

CBN DATA
第一财经商业数据中心



2019天猫旅行箱 行业趋势报告

© 2019 CBNDData. All rights reserved.



目录 Content

1

**Part1: 一路“箱”伴:
线上旅行箱行业趋势总览**

2

**Part2: 更年轻更潮流:
线上旅行箱消费者洞察**

3

**Part3: 秀出生活、亮出个性:
线上旅行箱发展趋势**





一路“箱”伴： 线上旅行箱行业趋势总览

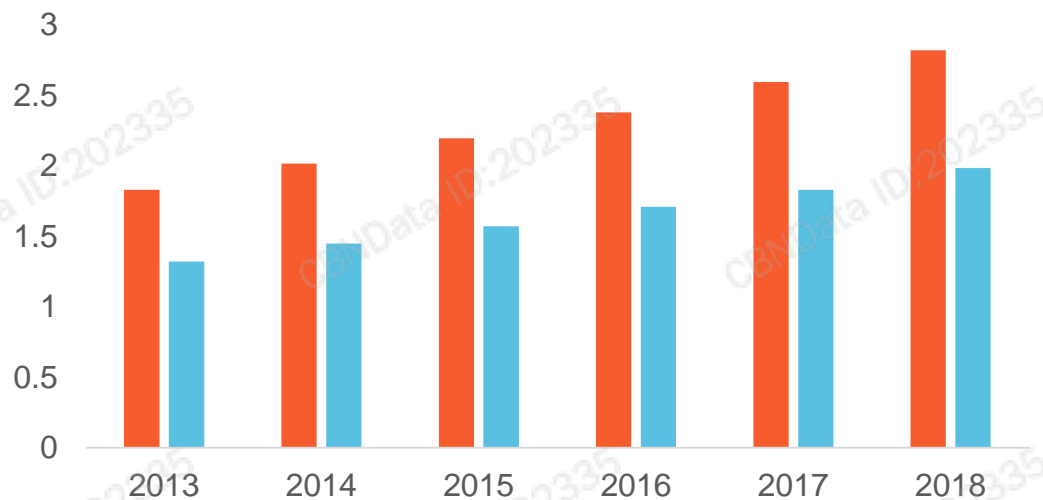
生活水平提升，旅游市场持续升温

我国居民收入和消费支出均良性增长，国民消费力持续加强，品质生活的追求成为社会关注点；旅游作为开阔眼界、增进感情、同时放松身心的有效方式，进入国民生活，国内旅游市场规模渐涨，单人次人均花费近千元。

2013-2019 居民人均可支配收入

单位：万元

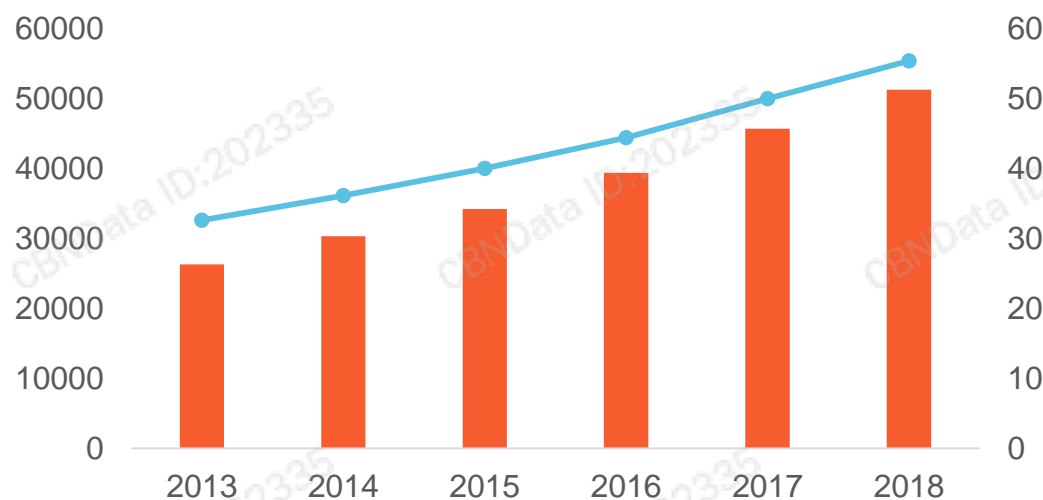
■ 人均可支配收入 ■ 人均消费支出



数据来源：国家统计局

2013-2019 国内旅游规模及游客人次

■ 国内旅游总花费 (亿元) ● 国内游客 (亿人次)



数据来源：国家统计局

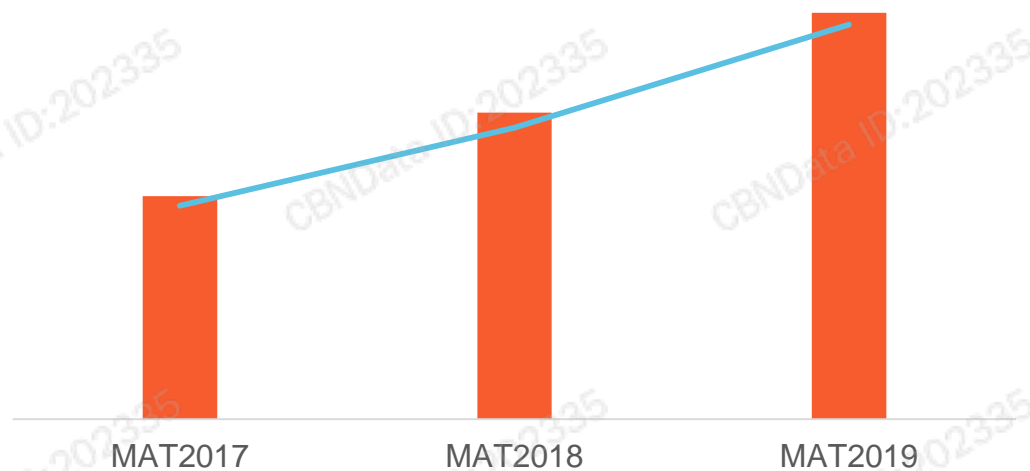
数据说明：左轴：国内旅游总花费，右轴：国内游客人次

线上旅行箱行业消费规模持续扩容，消费者选择空间更大

旅行箱作为旅行的高关联产品，受益于国民旅行兴致的提升，天猫旅行箱行业消费规模持续扩大；从供给端来看，众多旅行箱品牌商家入驻天猫，天猫旅行箱行业品牌数量逐年递增，消费者的选择空间逐步提升。

