WORLDPANEL BABY

嬰兒奶粉買者 – 購買行為演變與消費分析

KANTAR WORLDPANEL High definition inspiration

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

在寶寶每個月逐漸長大的過程中，媽媽們持續為寶寶購買嬰兒食品與用品

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

研究方式

- 以**個別嬰兒**為對象分析其購買行為
- 針對**0-36個月大**的寶寶，以最接近的時間點定義其年齡月份

  （如寶寶五個月又一週算五個月大，五個月又三週算六個月大）
- 根據每段時間的奶粉**購買**量，計算每個嬰兒的每月平均**消費**量
- 追蹤買者**轉換奶粉階段**與**品牌**的時間點

BABY #1 = 4 個月大時

BABY #1 = 5 個月大時

22 天買 X 公斤

20 天買 Y 公斤

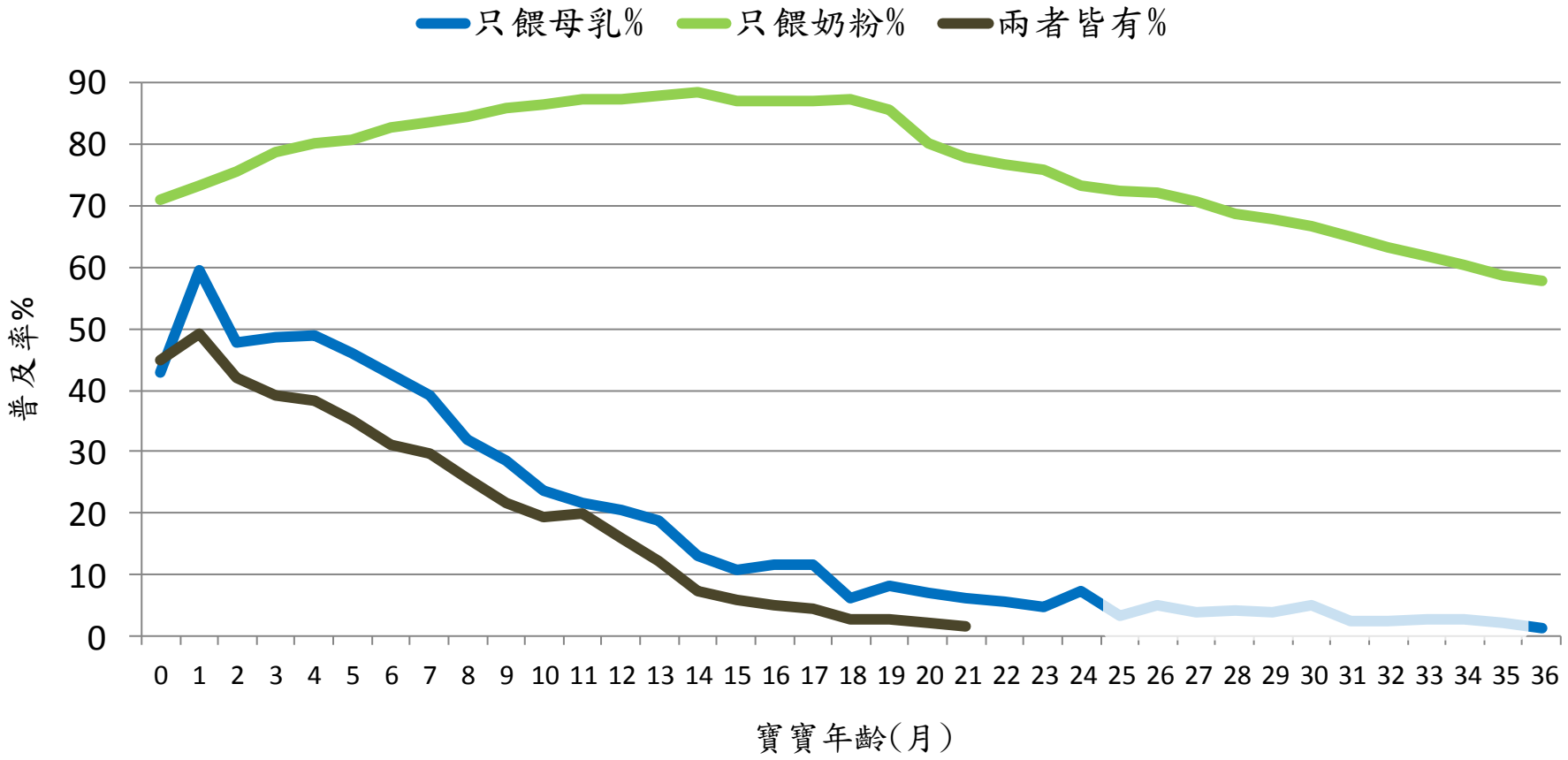
針對每個寶寶，計算出每個月消費 N 公斤奶粉

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

餵食母乳與嬰兒奶粉之普及率%

- **只餵嬰兒奶粉的普及率**在寶寶**15個月大**時攀升到最高，但隨著寶寶年齡越來越大則逐漸下滑。
- **只餵母乳的普及率**則早從寶寶年紀很小時便開始降低。



