

Moojing Marke Intelligence



魔镜洞察市场研究报告

母婴喂养耐用品赛道机会发现—for babycare

SPEAKER: 魔镜团队

DATE: 2024年3月



Contents 目录

01 母婴市场扫描

2. 婴童喂养耐用品分析

3. 婴童喂养电器分析



取数规则说明:

- 本次研究选取了淘宝和天猫平台类目：婴童用品、母婴厨房小家电、母婴个护小家电、吸奶器/配件
- 本次研究选取了京东平台类目：母婴

电商数据处理规则说明:

- 使用魔镜电商聆听查看所有相关评论文本，对其中的各方面维度标签，以及差评、人群信息进行维度归纳和整理

社交舆情处理规则说明:

- 使用魔镜社交聆听查看微博、抖音以及小红书近一年与推文中含有相关关键字的相关推文



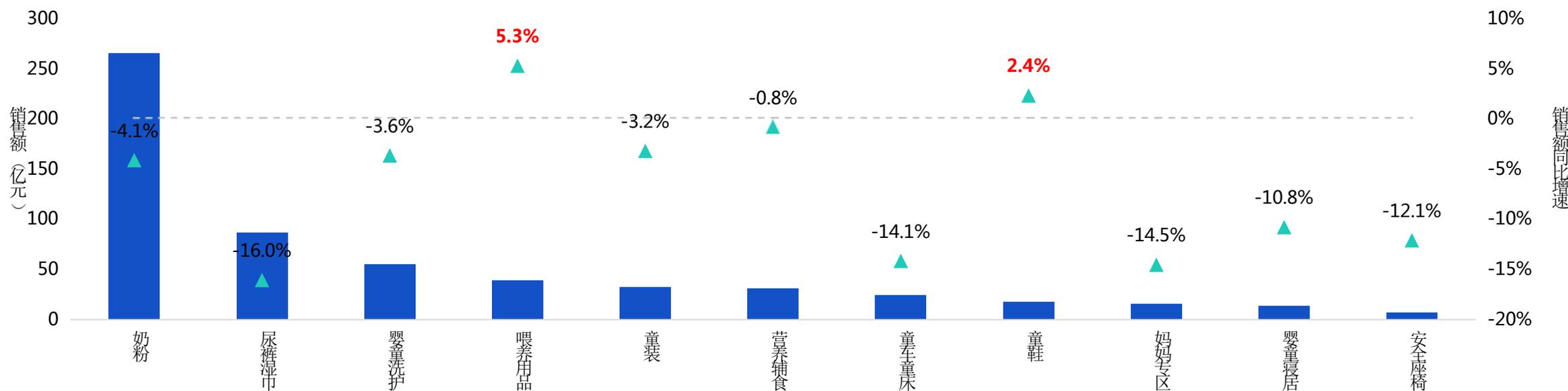
Part 1 母婴市场扫描

京东平台母婴细分品类概况



- 2023年京东平台母婴主要二级类目中，奶粉仍为第一大品类，全年销售额265.8亿元，同比下降4.1%；
- 喂养用品同比增长了5.3%，其中top3品牌贝亲、世喜、babycare均实现了10%以上增长，奶瓶奶嘴的销售表现也好于淘系平台；此外童鞋也获得了2.4%的小幅增长。

