



阿里鱼
ALIFISH

天猫母婴亲子
BABY.TMALL.COM



阿里数据
Alibaba Data

2020

中国市场IP电商指数报告

母婴亲子篇



前言

随着新消费时代的来临，中国消费市场正在经历用户从单纯的“物质消费”向复合型“精神消费”的转变。越来越多的人已经不再一味追求性价比和实用性，而更愿意为商品中所蕴含的文化和内容买单。在这样的背景下，IP也逐渐成为广大商家在产品开发和品牌营销上的合作首选。

2019年的母婴亲子电商市场也是如此。以占有B2C母婴电商市场过半份额的天猫为例*，2019年推出了IP合作授权商品的商家数量比前一年大幅增长117%，也助推整个母婴亲子行业中的IP授权商品销售额实现41%的提升。

快速增长的背后，是不同IP的亮眼表现。这份由阿里鱼IP研究中心、天猫母婴亲子和阿里数据共同发布的《2020中国市场IP电商指数报告：母婴亲子篇》包含了对母婴电商行业IP发展的年度趋势观察，以及对其中活跃IP从不同维度的多元解读。希望这份报告能够为行业中的品牌商家和版权方提供最真实和第一手的行业洞察和决策参考。

*根据易观行业报告，2018年中国网络零售B2C市场母婴品类交易份额中，天猫独占52.9%。

IP授权商品销售额稳步增长，持续助力母婴亲子行业大盘成长

2018-2019年天猫母婴亲子行业IP授权商品销售额继续取得41%增长，成为促进行业大盘增长的强劲“助推器”。

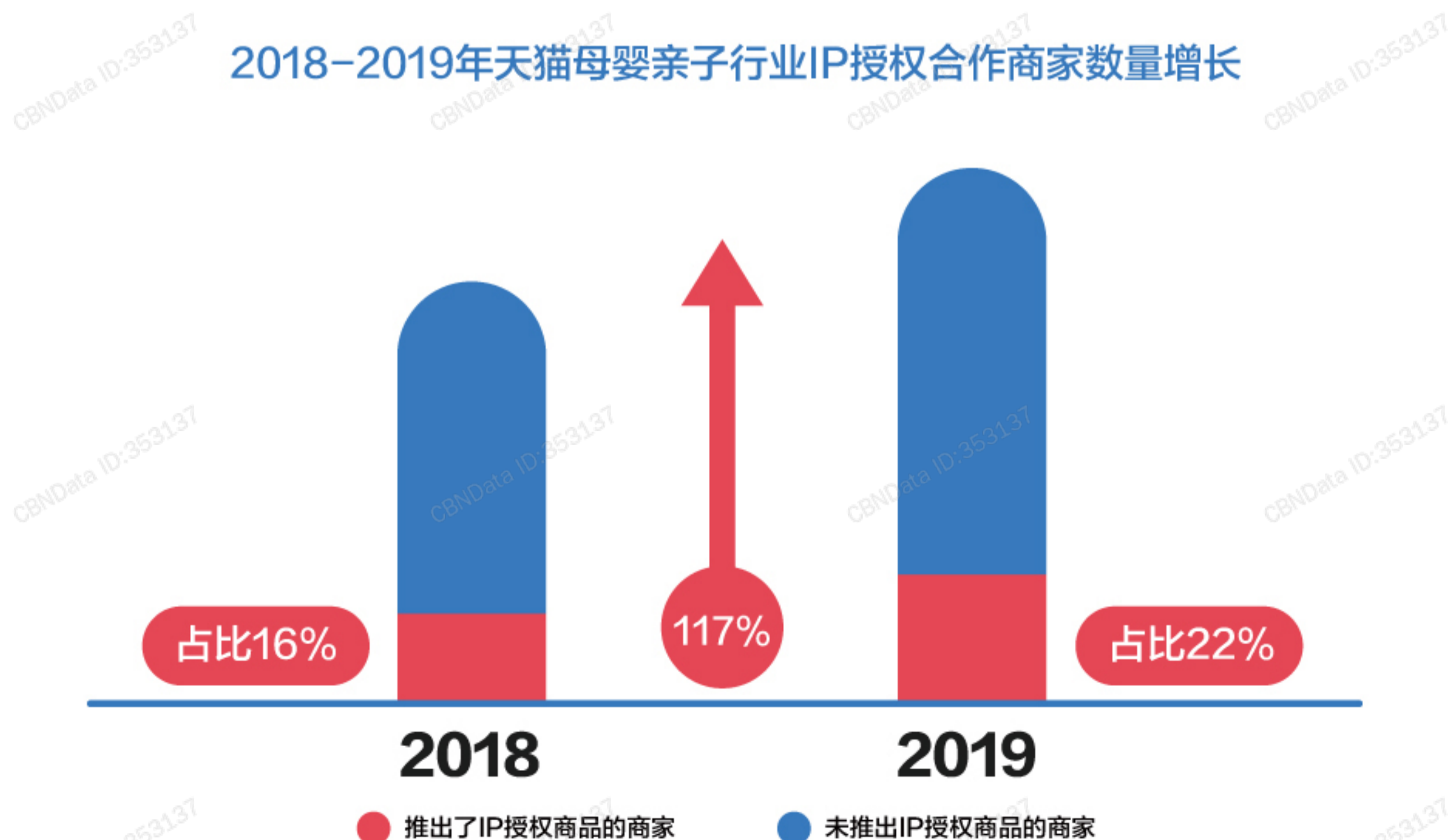
2018-2019年天猫母婴亲子行业IP授权商品销售额增长



商家IP合作意愿显著增强，2019翻倍增长迎来「爆发之年」

2019年，天猫母婴亲子行业中推出了IP授权商品的商家数量取得117%的爆发式增长，占比也从前一年的16%提升到22%，显示出商家对于IP授权的认可度和合作意愿显著增强。