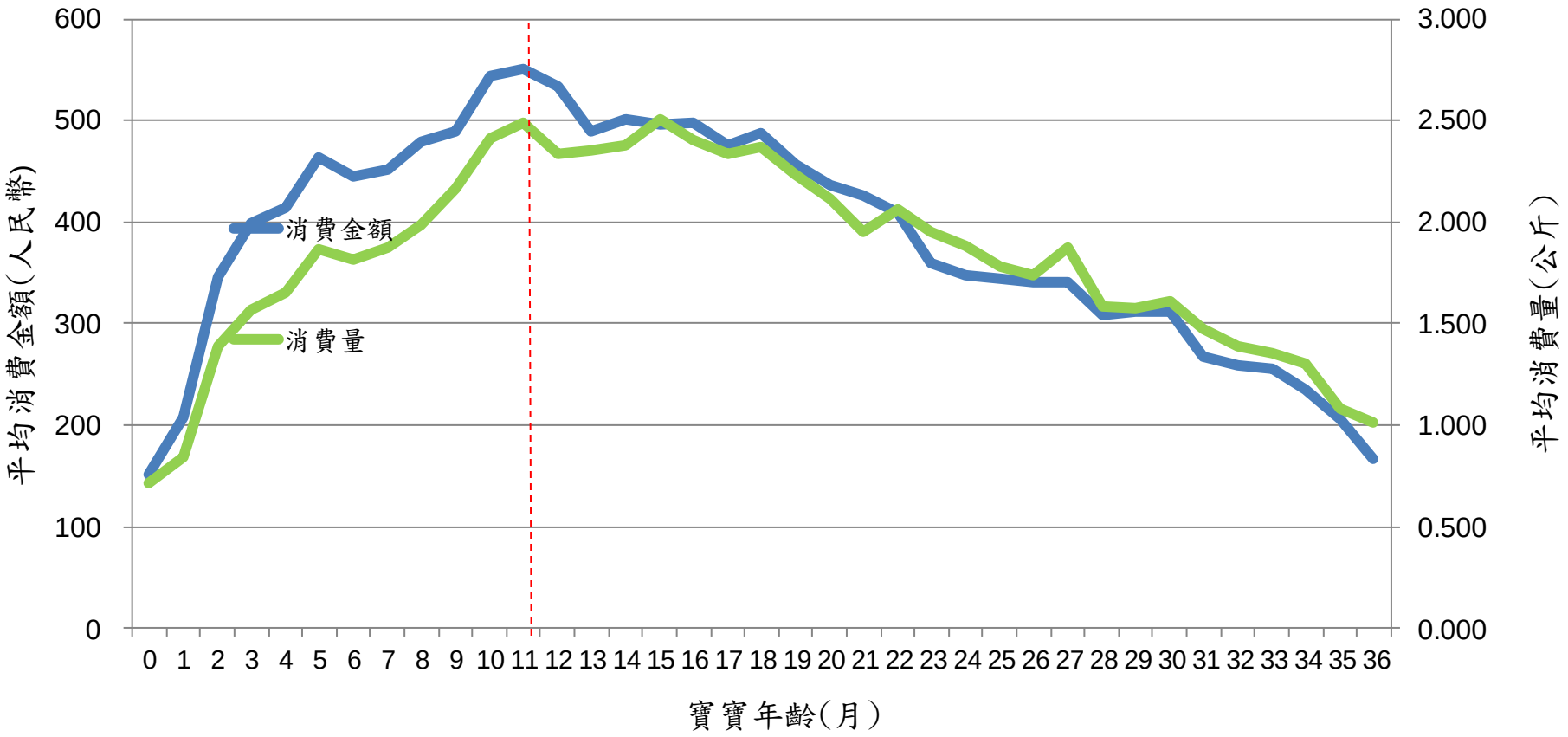
母體= 整體嬰兒

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

預估寶寶在不同年齡時的奶粉平均消費量/金額

- 寶寶在11個月大時奶粉的花費攀升至最高點，接下來隨著寶寶年齡越來越大，消費金額逐步下降。



