

# “神仙打架”的购物狂欢节 这些产品靠什么留住消费者？

产品名称	“神仙打架”的购物狂欢节 这些产品靠什么留住消费者？
公司名称	上海琳广展览服务有限公司
价格	1500.00/平方米
规格参数	CTE:2024年中国玩具展 地址:上海新国际展览中心 时间:2024年10月16日至18日
公司地址	上海市金山工业区宁夏路818弄
联系电话	13918717154 13918717154

## 产品详情

“神仙打架”的购物狂欢节 这些产品靠什么留住消费者？

一年一度的“双11”购物节已经结束,从玩具和婴童用品主要品类的销售情况来看,半数品类均价同比实现上涨;单品方面,中高价位产品更受消费者欢迎。

中国玩协对天猫平台今年“双11”促销期间(10月30日至11月12日)玩具和婴童用品各主要品类销售数据追踪显示,多个品类销售均价同比实现增长,其中,玩具销售均价增长的主要品类有:儿童自行车(20.8%)、滑板车(11.4%)、毛绒布艺(2.7%);婴童用品均价增长的主要品类有:抱婴腰带/腰凳(33.4%)、餐椅(21.0%)、奶瓶(15.2%)、儿童安全座椅(13.7%)、童床(8.4%)、儿童四轮手推车(5.8%)。

2023双11天猫平台玩具主要品类均价及同比情况

2023双11天猫平台婴童用品主要品类均价及同比情况

品牌集中度方面,多个品类TOP5品牌集中度同比提高。其中,TOP5集中度对比去年同期提高的玩具主要品类分别为滑板车、儿童自行车、车模、游戏围栏、电动遥控车以及毛绒布艺,比上年同期分别增长了13.4、10.3、7.4、2.7、2.3和1.5个百分点;TOP5集中度对比去年同期提高的婴童用品主要品类分别为餐椅、抱婴腰带/腰凳、电动童车、奶瓶、儿童四轮手推车以及儿童安全座椅,比上年同期分别增长了12.5、6.1、5.9、5.0、4.5和3.8个百分点。

2023双11天猫平台玩具主要品类销售额TOP5集中度对比

2023双11天猫平台婴童用品主要品类销售额TOP5集中度对比

## 拼插积木

400-1000元价格区间产品销售额占比增幅大

创新玩法受欢迎

根据天猫平台数据,“双11”期间,拼插积木品类销售额TOP5品牌分别是乐高、弥鹿、布鲁可、Keeppley和计客,其中,计客从去年TOP20之外上升到今年第五名。

根据天猫平台数据,“双11”期间,拼插积木不同价格区间销售额占比方面,400-1000元价格区间产品销售额占比为20.6%,较去年同期增长1.9个百分点,增幅大。

乐高40524向日葵永生花积木是该品类的单品,该套装包含4个小礼盒、8朵向日葵、杜邦纸花盆及花泥,不仅可以体验创意拼搭乐趣,还能作为摆件放在办公室、书桌等不同空间,提升氛围感,精致的限定礼盒及浪漫寓意,使得该套装成为表达情意、馈赠亲友的选择。成交均价516元。

## 毛绒布艺

销售均价同比增长2.7%

400元以上价格区间产品销售额占比增幅明显

天猫平台数据显示,“双11”期间,毛绒布艺品类销售额TOP5品牌分别是JELLYCAT、迪士尼、迪士尼度假区、问童子和名创优品,其中,凭借优异的市场表现,生活潮流品牌名创优品跻身TOP5行列。

“双11”期间,毛绒布艺品类销售均价较去年同比增长2.7%,从不同价格区间销售额占比来看,400元以上价格区间产品销售额占比为12.4%,较去年同期增长6.7个百分点,增幅大。

来自英国的高端毛绒品牌JELLYCAT在该品类中市场表现突出,该品牌以可爱的动物形象和清新简约的设计著称,不仅造型有趣而且还有着非常柔软的触感。其中,经典害羞米色邦尼兔毛绒玩具是该品类的单品,它拥有不可抗拒的可爱形象,萌趣十足,软乎乎的手感带来温暖治愈,是陪伴孩子入睡的好伙伴。成交均价为465元。

## 手办

300-500元价格区间产品销售额占比增幅明显

热门IP类型更多元

天猫平台数据显示,“双11”期间,手办品类销售额TOP5品牌分别是Good Smile、MIHOYO、BILIBILI、万代和泡泡玛特。其中,Good Smile排名较去年提升显著。

