

Contents 目录

01 玩具及积木市场概览

02 积木市场消费者洞察

03 积木市场品牌分析

04 积木市场趋势发展及建议

取数规则说明：

电商数据规则说明：

- **研究时间：**2022年3月-2024年2月（重点分析2023年3月-2024年2月）
- **研究平台：**天猫、淘宝、京东、抖音

- **研究类目：**

1) 淘宝、天猫、抖音、京东以下类目：

玩具/童车/益智/积木/模型>幼儿响铃/布玩/安抚玩具>布质/软胶积木、玩具/童车/益智/积木/模型>建构拼插积木/磁力片雪花片/配件

电商评论数据处理规则说明：

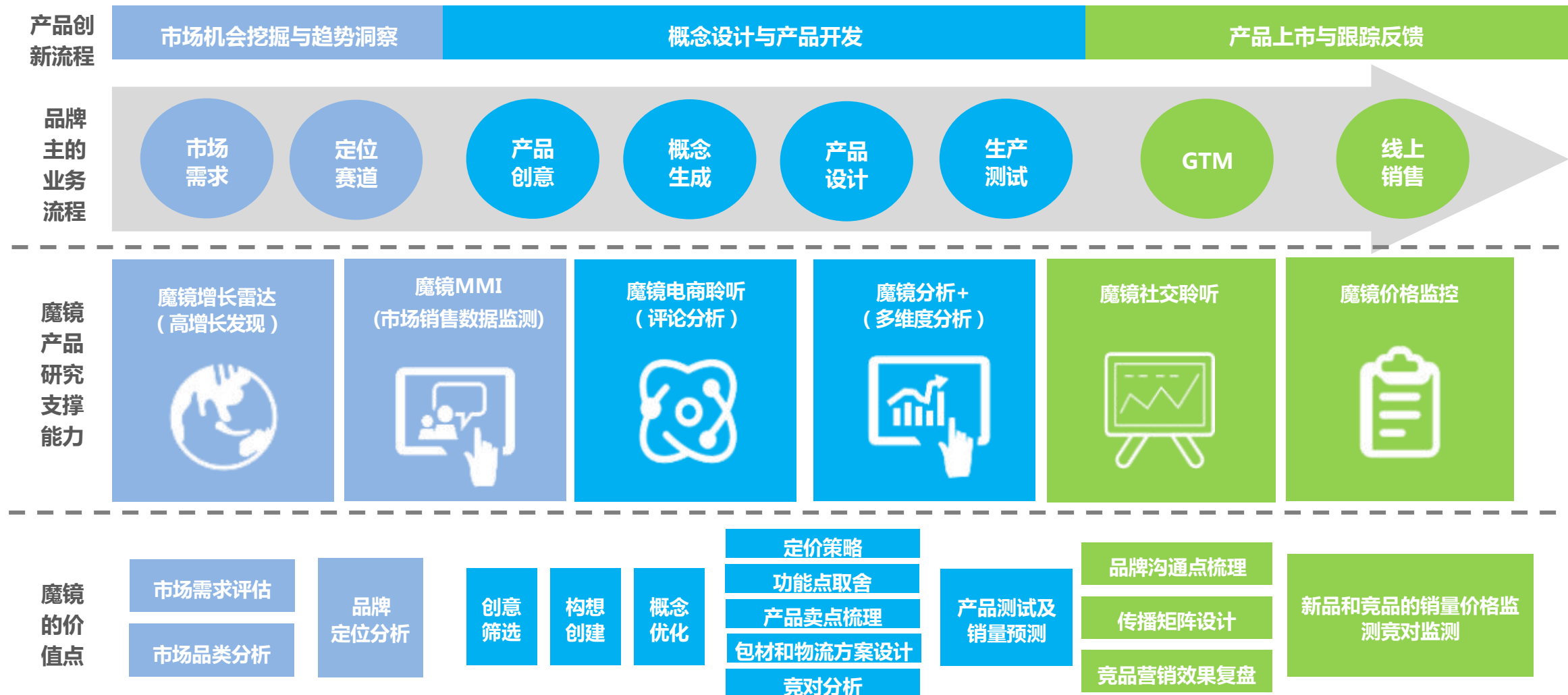
- 将所有评论文本按照首字母降序后，对其进行逐一打标签，对其中的差评、人群信息进行维度归纳和整理；
- 在已处理的评论数据基础上，对每个维度进行语义联想，去搜索所有电商评论中包含此维度的频数；