2023年1-12月京东平台母婴相关二级类目销售和增长情况对比



数据来源：魔镜洞察

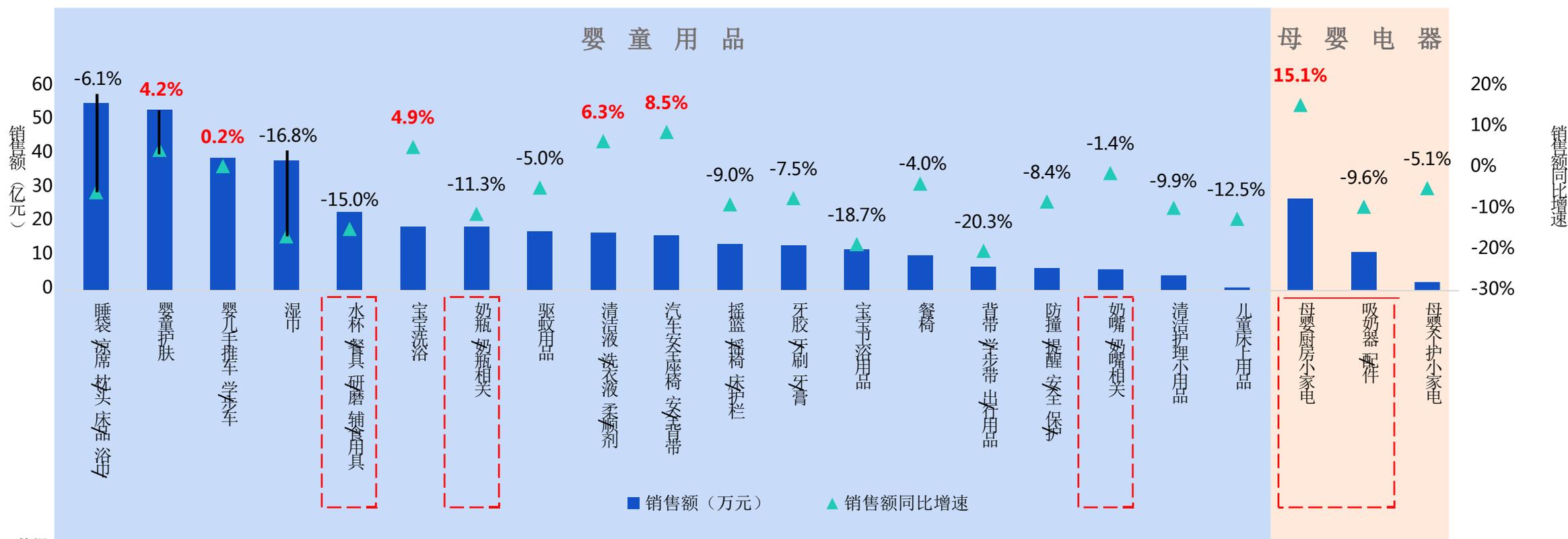
■ 销售额 (万元) ▲ 销售额同比增速

天猫淘宝平台母婴细分品类概况



- 2023年从淘宝天猫平台婴童用品类目走势看，婴童护肤、婴儿手推车/学步车、宝宝洗浴、清洁液/洗衣液/柔顺剂、汽车安全座椅/安全背带等5个类目出现增长，水杯/餐具/研磨/辅食用具、奶瓶/奶瓶相关、奶嘴/奶嘴相关等喂养用具均有所下降；
- 从母婴电器类来看，厨房小家电增速较快，23年同比增长15.1%，吸奶器和母婴个护小家电则有所下滑。

2023年1-12月天猫淘宝平台母婴相关二级类目销售和增长情况对比



数据来源：魔镜洞察



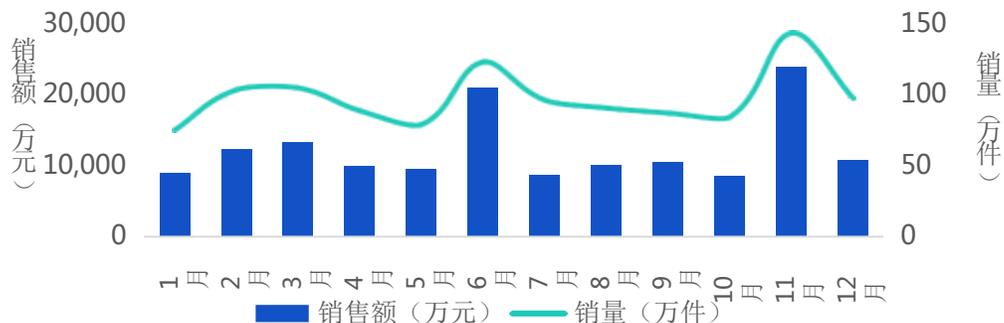
Part 2 婴童喂养耐用品分析

婴童喂养耐用品分析 | 奶瓶



- 2023年淘系平台奶瓶的销售情况呈下降趋势，总体市场规模达**14.8**亿元。较22年相比，销售额同比有明显减少；
- 奶瓶相关话题在主流社媒的讨论声量呈上升趋势且在**11月**暴增，较去年相比，同比增长了**172.4%**，较多的声量为婴童相关社会新闻或是热门趣事帖子，但互动量下降明显；
- **贝亲、Hegen和世喜是TOP3的品牌，babycare位列第五，占市场份额的1.4%**，TOP10品牌的市场份额，即CR10，为**77.3%**。

2023年 天猫淘宝 奶瓶销售额和销量走势



2023年天猫淘宝 奶瓶TOP10品牌

品牌	销售额 (万元)	市占率	同比增速
贝亲	47632.8	32.1%	-13.8%
Hegen	30569.2	20.6%	-10.6%
世喜	17860.3	12.0%	24.0%
布朗博士	7294.9	4.9%	54.1%
babycare	2144.2	1.4%	-23.2%
可么多么	2143.8	1.4%	-56.0%
小土豆	1832.9	1.2%	-38.3%
爱得利	1760.1	1.2%	-2.0%
欧贝妮	1708.8	1.2%	-10.6%
奶爸爸	1671.6	1.1%	45.7%