2018-2019年天猫母婴亲子行业IP授权合作商家数量增长

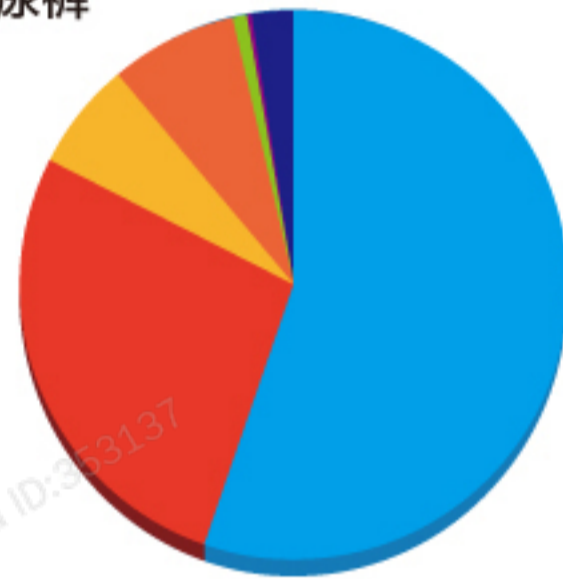
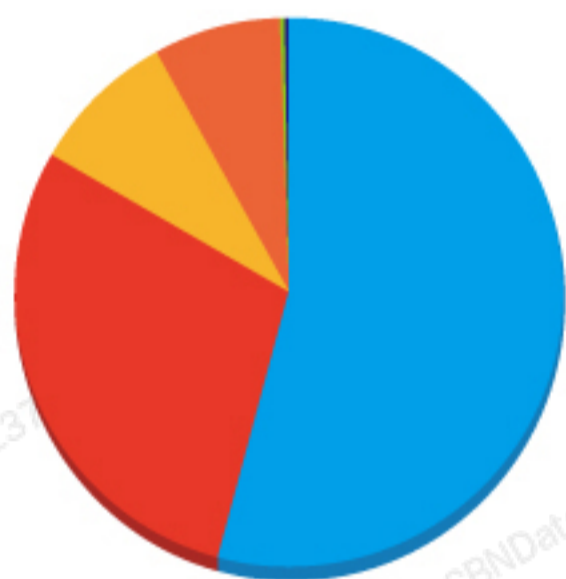
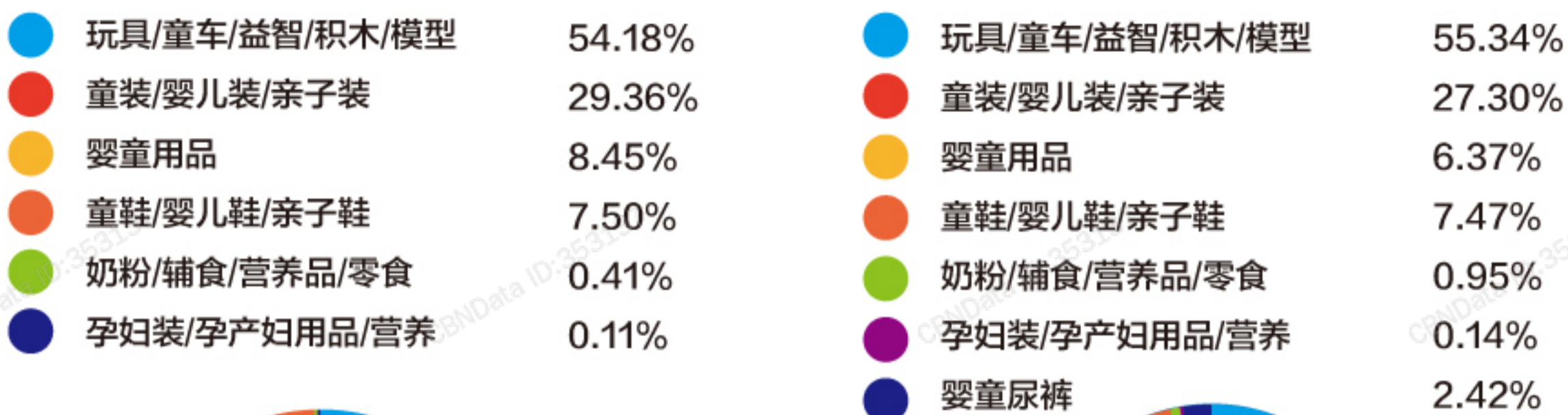


*数据来源：天猫母婴亲子行业数据。

类目分布基本保持稳定，玩具类目独占半壁江山

对比2018年和2019年，IP授权商品所在类目分布基本保持稳定。第一名玩具/童车/益智/积木/模型类目占比超过50%，独占半壁江山。童装/婴儿装/亲子装类目紧随其后，也占有较大份额。