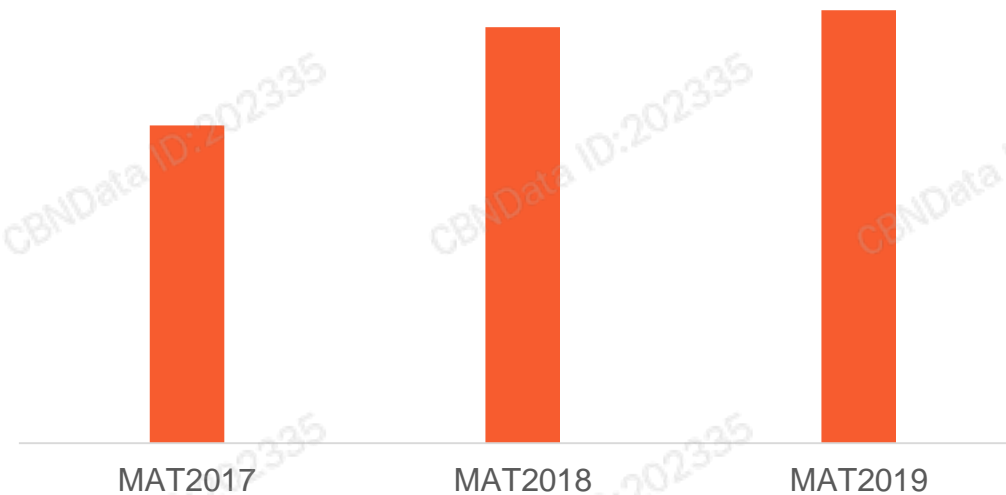
MAT2017-MAT2019 天猫旅行箱消费规模及人数

消费规模 消费人数



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2017-MAT2019 天猫旅行箱行业品牌数量



数据来源：CBNDATA消费大数据

中国品牌占据八成份额，海外品牌消费增速快

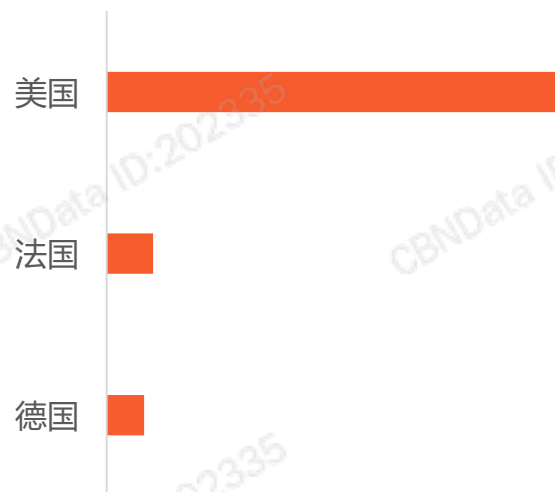
中国旅行箱品牌占据天猫旅行箱近八成的市场份额，海外品牌中，美国、法国、德国的旅行箱品牌最受消费者青睐；以加拿大、瑞典、意大利为代表的海外品牌增速显著高于行业水平，海外品牌份额提升。

MAT2019 天猫旅行箱中国品牌
所属地消费占比



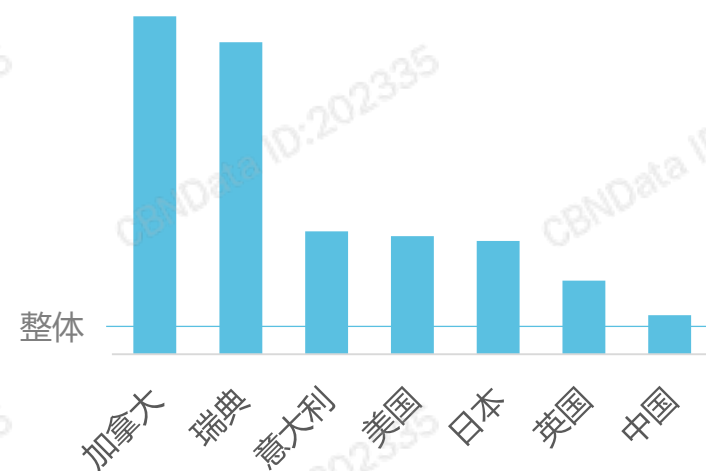
数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：中国品牌包括了港澳台地区

MAT2019 天猫旅行箱品牌所属
地消费占比TOP3海外国家



数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2019 天猫旅行箱品牌所属
地消费增速排名



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：中国品牌包括了港澳台地区



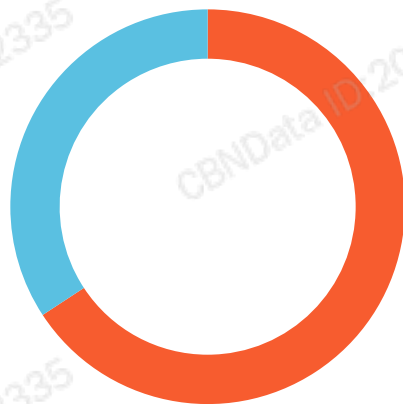
更年轻更潮流： 线上旅行箱消费者洞察

女性为消费主力，三线及以下低线城市消费增速较快，旅行箱消费全民态

女性贡献超六成的消费，是天猫旅行箱行业主力消费人群；从各城市线级消费金额占比来看，一线和二线城市消费者消费占比约60%，近两年来低线城市消费增速较高，消费金额占比不断提升。