奶瓶产品示例

Hegen 新生儿宽口奶瓶



贝亲 自然实感奶瓶



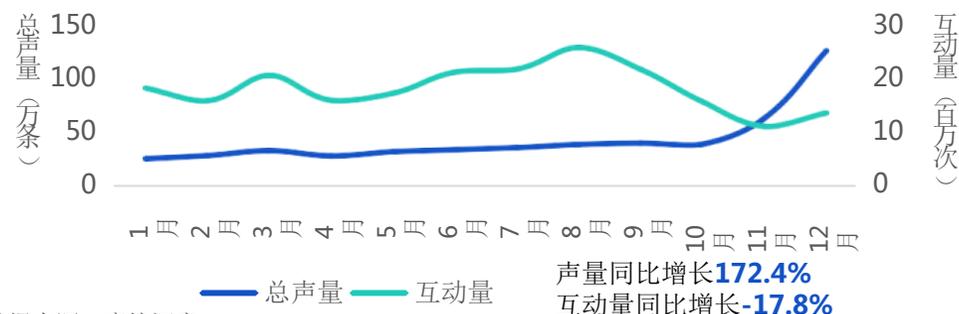
世喜 吸管奶瓶



布朗博士 防胀气宽口径玻璃奶瓶



2023年 微博、小红书和抖音平台 奶瓶的讨论声量和互动量走势



数据来源：魔镜洞察

重点品牌代表单品分析 | 贝亲

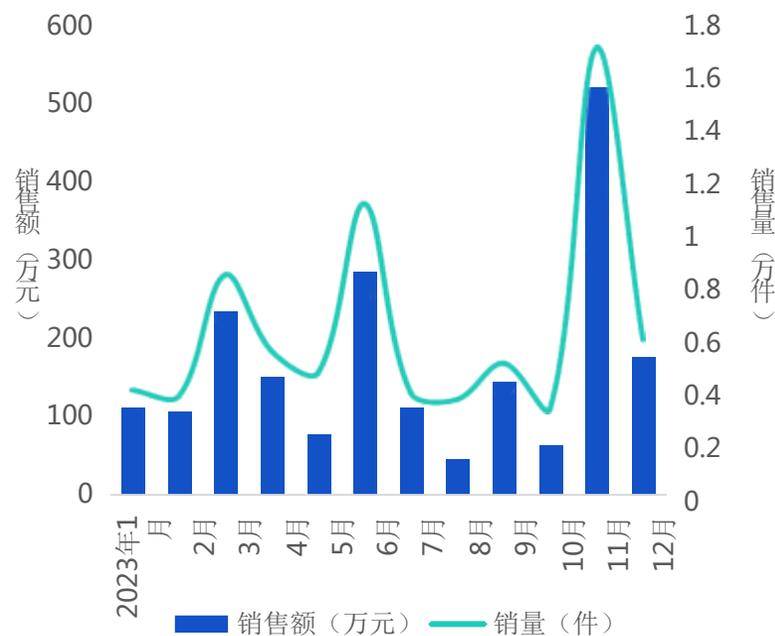


- 贝亲与迪士尼人物IP米奇和米妮联名，推出容量为160ml、240ml、330ml PPSU材质奶瓶；
- 2023年1-12月，淘系平台迪士尼PPSU玻璃奶瓶的**销售额达2028.3万元，销量7.7万件**；
- 消费者负向反馈主要以有**异味/气味、外观设计、便捷性**为主。消费者认为尽管清洗数遍，奶瓶依旧有异味；部分消费者认为外观的设计影响观感，存在色差等情况；不少消费者表示难以清洗或消毒。

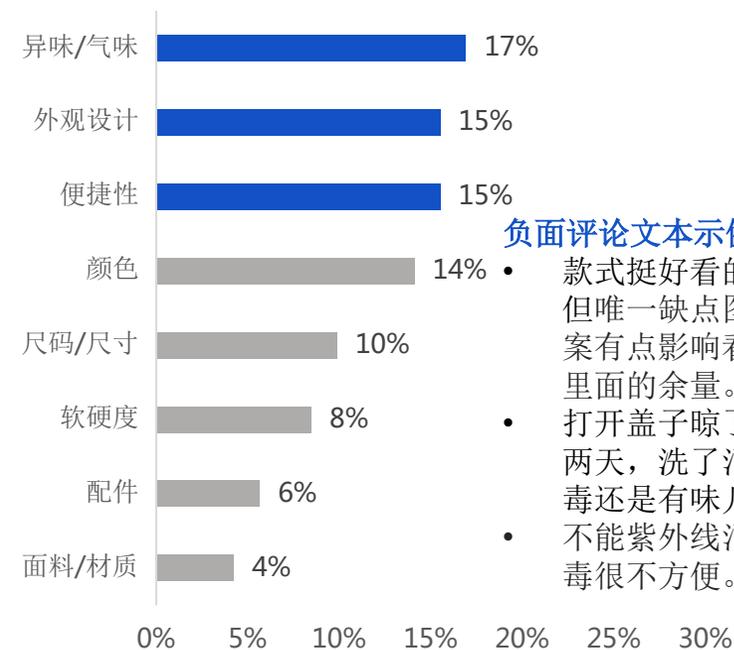
迪士尼PPSU玻璃奶瓶	
销量	7.7万
旗舰店标价	239元/件
上线时间	2022年6月
核心卖点	可爱联名造型；材质安全； 指导含衔；顺畅吮吸

