

A photograph of a woman in a white tank top smiling and holding the hand of a baby lying on a bed. The image is overlaid with a semi-transparent dark grey layer containing text and logos. A vertical dashed white line is on the right side.

2019年线上母婴 消费趋势洞察报告

CBNDATA × **天猫母婴**
第一财经商业数据中心 **BABY.TMALL.COM**

© 2019 CBNDATA. All rights reserved.

TABLE OF CONTENTS

目录

- 第一部分：线上母婴市场发展概况
- 第二部分：线上母婴消费趋势一
独立孕妈新诉求
- 第三部分：线上母婴消费趋势二
一站式喂养
- 第四部分：线上母婴消费趋势三
极致产品力
- 第五部分：线上母婴消费趋势四
小城爸妈养娃不惜金
- 第六部分：线上母婴消费趋势五
悦己主义



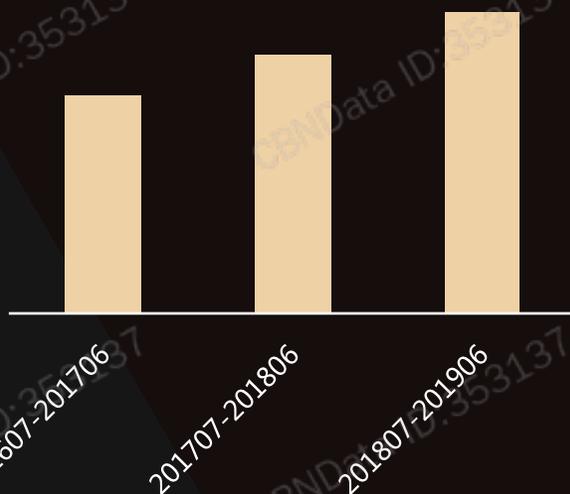
CHAPTER
ONE

线上母婴市场发展概况

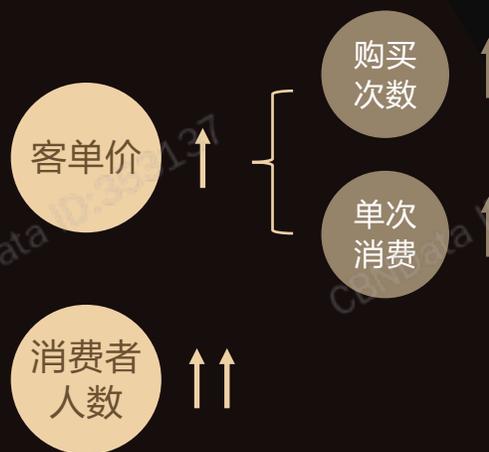
线上母婴市场近三年持续增长，动力主要来源于消费者人数的增长

线上母婴市场保持三年增长，年人均客单价略微增长，增长点主要归功于消费者人数；其中，95后初为父母走向人生新阶段，因此，母婴消费者人数增速远超整体平均水平，体量有望进一步提升。