MAT2019 天猫旅行箱消费金额
性别分布

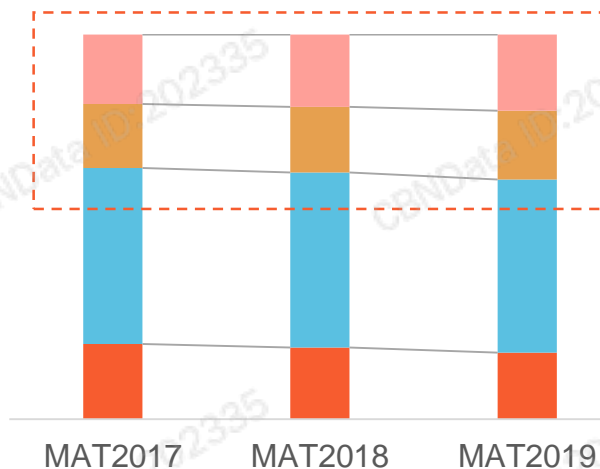
■ 女性 ■ 男性



数据来源：CBNData消费大数据

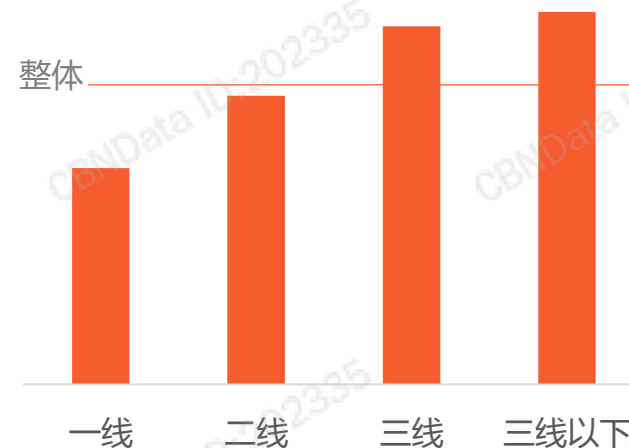
MAT2019 天猫旅行箱消费金额
城市线级分布

■ 一线 ■ 二线 ■ 三线 ■ 三线以下



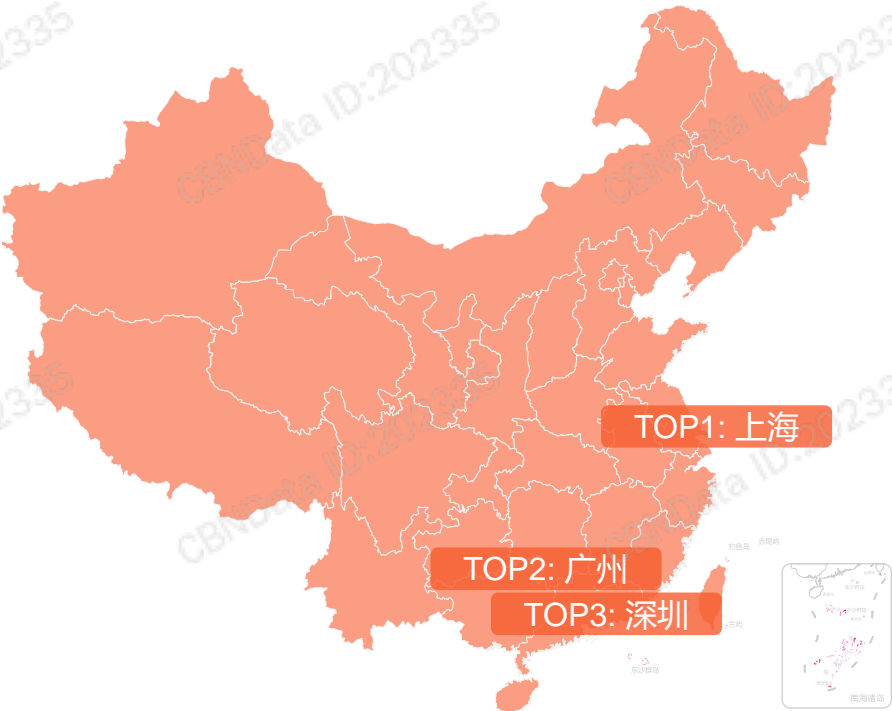
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 天猫旅行箱
各城市线级消费增速



数据来源：CBNData消费大数据

上海、广州、深圳、北京解锁旅行箱城市消费之“最”



