



低幼红利崛起：儿童及其父母的互联网行为洞察



本报告特定人群定义：

“低幼儿童家长”，泛指孩子在0-6岁之间的家长人群；

“宝妈”，泛指孩子在0-6岁之间的女性家长人群；

“宝爸”，泛指孩子在0-6岁之间的男性家长人群

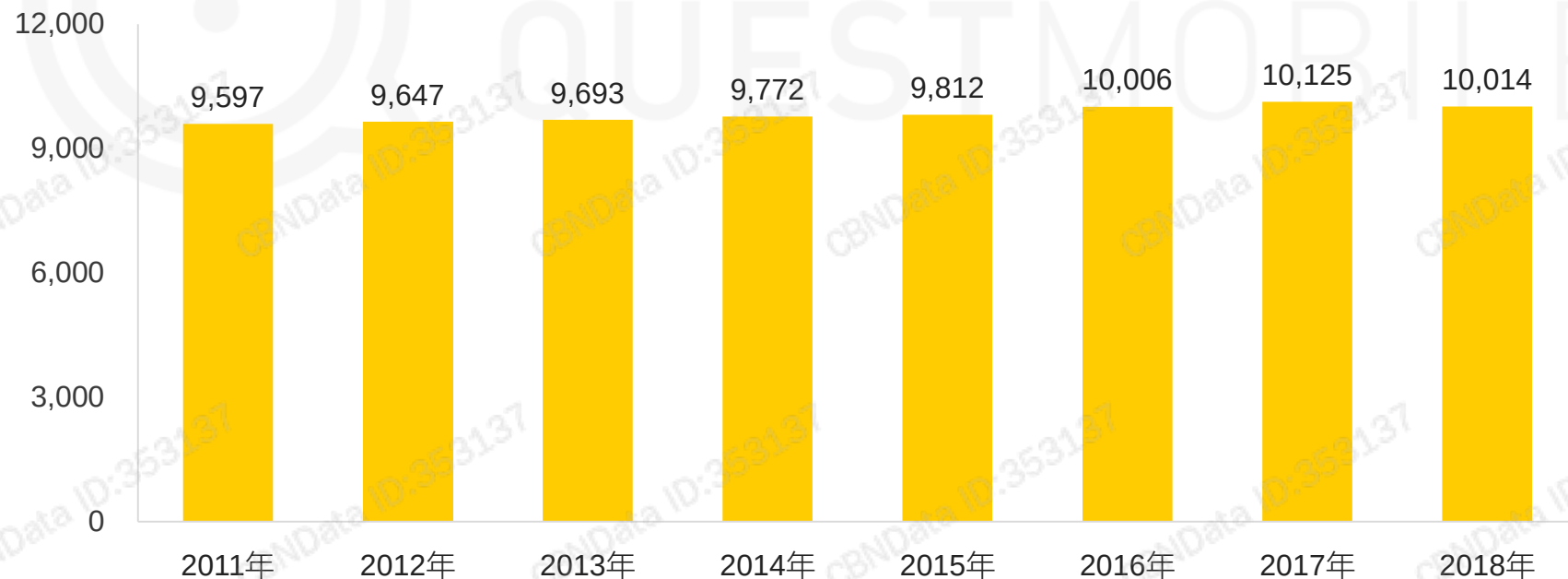
01

低幼经济价值凸显

低幼市场人群规模庞大：2016年“全面二孩”政策实施以后，中国新生儿数量经历了两年快速增长后有所回落，目前中国0-6岁儿童人数约1亿。

中国0-6岁儿童规模

单位: 万



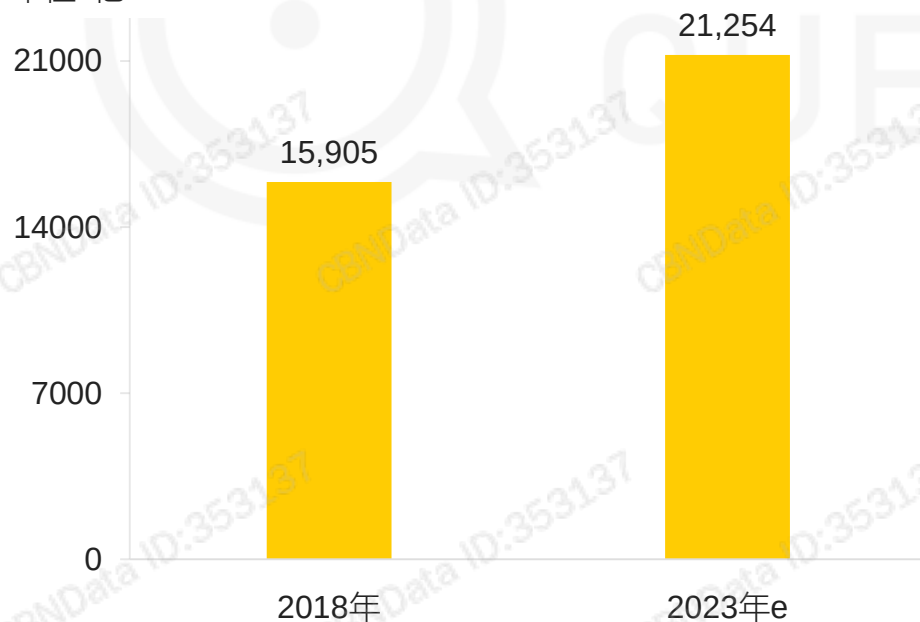
低幼经济崛起：目前0-6岁儿童消费市场规模已超1.5万亿，“低幼儿童家长”的用户规模快速增长已经接近2.7亿



