TMALL天猫 亲子节 | 天猫金婴奖

领跑母婴市场，迎接创新机遇

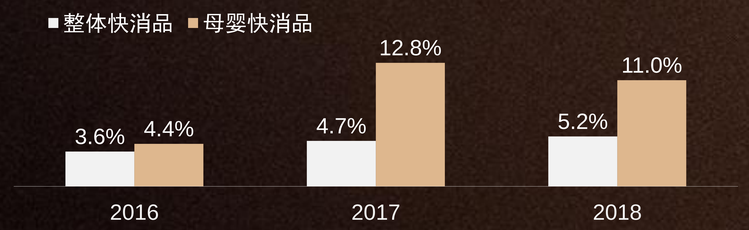
KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

CBNDATA
第一财经商业数据中心

babytree 宝宝树

母婴市场规模增速略放缓，人口基数和消费升级推动母婴市场增长

快消品整体 vs.母婴快消品*，全渠道，年度金额增长率



数据来源：凯度消费者指数

母婴快消品*2018年市场金额增长主要来源

+5.0%
宝宝数量*

+4.1%
平均价格

+1.5%
人均购买量

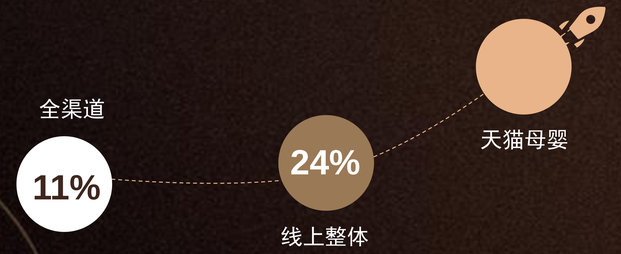
数据来源：凯度消费者指数

*凯度消费者指数一二线母婴样组，2016-2018
母婴快速消费品包括：0-3岁婴儿奶粉、纸尿裤、洗护、辅食等快速消费品
宝宝数量指凯度消费者指数覆盖范围内0-3岁的宝宝数量

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China
CBNDATA 第一财经商业数据中心
babytree 宝宝树
TMALL天猫 亲子节 | 天猫金婴奖

