

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

年中消费数据分析

母婴行业呈多样化趋势

说数

□ 本期点评 柴祯祯

随着年轻一代逐渐成为父母，母婴行业面临育儿观念和品类趋势的升级。相较于上一代父母讲究的“吃饱吃壮”，新一代父母们更注重孩子的综合发展和科学精细的营养补充。同时，新一代父母们对待生活的“精致”态度也反映在母婴消费上，愿意为更科学、更高效、更精细的母婴产品买单，母婴行业正逐渐呈现专业化、精细化和功效化的趋势。

从消费端看，消费者对母婴产品的需求在升级，不再满足于简单的功能，而是希望产品能够更专业、更精细、更贴近实际需求。数据显示，2023年上半年，在母婴产品中，无论是服饰、食品、家居用品还是出行用品，针对不同使用场景和不同阶段成长需求的母婴用品都迎来了高速增长。

从生产端看，分阶段、分年龄、分性别、分场景的趋势也在驱动品类创新与品牌升级。母婴企业不再满足于推出单一产品，而是通过深入了解不同消费群体的需求，精心打造更有针对性的产品和服务。例如，根据孩子的年龄和性别特点，推出适合他们成长阶段和兴趣爱好的产品，从而提高产品的吸引力。

值得关注的是，在母婴行业，产品与服务的质量始终是提升用户黏性的关键因素。母婴产品的质量直接关系到宝妈与孩子的健康和生命安全，消费者对产品的质量要求非常高。数据显示，对评价敏感的母婴用品消费者数量占比达66%。因此，企业应该注重产品的研发和生产过程，确保产品符合质量标准和安全要求。同时，提供优质的售后服务也是吸引和留住消费者的重要手段。

在消费升级的背景下，母婴行业也在快速发展，机会和挑战并存。母婴企业应密切关注消费升级下的母婴用品需求变化，抓住品类发展机遇，推陈出新，为消费者提供更优质的产品和服务。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)

