

CBN DATA

第一财经商业数据中心



天猫孕产

孕产行业 消费者洞察及品类发 展趋势

© 2019 CBNDData. All rights reserved.



孕产行业主要品类（二级类目）

穿

- 哺乳文胸/内裤/产检裤
- 产妇帽/孕妇袜/孕妇鞋
- 防辐射
- 家居服/哺乳装/秋衣裤
- 孕产妇运动/瑜伽/健身
- 孕妇裤/托腹裤
- 孕妇装

用

- 哺乳用品
- 待产用品
- 妈咪包/袋
- 束缚带/塑身衣/盆骨带
- 吸奶器/配件
- 孕产修复仪

吃

- 月子营养
- 孕产妇奶粉
- 孕产妇营养品

洗护

- 孕产妇彩妆
- 孕产妇护肤/洗护/祛纹

服务

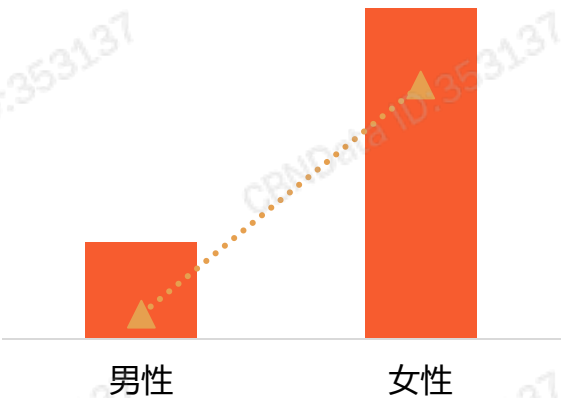
- 孕产服务（电子兑换券方式）

人群画像 | 85后和90后为主要消费人群，95后年轻妈妈快速崛起

孕产消费者以女性自主购买为主，男性消费者人数占比不足三成；85后和90后是主要购买人群，95后人群快速崛起，2018年95后人数同比增长幅度超过30%；二线以下城市孕产消费者保持稳定增长。

