



# 天猫婴童用品消费者研究

SPEAKER: 魔镜分析师团队

DATE: 2023年10月

鸣谢支持:



TMALL INNOVATION CENTER

天猫新品创新中心

# 项目简介

## 调研背景:

- 本报告内容基于天猫新品创新中心平台工具对汽车安全座椅和四轮推车市场人群进行问卷调研而得出。通过问卷调研了解当前淘天平台中消费者对安全座椅和四轮推车产品在类型、功能、形态和场景等多维度挖掘需求机会。
- 通过调研问卷可以更加直观地与消费者进行沟通，第一时间获取消费者对产品的观点和态度，帮助品牌梳理产品矩阵及产品迭代升级和营销侧的未来市场方向。

## 调研目的:

- 了解消费者对便捷型、可拆洗、智能入座感应的汽车安全座椅的认知及消费态度；
- 了解消费者对可坐可躺、轻便型、高景观的四轮推车的认知及消费态度。

# 数据说明

## 数据来源:

- 本报告中数据均来源于天猫新品创新中心问卷调研

## 数据平台范围:

- 淘宝+天猫平台

## 数据品类范围:

- 汽车安全座椅
- 四轮推车

# Contents 目录

01 汽车安全座椅

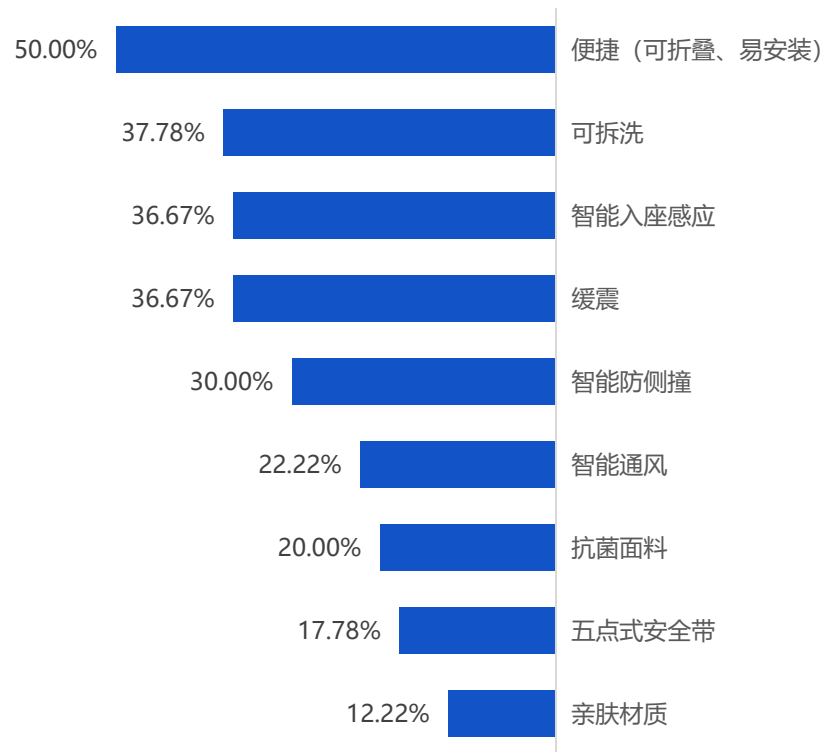
02 四轮推车

# Part 1 汽车安全座椅

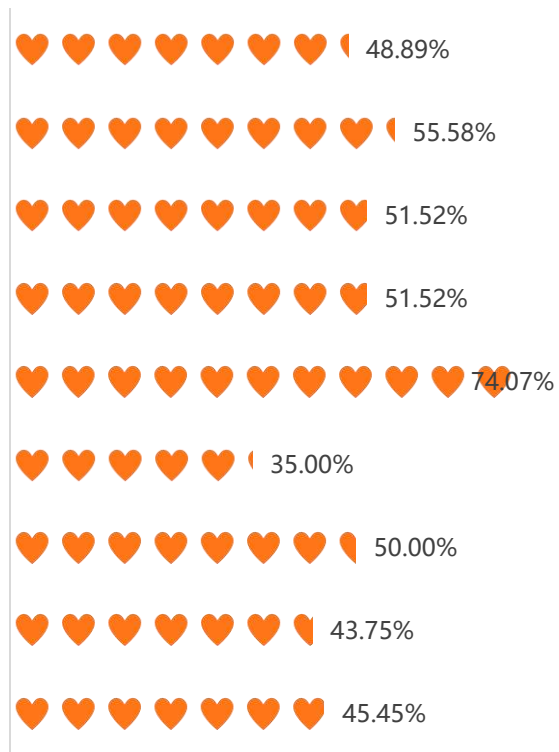
# 汽车安全座椅消费者关注的概念集中在便捷性、易清洁和安全性方面

- 汽车安全座椅产品能吸引消费者关注及购买的因素主要围绕在便捷、易清洁和安全性方面；
- 其中，智能入座感应功能不仅收获了较多消费者的喜爱，而且有近六成认为该功能新颖独特，该功能使产品在安全保障方面更加智能化；
- 由于五点式安全带能有效减少力量聚集，避免严重损伤，因此，半数消费者认为该产品方向与传统的安全带不太一样，认为比较新颖。