社交舆情处理规则说明：

- **时间维度及数据量：**爬取2023年3月-2024年2月与“推文中含有“积木”等关键字的相关推文，对推文进行文本分析

魔镜的数字化产品全流程支撑鞋服品牌主品牌创新和孵化

魔镜大数据定制研究服务覆盖快消品全生命全周期，提供具有行业前瞻性与针对性落地策略。服务内容包括：1、市场机会：需求分析、赛道定位；2、开发过程：产品创意、概念生成、产品设计、生产；3、产品上市：GTM及线上销售监控。同时，通过电商及舆情级数据，可以为品牌方提供产品升级与优化建议，可针对消费者画像、产品（场景、功能、成分、价格）等要素进行重点分析，还能针对top品牌/产品，以及黑马产品/品牌展开对标分析。

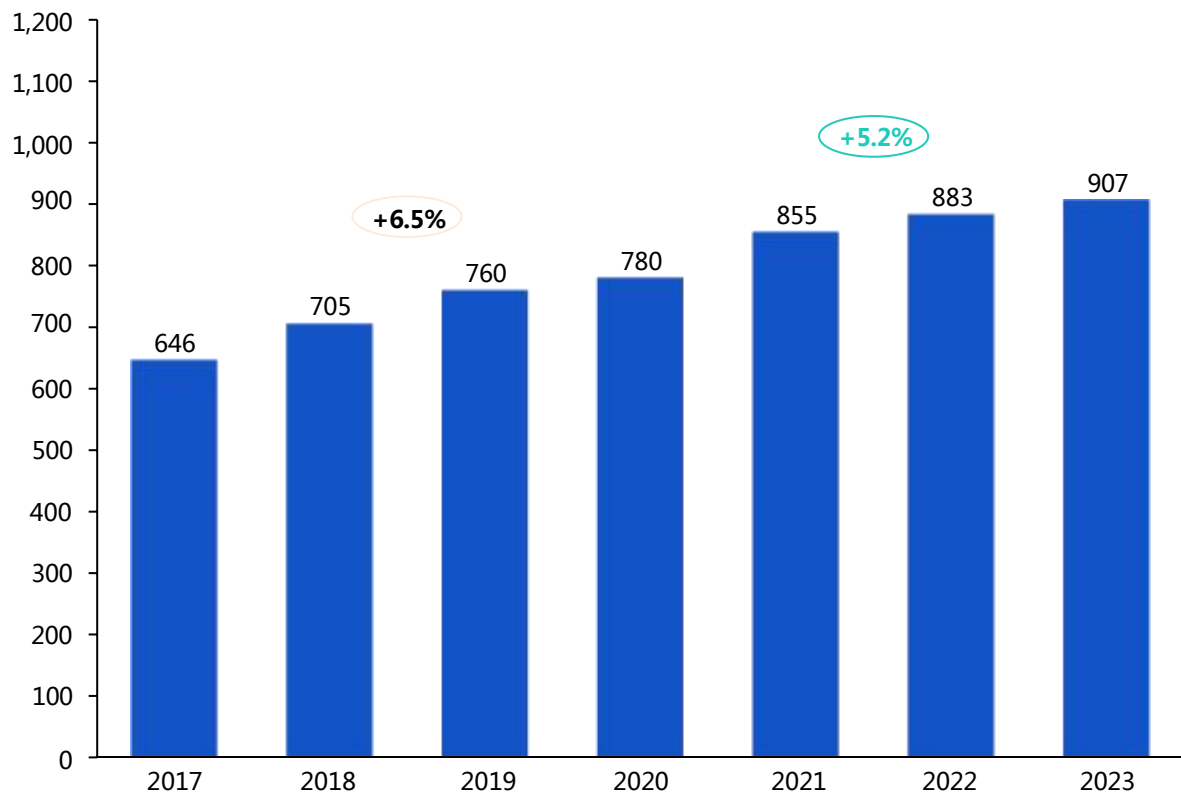


Part1 玩具及积木市场概览

玩具宏观市场概况 | 线下复苏带动玩具市场增长，低人均消费留有一定增长空间

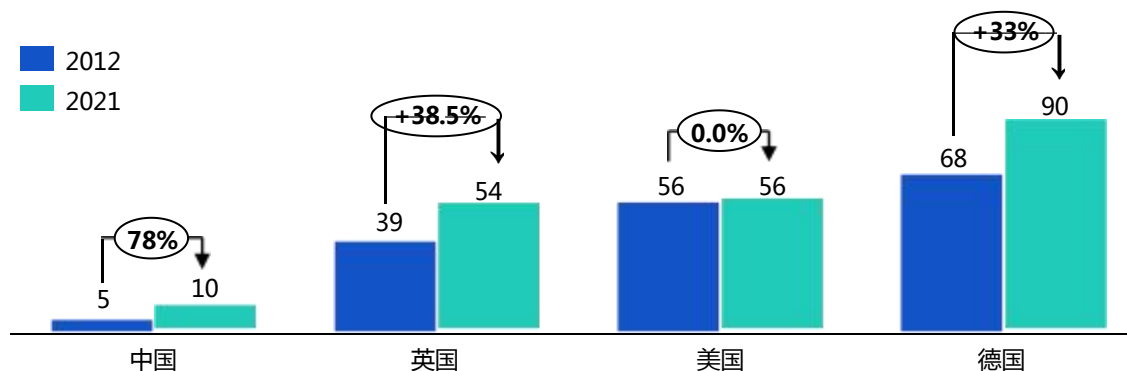
- 2023年国内玩具零售市场规模达907亿元，同比增长2.7%。玩具市场近三年受疫情影响增速有所放缓，GAGR相比疫情前降低1.3个pct。相较于英美等发达国家，我国人均玩具消费虽保持快速增长，但差距仍然较大，仍存在发展空间。
- 相较于婴童用品行业，玩具行业规模较大，在多行业增长趋缓的背景下，玩具市场仍表现出较好的增长劲头。线下玩具市场复苏明显，百货、购物中心均呈显著增长趋势。