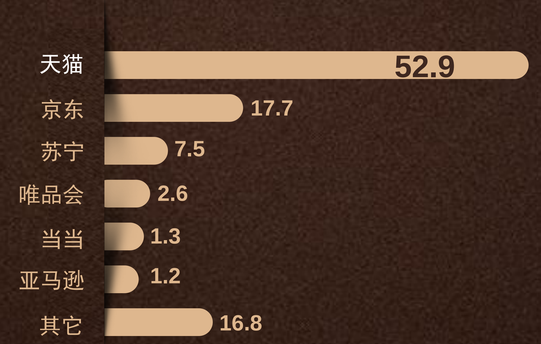
线上拉动母婴市场成长，天猫母婴是B2C第一平台，并加速向低线城市的渗透

母婴快消品*，2018年度消费金额增长率



数据来源：凯度消费者指数

2018年中国线上B2C市场母婴品类市场份额



数据来源：易观

2018年天猫母婴消费者增速

数据来源：CBNData消费大数据

*凯度消费者指数—二线母婴样组，2016-2018

上线城市包括北上广深和省会城市，低线城市报告地级市、县级市和县

婴儿快速消费品包括：0-3岁婴儿奶粉、纸尿裤、洗护、辅食等快速消费品

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China

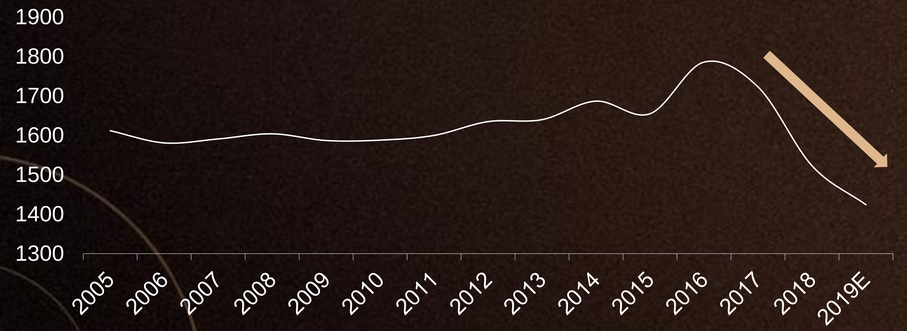
CBNDATA 第一财经商业数据中心

babytree 宝宝树

未来5年中童成为最明显的儿童人口增长年龄段；产品功能细分、产品周期延长、使用场景拓展带来新的产品机会

TMALL天猫 亲子节 | 天猫金婴奖

2004–2018年新出生人口



数据来源：国家统计局，凯度消费者指数预测

未来5年人口数量变化

数据来源：凯度消费者指数预测

未来行业的品类机会

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China | CBNDATA 第一财经商业数据中心 | babytree 宝宝树

天猫母婴消费者具有更年轻更多元的特征

女性主导，更有购买力

6成

天猫母婴2018年
女性消费者
超过6成

2.7倍

天猫母婴2018年
人均消费金额增速
女性是男性的2.7倍

数据来源： CBNData消费大数据

90/95后激增，增长潜力大

32%

天猫母婴2018年
90/95后消费者占比

59%

天猫母婴2018年
90/95后消费金额增速

数据来源： CBNData消费大数据

不同城市级别，消费多元化

- ✓ 积木拼图类玩具
- ✓ 婴幼儿营养品
- ✓ 运动鞋
- ✓ 吸奶器及配件

天猫上线城市2018年
金额增长偏向品类*

- ✓ 婴童棉袄/棉服
- ✓ 童装套装
- ✓ 婴童床品
- ✓ 孕妇裤

天猫低线城市2018年
金额增长偏向品类*

数据来源： CBNData消费大数据

*增长偏向=高低线城市两年增量排名前十五的品类，在不同线级排名的差值，
差值的绝对值越大代表相对偏好更强

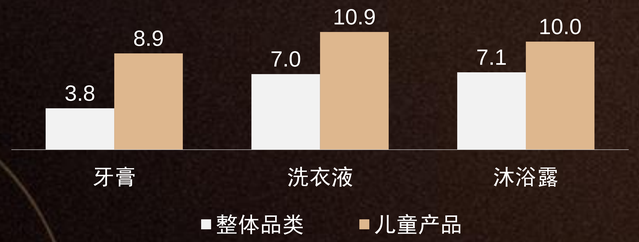
KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

CBNDATA
第一财经商业数据中心

babytree 宝宝树

众多知名品牌在母婴品类的拓展和延伸推动母婴市场成长

整体品类 vs.儿童产品2018年金额增速



数据来源：凯度消费者指数

天猫孕妇护肤品和彩妆
2018年线上金额增速

婴儿护肤品
2018年线上金额增速

儿童芝士奶酪
2018年线上金额增速

儿童保健品
2018年金额增速

数据来源：CBNData消费大数据、凯度消费者指数

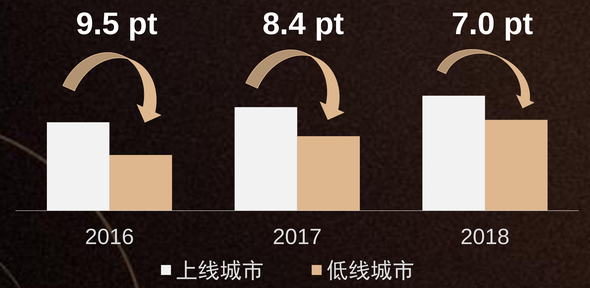
KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

