

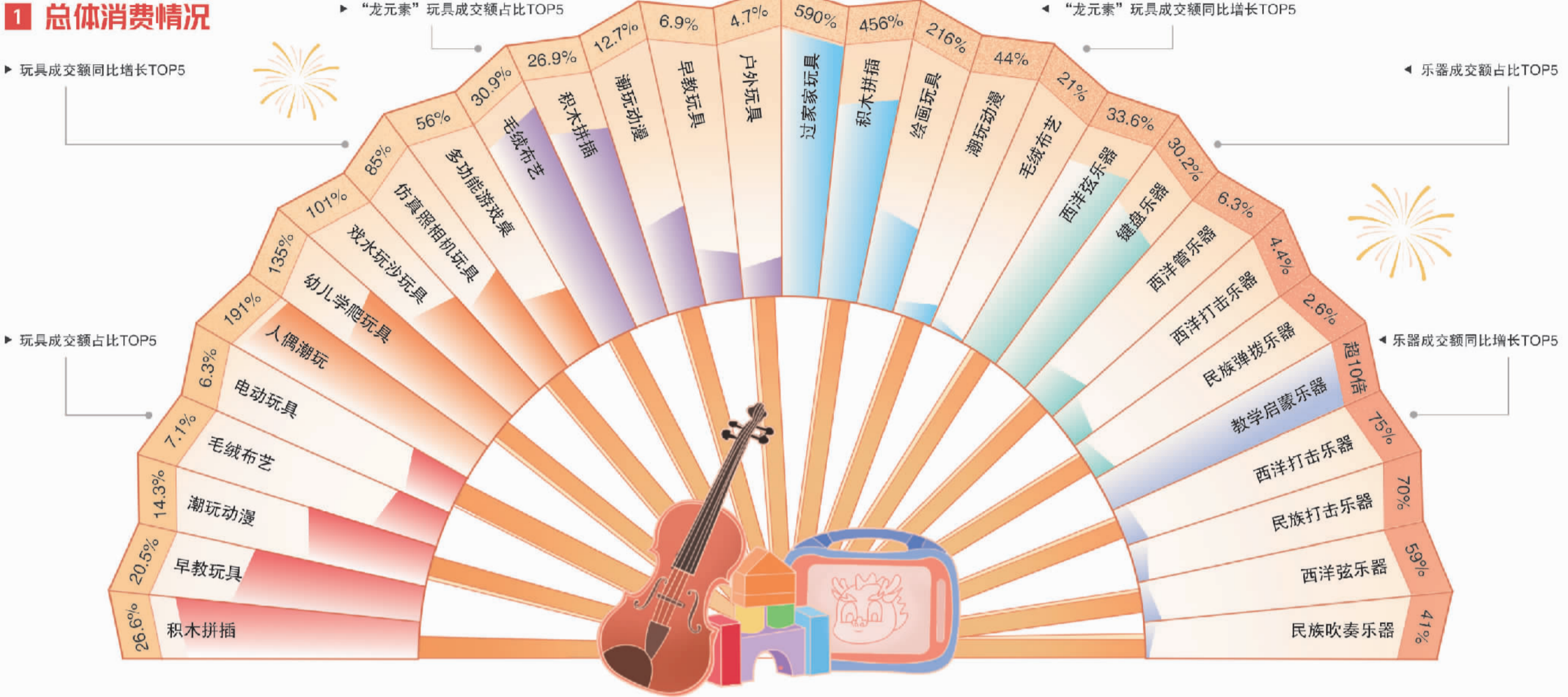
经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

