



2013新浪“爱孕婴童”年度盛典

“母婴类消费人群互动关注”分析报告

2013年11月

分析结论

- ◆ 中国每年有2000-3000万婴儿出生。近年来婴童消费持续加速和升级。中国目前多数城市家庭结构是“4-2-1”型，婴童消费占到家庭总支出的30%-40%，母婴市场潜力巨大。
- ◆ 80后的青年人已然到了生育适龄期，是母婴类产品的主要购买群体。
- ◆ 80后人群生长的环境相对优裕，消费观念前卫，注重质量、品牌和特性。
- ◆ 80后的母婴人群与网络的接触更加频繁。网络更加快速、便捷、高效，被他们广泛认可。网络将成为针对母婴群体的重要的宣传和销售渠道。

- ◆ 女性仍是母婴类产品的主要关注和购买群体，占到整个母婴人群的65%左右。
- ◆ 奶粉是最受关注的产品，奶粉厂家的动态更受到公众的瞩目。
- ◆ 低收入群体（月收入3千以下）主要关注婴儿基本用品，如纸尿裤、奶瓶及护臀膏等；月收入在3千到1万的人群是主要用户群，关注点集中在早教、玩具、医疗机构、学步车、吸奶器等提高生活品质的产品和服务。