CBNDATA
第一财经商业数据中心

babytree 宝宝树

电商打破城市和渠道边界，消费者的决策过程更加立体化

整体快消品*城市群线上渗透率



数据来源：凯度消费者指数

2018年全国母婴快消品*渠道金额占比

数据来源：凯度消费者指数

母婴消费者决策的立体化生态

*凯度消费者指数母婴样组，2016-2018

婴儿快速消费品包括：0-3岁婴儿奶粉、纸尿裤、洗护、辅食等快速消费品

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China

CBNDATA 第一财经商业数据中心

babytree 宝宝树

TMALL天猫 亲子节 | 天猫金婴奖

母婴市场最有潜力的四组人群

90/95后父母

低线市场

二胎家庭

超级奶爸

KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

CBNDATA
第一财经商业数据中心

babytree 宝宝树

90/95后父母：追求个性时尚的产品展示自己和宝宝的与众不同

TMALL天猫 亲子节 | 天猫金婴奖

49%

的90/95后新生代父母

“喜欢个性、时尚的产品设计，让我的宝宝显得与众不同”

数据来源：宝宝树 & 益普索

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China

CBNDATA 第一财经商业数据中心

宝宝树 babytree

IP类产品

天猫2018年母婴类消费Top3 IP

Disney 迪士尼 | LEGO |

数据来源：CBNData消费大数据

国潮

天猫国潮服饰2018年消费关键词

小脚裤 亲子装 做旧 刺绣 公主裙 仙 落肩 街头 ip跨界 混搭拼接 中国风 学院风 灯笼袖

数据来源：CBNData消费大数据

成人品牌下沉

KIDS | H&M | adidas | kids | BOSS HUGO BOSS | Timberland | LI-NING KIDS | GUESS | FILA KIDS