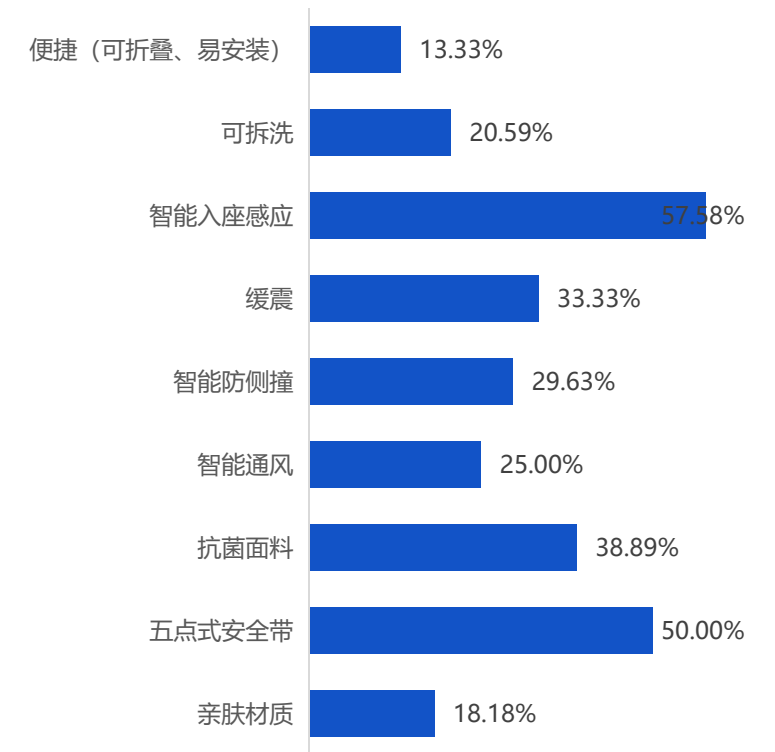
最吸引消费者可能购买的汽车安全座椅产品方向



对产品方向非常喜欢的人群比例



对产品方向感到极其新颖独特人群比例

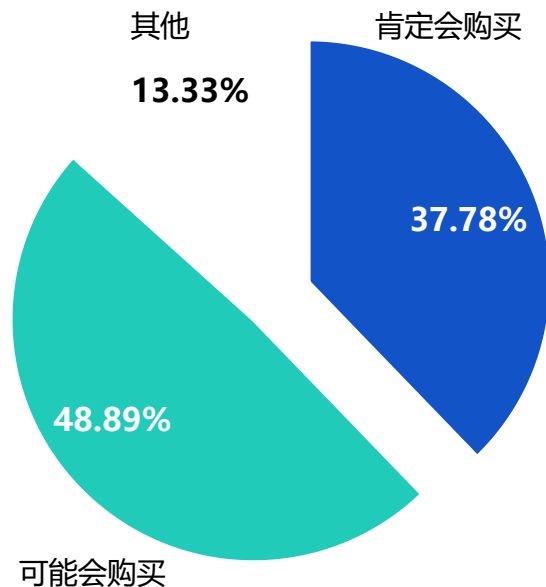


数据来源：天猫新品创新中心 

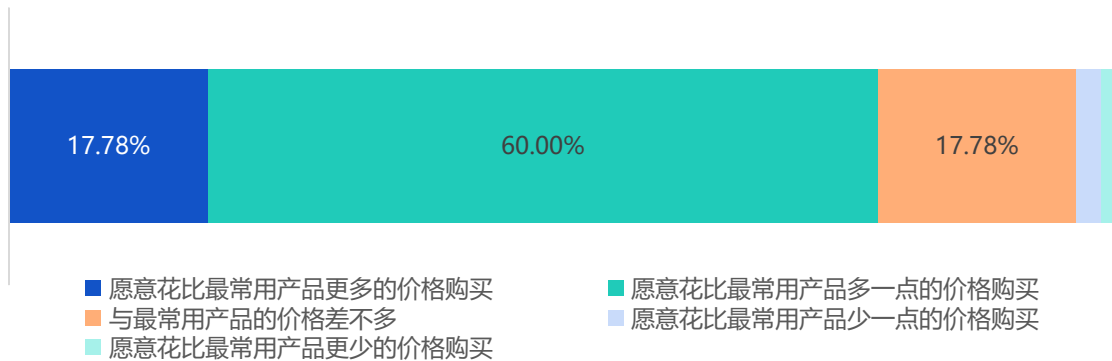
# 便携型汽车安全座椅：消费者态度

- 有37.78%的消费者认可并肯定会购买便携型汽车安全座椅，有48.89%的消费者可能会购买；
- 大多数消费者可接受小幅产品溢价，但是不愿意花费过多费用。虽然消费者对便捷型的产品有一定喜爱，但该类型产品并不一定能获得较高的客单价；
- 有四分之一的消费者极度愿意推荐该功能产品给他人，44.44%消费者非常愿意推荐，该类产品有较好的分享和传播效应。

