

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

儿童消费场景更趋细分化



1 整体消费情况

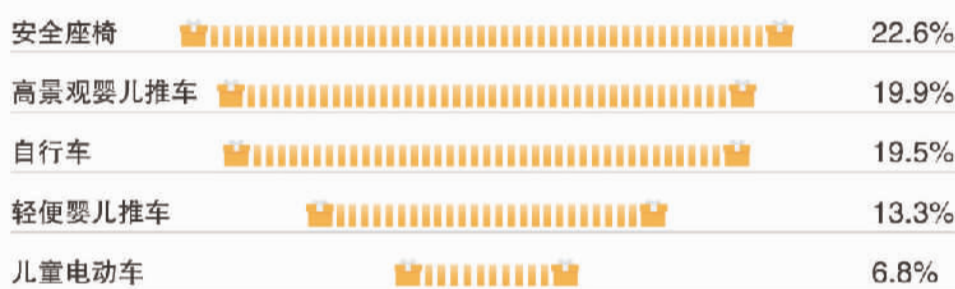
儿童喂养用品成交额同比增长



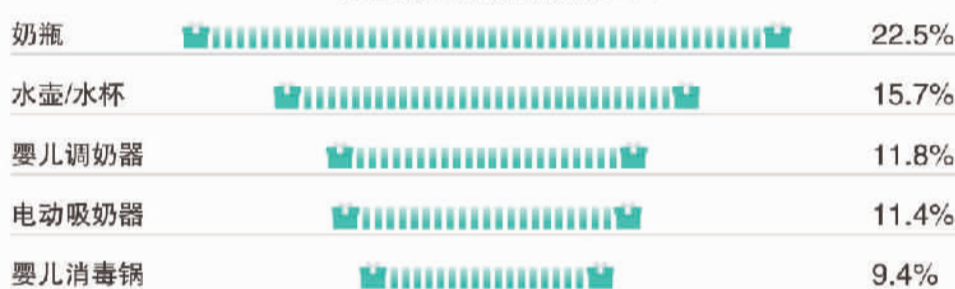
儿童图书成交额占比TOP5



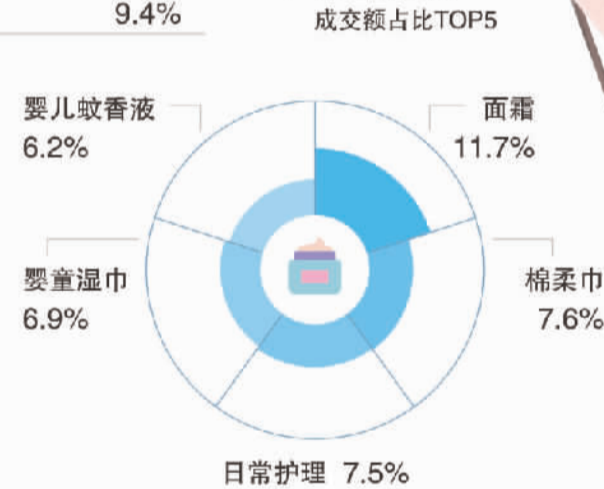
儿童出行产品成交额占比TOP5



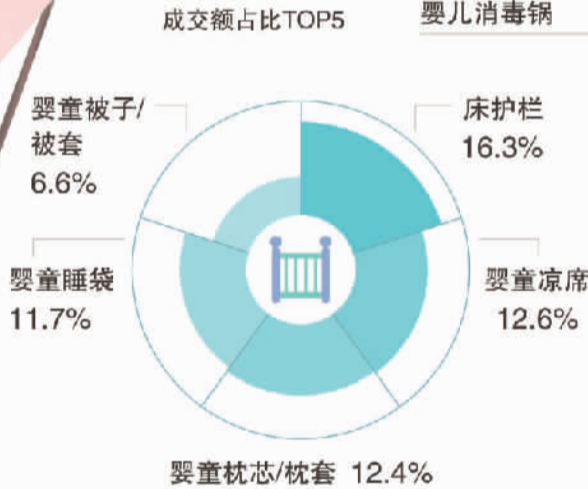
儿童喂养用品成交额占比TOP5



儿童洗护用品成交额占比TOP5



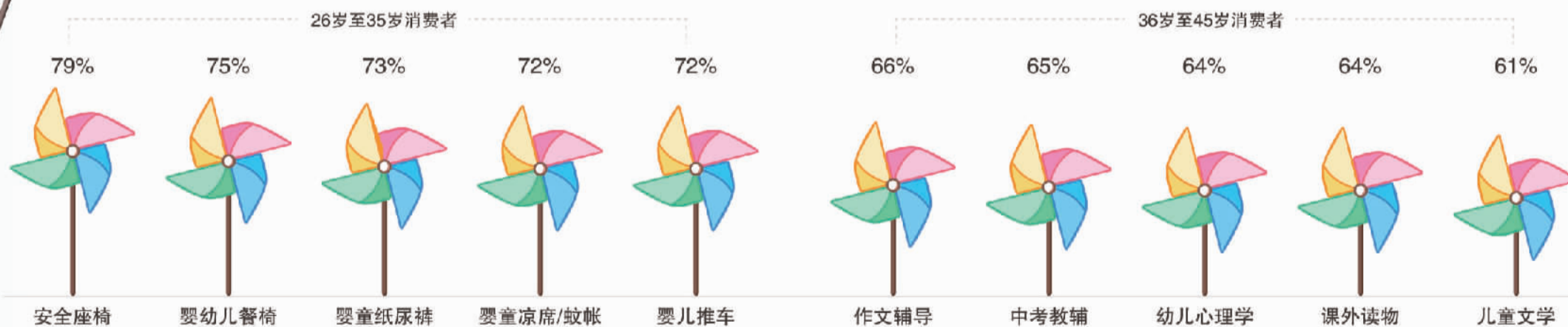
儿童家居用品成交额占比TOP5



在儿童出行方面，双胞胎推车、高景观婴儿推车、安全座椅、轻便婴儿推车、扭扭车等产品的成交额均取得显著增长。企业需要在保证儿童出行安全性、舒适度、便捷性的基础上，更进一步挖掘市场新需求，通过功能创新研发、个性化设计、智能技术引入等，谋求品类增长机会。

2 消费者特征

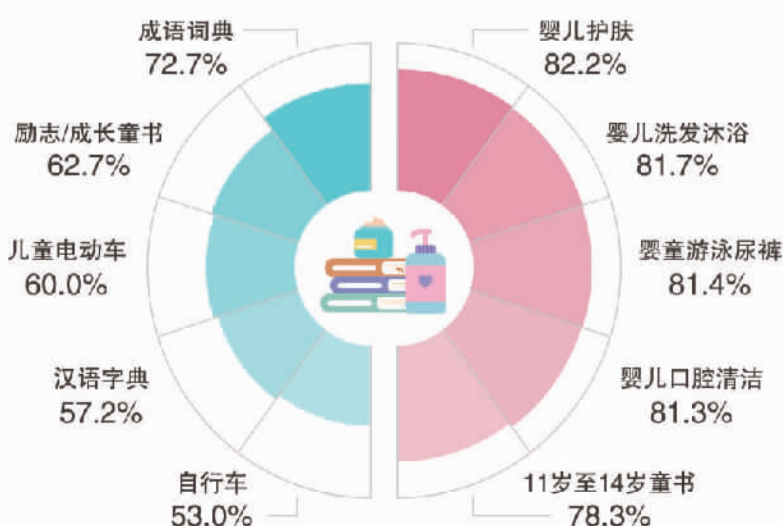
不同年龄段人群的消费偏好(成交额占比)



数据显示，“90后”买走了更多的安全座椅、婴幼儿餐椅等儿童用品，“80后”买走了更多的作文、中考辅导、课外读物等童书产品；男性消费者更倾向给孩子购买童书、童车，女性消费者更多为孩子购买洗护用品。企业需要根据不同消费者选购儿童产品的需求和偏好特点，针对性地进行产品创新设计和营销策略制定。