90/95后父母：用细分产品满足更精细的需求

功能性需求细分

不断推出针对性产品以满足更细分的功能性需求

促进宝宝牙齿
及骨骼生长

助力宝宝
眼部发育

减少婴幼儿
红屁屁的产生

数据来源：宝宝树 & 益普索

场景需求细分

基于“场景”的母婴产品正在不断创新中

保温奶瓶

独立包装果泥

夏季抱娃神器

婴儿游泳尿裤

数据来源：宝宝树 & 益普索

目标人群细分

品牌为更细分的目标人群延伸产品线

拉拉裤男宝专用/
女宝专用

早产儿
配方奶粉

早产儿纸尿裤

数据来源：宝宝树 & 益普索

KANTAR WORLDPANEL
a CTR service in China

CBNDATA
第一财经商业数据中心

babytree 宝宝树

低线市场：细分品类拓展、消费升级空间、线上线下融合

人口基数大

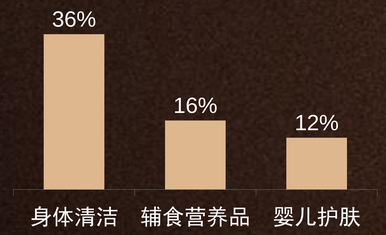
低线是上线的

1.5倍

0-3岁婴儿人口数量

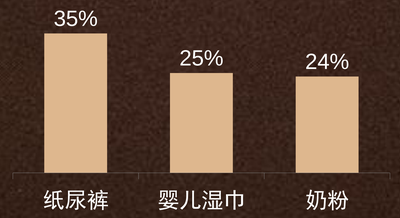
数据来源：凯度消费者指数

品类渗透率 低线城市比上线城市**低**



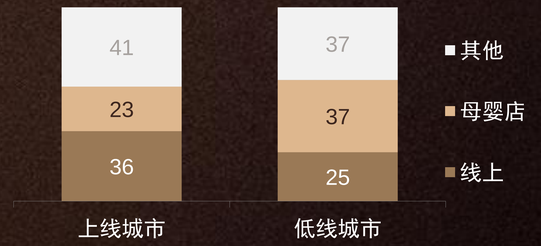
数据来源：凯度消费者指数

品类户均花费 低线城市比上线城市**低**



数据来源：凯度消费者指数

上线 vs. 低线母婴快消品* 渠道金额占比



数据来源：凯度消费者指数

*凯度消费者指数母婴样组，2018

上线城市包括北上广深和省会城市，低线城市报告地级市、县级市和县

婴儿快速消费品包括：0-3岁婴儿奶粉、纸尿裤、洗护、辅食等快速消费品

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China

CBNDATA 第一财经商业数据中心

babytree 宝宝树

TMALL天猫 亲子节 | 天猫金婴奖

二胎家庭：时间无价、效率优先、平衡关注

TMALL天猫 亲子节 | 天猫金婴奖

51%

2018年约51%的
新生儿人口为二胎

数据来源：国家统计局

二胎妈妈对比一胎妈妈

- 收入更高
- 年纪更大
- 属于自己的时间少

- 买对的，未必买贵的
- 喜欢促销和囤货
- 平衡大宝和二宝的成长和感受

数据来源：凯度消费者，凯度咨询， 宝宝树

时间无价

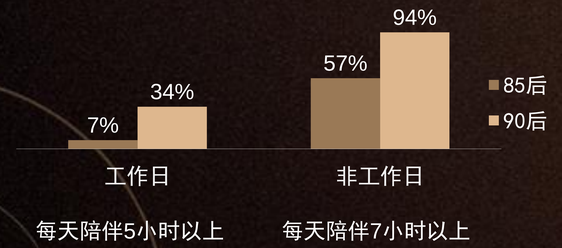
效率优先

平衡关注

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China | CBNDATA 第一财经商业数据中心 | babytree 宝宝树

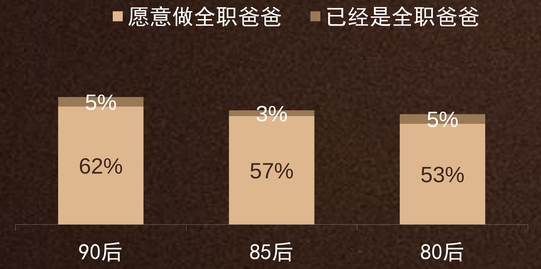
超级奶爸：更多爸爸“深入伴娃一线”，让亲子陪伴更加完整

新生代爸爸更愿意陪伴



数据来源：宝宝树

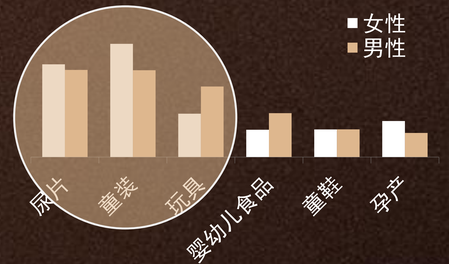
奶爸中已经或愿意全职照顾孩子的比例



数据来源：宝宝树

奶爸偏好的品类和产品

2018年天猫不同性别消费者品类消费金额占比



数据来源：CBNData消费大数据

2018年天猫90后奶爸偏好玩具Top 3

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China

CBNDATA 第一财经商业数据中心

宝宝树 babytree

细分市场和多元场景引领天猫品类发展

天猫孕产

- ★ 电动吸奶器
- ★ 孕产妇营养品
- ★ 孕产妇护肤及彩妆
- ★ 产后身材修复

数据来源： CBNData消费大数据

天猫婴童食品纸尿裤

- ★ 有机奶粉/辅食
- ★ 液态奶
- ★ 零食/营养品
- ★ 高端进口纸尿裤
- ★ 大童专用纸尿裤
- ★ 日用夜用专用纸尿裤

数据来源：CBNData消费大数据

天猫婴童用品

- ★ 天然有机婴儿洗护
- ★ 高颜值水杯/湿巾
- ★ 智能暖奶器
- ★ 防蚊防晒
- ★ 溜娃神器
- ★ 婴童棉品/床品

数据来源： CBNData消费大数据

天猫童装童鞋

- ★ 时尚休闲风格
- ★ 专业运动风格
- ★ 多元化场景需求
- ★ 成人品牌/潮流趋势下沉
- ★ 亲子趋势

数据来源： CBNData消费大数据

天猫潮流玩具

- ★ 早教智能玩具
- ★ STEAM教育功能玩具
- ★ 动漫周边、IP相关玩具
- ★ 品牌内容场景化

数据来源： CBNData消费大数据

天猫孕产市场：科学营养摄取、颜值经济催生专业化产品需求爆发

市场机会

- 母乳喂养的更加普及，推动电动吸奶器等哺乳用品快速增长
- 颜值经济催生孕产妇护肤/彩妆产品、产后身材修复类商品需求爆发
- 孕妈对营养摄取、专业成分的关注带动月子营养、孕产妇营养品高速增长，尤以孕期DHA为代表

