

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

儿童消费市场健康成长



说数

□ 本期点评 任威风

第七次全国人口普查结果显示,我国0岁到14岁人口为2.53亿人,占全国总人口的17.95%。庞大的市场需求基数,带动儿童消费市场持续增长。据中国儿童产业中心公布的数据,我国儿童消费市场规模每年约为3.9万亿元至5.9万亿元。

育儿是父母的头等大事。调研数据显示,在80%的家庭中,儿童支出是家庭消费最重要的组成部分,占总支出的比重在30%到50%。这些年,新生代父母的生活方式与消费理念与上一代父母存在显著差异。新生代父母普遍具有更高的知识水平和信息获取能力,对儿童产品的功能更加了解,需求更加多元和个性,消费观念更加理性、务实。很多父母希望用科学、健康、绿色的育儿方式与孩子一起成长。

数字技术成为新生代父母消费决策和消费行为的重要手段。他们的线上消费比例更高,更善于利用社群进行消费全周期的分享和交流。大数据技术的应用,能够帮助企业洞察消费需求,提供更精准的产品和服务,并根据用户反馈不断改进产品和服务。

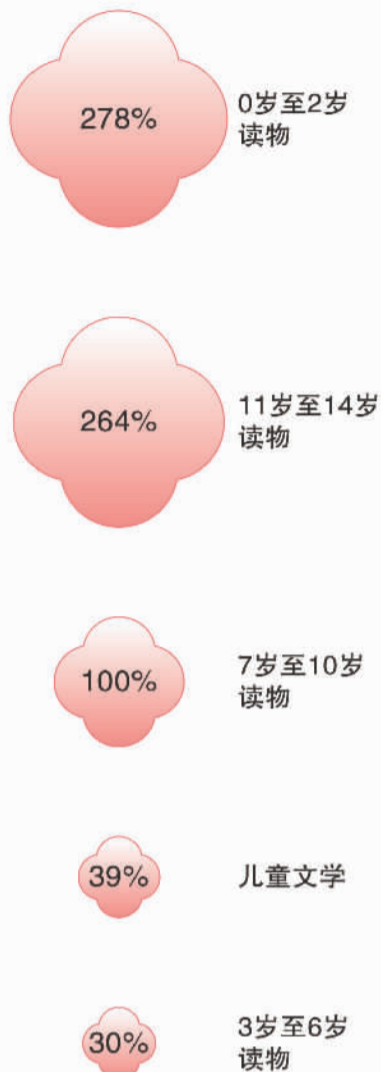
服务成为新生代父母的重要消费决策依据。他们更倾向于选择可以提供全周期、精准化服务和解决方案的品牌产品,如孩子的营养食品搭配、儿童房和家具的定制装修服务、儿童教育培训的全周期服务等。

做好儿童消费市场的建设与服务,既是提振与扩大消费的重要手段,更是保障少年儿童未来健康成长的基础。科学育儿、数字化带娃和服务消费占比提升,推动儿童消费市场的结构升级和健康发展。儿童产品和服务企业应致力于成为家庭育儿专业顾问,以领先的产品功能获取消费者信赖,以长期贴心的服务陪伴新生代家长与孩子共同成长。

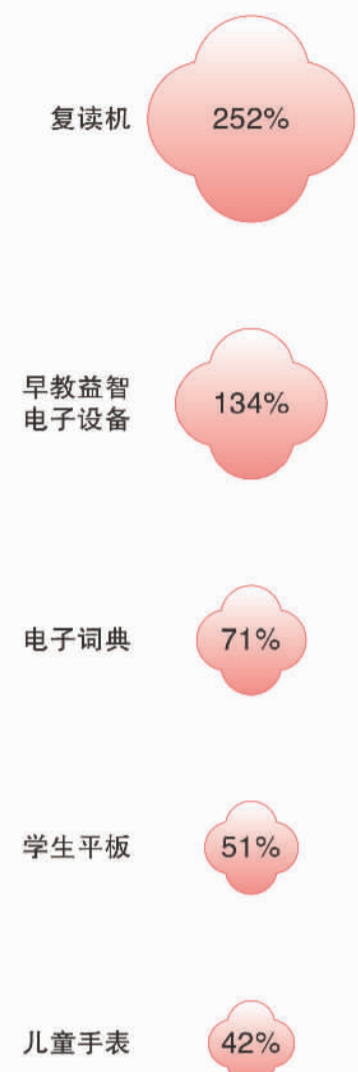
(点评人:京东消费及产业发展研究院秘书长)