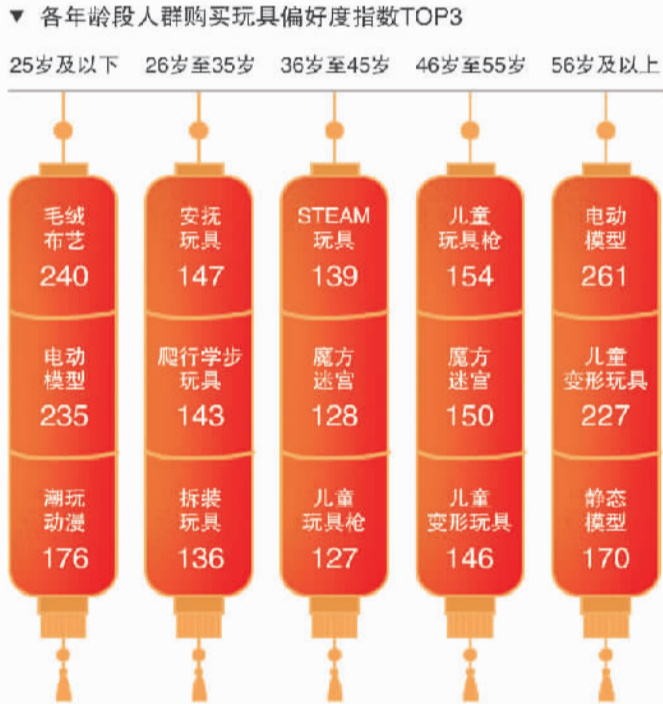
特色玩具年味足



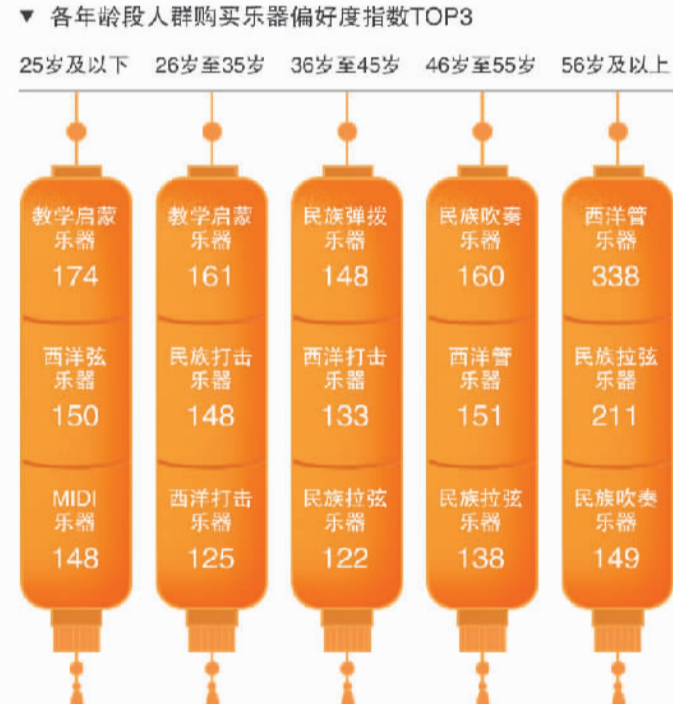
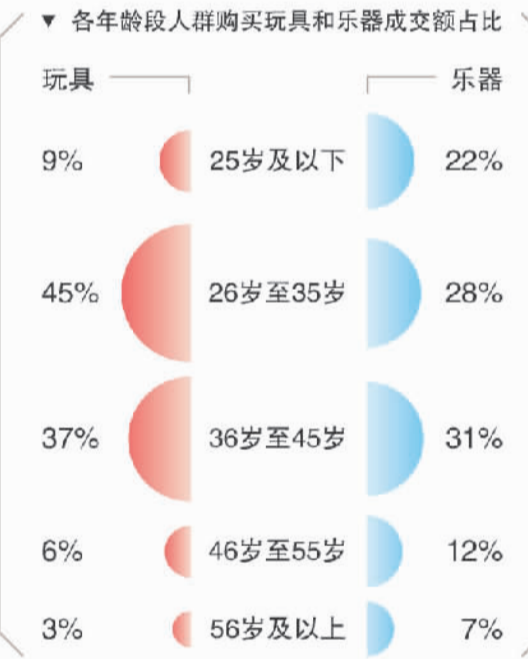
1 总体消费情况