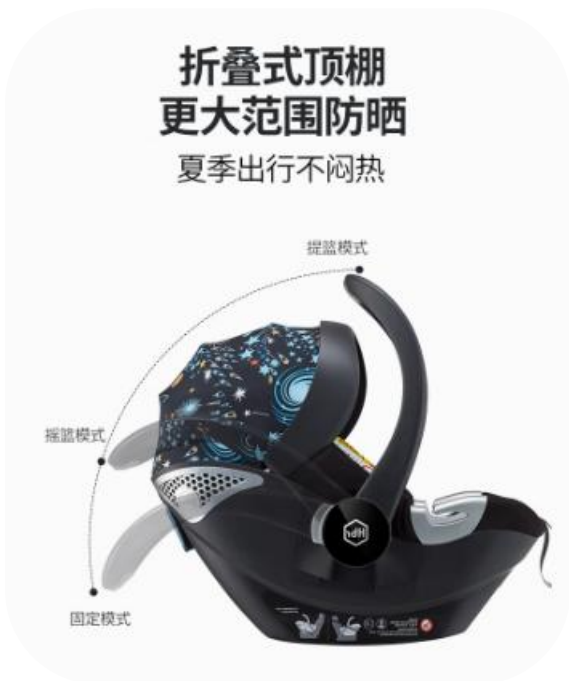
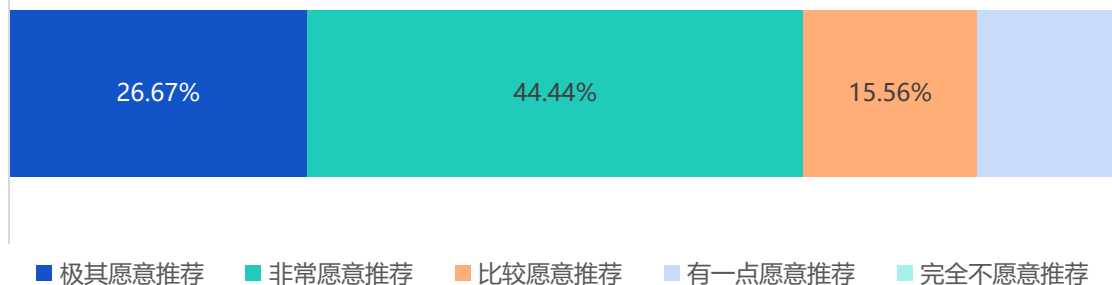
便携型汽车安全座椅消费者购买意愿