统计时间范围：2023年1月-12月

2023年1-12月 天猫淘宝 迪士尼PPSU玻璃奶瓶



2023年1-12月 天猫 迪士尼PPSU玻璃奶瓶负向评价分布



负面评论文本示例：

- 款式挺好看的，但唯一缺点图案有点影响看里面的余量。
- 打开盖子晾了两天，洗了消毒还是有味儿。
- 不能紫外线消毒很不方便。

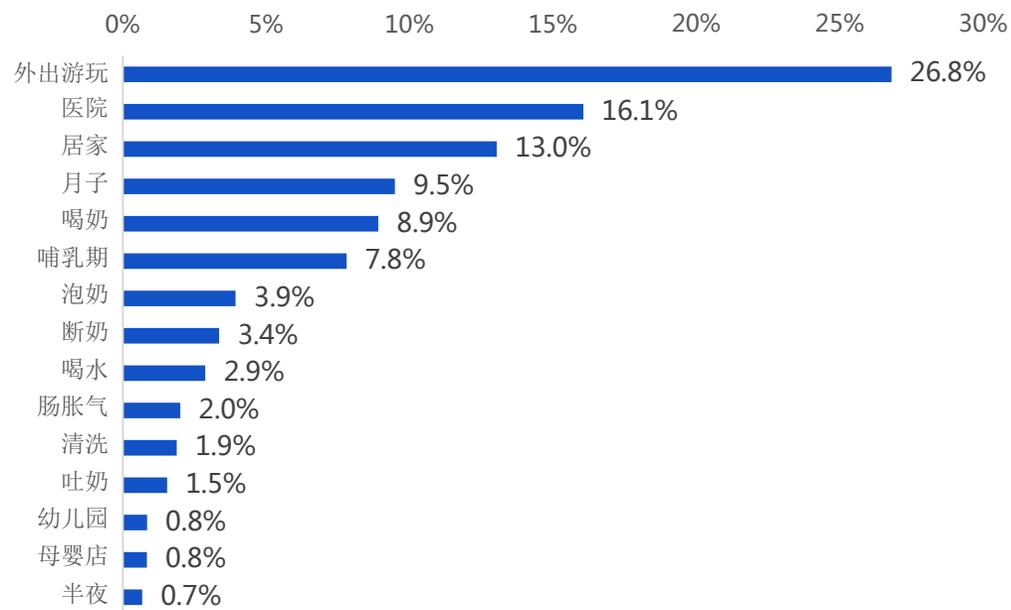
数据来源：魔镜洞察

奶瓶的场景和功能分析 | 外出游玩是产品的重点场景，防胀气功能讨论热度高

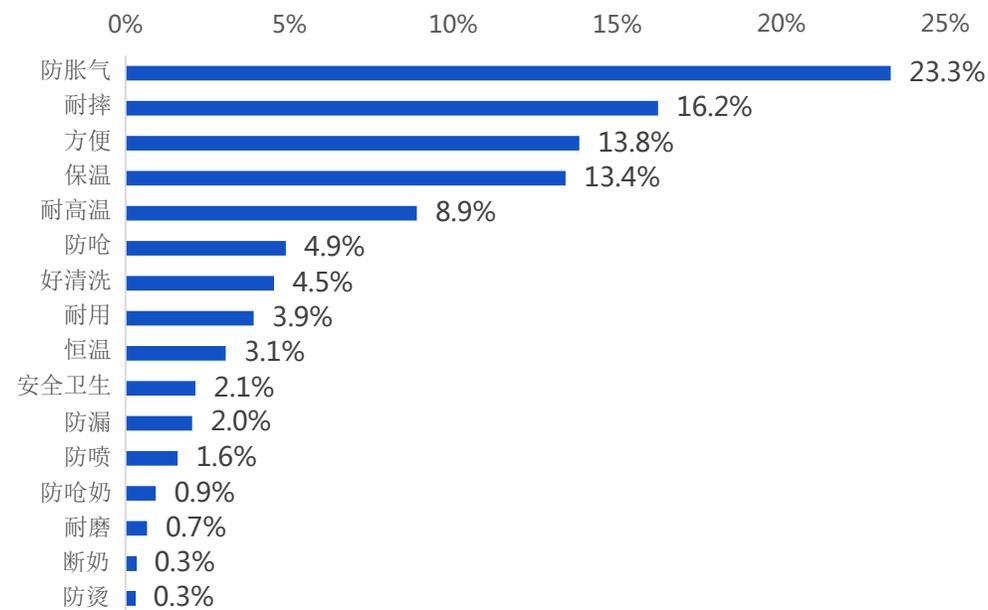


- 在主流社媒提及奶瓶的声量中，‘**外出游玩**’的场景声量数量占比为**26.8%**，其次是‘医院’，占比约为**16.1%**。讨论的场景中出现较多使用奶瓶前、使用时或使用后的场景，如‘清洗’、‘喝奶’、‘泡奶’、‘吐奶’、‘喝水’等场景，这类场景的讨论多为科普推文；
- 对于奶瓶的功能特点方面，‘**防胀气**’是讨论热度最高的功能词，声量占比为**23.3%**，声量讨论多为安利防胀气功能的奶瓶，并科普其设计原理。其它讨论较高的功能特点为‘耐摔’、‘方便’、‘保温’等。