2018 孕产消费者男女人数占比及同比增速

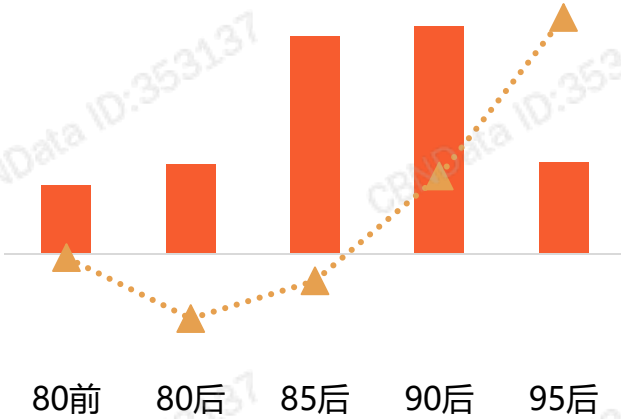
人数占比 ● 增速



数据来源：CBNData消费大数据

2018 孕产消费者各年龄人数占比及增速

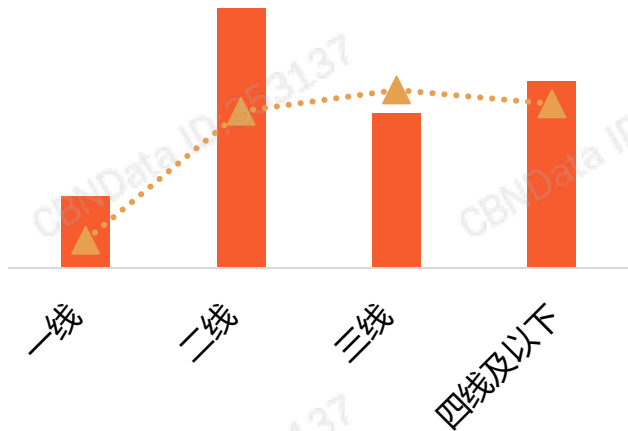
人数占比 ● 增速



数据来源：CBNData消费大数据

2018 孕产消费者各城市线级人数占比及增速

人数占比 ● 增速

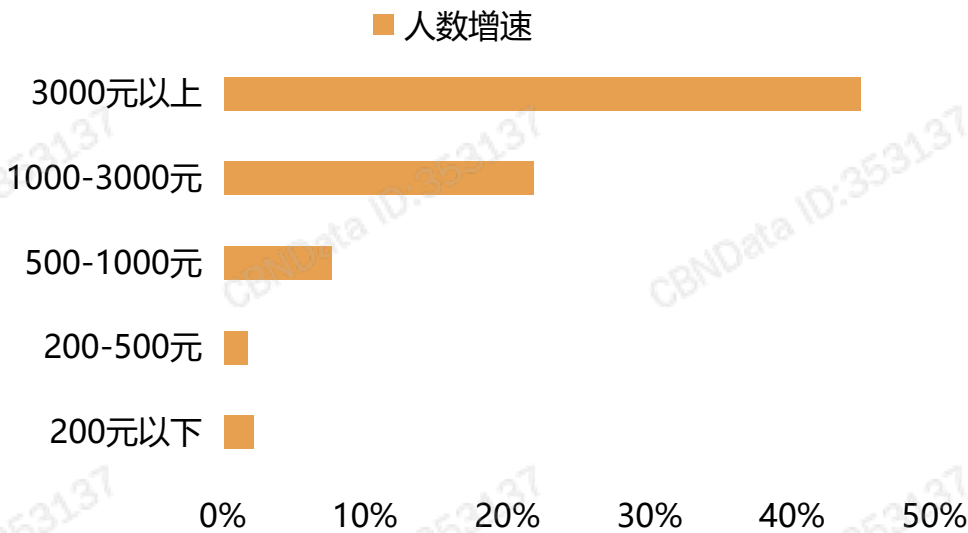


数据来源：CBNData消费大数据

消费层级 | 平台高消费层级人群呈现快速增长的趋势，其中90/95后人群快速增长

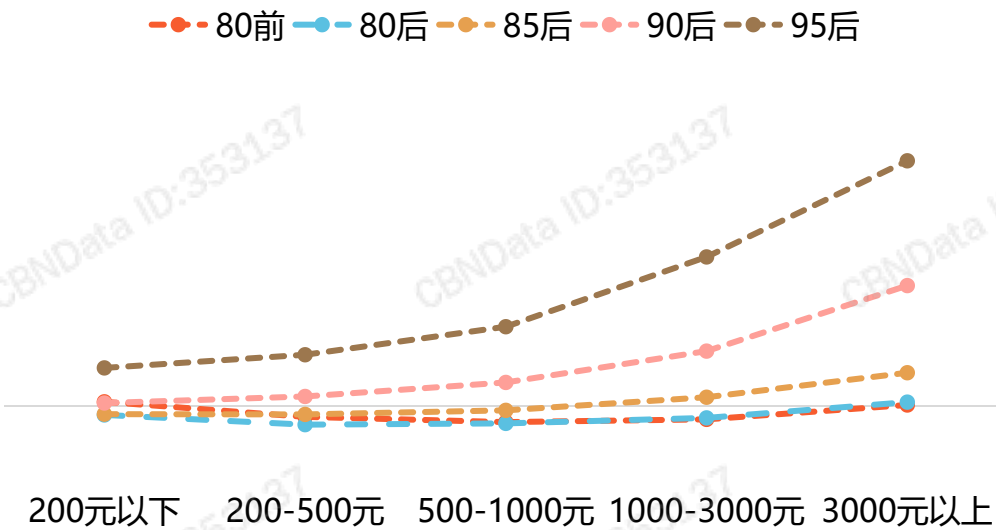
年消费金额3000元以上消费者人数同比2017年增长50%左右，年消费1000-3000元消费者人数同比增长超过20%，孕产高端用户和忠实用户呈现逐年增长趋势；从消费者年龄段看，高消费层级人群中90后和95后人数同比增长超过100%，年轻人群孕期消费能力提升可观。