不同性别人群的消费偏好(成交额占比)

男性消费者 女性消费者



说数

本期点评 曹凤娟

随着“80后”“90后”育儿理念和消费观念变化，儿童成为消费细分市场中不可忽视的一部分，儿童消费向多元细分方向拓展，图书消费、出行消费、用品消费等相关领域呈现出显著增长趋势。年轻一代父母更加关注孩子的成长和全方位教育，对图书的消费需求愈加多样化，针对不同年龄、兴趣、功能的童书品类也愈加丰富。从童书的消费来看，儿童文学、科普百科、儿童绘本、中考辅导等品类最为热销，高三教辅、7岁至10岁童书、励志成长童书、英汉汉英词典成交额增速亮眼。儿童出行产品是孩子成长过程中的必需品，安全座椅、婴儿推车、自行车、儿童电动车成为父母的“心头好”，呈现出智能化、场景化、高颜值等趋势。例如，安全座椅的智能功能不断延伸，智能语音、智能控温等为亲子出行带来更好的体验；童车根据城

市、户外等场景不断细分，满足孩子们不同场景下的骑行需求。消费者精致育儿需求不断升级，围绕功能需求细分、场景消费精细化等维度的儿童用品受到越来越多关注。在儿童喂养用品消费中，水壶水杯、婴儿消毒锅、婴儿喂奶器、奶瓶等成交额同比增长超五成；在儿童洗护用品消费中，婴童牙膏、婴童按摩油等产品成交额同比增长超100%。儿童消费市场潜力大，在新技术、新模式的推动下，儿童消费业态还将迎来新突破。相关企业要精准找出儿童消费场景的痛点，确保生产销售的儿童产品质量安全可靠，不断促进儿童消费市场潜力释放。（点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员）



更多内容 扫码观看

数据周期：2024年5月12日至5月25日