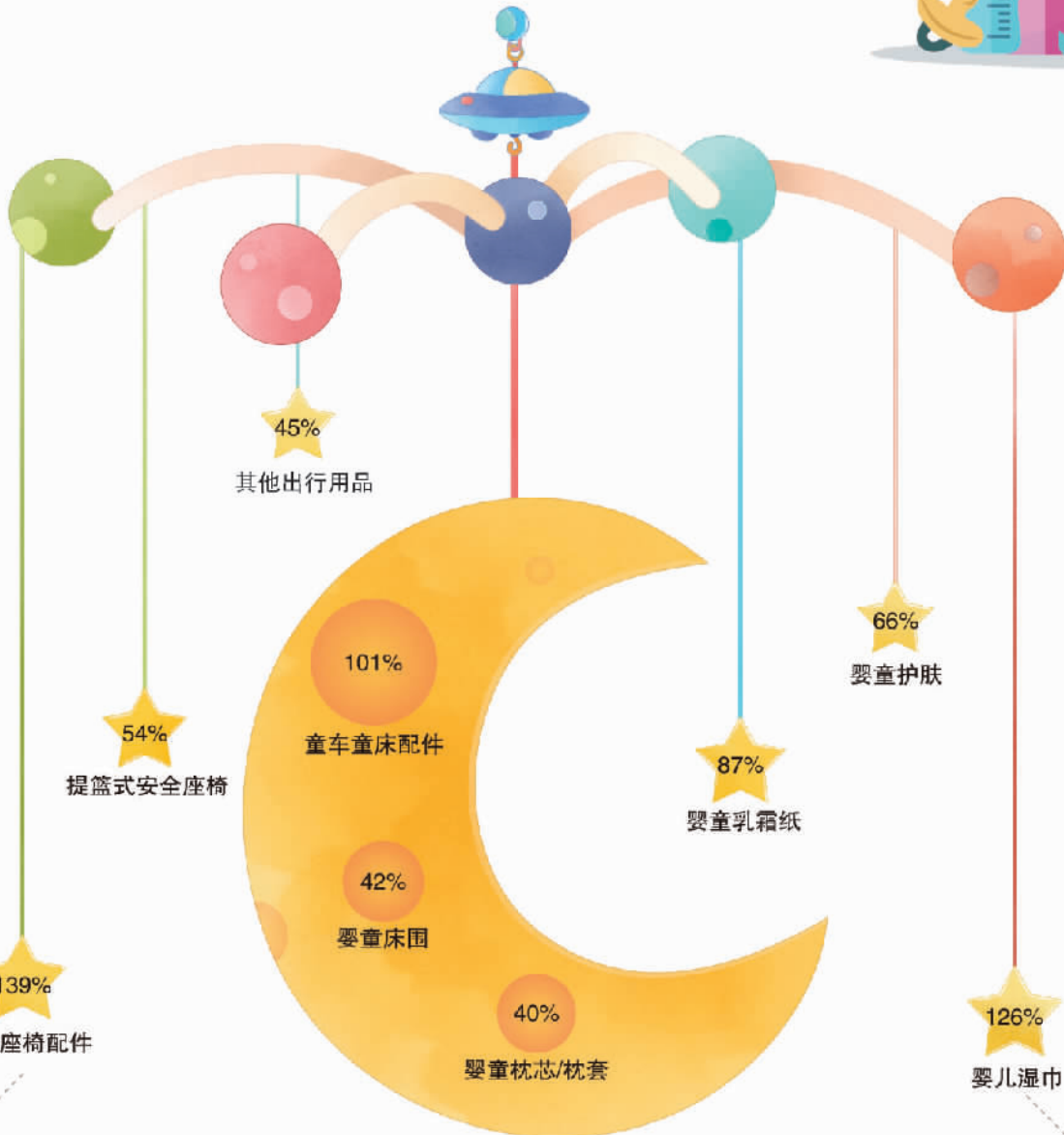
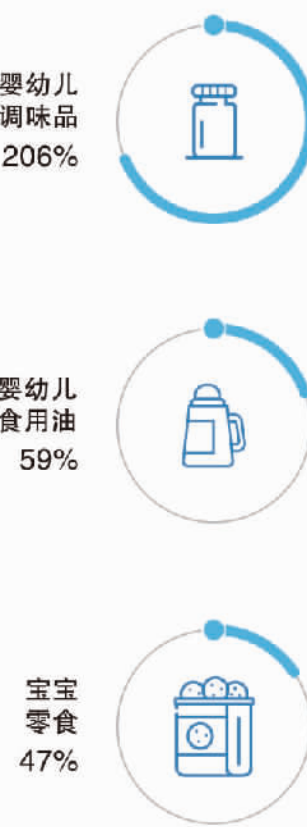