孕期DHA

日本魔方瘦骨盆按摩仪

数据来源： CBNData消费大数据

2018年天猫数据： 横轴为品类的渗透率，纵轴为销售额增长率，圆形大小代表销售金额，中轴为市场平均渗透率和平均增长率

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China

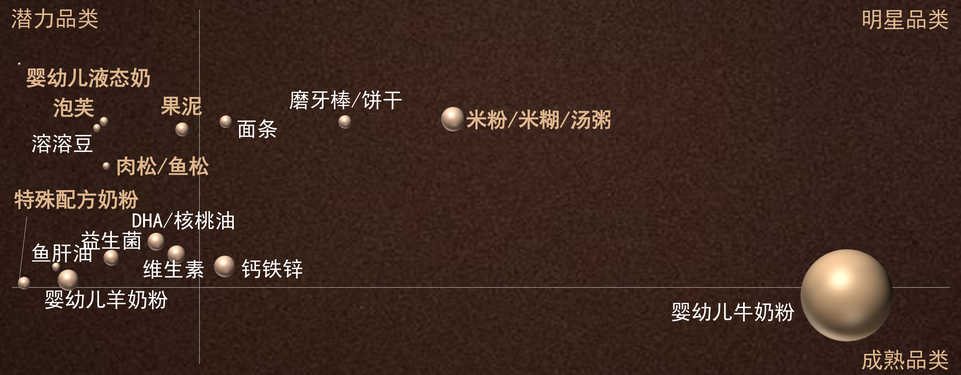
CBNDATA 第一财经商业数据中心

babytree 宝宝树

天猫婴童食品市场：精细化喂养需求推动细分品类发展

市场机会

- 消费升级带动高端、超高端奶粉持续增长，婴幼儿液态奶、羊奶粉、有机奶粉等高端品类有发展空间
- 满足精细化喂养需求：有机概念辅食增长迅速，果泥、泡芙、肉松等品类展现潜力
- 细分需求持续深耕：防泻/抗敏的特殊配方奶粉、DHA/核桃油、益生菌、维生素等细分品类增长
- 国产品牌崛起：国产奶粉持续发力，高端系列增长可观



高端、有机奶粉/辅食

数据来源： CBNData消费大数据

2018年天猫数据：横轴为渗透率，纵轴为销售额增长率，圆形大小代表销售金额，中轴为市场平均渗透率和平均增长率

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China

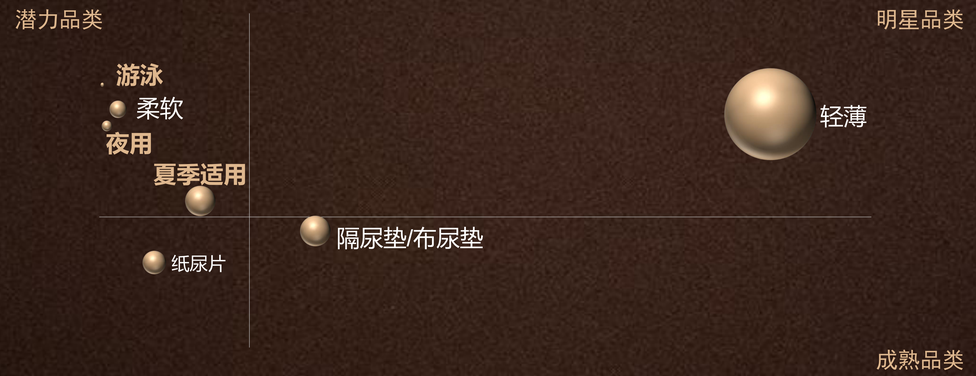
CBNDATA 第一财经商业数据中心

babytree 宝宝树

天猫纸尿裤市场：多元场景需求推动纸尿裤品类发展

市场机会

- 更专业细分的功能趋势纸尿裤体现增长潜力，夏季、夜用、游泳、大童专用纸尿裤等增长明显
- 消费升级趋势明显，高端进口纸尿裤引领行业增长
- 个性化、内容化趋势增强，带来个性体验的IP定制纸尿裤、跨界联名款的纸尿裤深得父母们喜爱



