

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

细分需求引领儿童用品市场



1 各品类消费情况

▼ 童装成交额同比增长情况

说数

□ 本期点评 柴祯祯

当前，随着儿童用品市场持续升级，消费者对相关产品质量和安全越来越关注。市场发展和竞争加剧对行业企业提出了更高要求，相关企业只有深入了解儿童和家长的消费偏好，才能更好满足相关消费需求，给儿童提供更好成长环境。

首先，企业需要深入挖掘儿童需求和父母购买决策因素。儿童作为使用者，他们对产品的喜好，如颜色、形状、功能等，应当成为影响产品设计的重要因素；父母作为购买者，他们更关心产品的质量、安全、教育意义及价格等因素，尤其是产品质量和安全。建议相关企业严守质量关和安全关，在产品选材用料上坚决杜绝偷工减料等情况。监管部门和行业协会也要做好监管工作，制定更为严格的行业规范和生产规范。

其次，商品定位应准确清晰，符合特定目标群体需求。相关企业要深入了解目标群体的需求，根据目标群体的年龄、性别、兴趣等特征，设计推出符合需求的产品。例如，婴幼儿产品需要注意安全和舒适；学龄前儿童产品要把娱乐和教育功能结合起来。企业要以更为精细的策略，为每个细分市场针对性开发产品和服务，这样才能进一步扩大品牌美誉度和竞争力。

总体来说，儿童用品市场拥有巨大发展潜力，但也面临着激烈竞争。企业需要以儿童需求为核心，注重产品质量和创新，以满足消费者不断提升的产品需求。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)



当前，持续细分的儿童用品市场给商家带来了挑战与机遇。相关企业不仅要持续关注消费需求变化，还要进一步运用移动互联网技术和数字智能技术赋能产品创新能力，以新科技、新材料、新技术为抓手，努力增强自身创新能力。

无论是童装童鞋还是儿童家具产品，产品质量和安全始终是家长关注的焦点。因此，企业生产儿童用品时应严格遵守安全标准，除了企业自律外，相关部门及行业协会也应加强监管力度，严格保证儿童用品的安全性。

儿童用品市场的竞争持续加剧，相关品牌或企业要想脱颖而出，需要更加重视服务属性，提升购物和使用体验。有关企业可以在售后保障服务的基础上，针对不同细分市场和消费群体推出定制化服务，提升消费者满意度，强化自身竞争力。

3 地域及人群特征

各年龄段偏好

注：偏好越高表明该人群越青睐购买该品类商品

▼ “80后”父母的儿童用品消费偏好



▼ “90后”父母的儿童用品消费偏好



数据周期: 2023年5月8日至5月21日

更多内容 扫码观看