1 总体消费情况

▼ 母婴服饰订单量同比增长



▼ 母婴食品订单量同比增长

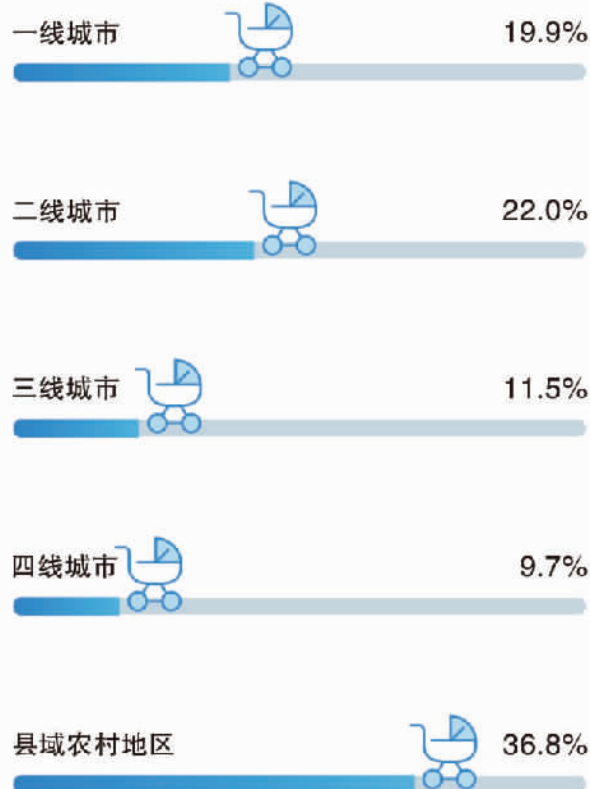


▲ 母婴家居用品订单量同比增长

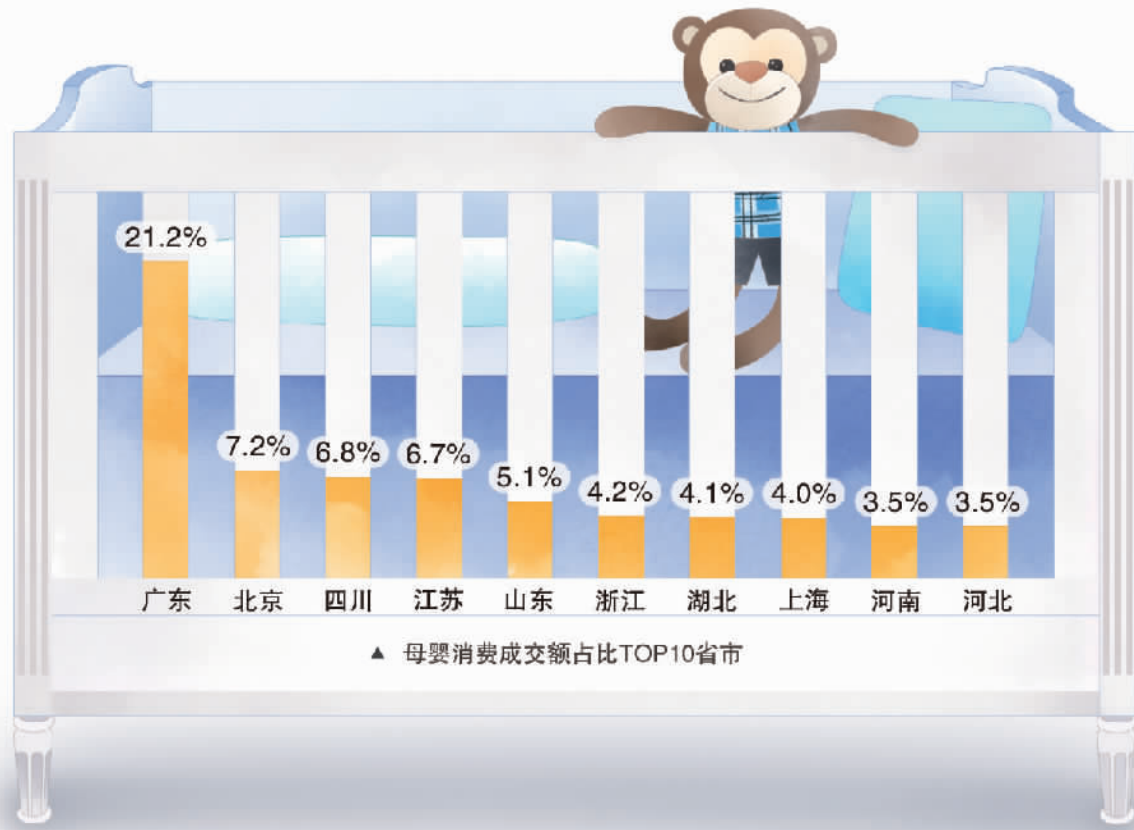
▲ 婴幼儿清洁用品订单量同比增长

2 消费者特征

▼ 各区域母婴消费成交额占比



消费者对母婴产品的需求越来越多样化，生产商家应该根据市场趋势和消费者需求，加大研发创新投入，持续开发新产品，如开发具有功能性和安全性的母婴用品，满足消费者的不同需求。