帮宝适全新
美国进口游泳裤

尤妮佳moony
大童专用裤型纸尿裤

数据来源： CBNData消费大数据

2018年天猫数据：横轴为渗透率，纵轴为销售额增长率，圆形大小代表销售金额，中轴为市场平均渗透率和平均增长率

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China

CBNDATA 第一财经商业数据中心

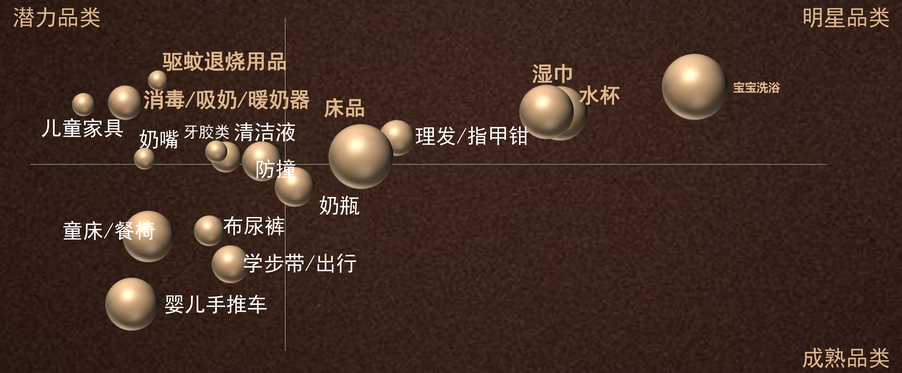
babytree 宝宝树

天猫婴童用品市场：便捷性需求推动科技智能育儿产品走红，针对细分场景的商品加速渗透

市场机会

- 洗护：纯天然/有机概念持续受宠，全方位呵护的“洗护多步曲”受青睐
- 喂养：水杯、湿巾等明星品类在科技、工艺和颜值上不断创新，自动暖奶/冲奶等智能喂养设备迅速走红
- 棉品：恒温/感温睡袋、专业儿童枕头走红；消费者需求带动多功能可折叠床、床中床、床围栏等增长
- 出行：婴童防蚊防晒需求加剧，轻便推车（遛娃神器）/登机车/多胎车等细分场景加速渗透