2018 各消费层级人数增速



数据来源：CBNData消费大数据

2018 各年龄区间各消费层级人群增速

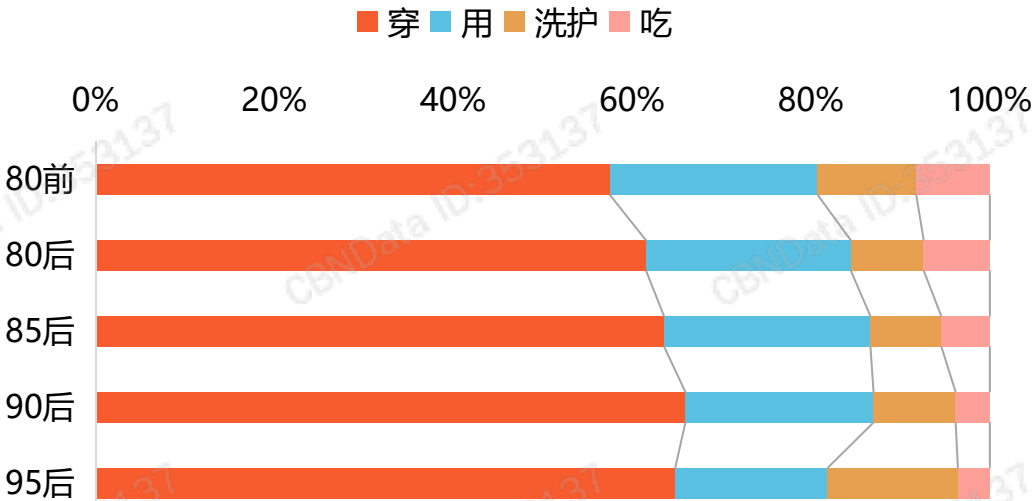


数据来源：CBNData消费大数据

品类偏好 | 80后注重营养摄入，90后/95后偏向取悦自我

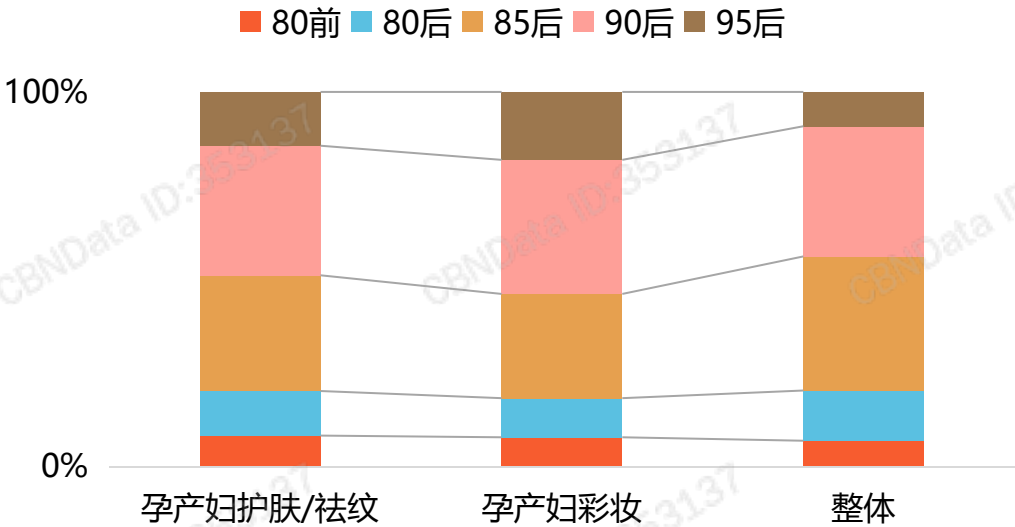
相对其他年龄段，80前和80后在孕期更加注重营养摄入，奶粉/营养品的花费金额占比较为突出；
90后孕期“穿”花费金额占比最高，95后人群对洗护用品偏好明显，年轻一代孕妈消费观念偏向取悦自我，注重孕期保养和妆容，90后和95后在护肤祛纹和孕产妇彩妆用品的购买人数高于整体孕产消费者。