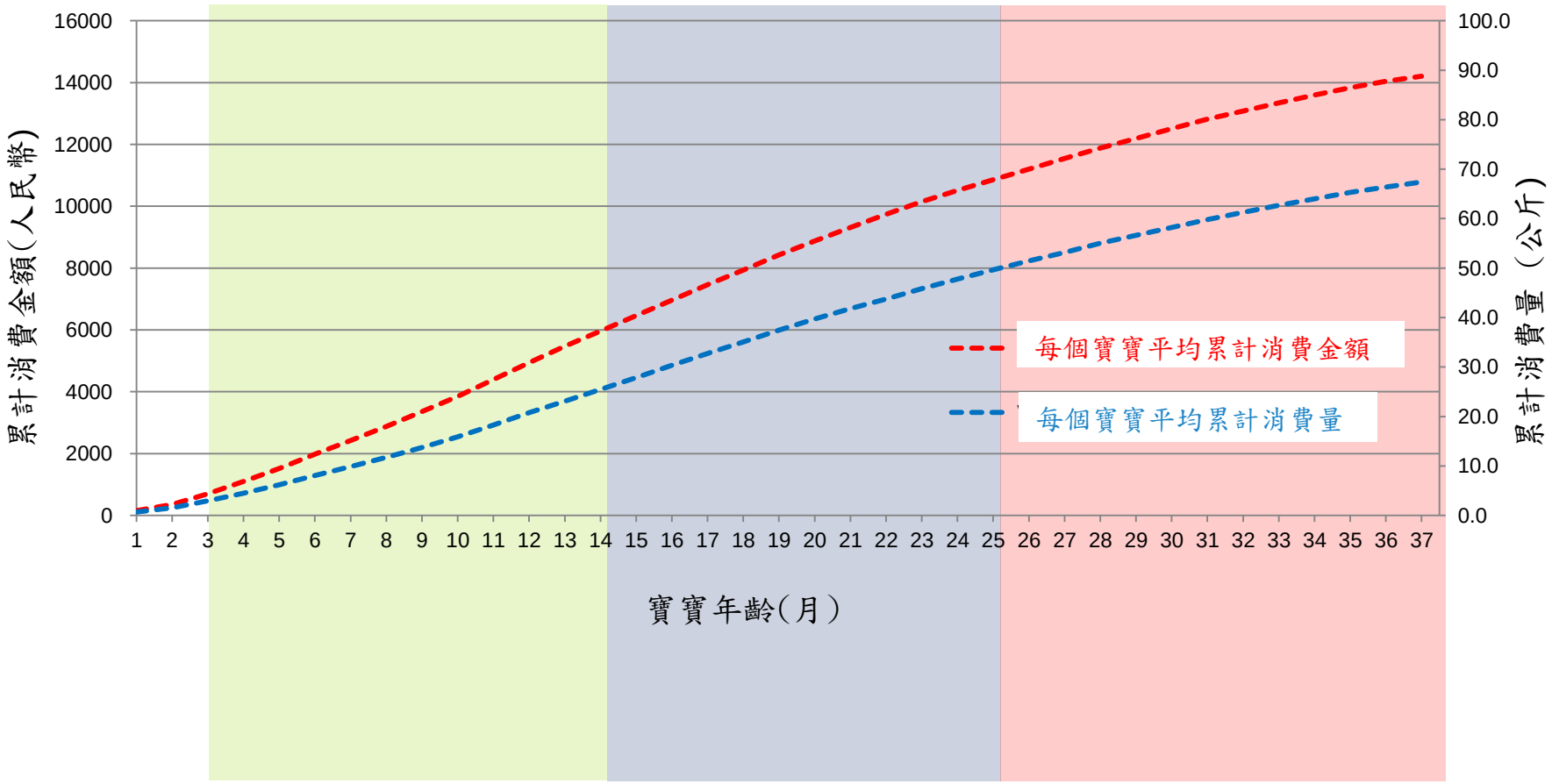
母體= 整體嬰兒

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

嬰兒奶粉平均累計消費金額

- 每個嬰兒平均三年共花費1.2~1.4萬元人民幣 (約台幣5.6 ~ 6.6萬)！



Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

嬰兒奶粉– 階段研究

奶粉階段移轉的年齡點 – 找出轉換下一階段奶粉的年齡點

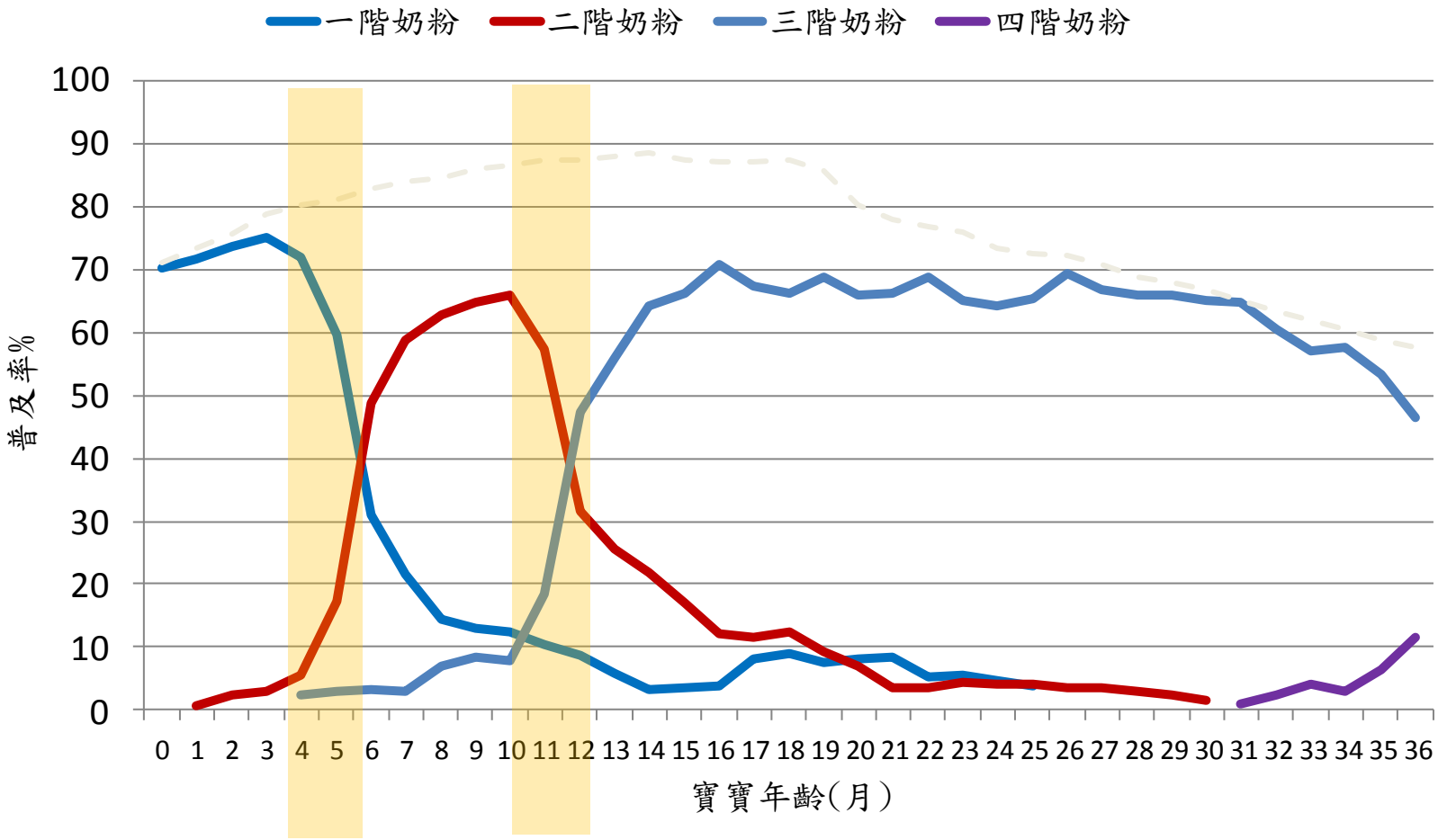
奶粉品牌移轉的年齡點 – 嬰兒在幾個月大時，較有機會轉換奶粉品牌

