

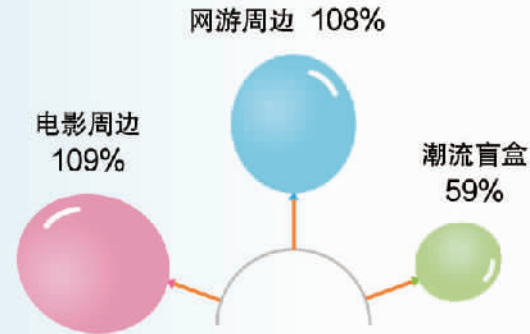
在这里读懂中国消费

玩具市场深度变革

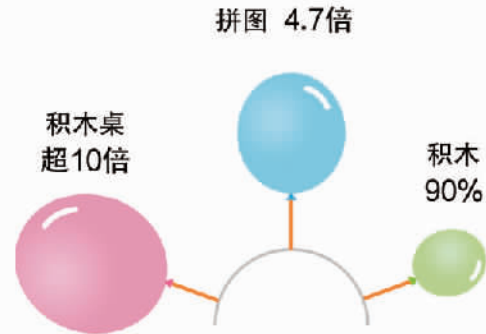


1 总体消费情况

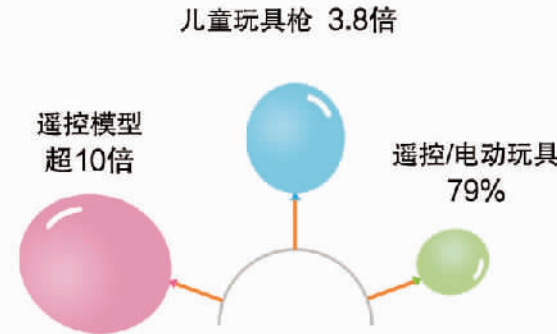
潮玩动漫品类销量同比增长TOP3



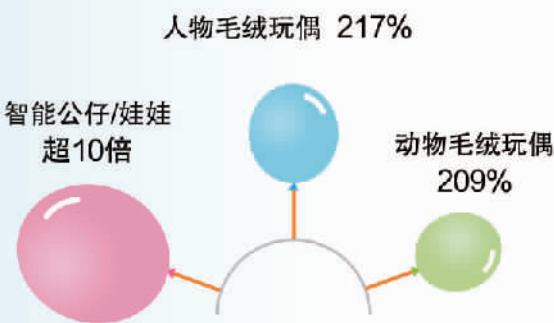
积木拼插品类销量同比增长TOP3



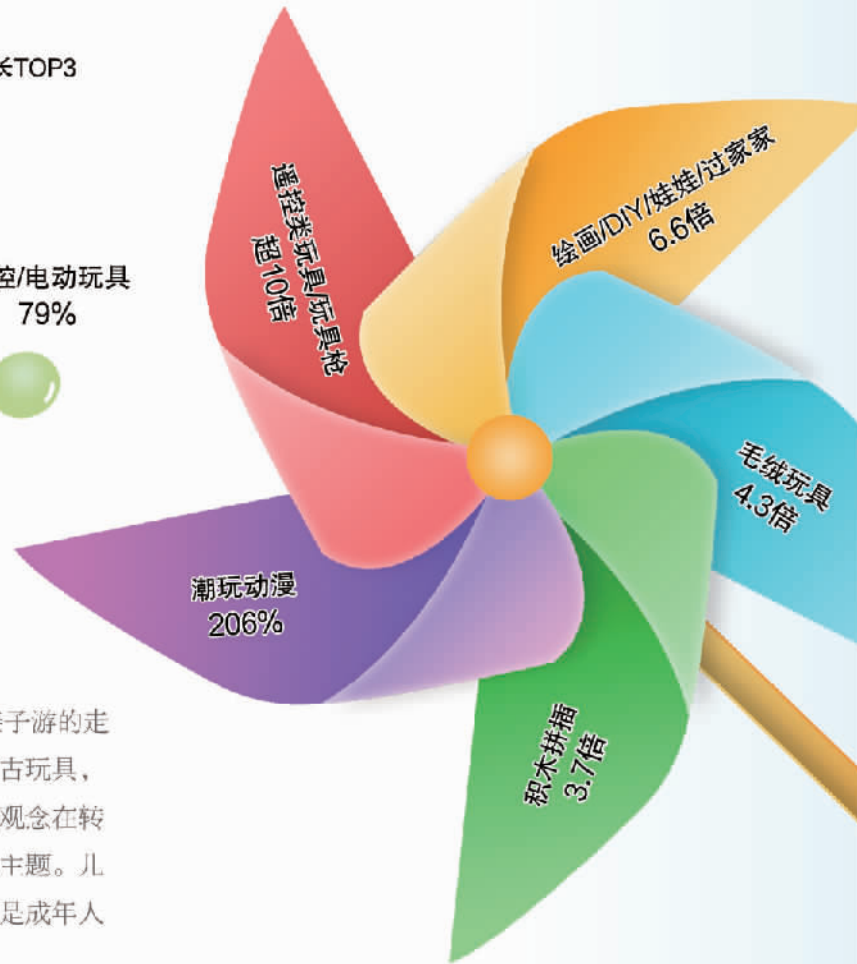
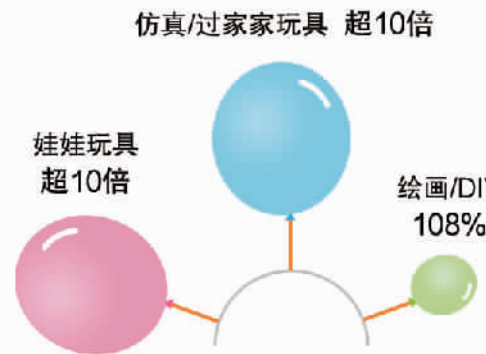
遥控类玩具/玩具枪品类销量同比增长TOP3