便携型汽车安全座椅消费者价格接受度



便携型汽车安全座椅消费者分享意愿



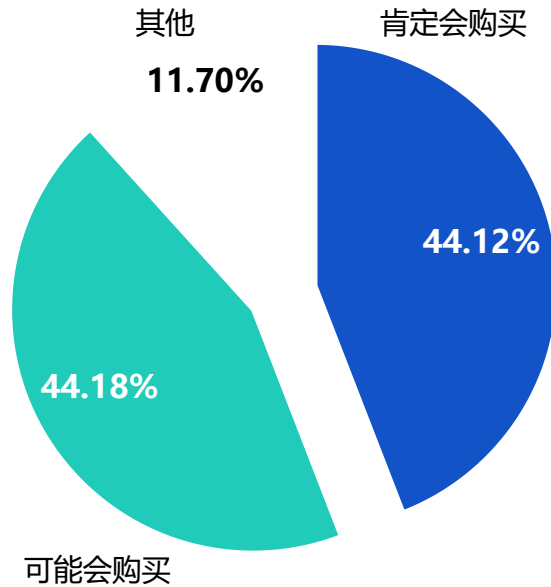
数据来源：天猫新品创新中心 TMIC

# 可拆洗汽车安全座椅：消费者态度

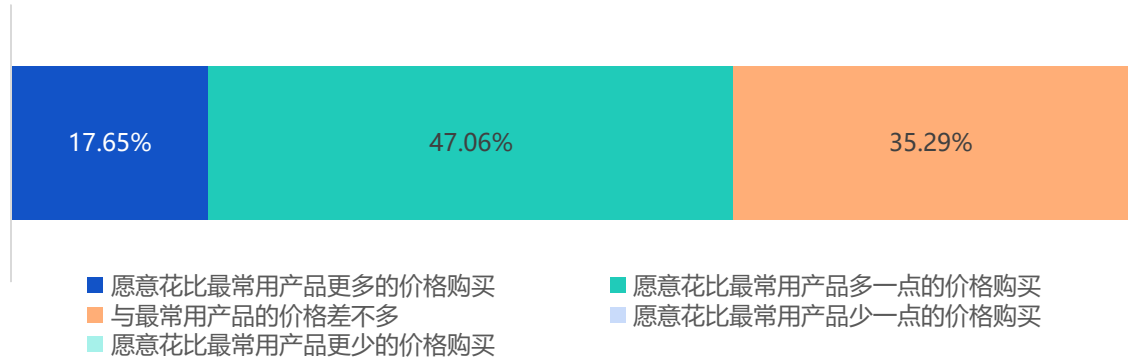
- 有44.12%的消费者认可并肯定会购买可拆洗汽车安全座椅，有44.18%的消费者可能会购买；
- 该功能溢价能力较弱，三分之一消费者不愿意花更多的钱来购买该功能产品，近半数消费者仅接受小幅溢价；
- 因为产品的实用性强，近半数消费者极度愿意推荐该功能产品给他人，约四分之一消费者非常愿意推荐，该功能产品易于在消费者间形成传播。



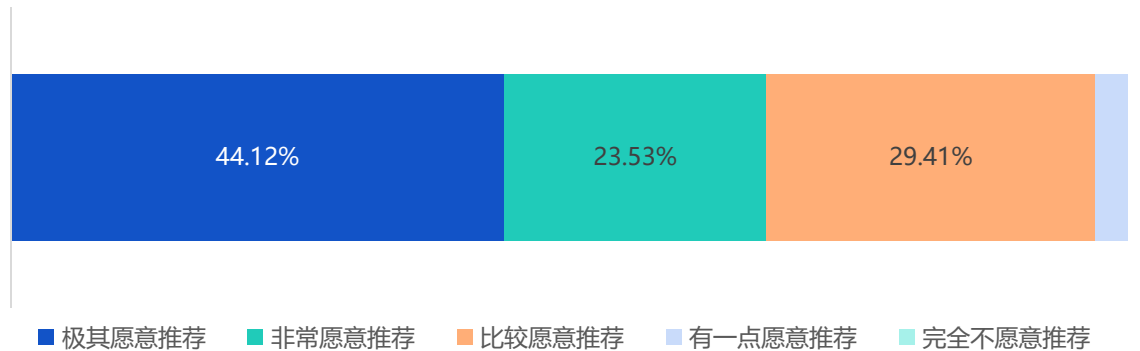
可拆洗汽车安全座椅消费者购买意愿



可拆洗汽车安全座椅消费者价格接受度



可拆洗汽车安全座椅消费者分享意愿

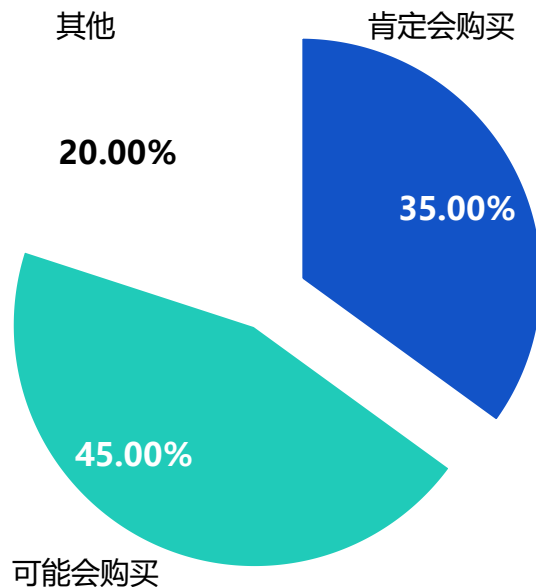


数据来源：天猫新品创新中心 TMIC

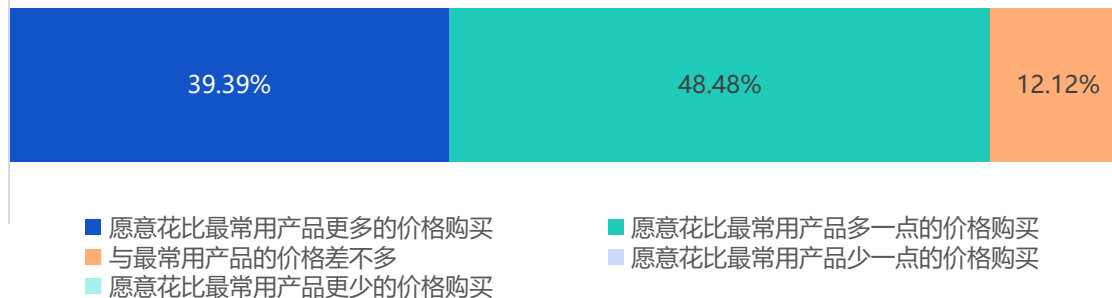
# 智能入座感应汽车安全座椅：消费者态度

- 有35.00%的消费者认可并肯定会购买智能入座感应汽车安全座椅，有45.00%的消费者可能会购买；
- 智能化功能有较高的溢价空间，近9成消费者愿意花费更多来购买产品，其中约4成消费者可接受更高的价格；
- 智能入座感应既满足设备智能化同时兼顾安全性，消费者对该产品的分享意愿强，有近半消费者极其愿意分享该类功能产品。