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

各階奶粉的買者普及率%- 依寶寶年齡

- 從**普及率**可明顯看出，寶寶在**5-7個月**及**11-13個月**時是移轉到下一階段奶粉的關鍵時間點



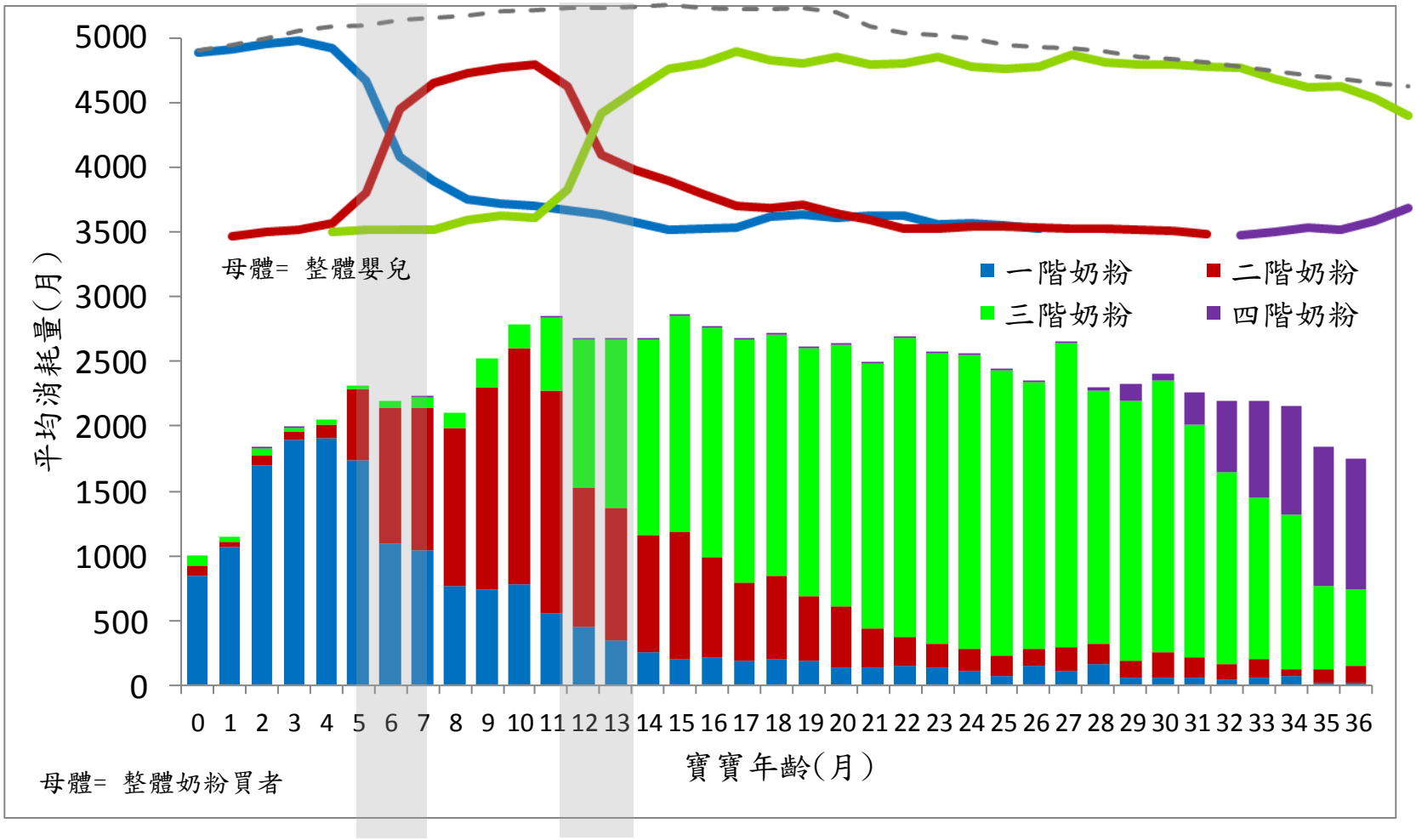
母體= 整體嬰兒