1 总体消费趋势

▼ 儿童图书成交额同比增长

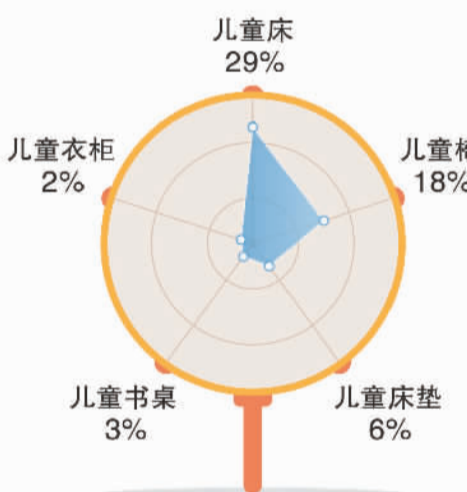


▼ 儿童电子设备成交额同比增长

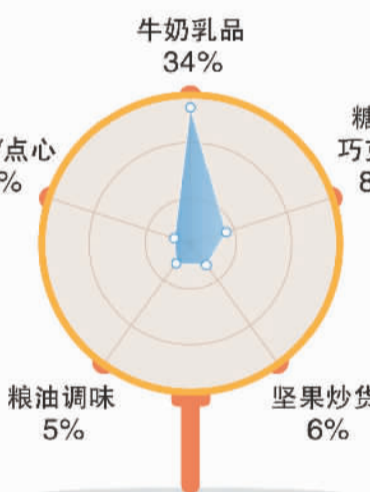


2 细分品类消费结构

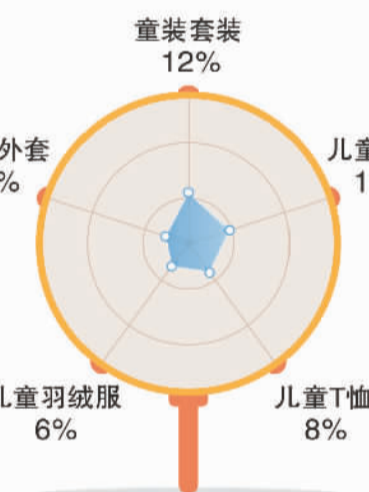
▼ 儿童家具成交额占比TOP5产品



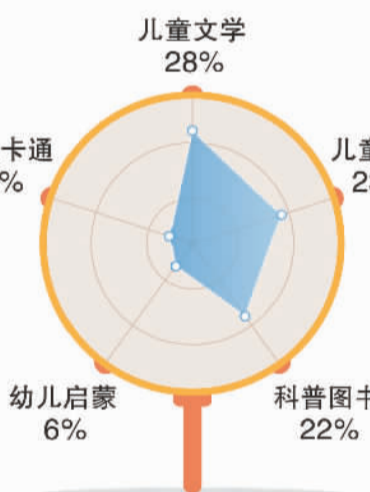
▼ 儿童食品成交额占比TOP5产品



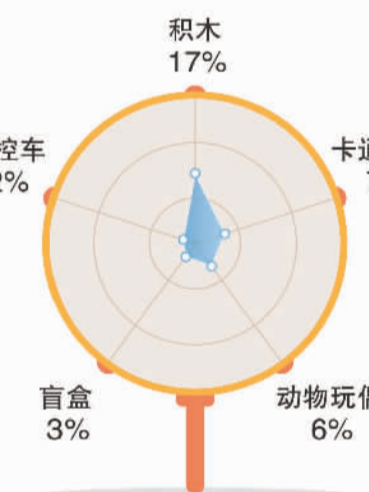
▼ 儿童服饰成交额占比TOP5产品



▼ 儿童图书成交额占比TOP5产品

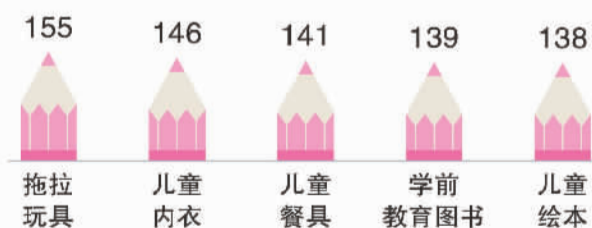


