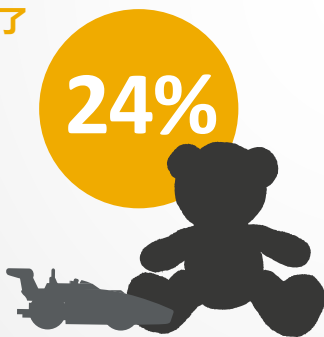


7月中国玩具电商市场销量表现强劲

随着夏季来临，中国消费者逐渐恢复了正常生活。在后疫情环境下，由于暑期档的利好，玩具购买量有所增长。7月中国玩具电商市场总规模为3.5亿美元，年同比增长22%。消费者行为是如何影响这一增长的？**以下是数据见解。**

最受欢迎产品

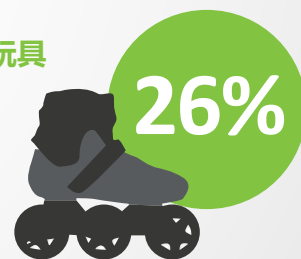
24%的消费者购买了
婴幼儿/学前玩具，
这是中国最受欢迎的
玩具品类。



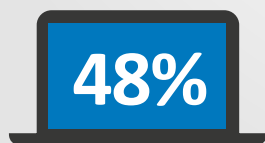
户外活动产品

暑假期间，家长和孩子在娱乐休闲类的户外活动上所花费的时间和金钱更多。

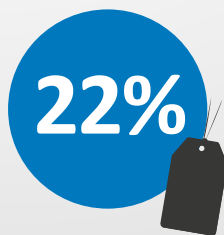
户外和运动类玩具对玩具
电商市场增长的贡献
最大，高达26%。



购买渠道



48%的消费者选择从
线上的品牌旗舰店
购买玩具。



从线上品牌旗舰店来看，**京东**
的玩具销售额年同比增长
22%，比天猫平台快（增长
11%）。

中国玩具电商销售追踪服务可对中国国内或跨境玩具电商销售情况进行追踪。我们致力于为您答疑解惑，帮助您制定中国玩具市场策略，自信地做出迅速而明智的决定。

资料来源：NPD集团/中国玩具电商销售追踪服务，2019年7月与2020年7月对比



了解更多中国玩具行业洞察，请致电Samuel Yan：
+86 (21) 62753222 分机303或 samuel.yan@npd.com
扫描二维码关注NPD微信公众号，获取实时资讯。