2023年1-12月 主流社媒平台 奶瓶的消费场景讨论分布



2023年1-12月 主流社媒平台 奶瓶的功能功效讨论分布



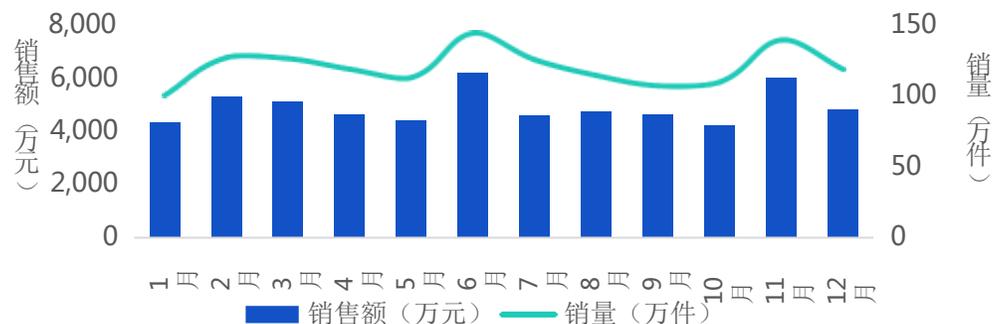
数据来源：魔镜洞察

婴童喂养耐用品分析 | 奶嘴



- **2023年淘系平台奶嘴的销售情况呈放缓趋势**，总体市场规模达5.9亿元。较22年相比，销售额同比有轻微下降；
- 在主流社媒的讨论声量呈上涨趋势，且较去年相比，同比增长**60.0%**，较多的声量围绕着婴幼儿健康喂养和萌娃趣事等话题，但互动量有小幅下降；
- 贝亲、世喜和Hegen是TOP3的品牌，**babycare**位列第五，占市场份额的**1.6%**，TOP10品牌的市场份额为**66.5%**。此外，由于**Woibaby**的奶嘴产品在22年6月上线淘天平台，因此在一众品牌中增长最快。**Cady King**作为新锐品牌，**轻柔无色素安抚奶嘴吸引了重视安全性和柔软材质的消费者。**

2023年 天猫淘宝 奶嘴销售额和销量走势



2023年 天猫淘宝 奶嘴TOP10品牌

品牌	销售额 (万元)	市占率	同比增速
贝亲	14204.0	24.0%	-15.0%
世喜	11981.5	20.3%	8.1%
hegen	5368.3	9.1%	1.1%
新安怡	2604.2	4.4%	-9.2%
babycare	943.2	1.6%	-25.7%
woibaby	892.9	1.5%	784.0%
布朗博士	854.8	1.4%	14.2%
可么多么	851.9	1.4%	-55.8%
飞利浦	843.7	1.4%	-8.2%
cady king	799.2	1.4%	157.5%

奶嘴产品示例

世喜 吸管奶嘴



贝亲 宽口径奶嘴



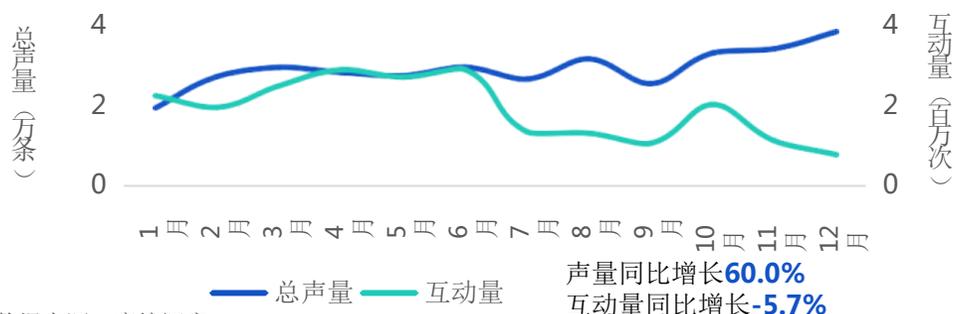
Hegen 原装进口 婴儿宝宝智能奶嘴



Cady King 无色素 轻柔安抚奶嘴



2023年 微博、小红书和抖音平台 奶嘴的讨论声量和互动量走势



数据来源：魔镜洞察

重点品牌代表单品分析 | Woibaby



适用赫根奶瓶吸管重力球奶嘴	
销量	15.6万
旗舰店标价	35.9元/件
上线时间	2022年9月
核心卖点	通用赫根奶瓶全系列；吸奶不漏气；咬合出水闭合不漏水

统计时间范围：2023年1月-12月

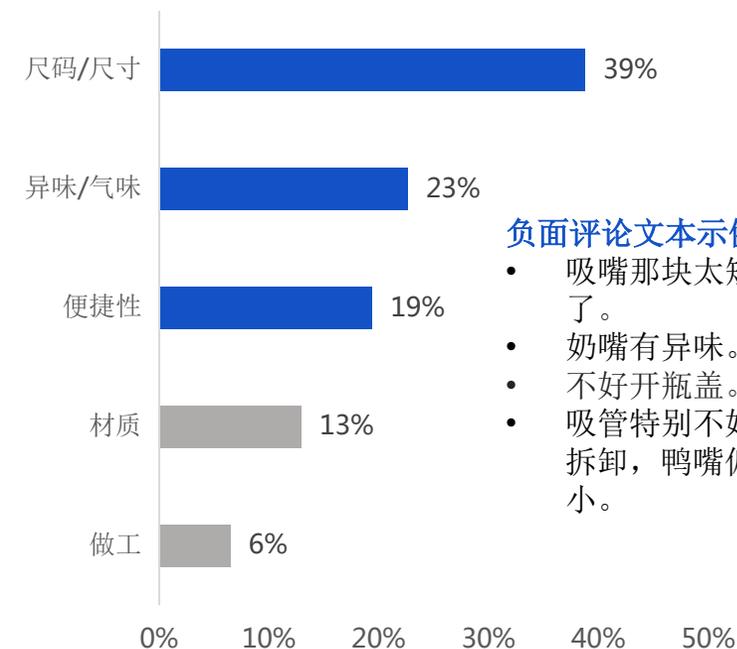
数据来源：魔镜洞察

- Woibaby根据市面上热门的奶瓶商品，推出适合其规格的奶嘴配件，且涵盖了多年龄段的需求；
- 2023年1-12月，淘系平台适用赫根奶瓶吸管重力球奶嘴的**销售额达657.3万元**，**销量15.6万件**；
- 消费者负向反馈主要以有**尺码/尺寸、异味/气味、便捷性**为主。消费者对尺寸的感受略有不同，部分认为鸭嘴尺寸偏大，或是吸嘴较短；一些消费者认为产品有明显的异味；另外，有消费者反馈奶嘴不好拆卸，难以拧开等使用不便利的问题。