▼ 儿童玩具成交额占比TOP5产品

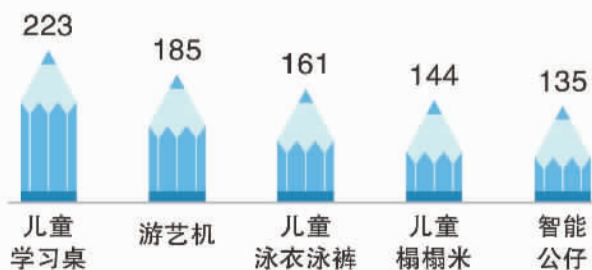


3 消费者特征

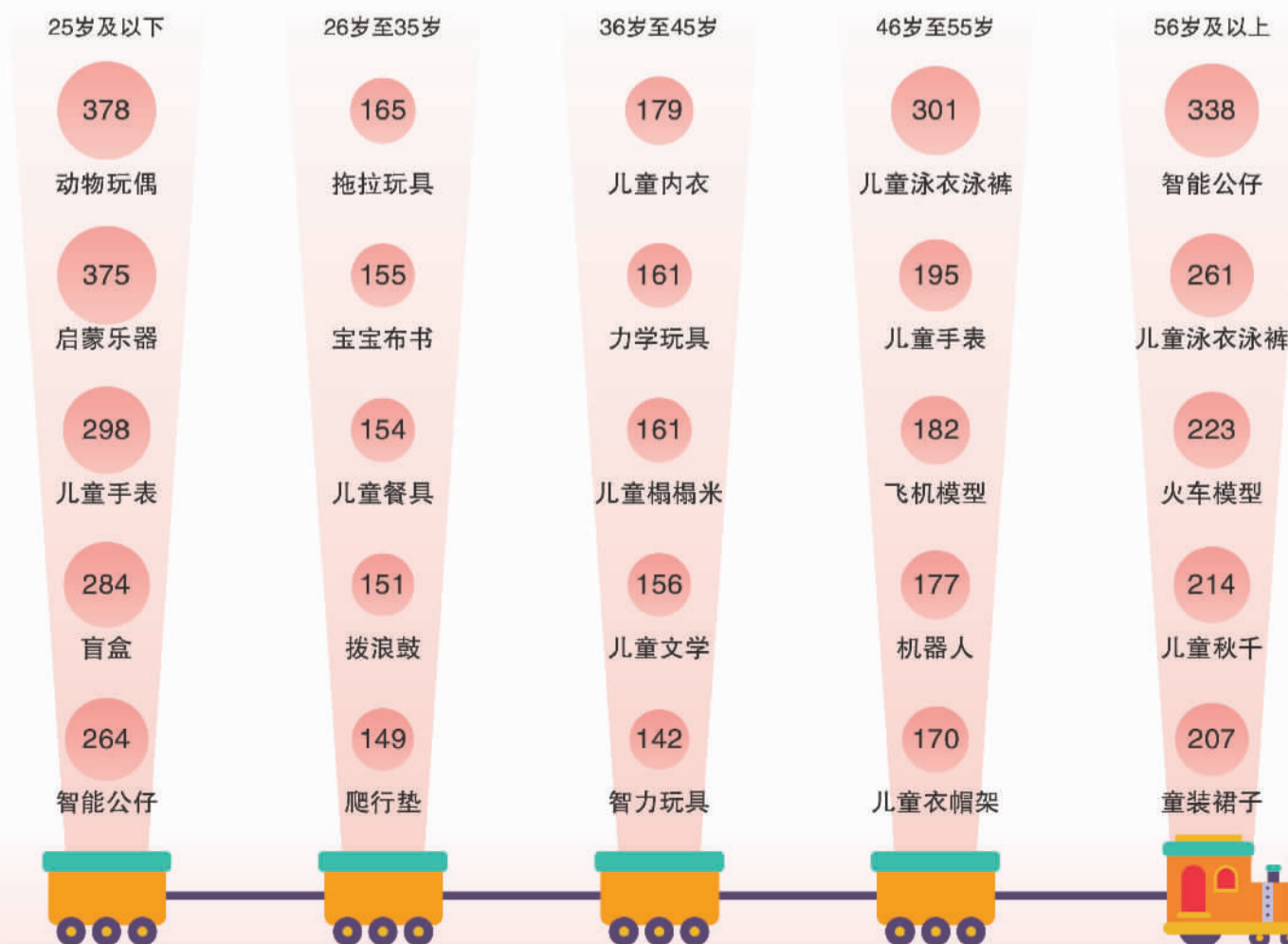
从性别看 ▼ 女性消费者偏好



▼ 男性消费者偏好



从年龄看 ▼ 各年龄段消费者偏好系数



注: 偏好系数越高表明该商品越受欢迎

安全性、实用性、专业性是家长们对儿童产品的基本要求。产品的研发设计要充分考虑到不同阶段儿童的心智和发育特点,增强产品功能和适用场景的针对性,从而提升产品差异化和竞争力。

年轻一代父母消费能力普遍更强,消费习惯也与上一代父母有鲜明差异。儿童产品和服务企业要紧跟消费者需求和市场变化,及时对产品设计、营销、服务等各环节更新升级,帮助新生代消费者缓解焦虑、科学育儿。



更多内容 扫码观看 数据周期: 2023年上半年