2017-2023年国内玩具零售市场规模，亿元人民币

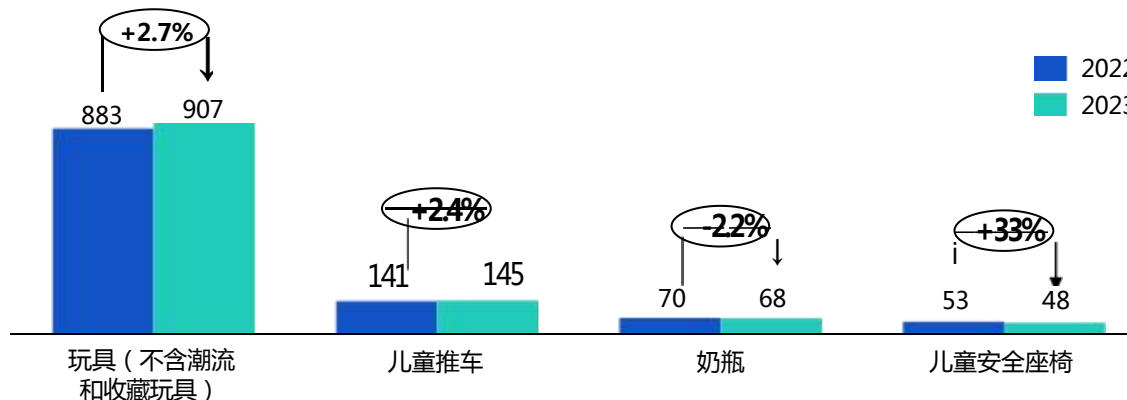


数据来源：魔镜洞察、中国玩具和婴童用品协会、灼识咨询

2012年vs2021年中国及其他发达国家人均玩具消费对比，美元/人/年



2023年玩具行业VS婴童用品零售总额及同比增速

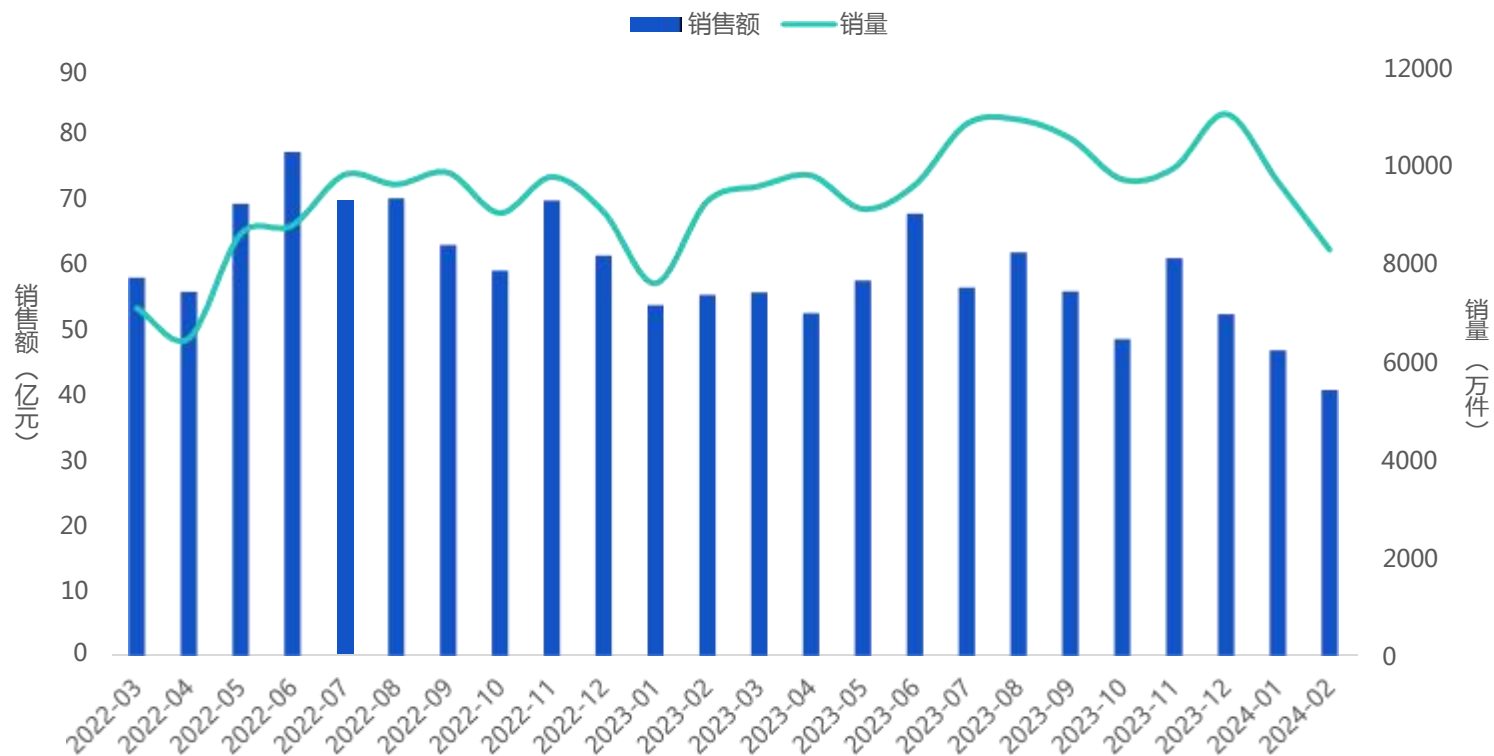


玩具线上市场概览 | 玩具线上市场增长疲软，价格持续走低，60-80元区间内波动

- 从主流电商平台来看，线上玩具市场增长疲软，近一年市场规模由759.5亿元下滑至654.7亿元，同比增速下滑13.8%。