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

嬰兒奶粉買者購買行為演變- 各階奶粉銷售量（依寶寶年齡）

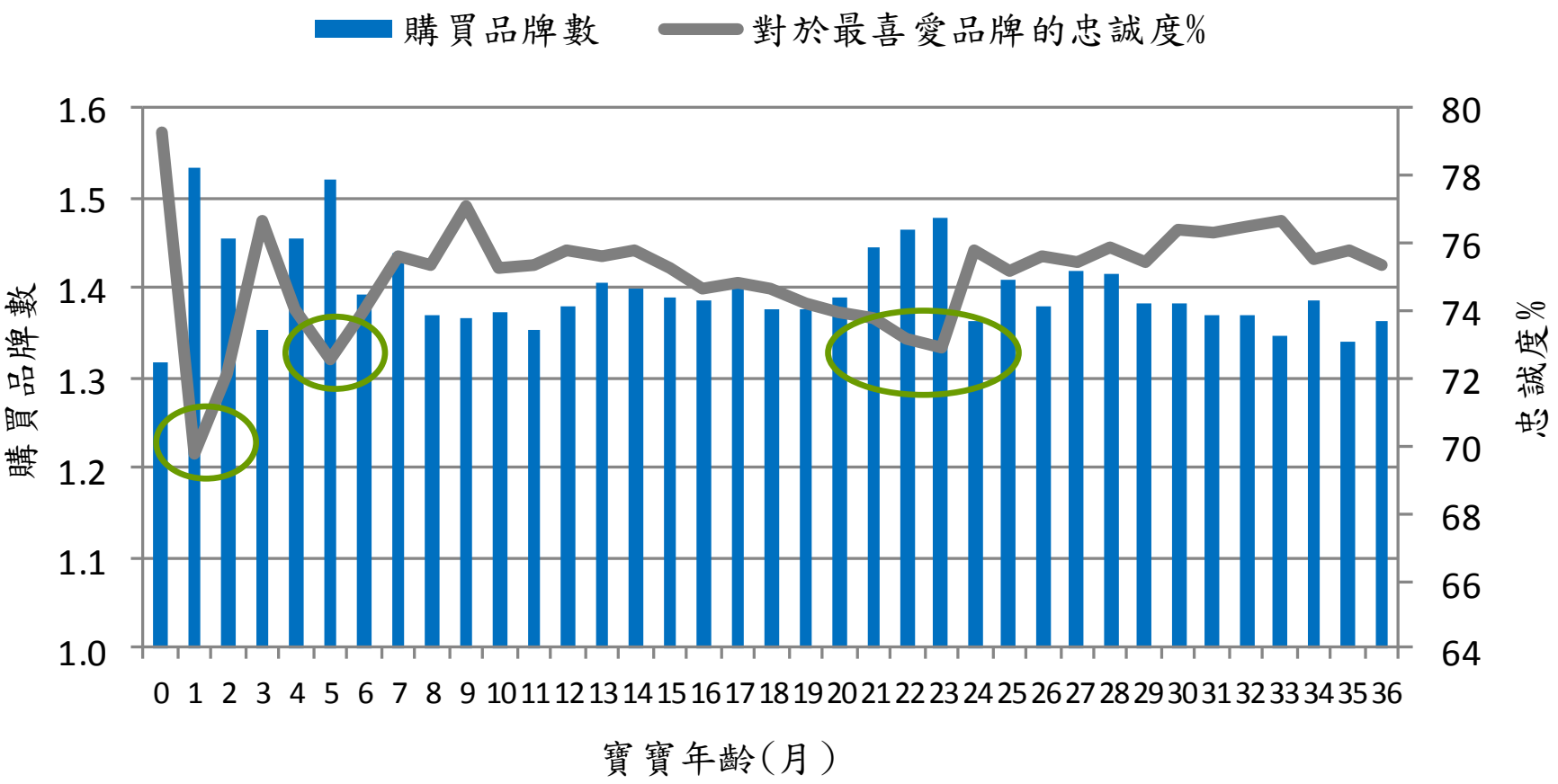
- 若從**各階奶粉的消耗量**來看，可以看出相同的情形：寶寶在**5-6個月**及**11-13個月**時會移轉到下一階奶粉



