

中国亲子出行生态影响力 研究报告

2019年



海量行研报告免费读

报告说明

样本结构

孩子年龄	样本量	父母年龄	样本量	孩子个数	样本量	城市级别	样本量
0-1岁	200	90后	283	1个	548	一线/新一线城市	546
2-3岁	300	85后	457	2个	379	二线城市	164
4-5岁	300	80后	155	3个	49	三线城市	175
6-12岁	200	70后	105	4个及以上	24	四线城市及以下	115
合计：1000							

样本条件

截至2018年8月，最近一年有携带过0-12岁孩子出行的被访者。

指标说明

TGI：目标群体指数，[目标群体中具有某一特征的群体所占比例/总体中具有相同特征的群体所占比例]*标准数100，量化目标群体特征表现情况，以100为特征表现强弱分界，数值越大特征越强。



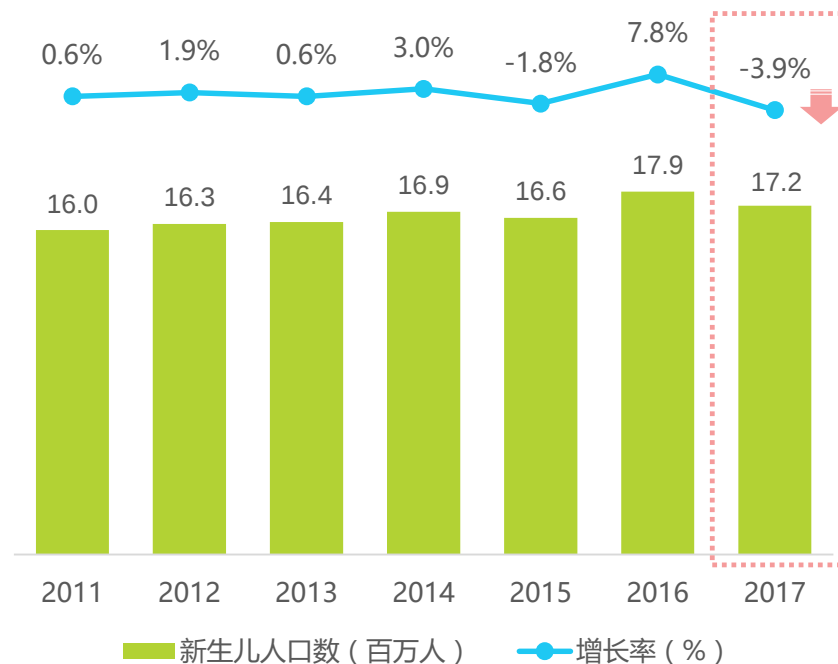
行业背景

危机：人口红利消退，母婴行业需破局

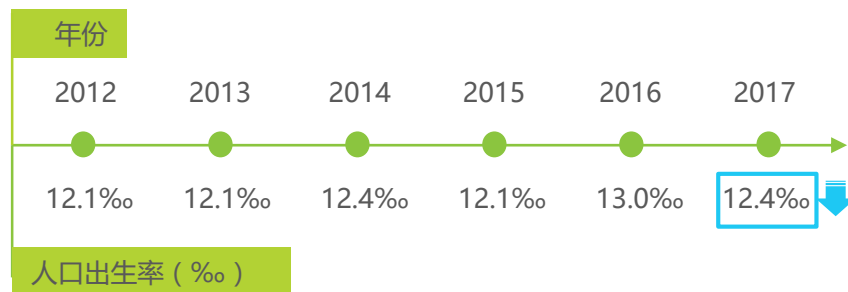
2017年新生人口数量减少，需开拓场景促进存量市场更新

中国新生儿人口数及出生率在2017年出现负增长，人口红利逐渐衰退，在此市场环境下，母婴企业需深入洞察消费者在母婴领域新的细分场景，并在新的细分场景构建富有吸引力的定位，刺激新的消费需求，促进存量市场的更新、提升存量市场的客单价、以及抢夺有限的增量市场。

2011-2017年中国新生儿人口数量



2012-2017年中国人口出生率



亲子出行应运而生

站在大众旅游时代与新一代消费者崛起的风口

随着中国经济发展、国民收入提高，旅游行为已然大众化。80、90后等新一代消费者逐渐成为消费主力，他们出游观念前卫，品质消费意愿强；此外，政治、社会文化、技术等环境利好，以上各方面因素综合，中国亲子出行市场拥有充足的成长空间。

2018年中国亲子出行行业PEST分析

- ✓ **政策支持**：如《关于促进全域旅游发展的指导意见》、《国民休闲旅游纲要2013-2020》等。
- ✓ **支柱产业**：《“十三五”旅游业发展规划》将旅游业定位为幸福产业及国民经济战略性支柱产业，有利于优化旅游发展环境。

- ✓ **需求升级**：80、90后逐渐成为旅游消费主力，对旅游产品和服务的品质要求较高。
- ✓ **二孩经济**：二孩全面开放，2017年二孩出生数在新生儿人口的占比超51%，二孩政策初有成效。