毛绒玩具品类销量同比增长TOP3



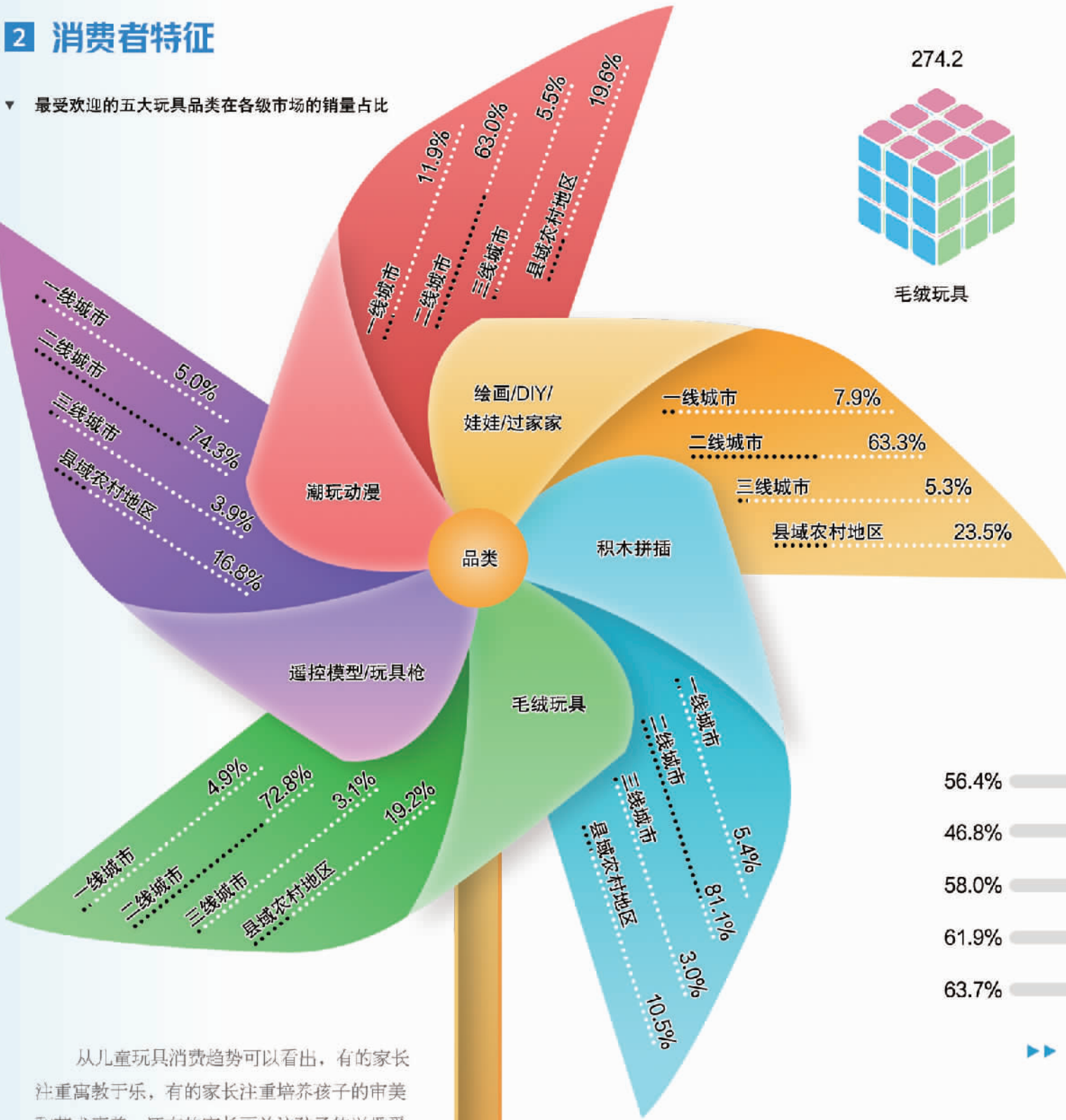
绘画/DIY/娃娃/过家家品类销量同比增长TOP3



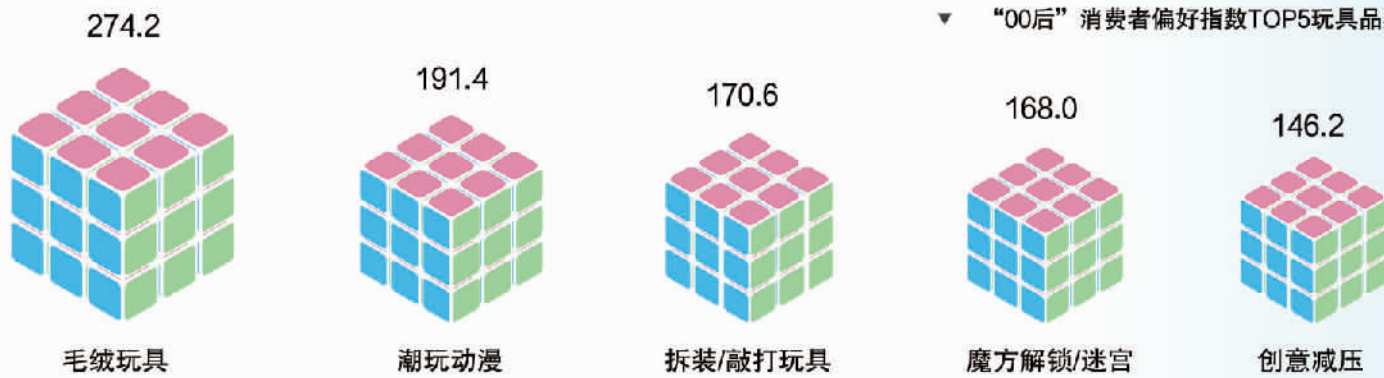
从益智和科技玩具的火热，到亲子游的走俏，再到成年人“反向过节”收集复古玩具，儿童节消费越发丰富多元。虽然消费观念在转变，但幸福和快乐依旧是这个节日的主题。儿童节不仅是家庭亲子的温馨时刻，更是成年人回归童真、治愈自我的契机。