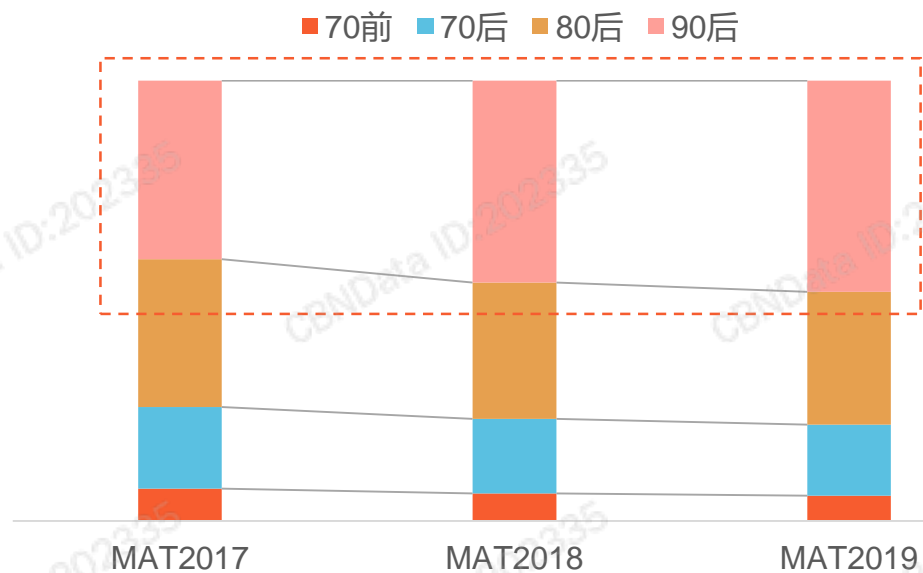
MAT2019 天猫旅行箱销量排名TOP10城市	
1	上海市
2	广州市
3	深圳市
4	北京市
5	杭州市
6	重庆市
7	成都市
8	武汉市
9	东莞市
10	苏州市

数据来源：CBNData消费大数据

90后已崛起，消费人数和消费力攀升

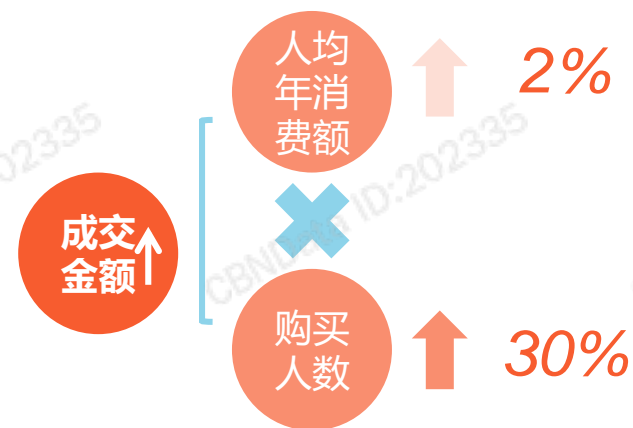
90后逐步面临初入职场、恋爱、成家、生子等一系列重要人生阶段，成长于物质丰饶年代的他们，带着自己的购买力，成为了消费市场的核心动力；90后年轻一代是天猫旅行箱行业的主力消费者，贡献近五成的消费金额，其购买人数的增长是90后天猫旅行箱消费规模扩大的主要因素，此外90后年人均消费金额也呈上升趋势。

MAT2017-MAT2019 天猫旅行箱行业消费金额分布



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 天猫旅行箱行业90后消费增长驱动因素拆解

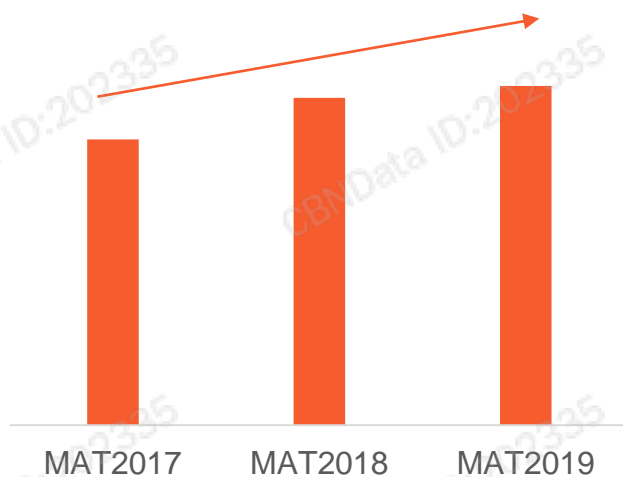


数据来源：CBNData消费大数据

年轻一代的时尚潮流观将成为行业引领趋势

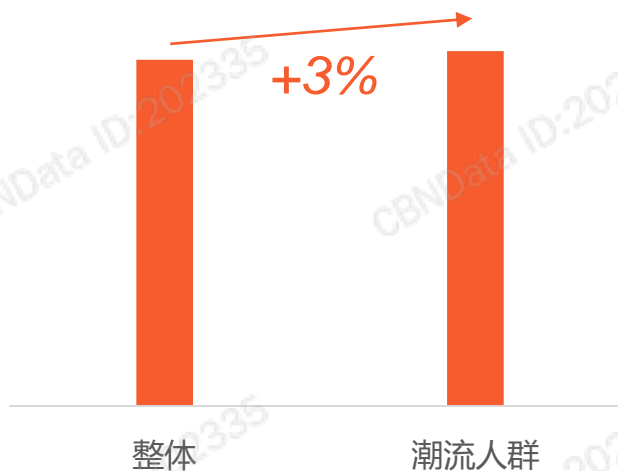
潮流人群天猫旅行箱消费占比趋势逐渐提升，有着较高时尚品味的潮流追随者平均消费件单价高于整体水平，有较强的消费能力；潮流人士年龄分布来看，90后人数占比显著高于其他代际，年轻一代的时尚潮流观将成为旅行箱行业重要的引导。

MAT2017-MAT2019 天猫旅行箱潮流人群消费占比趋势



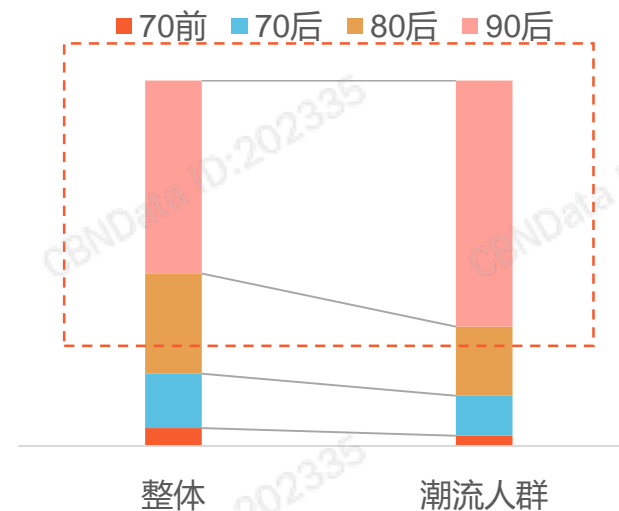
数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 天猫旅行箱潮流人群消费件单价