经济形势下行拉低了消费者购买力及玩具消费方面的支出，电子产品及虚拟娱乐的多种类选择对玩具市场也带来一定冲击。玩具市场均价由113.3元下滑至79.0元，同比下滑30.2%，大促对当月均价有明显带动作用，也是消费者集中购买高价位玩具产品的主要场景。大促月份外，市场均价目前稳定在60-80元波动。

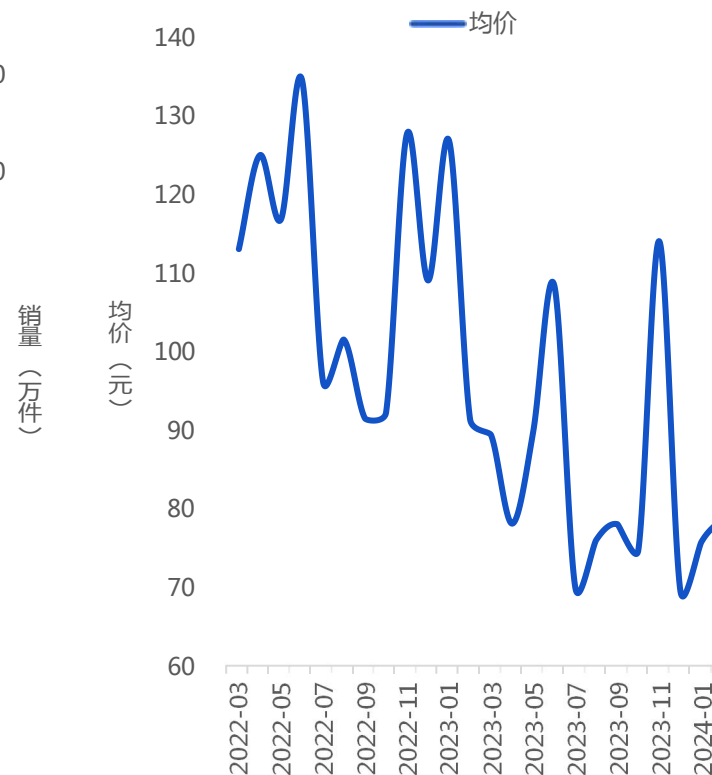
2022.03-2024.02

主流电商平台玩具市场销售趋势



2022.03-2024.02

主流电商平台玩具均价走势



数据来源：魔镜洞察

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/507032125121006104>