从不同价格区间销售额占比来看,“双11”期间,300-500元价格区间手办产品销售额占比为21.7%,较去年同期增长8.5个百分点,增幅大。

从该品类的单品来看,热门IP仍是重点,但IP类型更加多元,游戏IP、漫画IP、经典IP主题手办受消费者欢迎。

来自米哈游/崩坏3的爱莉希雅1/7手办真我·人之律者Ver.手办是该品类单品,灵感来源于热门游戏《崩坏3》,高度还原了游戏中的角色细节,深受游戏爱好者的喜爱。销售均价为300元。

## 盲盒

100-200元价格区间产品销售额占比增幅大

泡泡玛特周年纪念版热销

天猫平台数据显示,“双11”期间,盲盒品类销售额TOP5品牌分别是泡泡玛特、万代、偶像梦幻祭、52TOYS、锦鲤拿趣,其中新的偶像梦幻祭与热门游戏IP息息相关,锦鲤拿趣则以影剧综漫IP为内容基础。

“双11”期间,盲盒品类100-200元价格区间产品销售额占比为13.2%,较去年同期增长5.1个百分点,增幅大。

单品方面,来自泡泡玛特的聚光灯下POP MART十三周年系列盲盒礼盒表现亮眼。该系列内含12款常规款,1款隐藏款,隐藏款的概率为1:144,高约8-11cm。每款手办身穿华丽的服饰来参加POPMART NIGHT,使用电镀、毛领、透明渐变等工艺,部分配件、头部可动,多款使用了闪粉,整体更显夺目耀眼,可玩性较高。成交均价为193元。

## 儿童四轮手推车

销售均价同比增长5.8%

3000元以上价格区间产品走俏

天猫平台数据显示,“双11”期间,儿童四轮手推车品类销售额TOP5品牌分别是DEARMOM、ELITTILE、好孩子、BEBEBUS、HAGADAY。其中,HAGADAY从去年第八位上升至第五位。

天猫平台数据显示,“双11”期间,儿童四轮手推车销售均价比上年同期增长5.8%。从不同价格区间销售额占比来看,3000元以上价格区间产品占比18.1%,比上年同期增长2.9个百分点,增幅大。

BUGABOO博格步艺术家联名限量款BEE6婴儿推车是该品类单品,外观上用灵动的线条来描绘图案,将好玩和有趣的元素融为一体,多样时尚配件深得年轻宝爸宝妈们的喜爱。不仅如此,这款主打多功能轻便的城市型婴儿车,还通过侧翼防护,防颠防撞,五点环抱式安全带等,提升宝宝乘坐安全性;10档调节的设置,能够满足不同身高家庭成员的推行需求。成交均价4872元。

## 儿童安全座椅

销售均价同比增长13.7%

中高端价位产品销售额占比显著提升

天猫平台数据显示,“双11”期间,儿童安全座椅品类销售额TOP5品牌分别是虎贝尔、BEBEBUS、宝得适、惠尔顿和OSANN。其中,虎贝尔较去年同期销售额排名上升明显。

今年“双11”期间,儿童安全座椅销售均价同比增长13.7%,分价格区间销售额占比来看,2400-3000元价格区间产品销售额占比为44.3%,较去年同期增长15.0个百分点,增幅大,同时也是该品类销售额占比大的价格区间;此外,3600元及以上价格区间产品销售额占比为16.9%,较去年同期增长8.9个百分点。

WELLDON惠尔顿智转pro儿童安全座椅是该品类的单品,智能品质升级,四大智能监测功能包括ISOFIX接口安装监测、支撑腿状态监测、安全卡扣监测及旋转状态监测,实现可视化安全提醒;座舱加大加宽,正反向均可实现五档调节,有多种颜色可选,成交均价2712元。

## 奶瓶

销售均价同比增长15.2%

高颜值多功能产品更

天猫平台数据显示,“双11”期间,奶瓶品类销售额TOP5品牌分别是贝亲、HEGEN、世喜、布朗博士好流畅和BABYCARE。

今年“双11”期间,奶瓶在天猫平台上的销售均价较去年同期增长15.2%。从分价格区间销售额占比来看,300元以上和150-200元价格区间的产品销售额占比较高,分别为27.4%和22.2%,其中,300元以上价格区间产品销售额占比较去年同期增长7.5个百分点,增幅大。

专为小月龄设计的世喜玻璃奶瓶礼盒是该品类的单品,通过底部回气的设计,及创新专利回气阀的应用,真正实现防胀气功能;结合色彩心理学推出的传递安全感的世喜棕及定制级更安全的硅胶材料,深受消费者的欢迎;一套配齐不同月龄段所需产品,专注科学喂养,守护宝宝成长的关键阶段。成交均价343元。

重要提示:

以上数据分析基于ECdataway提供的天猫平台销售数据。

完整版《2023年双11天猫平台数据分析报告-玩具篇》和《2023年双11天猫平台数据分析报告-婴童用品篇》已于本周上线,可凭中国玩协会会员单位账号在中国玩协会会员专区查阅。