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2019 天猫旅行箱潮流人群各代际消费人数占比



数据来源：CBNData消费大数据

围绕儿童、学生、新婚、差旅的需求场景具象化

婚纱、移动电源、睡袋、旅行收纳用品与旅行箱行业关联度较高；天猫旅行箱人群类搜索关键词结果显示，除了男女性别标签外，宝宝、女童、少女、学生、新娘等人群关键词不断细化了消费者画像，同时结婚、短途、旅游等场景词，也将消费场景具象化，儿童旅行箱、学生出游、新婚蜜月等场景与旅行箱消费相关。

2019Q2 天猫旅行箱消费相关类目

二级类目	关联系数
婚纱/旗袍/礼服	2.286
移动电源	2.247
睡袋	2.250
旅行收纳用具	2.249
胸部护理	2.247
婚纱礼服配件	2.244
塑身分体套装	2.243
睡袍/浴袍	2.240
数码摄像机	2.222
铂金	2.205

数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：根据消费者2019年4-6月购买各行业订单进行分析，以关联度最高的20个一级类目，选取消费品类目展开分析；以旅行箱、移动电源两个行业为例，两个行业重叠人数占两者行业人数占比分别a和b，则关联系数为 $NORM.DIST(a) + 2 * NORM.DIST(b)$

MAT2019 天猫旅行箱人群及场景搜索关键词



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：人群搜索关键词大小取决于关键词pv

数据来源：CBNDATA消费大数据



秀出生活、亮出个性： 线上旅行箱发展趋势

秀出生活、亮出个性：线上旅行箱发展四大趋势关键词

近来行业观察到时尚的“触角”已经延伸到了旅行箱市场，“时髦精”的搭配原则正悄然引导着消费观念的转变，旅行箱不仅是收纳衣物的容器，如今它更是穿搭的一部分，机场、办公室等不同出行场合，都是“最佳秀场”。秀出生活、亮出个性、彰显情怀，旅行箱成为消费观念的载体，在这背后，有四个行业发展趋势引起了我们的注意：

场景多元

出行场景丰富，
旅行箱尺寸需求多元

跨界融合

品牌跨界，旅行箱是元素、
前沿设计、风格融合的载体

外观新潮

颜色即正义，细节即个性，
箱包有时尚，出门更吸睛

科技智能

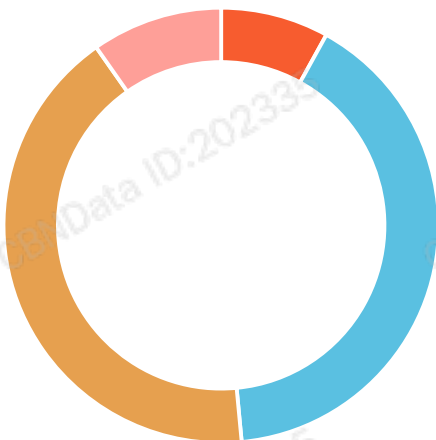
箱体材质工艺进阶升级，
智能赋能带来人性化体验

出行场景更丰富，有假在手，旅行自由

国民出行需求多元发展，近郊游、长途深度游、商务出行等出行场景愈加丰富；随着动车、高铁等公共交通设施建设的逐步完善以及自驾游的普及，一周以内的短途游受到了越老越多家庭的偏好，“黄金周”、“小长假”、“周末游”成为了国民较为日常的休闲游选择，数据表明1-2天的出行时长受到四成家庭的选择。

2018 中国家庭旅游出行时长

■ 1天以内 ■ 1-2天 ■ 3-6天 ■ 7天及以上



数据来源：中国旅游研究院《中国家庭旅游时长需求报告》
飞猪《2018年度旅行报告》

2018 自驾/高铁/动车出行趋势



2018 自驾游人次达5.8亿
同比增长35.6%



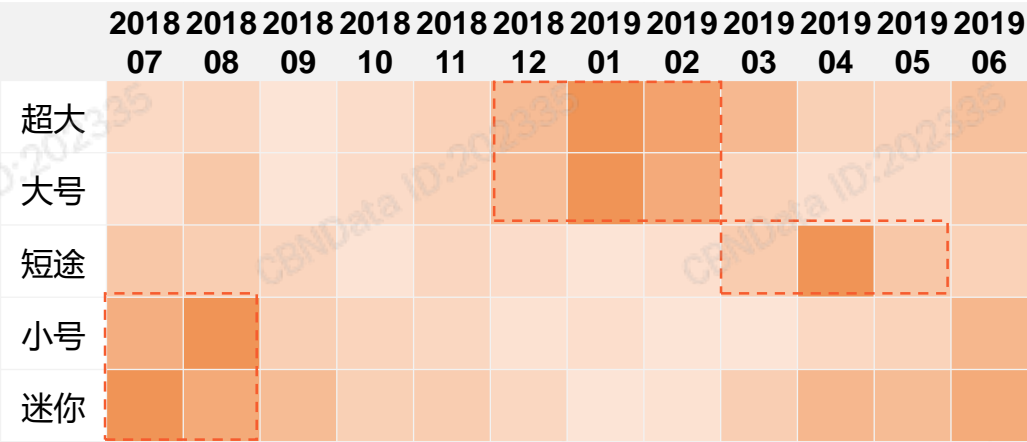
2018 高铁/动车用户数
同比增长35%

数据来源：马蜂窝《全球自驾游报告2019》
飞猪《2018年度旅行报告》

“永少一个旅行箱”，尺寸需求更精细

选择一个尺寸合适的旅行箱更安心，消费者基于行程安排定夺旅行箱尺寸的需求，天猫旅行箱相关搜索热度分布显示，大号及超大号旅行箱需求多在圣诞季及春节，小尺寸集中在暑期，小长假伴随的踏青季更容易联想到短途出游；从旅行箱尺寸消费趋势来看，26寸、28寸以上及20寸以下的旅行箱消费量占比有所提升，满足了更多的出行需求。