玩具的受众群体愈加广泛，动漫潮玩、玩偶公仔等毛绒玩具，是“00后”消费者的首选；“80后”“90后”则倾向于购买STEAM玩具、拆装玩具和魔方迷宫；中老年消费者除了为孩子购买玩具枪、变形玩具外，还将木偶、船舶、航母等静态模型作为情绪疗愈的“神器”。



2 消费者特征



“90后”“00后”消费者是乐器的主力消费人群，成交额占比达半数，他们除了选购教学启蒙乐器作为小朋友的新年礼物外，还更偏好架子鼓等西洋打击乐器，以及小提琴等西洋弦乐器。中老年群体则更青睐板胡等民族拉弦乐器、管子等民族吹奏乐器、萨克斯等西洋管乐器。

说数

本期点评 林蔚

春节临近，年味渐浓，线上线下年货市场“旺”起来。年货，承载着万家心意，置办年货的过程是中国人迎接新年的重要仪式之一。玩具乐器作为老少咸宜的节日送礼佳品，自然在龙年年货中占有重要地位。

过年就要玩创意。数据显示，毛绒布艺、积木拼插、潮玩动漫占据了最受欢迎的“龙元素”玩具前3名，其销售额在玩具品类中的占比超七成。这些年货产品背靠传统文化，与现代审美有机结合，可谓创意十足，既有生肖元素寓意新年美好祝福，又有把玩和收藏价值，设计更贴合年轻消费者口味，摆在家里喜庆又好看，深受各年龄段消费者喜爱。

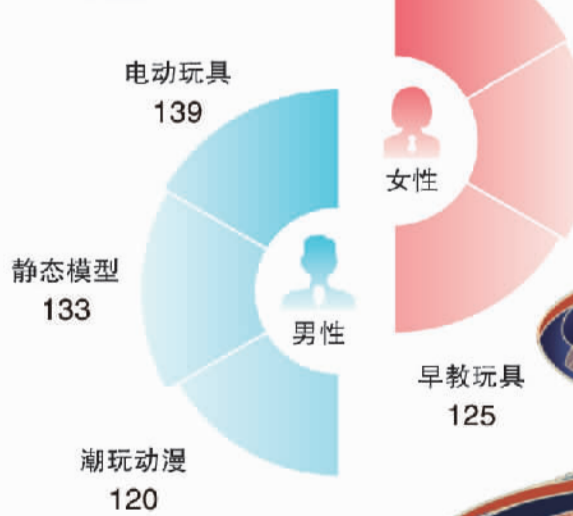
过年就要玩潮流。潮流玩具是新一代消费者休闲、交流的重要载体。龙年春节前夕，潮玩在各类玩具销售榜单中名列前茅，成为年轻人流行的过年送礼新选择。其中，人偶潮玩成交额同比增长191%，特别是25岁及以下的年轻消费者更偏好购

买潮玩动漫。很多品牌商家瞄准节前消费升温的时机，推出了跨界合作、IP联名潮玩，不少非遗和老字号也乘着国潮东风在节前推出各类限量产品。

过年就要玩精彩。春节期间是亲朋好友难得的团聚休闲时光，为了度过一个精彩、难忘、有意义的节日，选择的礼物除了要好看好玩，还要有寓教于乐的作用。销售数据显示，积木拼插玩具和早教玩具的成交额占比超四成；弦乐器、键盘乐器、打击乐器等在节前热销，其中，教学启蒙乐器成交额同比增长超10倍。全家参与、兼具趣味性和互动性的年货玩具乐器受到消费者热捧。

年货不仅寄托着对新年美好祝福和期待，也体现出我们对传统文化的继承与发扬。如今的消费者喜爱有趣味、有灵性、有美感的生活方式，期待相关商家推出更多有颜值有趣有意义的年货产品，凭借精美的设计、丰富的功能和更强的可玩性，吸引消费者，为新年消费市场增添更多活力。

不同性别人群购买玩具偏好度指数TOP3



不同性别人群购买乐器偏好度指数TOP3

男性 女性



数据周期：2024年1月17日至1月21日