2 消费者特征

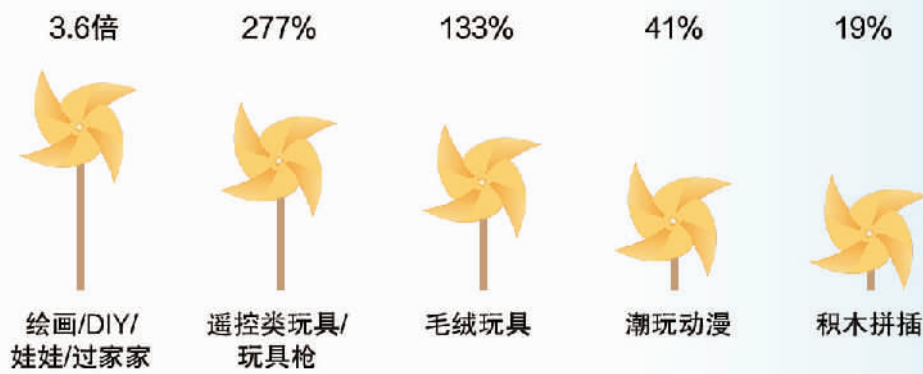
最受欢迎的五大玩具品类在各级市场的销量占比



“00后”消费者偏好指数TOP5玩具品类



县城农村地区玩具销量同比增长TOP5品类



不同性别消费者玩具销量占比



说数

李 瞳

今年“六一”国际儿童节前，玩具消费市场热度持续攀升，智能玩具、IP周边、毛绒公仔等各类产品层出不穷，儿童玩具消费呈现出多元、个性且充满创意的新趋势。儿童节这个充满童真与欢乐的节日，已不仅仅是孩子们的专属庆典，更催生出生意火热的消费新图景。

从消费端看，益智与教育的功能、安全与品质的红线、个性与情感的需求成为消费者购买玩具时考虑的主要因素。一方面，消费者对玩具的寓教于乐功能愈发重视，智能玩具、益智玩具等既能锻炼头脑又能锻炼动手能力的玩具，受到家长们的青睐，其市场份额显著提升；另一方面，安全仍是儿童玩具不可逾越的红线，随着玩具消费观念逐渐成熟完善，消费者对玩具的品质、环保及创新提出了更多要求。

随着消费观念升级，消费者不再满足于玩具基础的娱乐功能，而是更加注重玩具产品能否满足使用者的个性化需要及情感价值的实现。目前，这一需求正快速通过消费市场显现出来，如具有陪伴属性且能与儿童实现互动的智能公仔受到市场青睐，销量同比增长超10倍；满足解压需求的减压玩具持续热卖，并成为“00后”消费者的心头好。

从生产端看，我国儿童玩具市场已进入深度变革期，技术融合、场景延伸与可持续发展成为核心变量。相关企业需要构建“IP+科技+渠道”三维能力，以应对新的竞争和挑战。商家可以通过增加IP储备、提升可玩性、兼顾不同类型消费者等方式增强竞争力。同时，还要利用好社交媒体、短视频平台等新媒体渠道，积极开展内容创作，增强与消费者的互动，提升产品知名度和吸引力。



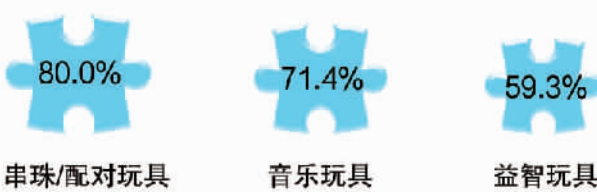
更多内容 扫码观看

数据周期：2025年1月1日至5月25日

男性消费者偏好购买玩具品类TOP3



女性消费者偏好购买玩具品类TOP3



数据来源 京东消费及产业发展研究院 本版编辑 林蔚