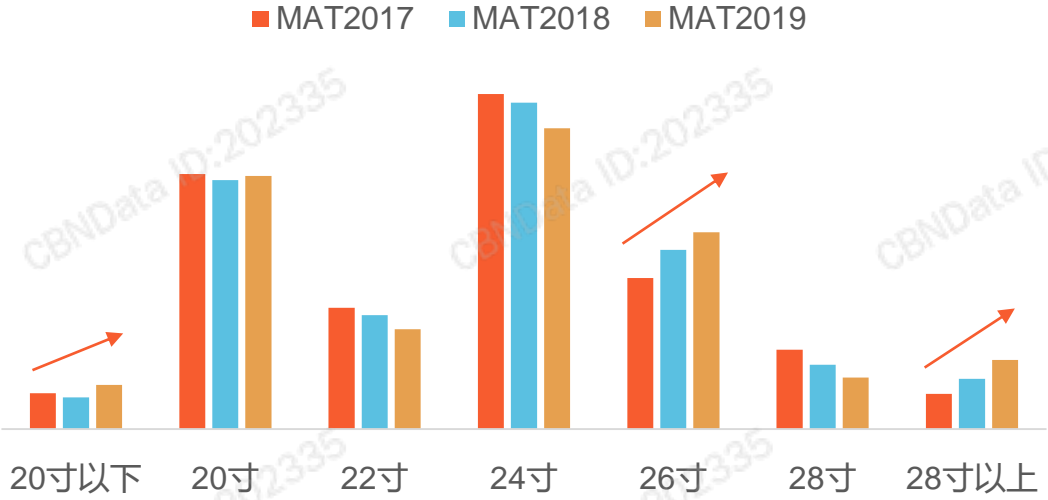
MAT2019 天猫各尺寸旅行箱搜索热度分布



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：搜索热度分布=某搜索词某月pv值/该搜索词MAT2019滚动年内累计pv，颜色越深表示该月搜索热度越高

MAT2017-MAT2019 天猫各尺寸旅行箱消费量占比

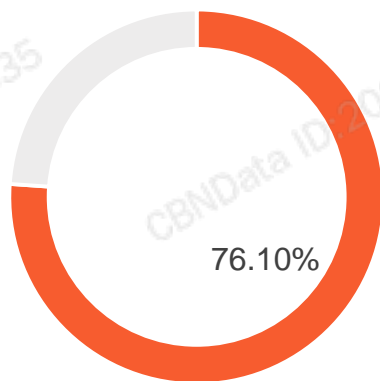


数据来源：CBNData消费大数据

小尺寸儿童旅行箱兼具功能性与趣味性，成亲子游新宠

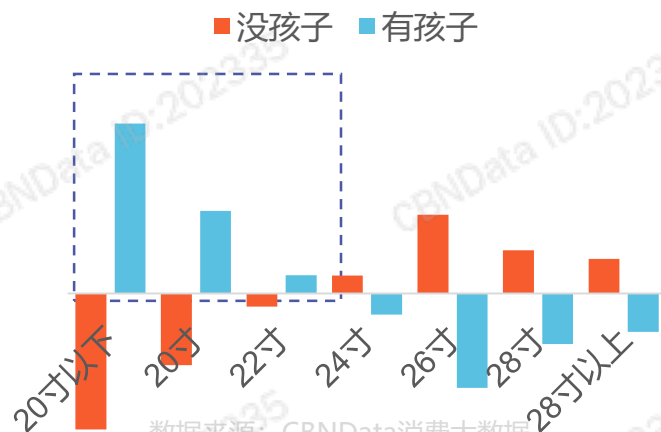
根据家庭旅游陪同人员调查数据显示，76.1%受访者选择孩子作为家庭旅游陪同成员；有孩子的家庭更偏好小尺寸旅行箱，20寸以下的儿童旅行箱，给予儿童专属的小行李空间，兼具功能性与趣味性，推动了家长为儿童购买专属旅行箱的热潮。

2018 中国家庭亲子游意愿



数据来源：中国旅游研究院
《中国家庭旅游时长需求报告》

MAT2019 天猫旅行箱不同家庭情况的尺寸消费偏好



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：尺寸消费偏好以消费量TGI计算，TGI=某尺寸旅行箱中不同家庭情况的消费量占比/整体旅行箱中不同家庭情况的消费量占比-1

天猫儿童旅行箱商品发展趋势



儿童旅行箱尺寸一般20寸以下，除了收纳功能，也有坐骑功能，甚至旅行箱可以变为儿童推车。



儿童喜欢的配色、卡通人物画像及形状被应用于设计，使旅行箱更具有童趣。

图片来自于淘宝商品详情页

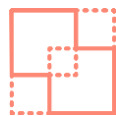
跨界融合：设计灵感与理念的碰撞，受消费者喜爱

IP、联名款、品牌跨界等词在时尚界热度不减，类似于不同领域、不同行业之间的融合，也进入到旅行箱行业；从可爱经典的IP形象，到融合设计理念的联名合作，再到一些品牌跨界推出旅行箱产品，旅行箱行业不断汲取各行各业的设计理念，同时也为带来了流量红利。