201607-201906
线上母婴市场规模

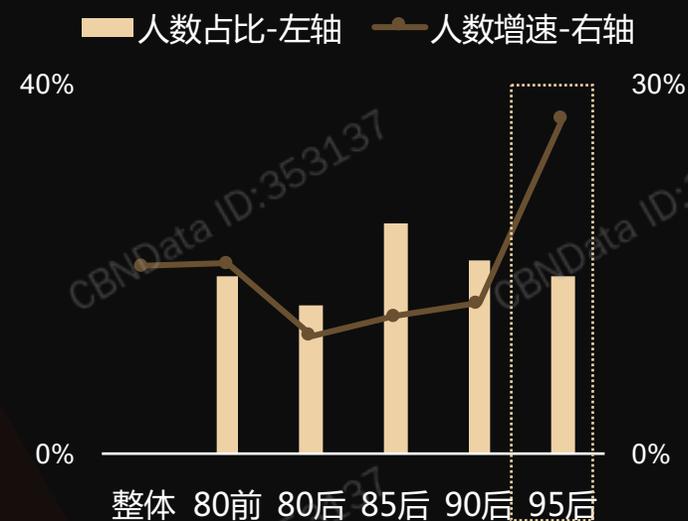


201807-201906
线上母婴行业增长来源



数据来源：CBNData消费大数据

201807-201906不同代际线上
母婴消费者人数增速

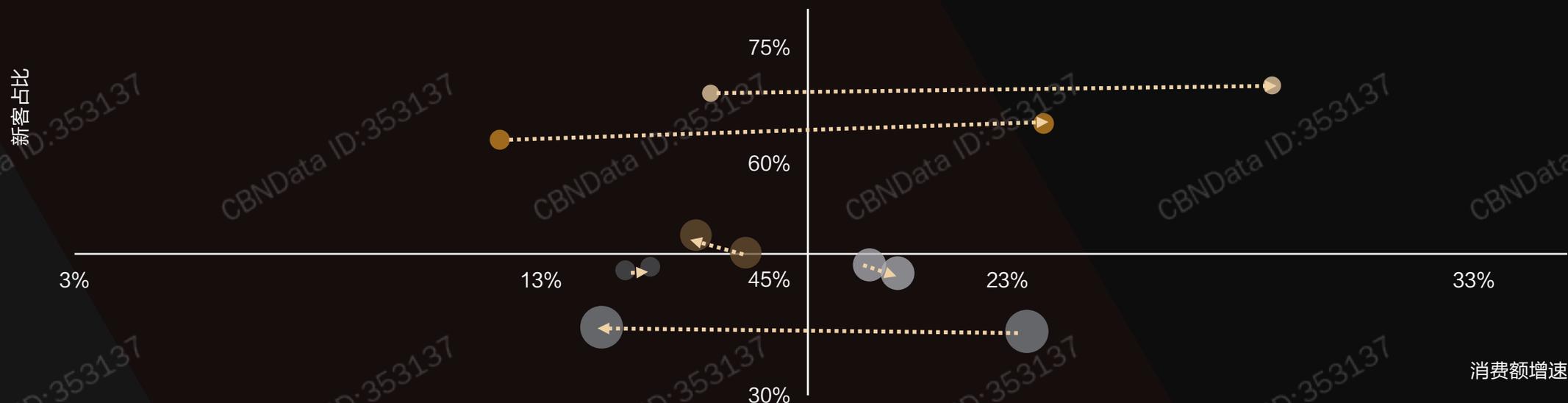


婴童装和尿片洗护依然是重要品类，模玩和孕产用品潜力看好

婴童装和尿片洗护婴幼儿用品消费占比超过50%；
模玩和孕产用品的新客占比以及消费增速均明显高于平均水平，且在两年间呈现大幅增长，潜力十足。

201707-201906线上母婴消费品类格局

- 模玩/动漫/周边/cos/桌游
- 奶粉/辅食/营养品/零食
- 尿片/洗护/喂哺/推车床
- 童鞋/婴儿鞋/亲子鞋
- 童装/婴儿装/亲子装
- 玩具/童车/益智/积木/模型
- 孕妇装/孕产妇用品/营养

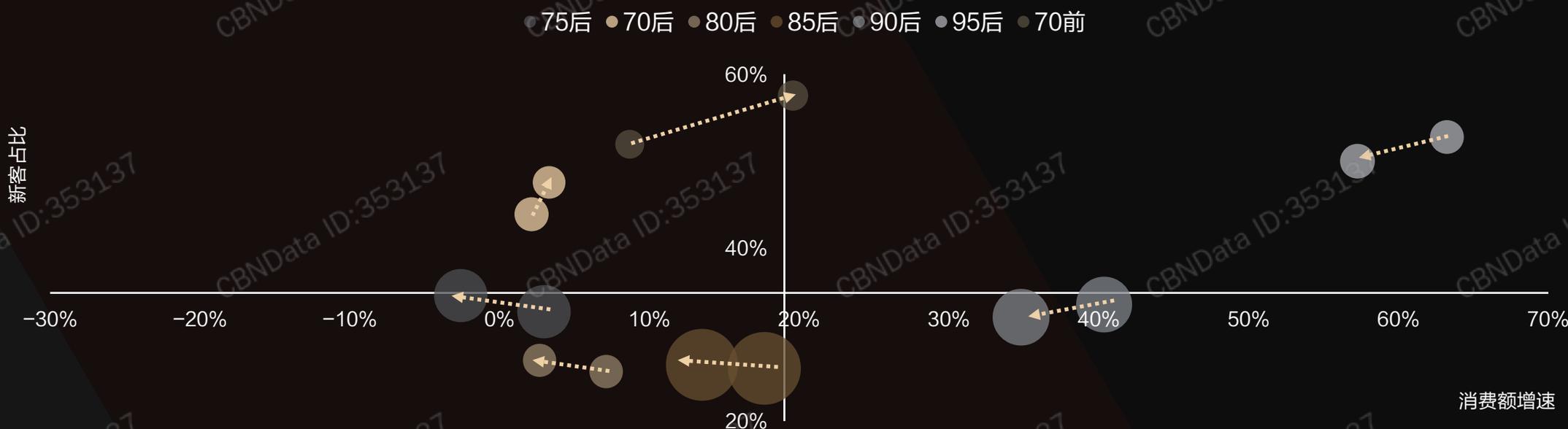


数据说明：横轴为201807-201906母婴消费额增速，纵轴为201807-201906母婴新客占比，圆圈大小为201807-201906母婴消费金额占比，箭头方向表示同一行业两年间的变动方向
数据来源：CBNDATA消费大数据

线上母婴行业主力消费人群仍是80后-90后，70前和95后为两极高潜力人群

18年7月-19年6月，80后-90后母婴消费者占比近80%。同比17年7月-18年6月，80后85后消费占比向90后小幅转移；95后是母婴市场的潜力人群，其消费增速以及新客占比都远高于其他人群，并且两年间均呈现增长趋势；70前消费者也呈现全面增长趋势。

201707-201906线上母婴消费人群格局



数据说明：横轴为201807-201906母婴消费额增速，纵轴为201807-201906母婴新客占比，圆圈大小为201807-201906母婴消费金额占比，箭头方向表示同一人群两年间的变动方向
数据来源：CBNDATA消费大数据

通过对线上母婴消费人群的观察，可以将他们分为五大类型



个性独立的
职场辣妈



力挺国货的
年轻奶爸



养娃不惜金的
小城爸妈



注重产品力的
精致派



时髦爱玩儿的
大小孩



CHAPTER TWO

线上母婴消费趋势

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17014