2023年1-12月 天猫淘宝 适用赫根奶瓶吸管重力球奶嘴



2023年1-12月 天猫 适用赫根奶瓶吸管重力球奶嘴负向评价分布



负面评论文本示例：

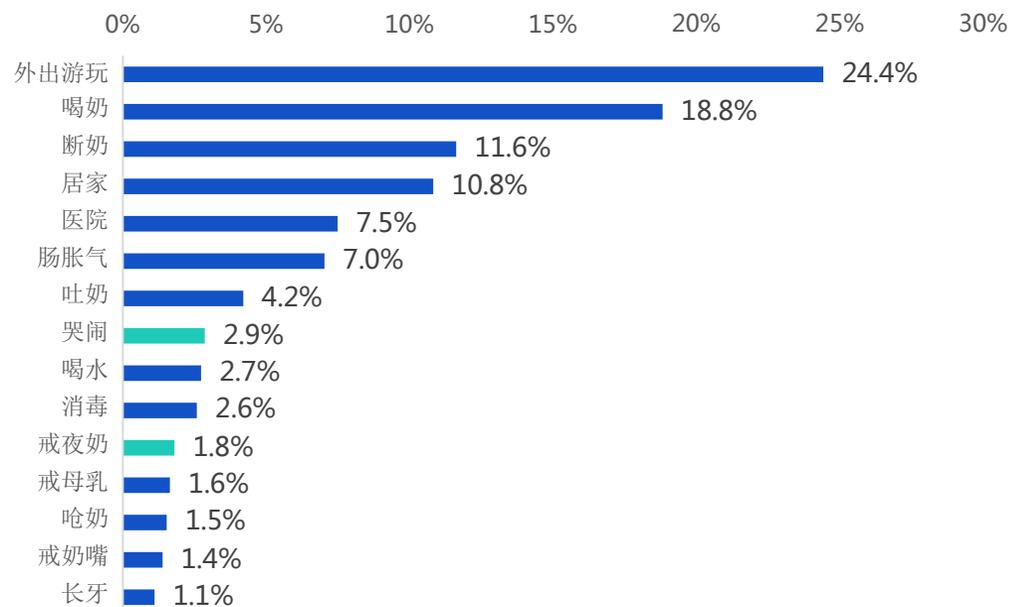
- 吸嘴那块太短了。
- 奶嘴有异味。
- 不好开瓶盖。
- 吸管特别不好拆卸，鸭嘴偏小。

奶嘴的场景和功能分析 | 用户关注奶嘴在断奶期的帮助及产品材质柔软

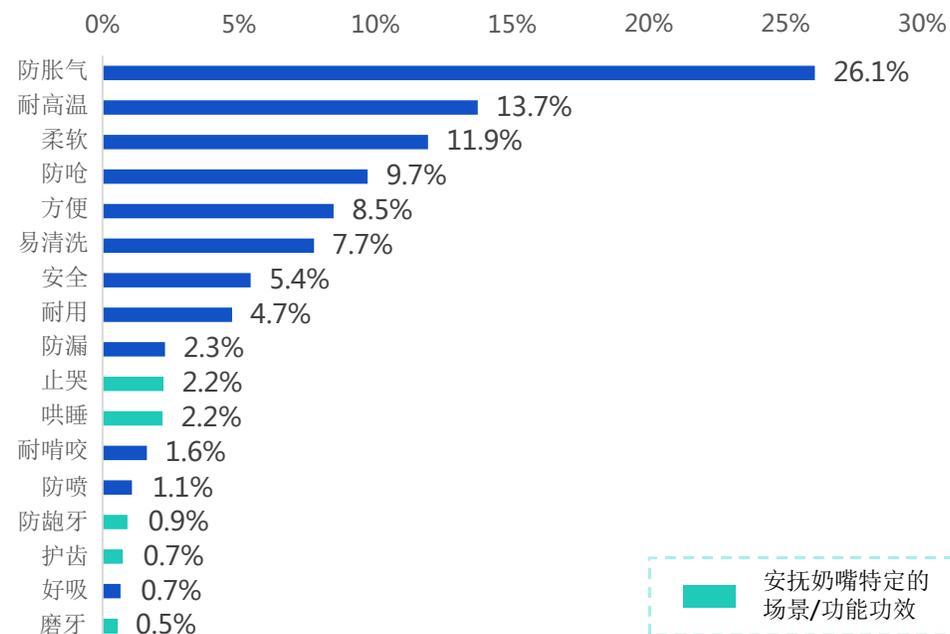


- 在主流社媒提及奶嘴的声量中，‘**外出游玩**’的场景声量数量占比为**24.4%**，其次是‘**喝奶**’、‘**断奶**’场景。用户讨论的场景主要围绕着孩子喝奶时遇到的各种状况，如‘**肠胀气**’、‘**吐奶**’等，或是处于断奶期，用户关注怎么利用奶嘴科学断奶；
- 对于奶嘴的功能特点方面，‘**防胀气**’是讨论声量较高的词，占比为**22.9%**，相关讨论多为介绍防胀气功能的奶嘴。‘**柔软**’的声量占比为**11.9%**，用户关注奶嘴使用舒适的材质特点。**用户对于安抚奶嘴，较为关心的是止哭和哄睡效果，防龋牙和磨牙、保护牙齿。**

