费者偏爱购买

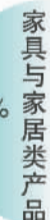
儿童图书销量占比情况



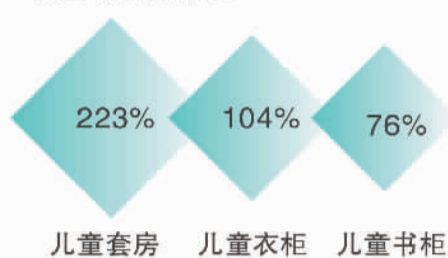
购买产品占比



男性消费者更关注儿童成长环境



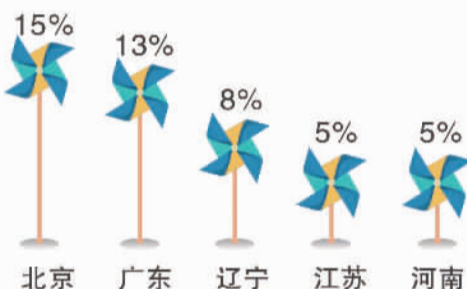
销量环比增幅情况



儿童家具家居相关搜索词TOP3

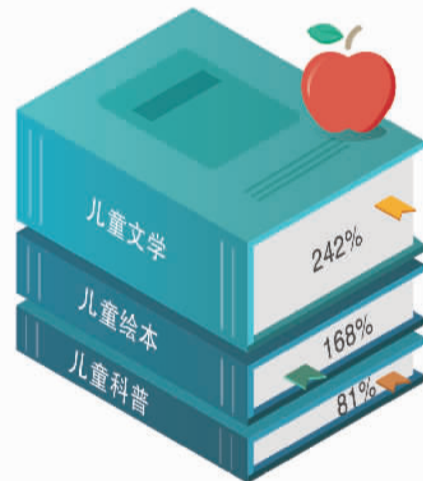


儿童家具与家居类产品消费金额占比TOP5省份

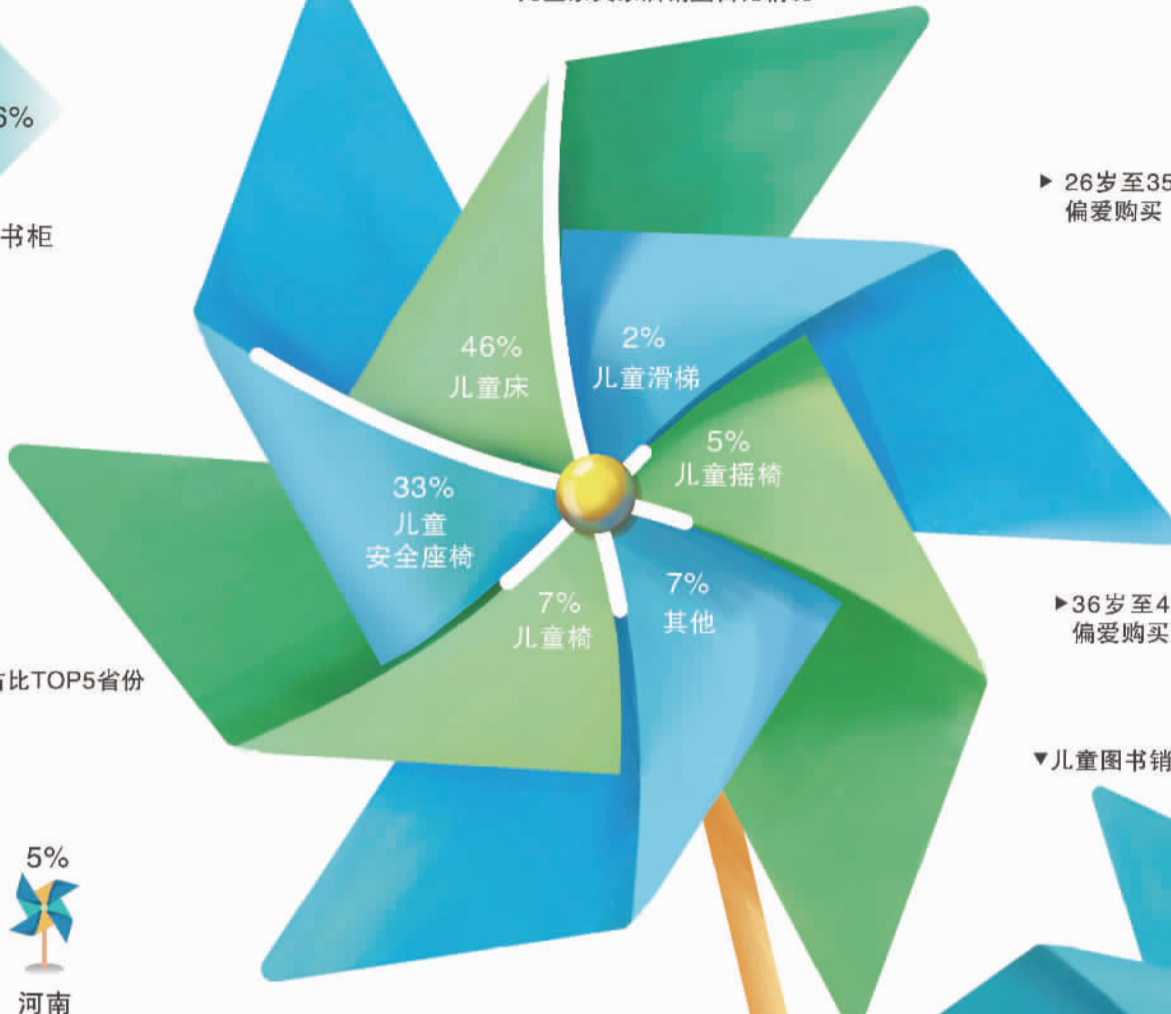