2018 各孕产品类消费者人群购买金额占比



数据来源：CBNData消费大数据

2018 洗护品类各年龄区间人数占比

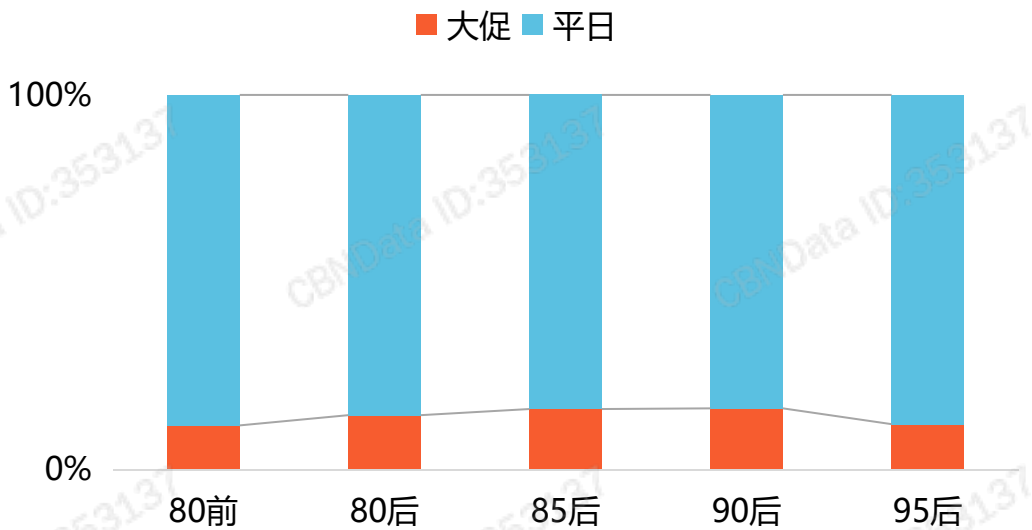


数据来源：CBNData消费大数据

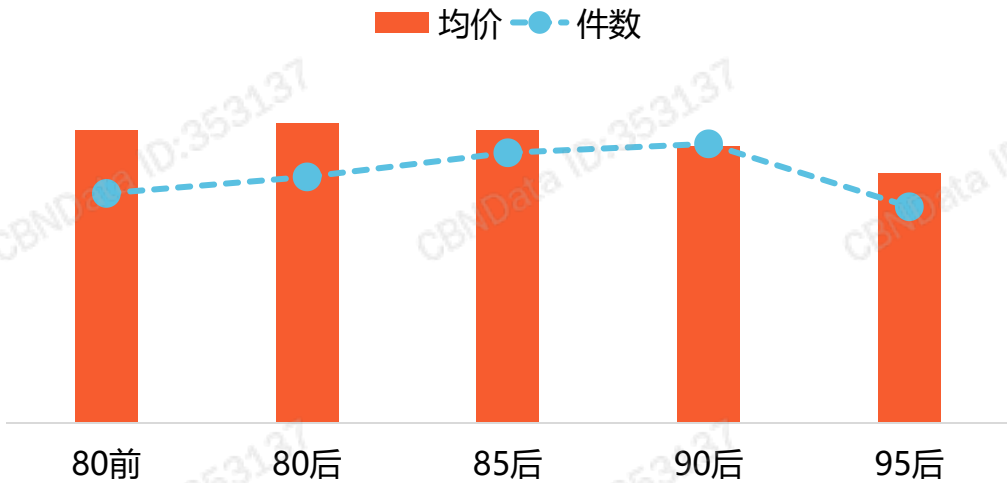
爱囤货 | 90后更爱买买买，大促期间囤货数量更突出

85后和90后大促金额购买金额占比相对更高；95后和80后在日常购买金额占比相对较高；
90后在大促期间人均囤货件数最多，囤货心智相较其他年龄段人群更为明显。

2018 各年龄区间消费者大促期间购买金额占比



2018 各年龄区间消费者大促期间购买件均价及人均件数



大促活动统计日期为2018年较大活动日期：03/06-03/08，05/20，06/18-06/20，09/09，11/11，12/12等日期；其余定义为平日。

数据来源：CBNData消费大数据

孕期到产后，各孕产期阶段购买TOP10品类

	孕早期（1-12周）	孕中期（13-27周）	孕晚期（28周+）	产后1年内
1	防辐射裙	孕产妇奶粉	孕妇裤/托腹裤	哺乳文胸
2	孕妇裤/托腹裤	孕妇裤/托腹裤	连衣裙	吸奶器
3	连衣裙	连衣裙	哺乳文胸	孕妇裤/托腹裤