品牌 X IP联名

左图：迪斯尼 X 新秀丽 90周年纪念款
右图：bromen X KUMAMON 合作款



联名设计款

左图：ITO X V&A博物馆 “漫游” 系列
右图：新秀丽 X 英国圣马丁 “几何” 合作款



跨界品牌产品

左图：智能硬件品牌小米，推出旅行箱品类产品
右图：智能电动车品牌爱尔威，推出电动旅行箱



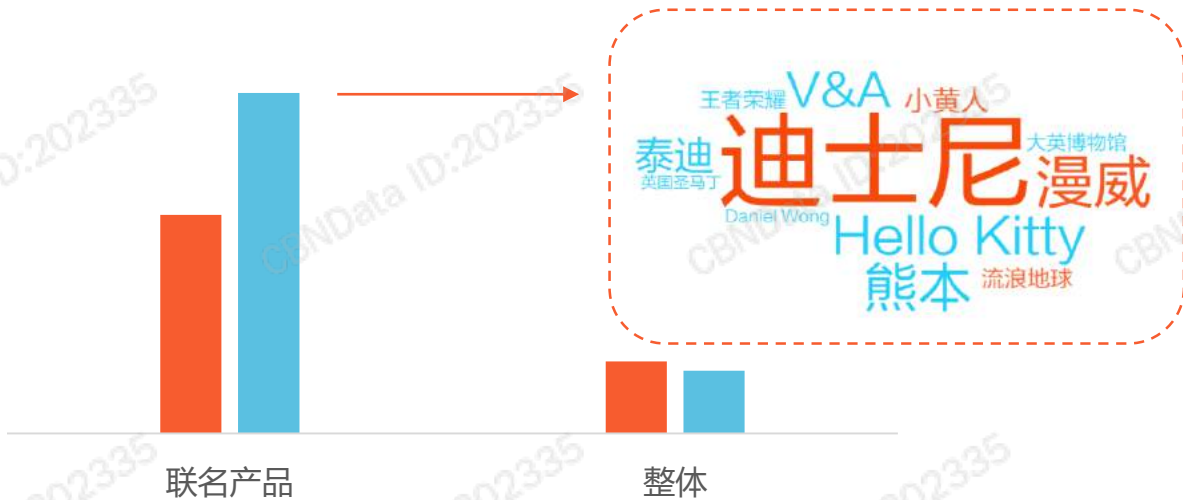
图片来自于淘宝商品详情页

以“联名”之名，秀情怀显格调

IP和联名作为典型的跨界合作，近年逐步将时尚融合的风潮带入了旅行箱行业，以联名产品消费增速来看，联名旅行箱产品正处于加速发展期，消费增速显著高于整体天猫旅行箱行业；不同的年代及成长环境下，喜欢的情怀和格调不尽相同，80后钟爱Hello Kitty，年轻一代90后喜好漫威、迪士尼、熊本熊。

MAT2017-MAT2019 天猫联名类旅行箱消费增速

■ MAT2018 ■ MAT2019



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：IP类旅行箱包括有Hello Kitty，熊本熊，V&A等IP元素及联名设计的产品

MAT2019 天猫旅行箱80后/90后联名偏好



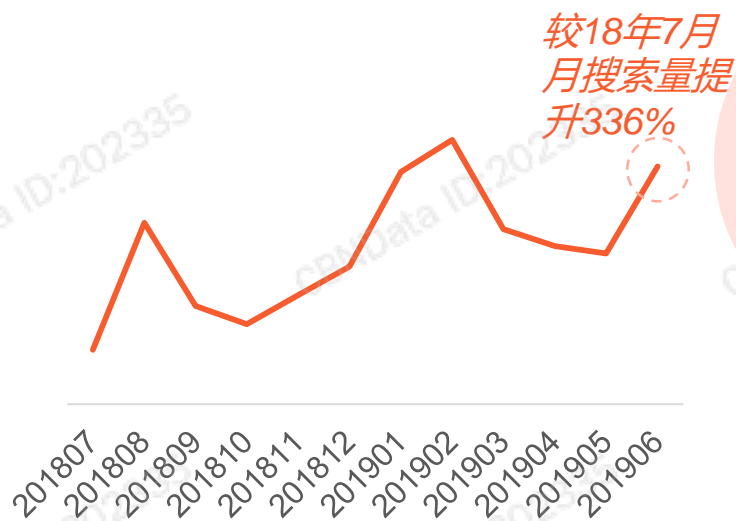
数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：各代际联名偏好根据TGI计算， $TGI = \left(\frac{\text{各联名产品消费中某代际的消费占比}}{\text{整体消费中该代际的占比}} \right) * 100\%$

有“棱角”更个性，潮箱设计不走寻常路

消费者对时尚潮箱的关注度呈上升趋势，为了打造个性化外观的旅行箱，迎合大众追求新潮的时尚审美，旅行箱箱形、箱面、箱角等细节方面的设计越来越新潮，配合箱面颜色的选择，旅行箱外观成为时尚LOOK的“点睛之笔”。