儿童图书消费

儿童图书品类销量环比增幅



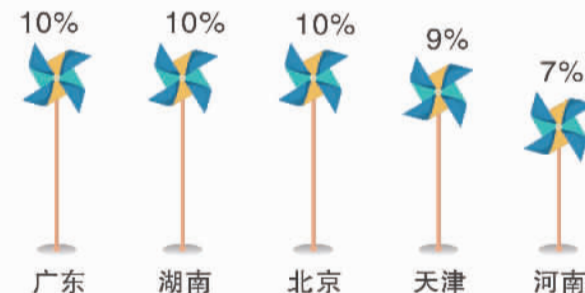
儿童家具家居销量占比情况



儿童图书相关搜索词TOP3

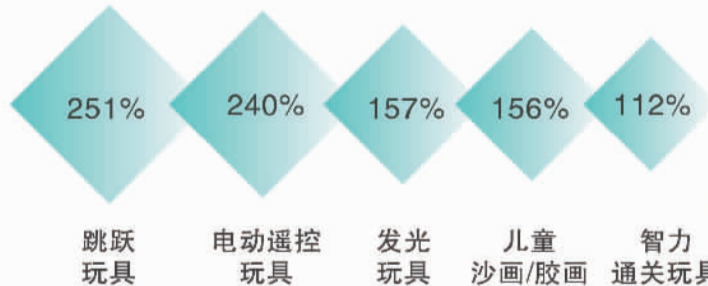


儿童图书消费金额占比TOP5省份



儿童玩具消费

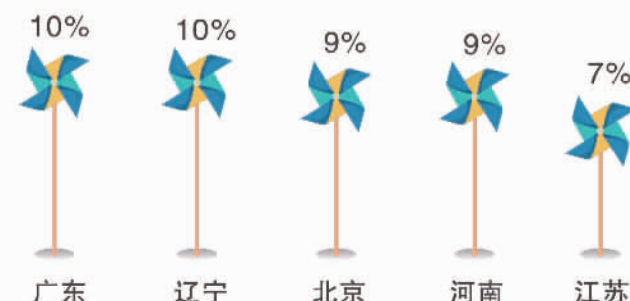
销量环比增幅情况



儿童玩具相关搜索词TOP3



儿童玩具类产品消费金额占比TOP5省份



儿童玩具销量占比情况