QUESTMOBILE

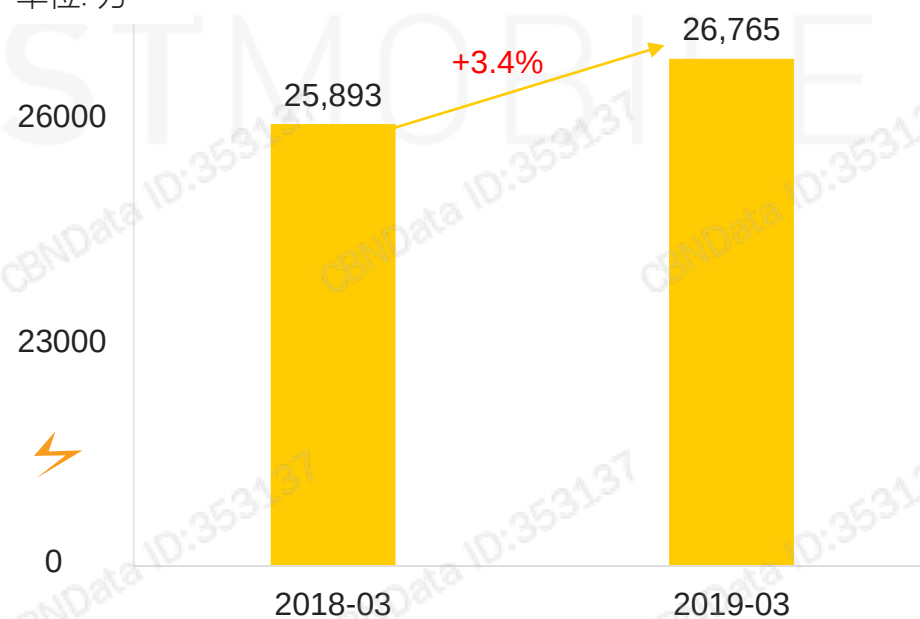
中国0-6岁儿童消费市场规模预估

单位：亿



“低幼儿童家长” 移动端月活跃用户数

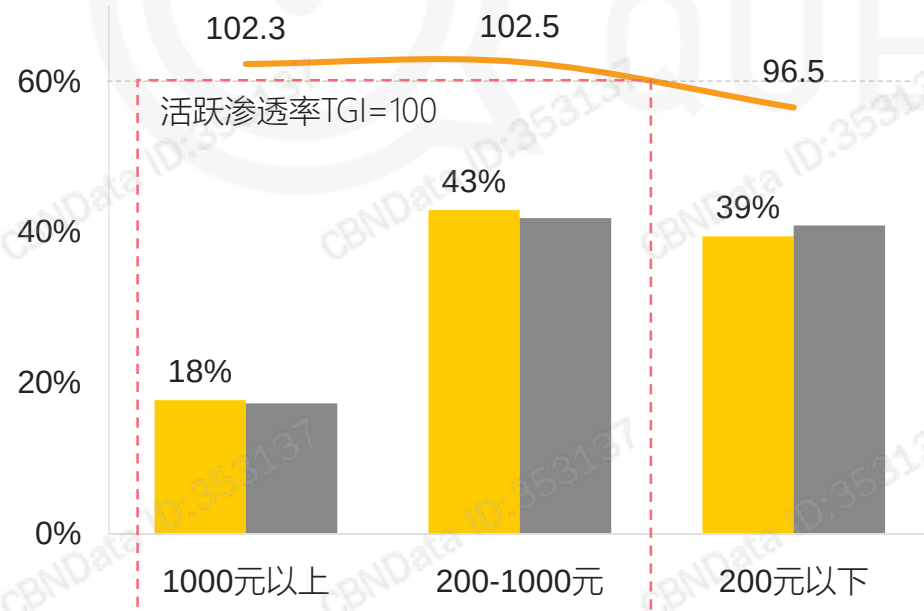
单位：万



“低幼儿童家长”人群线上消费能力显著高于整体网民，且使用高价终端的比例较高，未来儿童消费将成为经济市场一大增长点

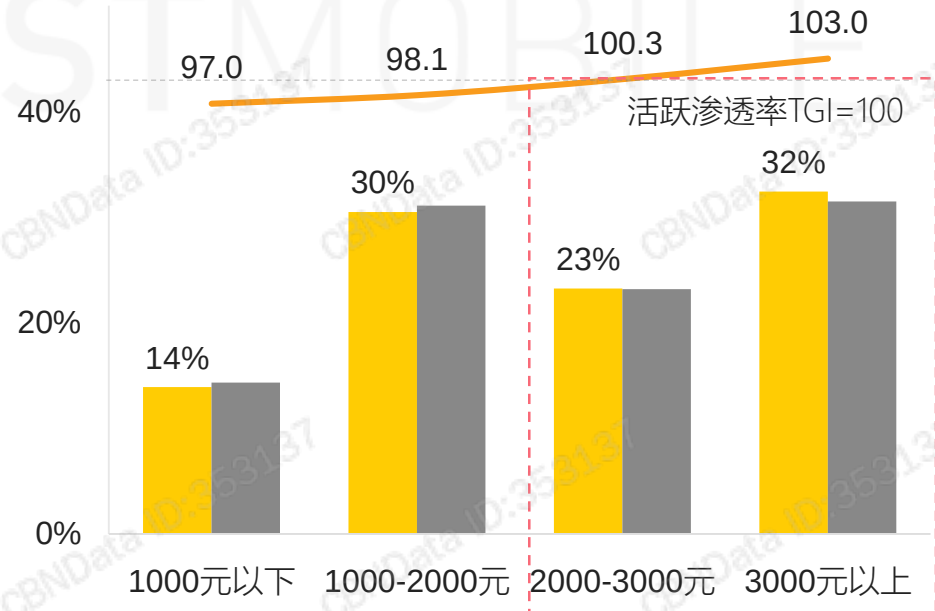
2019年3月 移动网民线上消费能力分布