4	孕产妇DHA	家居服套装	家居服套装	家居服套装
5	防辐射肚兜/护胎宝	面部套装	吸奶器	连衣裙
6	面部套装	套装	套装	哺乳衣/月子服
7	套装	护腰枕	内裤	妈咪包/袋
8	护腰枕	吸奶器	孕妇袜/连裤袜/打底袜	防溢乳垫
9	妊娠纹护理	妊娠纹护理	T恤	母乳储存保鲜
10	家居服套装	内裤	防溢乳垫	家居服上装

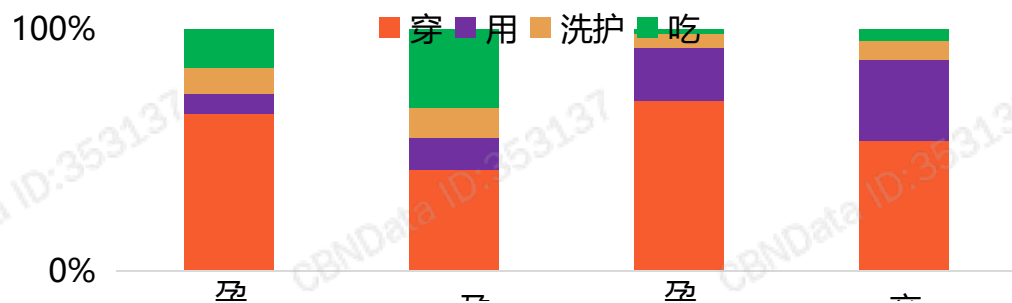
以上为各孕期及产后各孕产期阶段购买叶子品类

● 穿 ● 用 ● 吃 ● 洗护

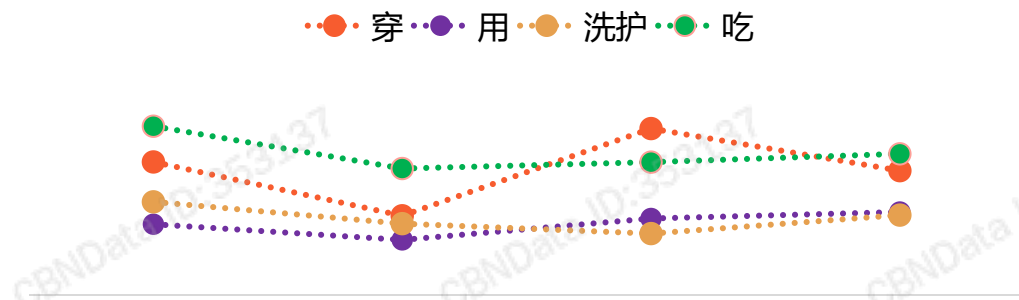
孕中期消费以营养品为主，孕晚期和产后阶段“孕产用品”消费更突出

整体来看，消费者在“吃”和“穿”上面的人均花费相对更多，在“孕产用品”和“孕产洗护”上的消费支出相对较少；孕早期和孕中期消费者在洗护用品和营养品的消费支出相对其他阶段更高，孕中期营养品消费金额占比尤为突出；孕晚期和产后消费者则在孕产用品上的金额占比更高。

2018孕产各孕期阶段购买孕产产品类型金额占比



2018 各孕产阶段人群购买各类型产品人均客单价



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_17141