2023年1-12月 主流社媒平台 奶嘴的消费场景讨论分布



2023年1-12月 主流社媒平台 奶嘴的功能功效讨论分布



■ 安抚奶嘴特定的场景/功能功效

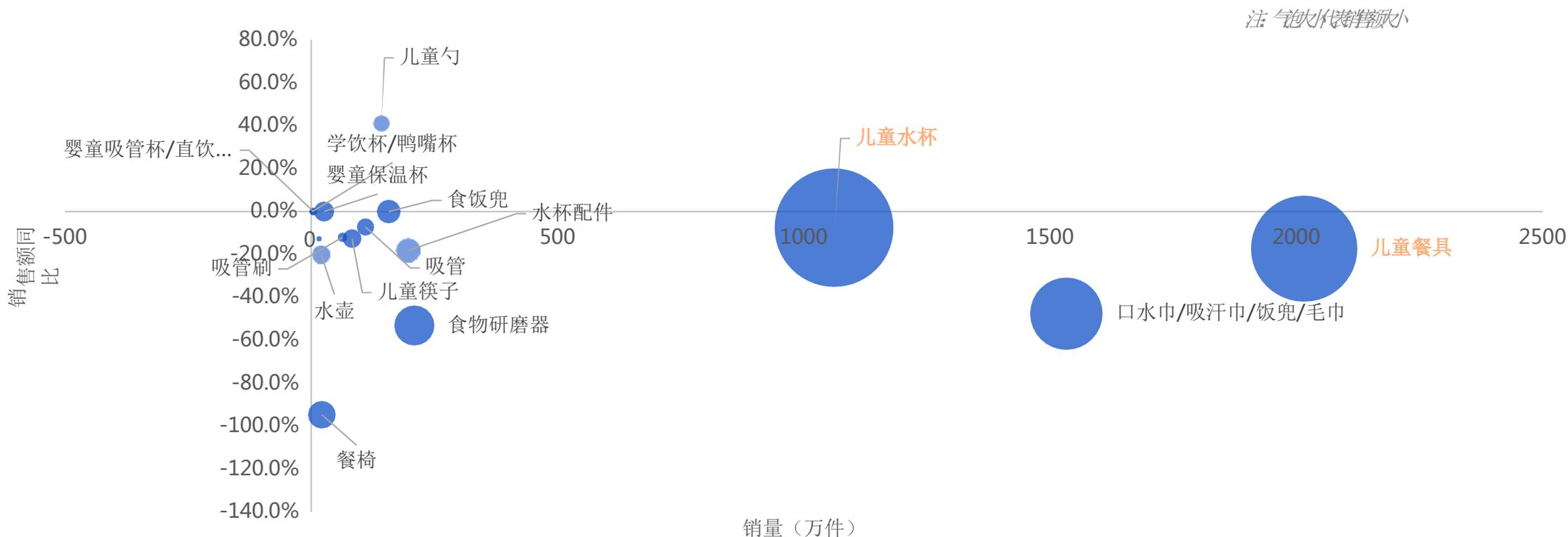
数据来源：魔镜洞察

水杯/餐具/研磨/辅食工具各细分品类表现



- 23年1-12月期间，淘系平台上销售规模TOP3的类目为儿童水杯、儿童餐具和口水巾/吸汗巾/饭兜/毛巾，分别为10.4亿元、8.3亿元和3.9亿元。其中儿童水杯的市场份额占比最大，达39.1%，但销售额与去年相比略有下滑。

2023年1-12月 水杯/餐具/研磨/辅食各细分品类销售及增速对比



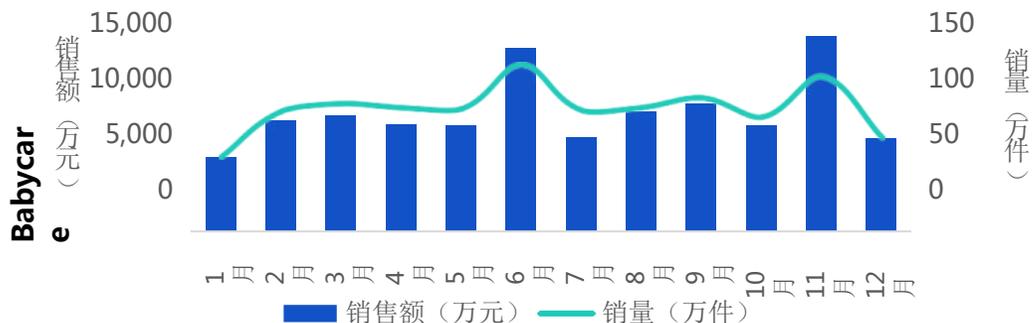
数据来源：魔镜洞察

婴童喂养耐用品分析 | 儿童水杯



- 2023年1-12月期间，儿童水杯的销售趋势较稳定，受618和双十一购物节的影响，6月和11月销售额和销量有明显上升。儿童水杯在淘系平台的总体销售规模达10.4亿元，销量达1061.5万件；
- 从社媒平台看，儿童水杯的讨论热度较去年同期有所增长，涨幅达34.7%，多数母婴达人帖子从水杯的实用性和颜值两方面种草目标消费者。但互动量较去年相比，同比下降18.7%；
- 淘系平台23年儿童水杯销量TOP3的品牌为：babycare、膳魔师和世喜。其中，babycare销售额位居榜首，达1.7亿元，同比增速超过45%，市占率为16.2%。