© Kantar Worldpanel

嬰兒奶粉購買品牌數／對主要購買品牌的忠誠度% - 依寶寶年齡

- 有三個切入點 (寶寶1個月、5個月及23個月大時)是奶粉買者較有可能移轉奶粉品牌的時間 – 購買品牌數較多，對於主要品牌的忠誠度降低。



Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

嬰兒奶粉- 通路研究

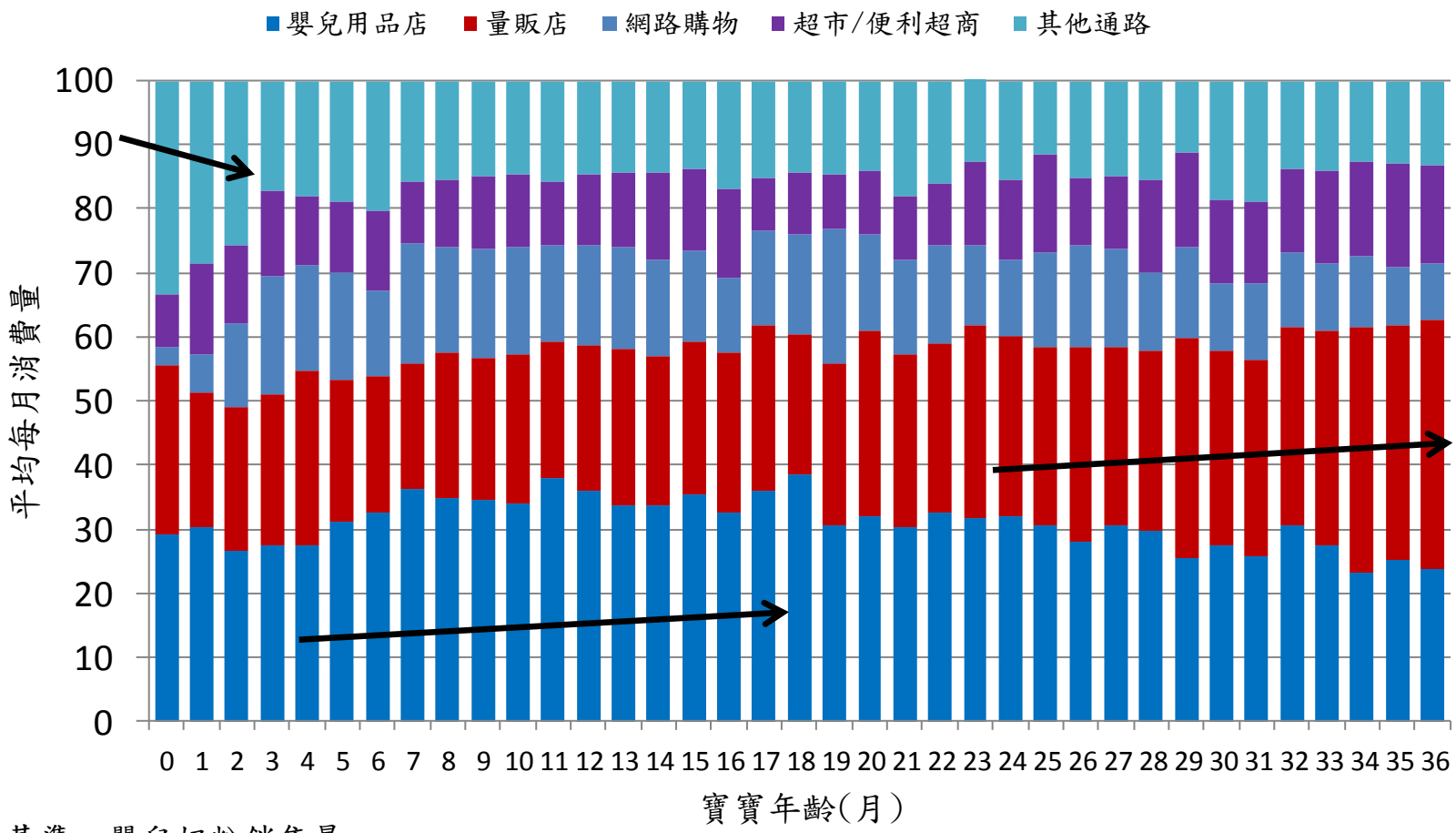
奶粉通路移轉的年齡點 –找出嬰兒奶粉購買通路移轉的年齡點

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

嬰兒奶粉購買行為演變 – 各通路奶粉銷售量(依寶寶年齡)