MAT2019 天猫旅行箱行业潮流相关
搜索词搜索量



箱体形状

包角设计

风格设计

箱面纹路

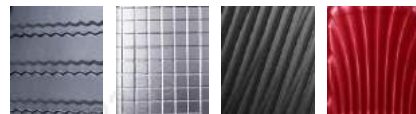
1 非标形箱体兴起

旅行箱不仅只有四方形箱体，多边形、圆弧轮廓、儿童骑行木马形等箱体形状



2 不仅是横竖条纹

波浪纹、格纹、斜纹、贝壳纹等被应用于箱面纹路设计



3 防撞包角材料多样

包角设计更多应用在直角箱体设计中，既有设计感、又能保护箱体，现铝镁合金、PU等都被应用于设计



4 做旧设计成风格

在箱体设计中融入做旧设计，预留坑面及刮痕，成为新潮的时尚风格



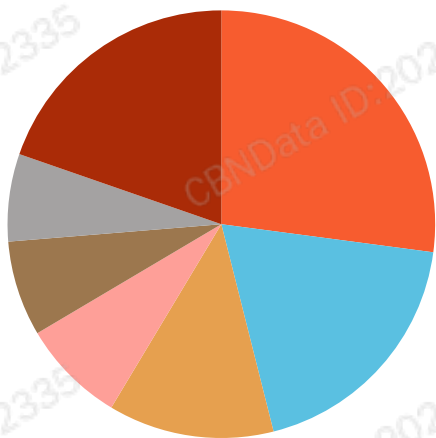
图片来自于淘宝商品详情页

数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：潮流相关关键词包括潮、ins风、网红、抖音、时尚等搜索关键词

低调经典的配色依旧热门，配合设计工艺，更新潮更受年轻人喜爱；黑色、银色、玫瑰金以经典、百搭、低调的特点，位列天猫旅行箱行业消费的三大热门色系；以黑色系为例，经典色系也通过工艺迭代，推出镜面、哑光、珠光等更新潮的外观设计，同时命名更炫酷，黑色系符合90后年轻一代的时尚偏好。

MAT2019 天猫黑色系旅行箱 相关产品关键词



Generation	Proportion
90后	~45%
80后	~35%
70后	~15%
70前	~5%

绿色、黄色、藏青色系消费增速较快，绿色更受90后年轻人的追捧，80后偏爱黄色，而藏青色受到了年长者的喜爱；亮色迎合了时尚色调趋势，颜色进一步细分，以绿色系为例，除了森绿、墨绿这样以往旅行箱常规颜色以外，薄荷绿、苹果绿、柠檬绿等更年轻、更活力的颜色层出不穷。

MAT2019 天猫绿色系旅行箱 相关产品颜色关键词



箱体材料新科技，“硬核”耐用又美观

随着消费者对旅行箱外观和耐用性的要求逐渐上升，消费者对旅行箱材质的选择，从纺织、皮质、塑料、合金材质，也越来越丰富；为迎合使箱体更轻便且更耐用牢固，行业对商品材质的应用不断钻研，铝美合金和进阶版的复合材料问世，同时例如闪光膜面这样的“黑科技”膜面工艺也被应用于箱体外膜。

常见旅行箱材质



材料升级|铝镁合金

板材坚硬、不易刮花，常用于航空方面，相比PC材质，质坚量轻，造价较高



工艺进阶|热塑复合材料

通过多层热处理产生的PP聚合物，抗撞击能力突出，品牌商也研究复合材料，注册专利技术



特殊膜面工艺|闪光膜面

通过化学染料特殊处理，形成的膜面在光照折射下箱体表明闪闪发光



数据来源：CBNData消费大数据

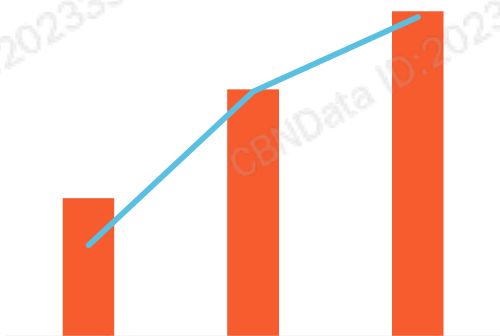
图片来自于淘宝商品详情页

智能赋能旅行箱，带来人性化使用体验

科技为生活带来更多便捷，旅行箱行业中也不难发现行业内一些人性化的设计细节，近三年智能旅行箱产品消费占比及人群渗透率不断提升；从智能称重、智能解锁，智能跟随等功能的设计，皆从消费者使用场景出发，针对使用痛点做出了优化，带来了更便捷、更安心的使用体验。

MAT2017-MAT2019 天猫智能
旅行箱消费占比及渗透率

智能产品消费占比 渗透率



MAT2017 MAT2018 MAT2019

数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：消费渗透率指天猫智能旅行箱消费人数/整体旅行箱消费人数



智能跟随

通过人体识别、无线定位等技术，实现自动识别、自动跟随



智能充电

旅行箱配有USB充电设置，旅行中可随时随地便利充电



智能称重

为解决出行途中行李易超重的苦恼，旅行箱开始配置智能称重手把



智能解锁

指纹解锁、蓝牙解锁等加密程序算法被应用于旅行箱防盗设置



全球定位

配有GPS定位系统，可时刻掌握旅行箱具体位置

数据来源：CBNData消费大数据

DATA COVERAGE 数据说明



数据来源：CBNData消费大数据
CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：

如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市；

数据时间段：2016.7.1-2019.6.30

MAT2017:2016年7月1日-2017年6月30日

MAT2018:2017年7月1日-2018年6月30日

MAT2019:2018年7月1日-2019年6月30日

人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明

■ 本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US 关于我们

报告作者：祝依一

联系我们：Data@dtcj.com

商务合作：BD@dtcj.com

加入我们：JOB@dtcj.com

■ 第一财经商业数据中心介绍：

关于第一财经商业数据中心（CBNData）是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心，构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；

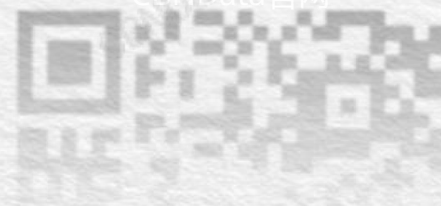
「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景，为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

FOLLOW
US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNData官网



CBNData官方微信号



CBN DATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察