2023年天猫淘宝儿童水杯销售额和销量走势



2023年天猫淘宝儿童水杯TOP10品牌

品牌	销售额 (万元)	市占率	同比增速
babycare	16784.0	16.2%	48.5%
膳魔师	12376.4	11.9%	14.6%
世喜	8950.8	8.6%	12.0%
科巢	3132.5	3.0%	-16.3%
皇宠	2933.5	2.8%	17.8%
bebebus	2347.6	2.3%	-
grosmimi	2341.5	2.3%	-51.9%
可优比	2120.5	2.0%	-36.6%
利其尔	1968.3	1.9%	-46.8%
迪士尼	1891.9	1.8%	-10.6%

儿童水杯产品示例



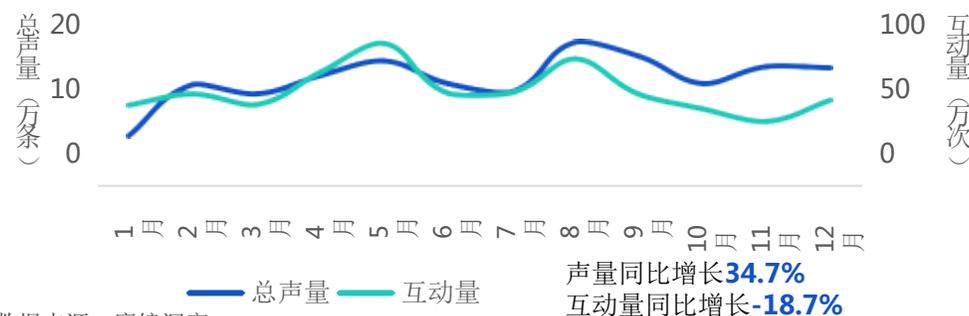
龙保温杯

萌趣



膳魔师儿童保温杯
杯盖带手柄学饮杯

2023年微博、小红书和抖音平台儿童水杯相关的讨论声量和互动量走势



数据来源：魔镜洞察

重点品牌代表单品分析 | BeBeBus彩虹学饮杯



- BeBeBus彩虹学饮杯于23年4月上市，主打两段式学饮，可替换鸭嘴、吸嘴，吸奶喝水两不误。采用Air-Loop防胀气设计，实现水汽分离，不胀气不呛奶；
- 2023年4-12月，淘系平台**销售额达1856万元**，**销量为5.6万件**；
- 消费者负向反馈主要集中在**异味/气味、便捷性、外观设计**三方面。消费者认为产品塑料味大，即使反复清洗仍难闻；另有消费者认为学饮杯拆卸不方便，清洗较困难；从外观设计看，刻度线不够清晰明了。

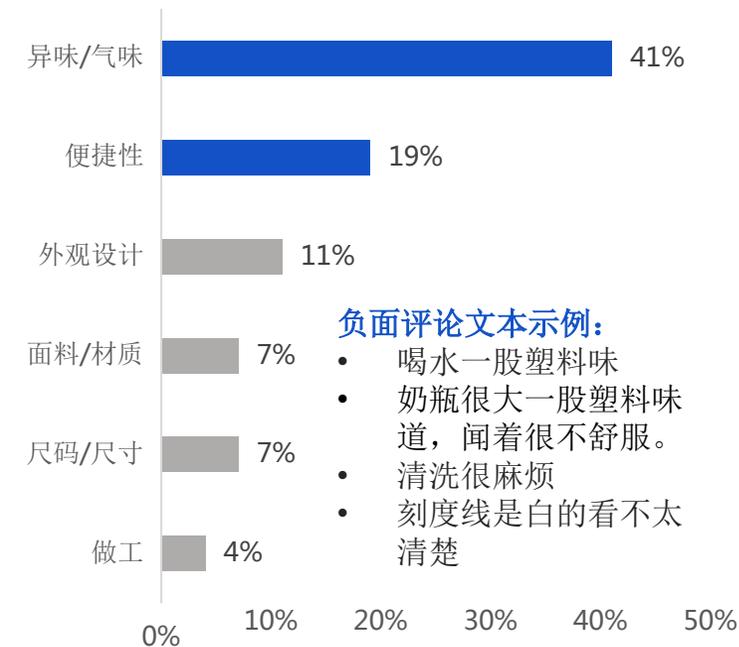
BeBeBus彩虹学饮杯	
销量	5.6万
旗舰店标价	309元/件
上线时间	2023年4月
核心卖点	两段式学饮；360°重力球；Air-Loop防胀气

统计时间范围：2023年1月-12月

2023年4-12月天猫淘宝BeBeBus彩虹学饮



2023年4-12月天猫BeBeBus彩虹学饮



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/958120104026006111>