### 智能入座感应汽车安全座椅消费者购买意愿



### 智能入座感应汽车安全座椅消费者价格接受度



### 智能入座感应汽车安全座椅消费者分享意愿



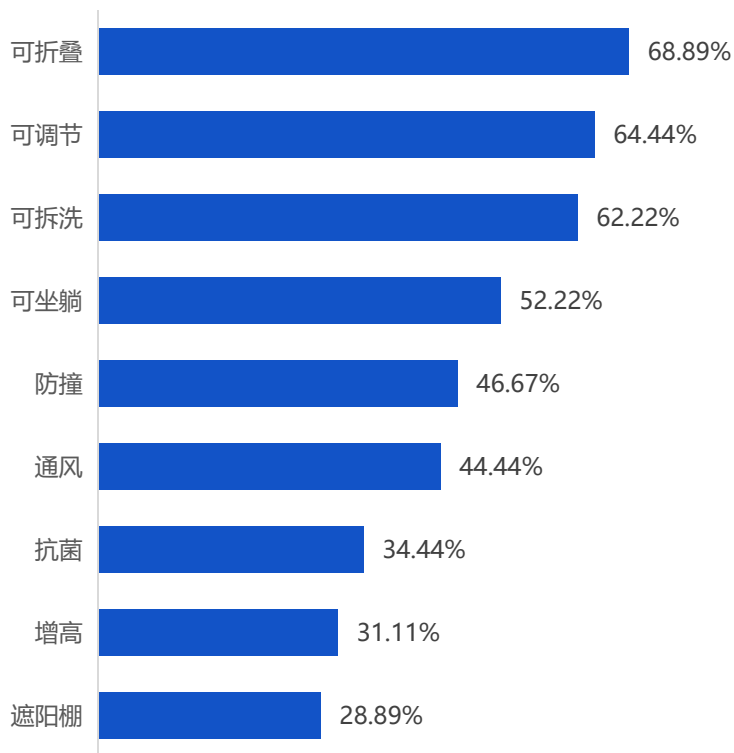
数据来源：天猫新品创新中心 TMIC



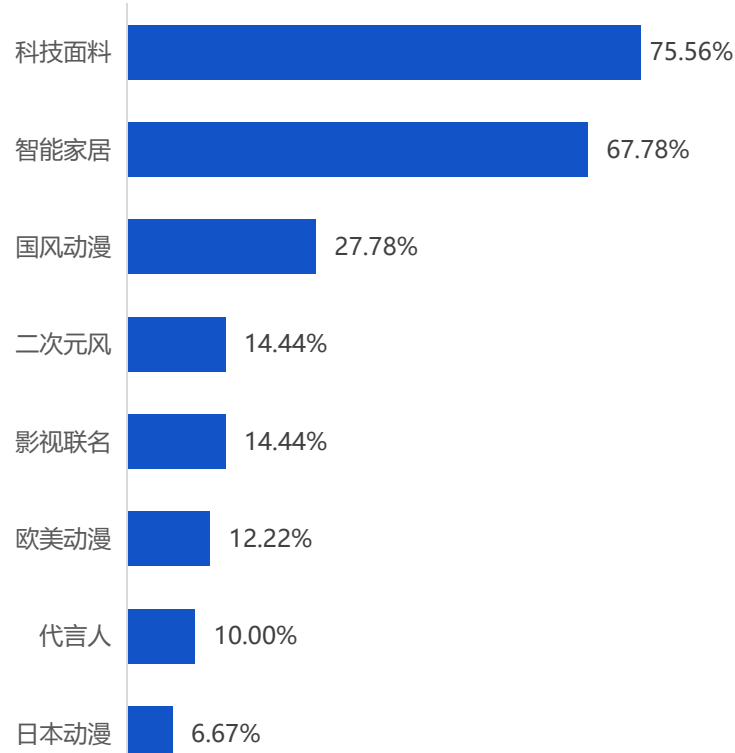
# 智能汽车安全座椅：概念挖掘及发展机会

- 随着科技与智能的高度普及，消费者对智能汽车安全座椅较为关注，当前市场中的智能汽车安全座椅的功能关注度最高的仍为安全座椅基础属性；
- 智能化相关关注则是智能家居和面料科技方面的诉求，智能控制通风加热，与家居或车机形成一体化智能座舱或家居环境，科技面料可实现有效抑菌、易清洁、防水透气等；
- 当前消费者对于智能汽车安全座椅的年龄适用性方面以0-6岁适用期待最高，产品并非全年龄覆盖最得消费者心意。