- **其他通路**在寶寶較小的時候相當重要，接著則轉移到**嬰兒用品店** (7-18個月大時)。寶寶24個月大之後，**量販店**的重要性則隨之提升。



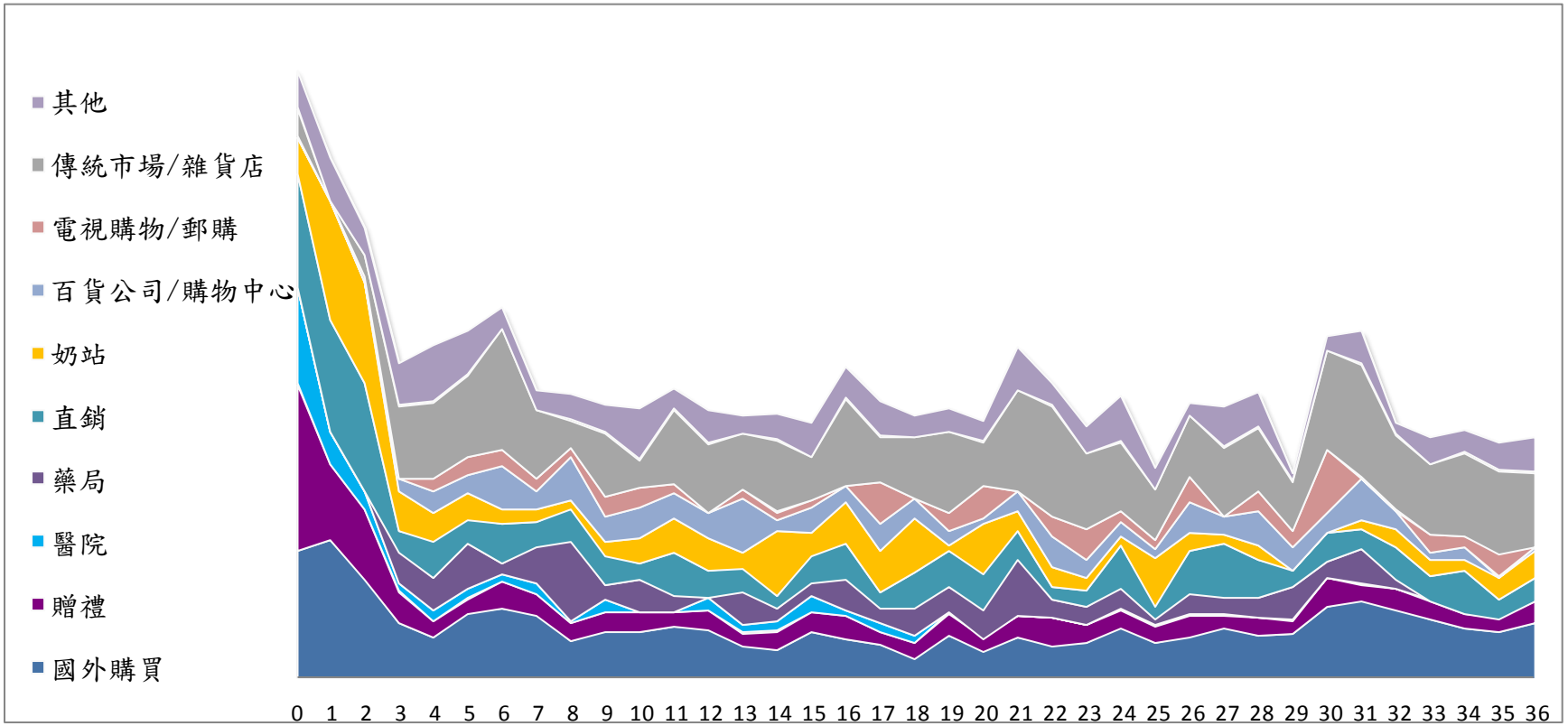
衡量基準= 嬰兒奶粉銷售量

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

嬰兒奶粉購買行為演變-**其他通路**奶粉銷售量(依寶寶年齡)

- **國外購買**、**贈禮**與**醫院**在寶寶不滿一個月時較為重要。



衡量基準= 嬰兒奶粉銷售量

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel

期待與您的討論...

Kantar Worldpanel © 版權所有，請勿對外發布

© Kantar Worldpanel