2018-2019年天猫母婴亲子行业IP授权商品各类目分布



*2019年天猫母婴亲子进行类目调整，「婴童尿裤」从「婴童用品」中独立出来，单独设立类目。

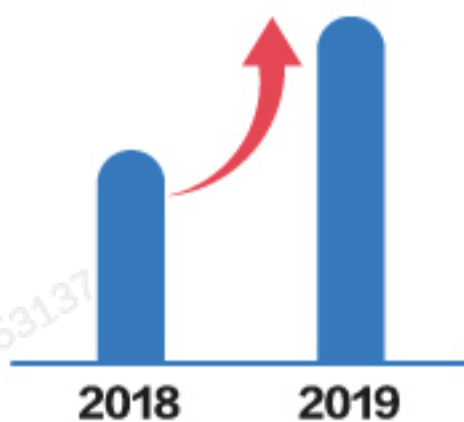
*数据来源：天猫母婴亲子行业数据。

奶粉辅食大幅领跑行业，多个类目齐头并进稳步增长

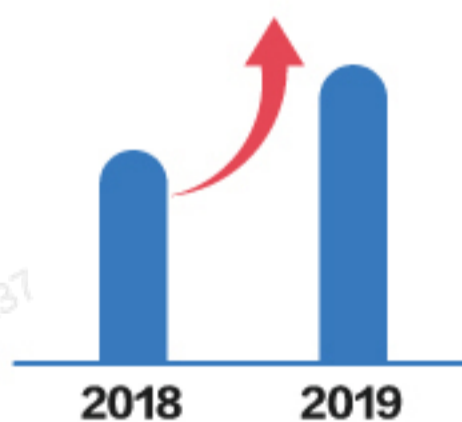
2019年，天猫母婴亲子各类目IP授权商品销售额均取得稳步增长，其中奶粉/辅食/营养品/零食类目更是以230%的超高速增长领跑整个行业。