数据来源： CBNData消费大数据



2018年天猫数据：横轴为渗透率，纵轴为销售额增长率，圆形大小代表销售金额，中轴为市场平均渗透率和平均增长率

喂养场景

多功能可折叠床

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China

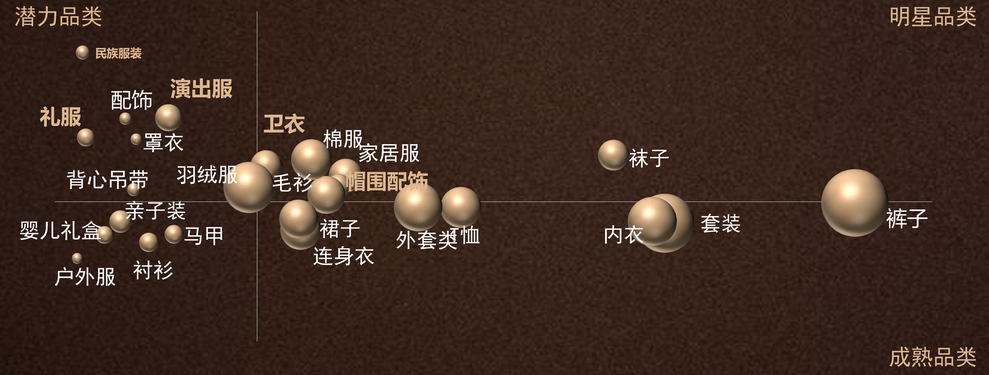
CBNDATA 第一财经商业数据中心

宝宝树 babytree

天猫童装市场：儿童颜值及个性越来越被重视，童装持续向时尚、潮流化方向发展

市场机会

- 潮流和个性化品类市场潜力巨大，卫衣、帽围配饰等时尚休闲品类持续增长；潮牌及轻奢时尚婴幼童品牌受欢迎
- 多元化穿着场景推动民族服装、演出服、礼服等品类机会涌现
- 成人品牌下沉，更多成人品牌推出童装线



生日派对装

潮流休闲

数据来源： CBNData消费大数据

2018年天猫数据：横轴为渗透率，纵轴为销售额增长率，圆形大小代表销售金额，中轴为市场平均渗透率和平均增长率

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China

CBNDATA 第一财经商业数据中心

babytree 宝宝树

天猫童鞋市场：运动和亲子市场趋势增长显著，时尚搭配需求日益增多

市场机会

- 运动鞋占童鞋市场主体，成人潮流趋势“老爹鞋”、“袜子鞋”、“毛毛虫鞋”等对儿童市场影响巨大；跑步、篮球、足球等细分场景需求增速明显
- 时尚搭配需求日益增多，帆布鞋、板鞋步入明星行列；礼仪鞋、正装鞋为代表的皮鞋需求巨大
- 亲子时光推动亲子鞋增速遥遥领先

数据来源： CBNData消费大数据

2018年天猫数据：横轴为渗透率，纵轴为销售额增长率，圆形大小代表销售金额，中轴为市场平均渗透率和平均增长率

老爹鞋

Vans联名款高帮板鞋

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China

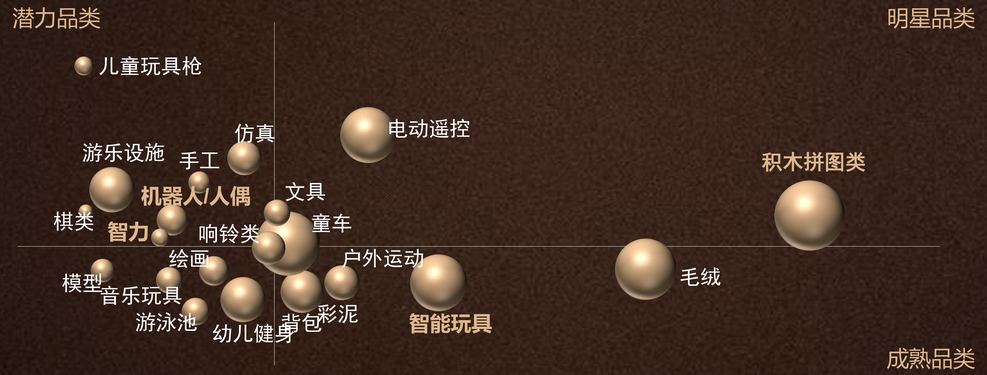
CBNDATA 第一财经商业数据中心

宝宝树 babytree

天猫玩具市场：智能、早教、IP相关玩具成为趋势

市场机会

- 早教类产品仍是行业趋势，知识型消费驱使下，具有STEAM教育功能的产品是潜力品类
- 冲破次元壁打造情感连结，有“IP”元素的玩具更受欢迎
- 玩具品牌内容场景化是重要驱动力



潮流玩具

早教智能

数据来源： CBNData消费大数据

2018年天猫数据：横轴为渗透率，纵轴为销售额增长率，圆形大小代表销售金额，中轴为市场平均渗透率和平均增长率

KANTAR WORLDPANEL a CTR service in China

CBNDATA 第一财经商业数据中心

babytree 宝宝树

母婴市场未来四大机会

1 消费多元

2 品类拓展

3 产品细分

4 跨界融合

TMALL天猫 亲子节 | 天猫金婴奖

THANKS!