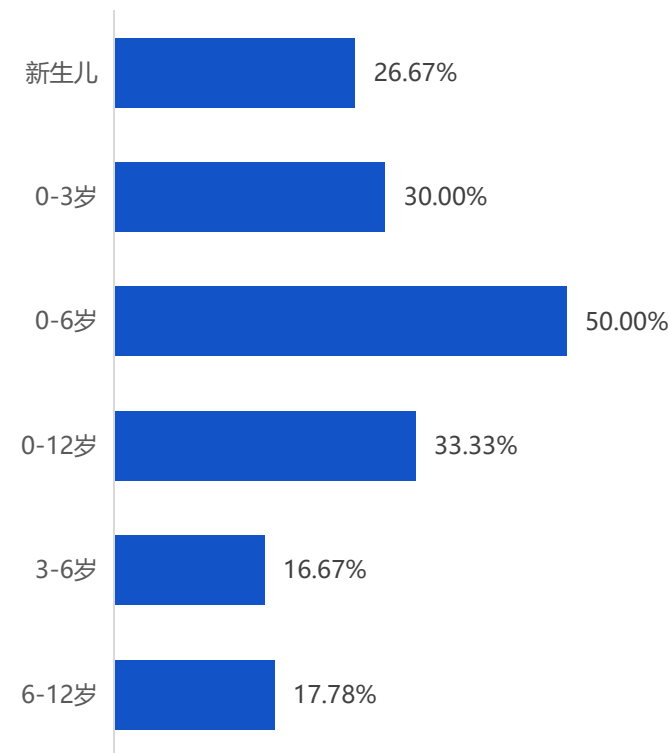
消费者期待智能汽车安全座椅应该具有的功能



消费者期待智能汽车安全座椅的联名类型



消费者期待智能汽车安全座椅的适用年龄段

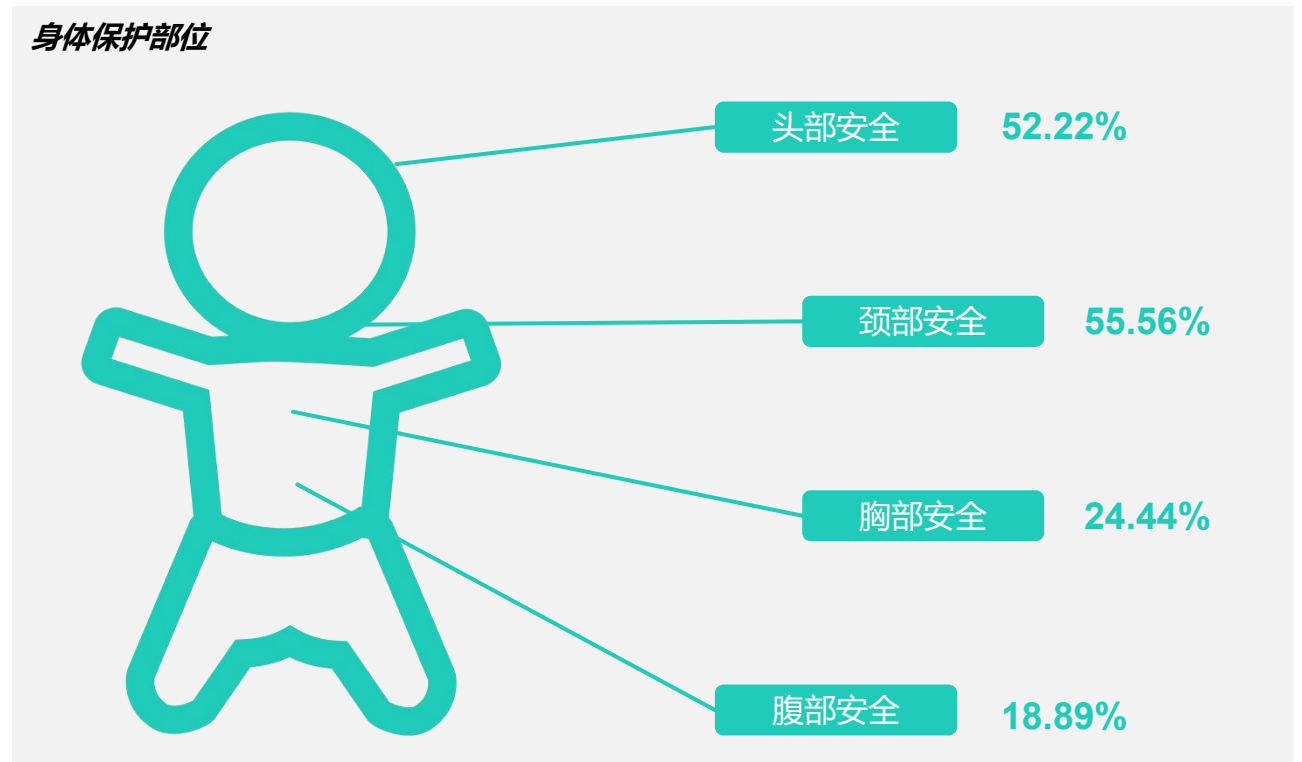
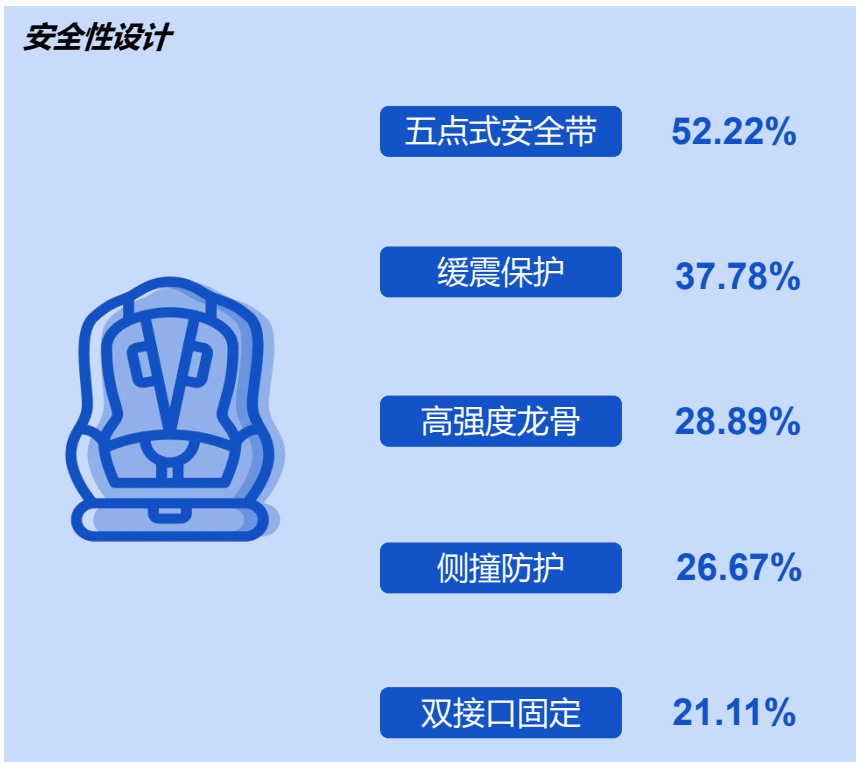