2018-2019年天猫母婴亲子行业IP各类目亲子IP授权商品销售额增长

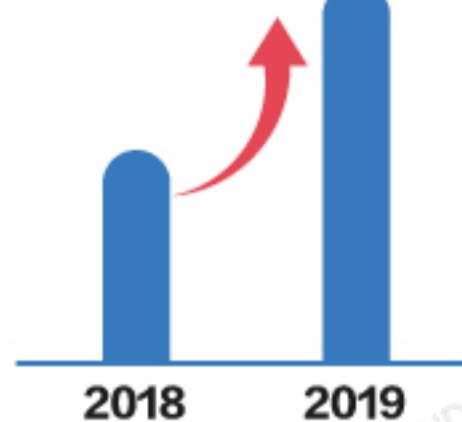
玩具/童车/益智/积木/模型
增速45%



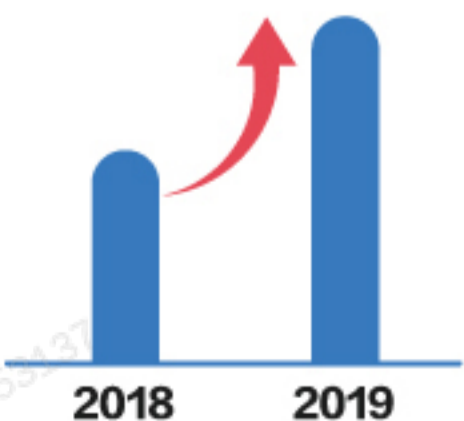
童装/婴儿装/亲子装
增速32%



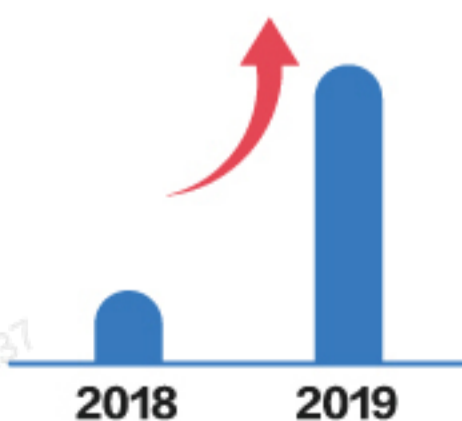
婴童用品
(含婴童尿裤)
增速47%



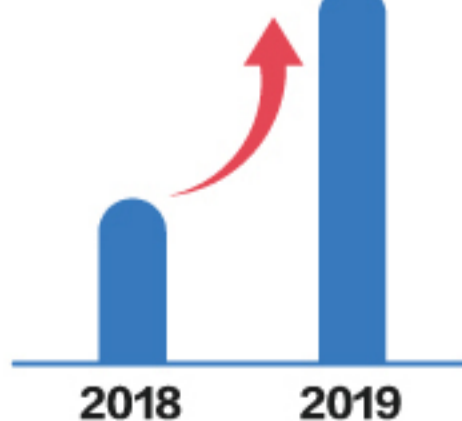
童鞋/婴儿鞋/亲子鞋
增速41%



奶粉/辅食/营养品/零食
增速230%



孕妇装/孕产妇用品/营养
增速89%



*数据来源：天猫母婴亲子行业数据。

经典品牌和形象表现强劲，迪士尼IP家族统治地位稳固

母婴亲子行业IP电商销售指数榜

排名	IP名称
1	乐高
2	奥特曼
3	米奇
4	Hello Kitty
5	冰雪奇缘
6	芭比娃娃
7	蜘蛛侠
8	小猪佩奇
9	汪汪队立大功
10	迪士尼公主