母婴市场竞争激烈，品牌建设是商家提高市场竞争力的关键。建议生产商家注重品牌形象塑造和品牌推广，通过建立品牌形象、提高产品知名度和口碑等方式，增强影响力和市场竞争力。

▼ 消费者对母婴产品的促销敏感度 (消费者数量占比)



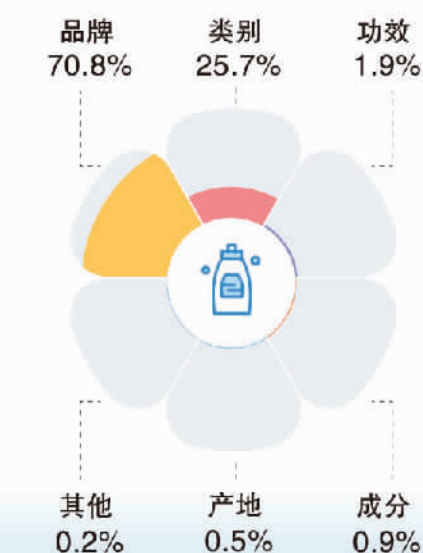
▼ 消费者对母婴产品的评价敏感度 (消费者数量占比)



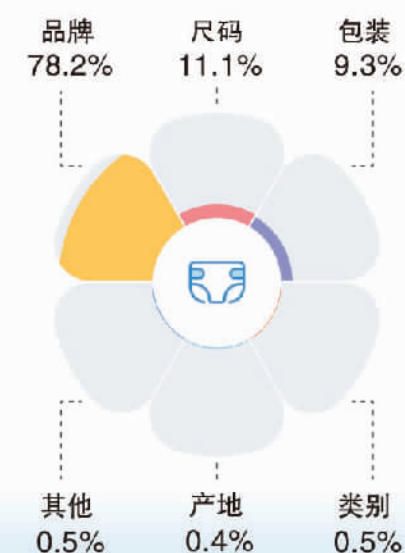
3 母婴用品购买关注因素

母婴产品的安全性是消费者最关注的话题之一，生产商家应注重提升产品质量和安全性，通过加强原材料采购监控、生产工艺控制和质量检测等环节，确保产品的安全性。

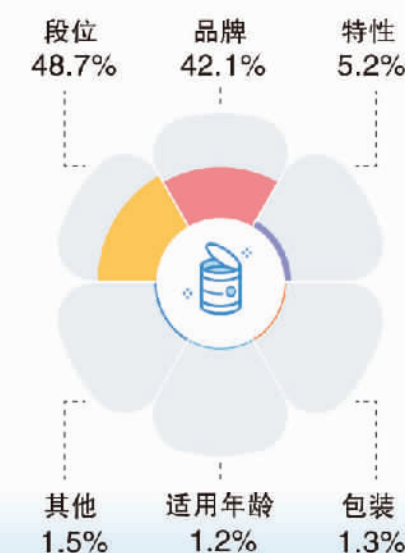
▼ 影响婴童洗护产品消费的因素 (消费者数量占比)



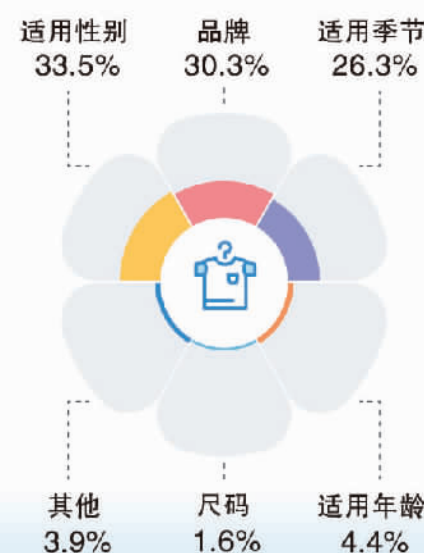
▼ 影响婴幼儿尿裤消费的因素 (消费者数量占比)



▼ 影响婴幼儿奶粉消费的因素 (消费者数量占比)



▼ 影响童装消费的因素 (消费者数量占比)



更多内容 扫码观看

数据周期：2023年上半年