数据来源：天猫新品创新中心 TMIC

# 汽车安全座椅消费者更看重宝宝头颈部安全，对五点式安全带关注比例高

- 消费者对汽车安全座椅的保护部位更多集中在头部和颈部安全，而胸部和腹部安全的关注度不足四分之一；
- 关于安全性功能方面，消费者期待购买具有更全面保护的五点式安全带和具有缓震功能的汽车安全座椅；
- 目前消费者对头颈部安全关注度高，但侧撞防护的关注比例却较低，当前侧撞防护对头颈部的保护作用市场教育程度不足。

## 吸引消费者购买的安全性防护功能的人群比例

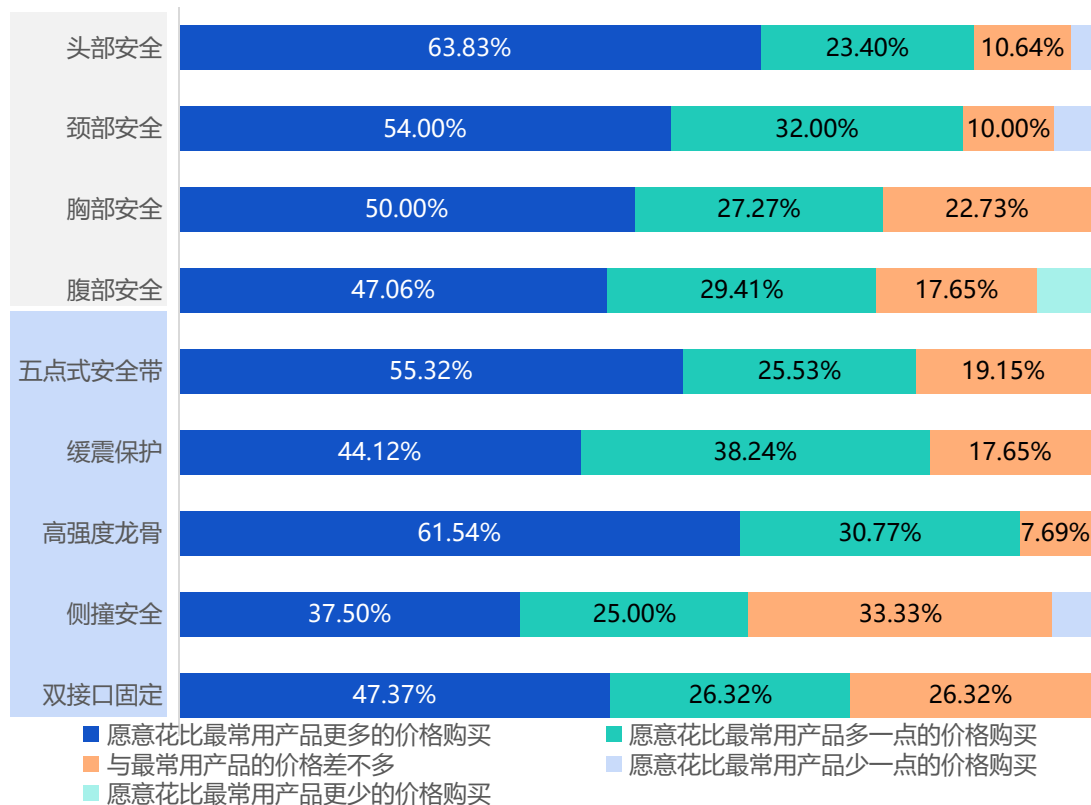


数据来源：天猫新品创新中心 

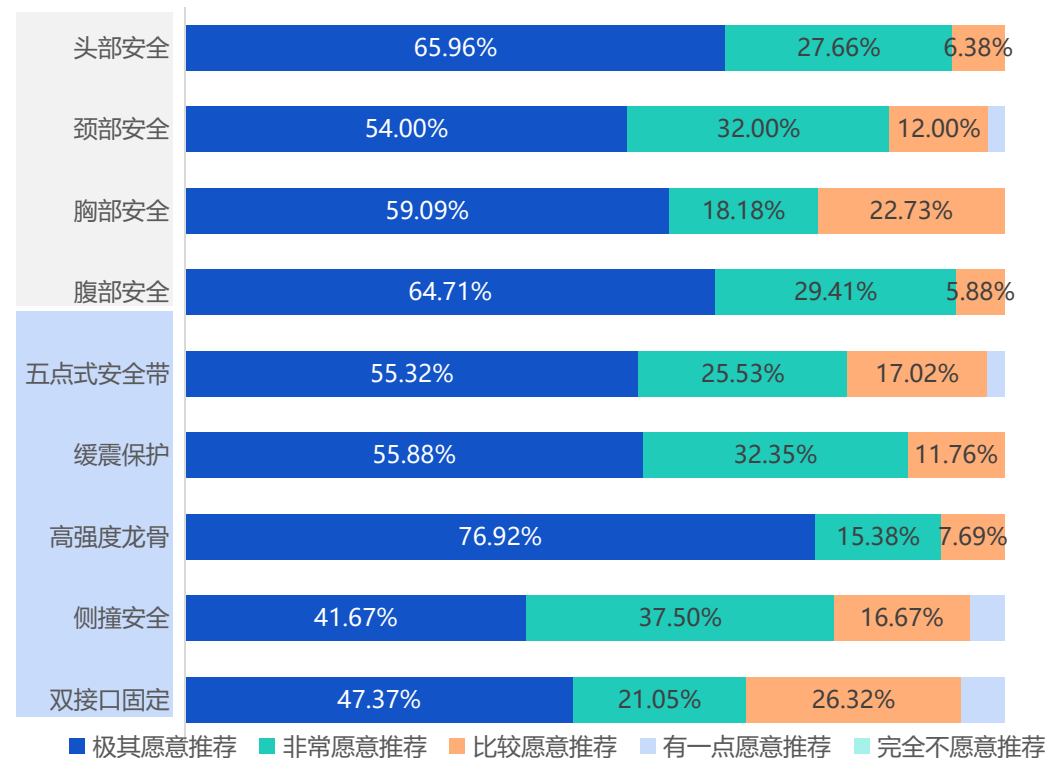
# 汽车安全座椅安全性功能：消费者购买及分享意愿

- 安全性功能有更强的溢价能力，消费者普遍愿意花费更高的价格来换取宝宝的安全防护；
- 当前市场中高强度龙骨和头部安全防护类具有更高的溢价水平，其他安全相关功能也有约半数消费者愿意花费更多的价格购买产品；
- 安全性功能中，高强度龙骨类产品具有较高的分享意愿。该产品更容易在社媒和私域中传播，对品牌消费者触达有较好的作用。

各安全防护概念汽车安全座椅消费者价格接受度



各安全防护概念汽车安全座椅消费者分享意愿



数据来源：天猫新品创新中心 TMIC



## 便捷性功能关注度高

消费者关注产品的易折叠、易清洁、易拆洗等基础属性，但并不愿意这些功能多支付过多额外费用，但易用性强的产品容易获得口碑效应。



## 消费者看重头颈安全

安全性为汽车安全座椅的核心属性，消费者关注其对头部和颈部安全的防护，但侧防安全的市场教育不足，消费者无法有效将侧防与头颈部安全形成关联。



## 科技材料与智能化

对于智能汽车安全座椅产品，消费者期待其选用先进科技面料，具有更优的智能化座舱，同时解决舒适与安全的需求。

# Part 2 四轮推车

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/006240052015010054>