排名	IP名称
11	变形金刚
12	小熊维尼
13	超级飞侠
14	宝可梦
15	海绵宝宝
16	钢铁侠
17	美国队长
18	米菲
19	哆啦A梦
20	我的世界

YEARS OLD
45

2019年，在天猫和淘宝销量上名列前茅的Top20 IP「平均年龄」超过45岁，经典品牌和经典形象占据绝对优势。新IP中，仅有诞生于2015年的「超级飞侠」上榜。



从地区上看，Top20 IP中北美IP占11个，日本5个，欧洲3个，中国仅有1个。中国原创IP仍有较大提升空间。



老牌IP及授权帝国迪士尼优势明显，Top 20中有7个都属于其麾下。

*以IP授权商品销量等数据为基础，综合加权计算得出。
*数据来源：天猫&淘宝母婴亲子行业数据。

米奇系列在各类目全面发展，乐高则成为「偏科的王者」

总体而言，迪士尼旗下IP在各类目发展比较全面，很多都能跻身不同类目Top 10，特别是最经典的米奇系列更是唯一一个进入所有类目Top 10的IP。与之对应地，乐高仅凭玩具一个类目的出色表现就荣登年度总榜冠军，「得玩具者得天下」效应显著。

母婴亲子各类目IP电商销量指数榜

玩具/童车/益智/积木/模型		童装/婴儿装/亲子装		孕妇装/孕产妇用品/营养		童鞋/婴儿鞋/亲子鞋		婴童用品		婴童尿布		奶粉/辅食/营养品/零食	
排名	IP名称	排名	IP名称	排名	IP名称	排名	IP名称	排名	IP名称	排名	IP名称	排名	IP名称
1	乐高	1	米奇	1	米奇	1	蜘蛛侠	1	破乐乐	1	米菲	1	海绵宝宝
2	奥特曼	2	Hello Kitty	2	Hello Kitty	2	Hello Kitty	2	海绵宝宝	2	宝可梦	2	破乐乐
3	芭比娃娃	3	冰雪奇缘	3	小猪佩奇	3	汪汪队立大功	3	米奇	3	丑娃娃	3	哆啦A梦
4	小猪佩奇	4	蜘蛛侠	4	小熊维尼	4	米奇	4	狮子王	4	Hello Kitty	4	钢铁侠
5	冰雪奇缘	5	小熊维尼	5	米菲	5	冰雪奇缘	5	巧虎	5	狮子王	5	托马斯小火车
6	变形金刚	6	奥特曼	6	芝麻街	6	小猪佩奇	6	Hello Kitty	6	哆啦A梦	6	Hello Kitty
7	迪士尼公主	7	汪汪队立大功	7	哆啦A梦	7	迪士尼公主	7	小猪佩奇	7	爆笑虫子	7	小猪佩奇
8	超级飞侠	8	小猪佩奇	8	超级飞侠	8	奥特曼	8	哆啦A梦	8	米奇	8	冰雪奇缘
9	米奇	9	迪士尼公主	9	海绵宝宝	9	小熊维尼	9	加菲猫	9	会说话的汤姆猫	9	米奇
10	宝可梦	10	芭比娃娃	10	加菲猫	10	芭比娃娃	10	芭比娃娃	10	超级飞侠	10	巧虎

*以IP授权商品销量等数据为基础，综合加权计算得出。

*数据来源：天猫&淘宝宝婴亲子行业数据。

IP关注度与销量相关度高，宝可梦凭借大电影和热点事件排名跃升明显

与IP销量指数榜对比，两榜Top 10的重叠率为80%，Top 20的重叠率为75%，显示出通常情况下，特别是排名靠前的IP关注度与销量之间存在较高的相关度。其中，宝可梦借助电影《大侦探皮卡丘》和“阿里动物园集体绒化”等社会热点事件，在2019年5月排名实现跃升，并最终位列年度三甲。

母婴亲子行业IP电商关注指数榜

排名	IP名称
1	乐高
2	迪士尼公主

排名	IP名称
11	钢铁侠
12	变形金刚

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16916