低幼儿童家长人群 整体 活跃占比TGI



2019年3月 移动网民终端价格分布

低幼儿童家长人群 整体 活跃占比TGI

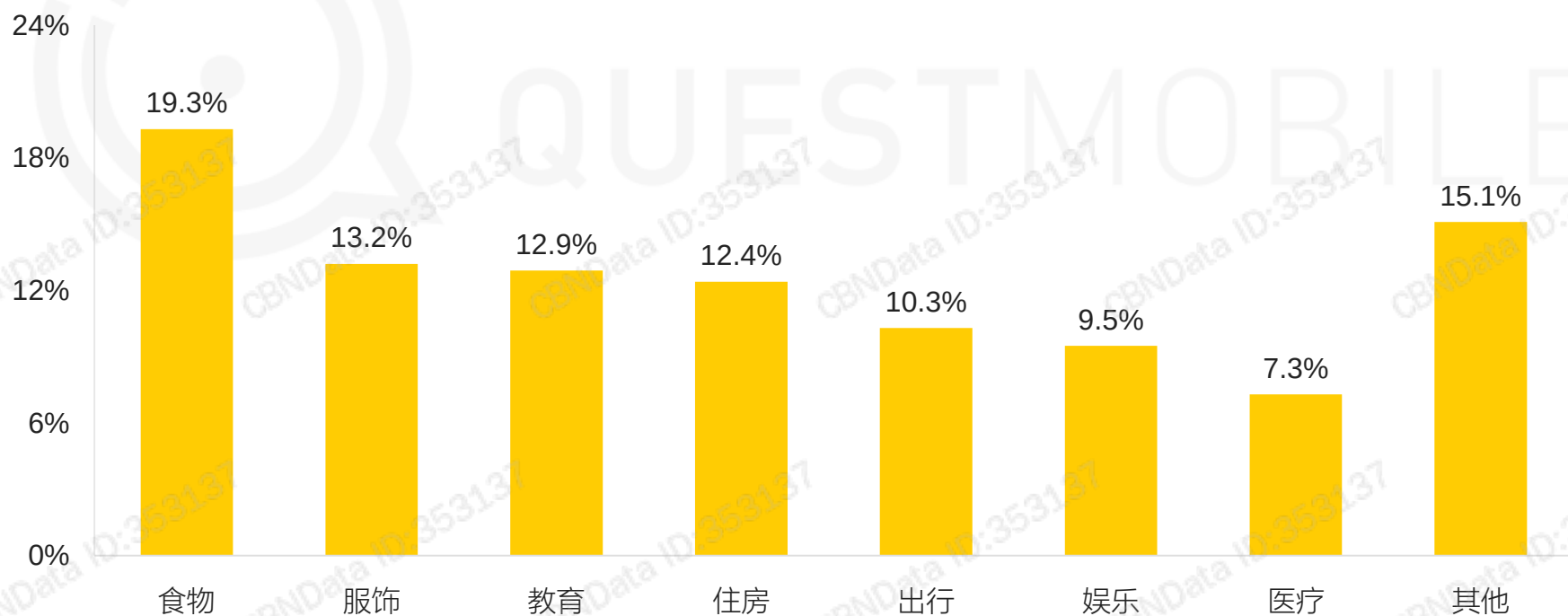


教育支出在日常生活支出中占比变大，目前在家长人群日常支出中，仅次于食物和服饰



QUESTMOBILE

2019年4月 家长人群日常支出占比



02

“低幼儿童家长”人群互联网行为洞察

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_17119