- ✓ **消费潜力**：2017年我国社会消费品零售总额达36.6万亿元，增长率达10.1%，有利于刺激大众旅游。
- ✓ **旅游消费**：2017年中国居民国内旅游总花费达4.6万亿元，占居民总消费14.4%。

年份	2013	2014	2015	2016	2017
中国居民国内旅游总花费在居民总花费的占比	12.0%	12.5%	12.9%	13.4%	14.4%

- ✓ **交通发达**：航空、高铁等交通基础设施及科技快速发展，奠定良好基础。
- ✓ **互联网技术**：云计算、大数据等现代信息技术在旅游业的应用更加广泛。
- ✓ **智慧旅游**：全国范围陆续打造智慧旅游城市、智慧旅游景区、智慧旅游企业、智慧旅游乡村。

注释：中国居民国内旅游总花费，是指在中国(大陆)居民观光游览、度假、探亲访友、就医疗养、购物、参加会议或从事经济、文化、体育、宗教活动的期间的花费，其出游的目的不是通过所从事的活动谋取报酬；居民总消费，是指常住住户在一定时期内对于货物和服务的全部最终消费支出。

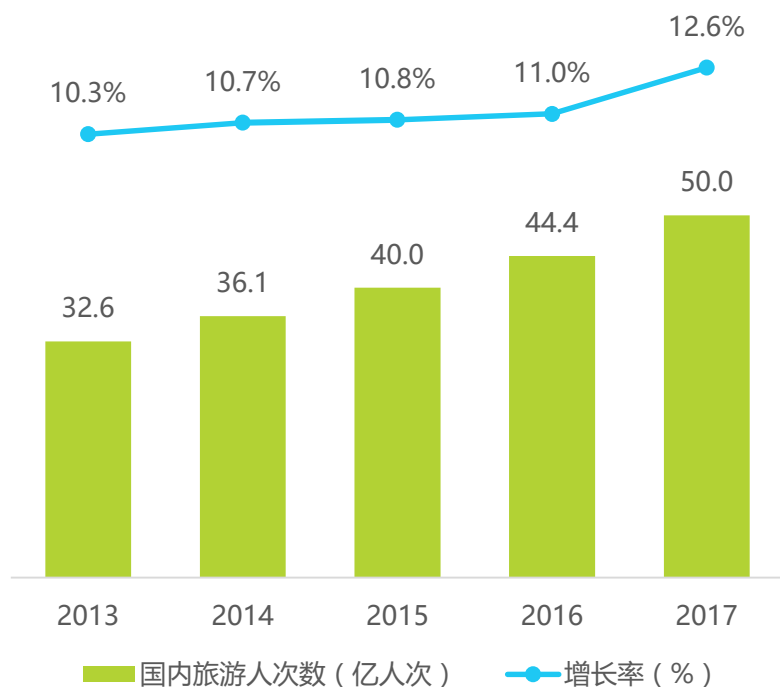
来源：国家旅游局、国家统计局，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

消费环境驱动：大众旅游时代的来临

游客规模增长，国内旅游市场繁荣

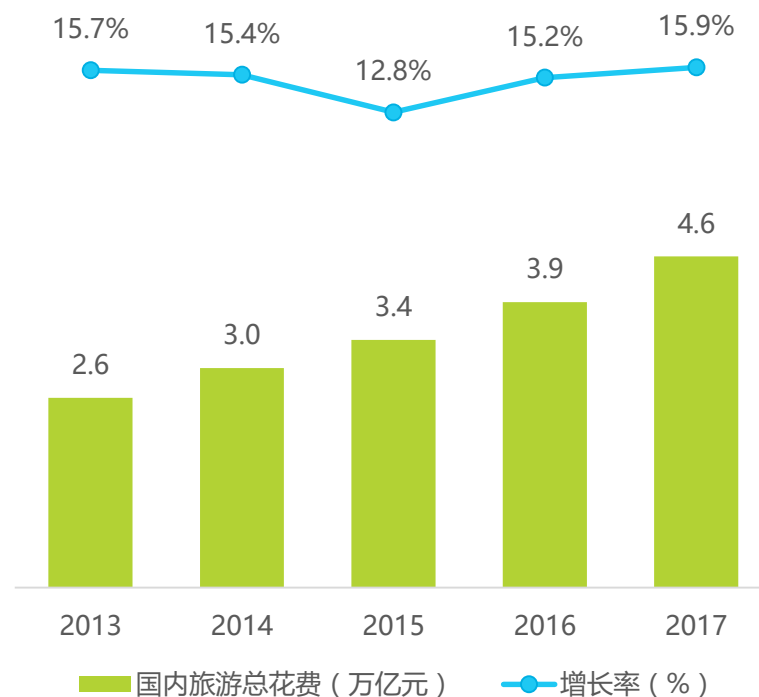
2017年，中国国内旅游市场游客规模达50亿人次，中国居民国内旅游总花费达4.6万亿元，国内旅游市场正大放异彩。

2013-2017年中国国内旅游市场游客规模



来源：文化和旅游部。

2013-2017年中国居民国内旅游总花费



来源：文化和旅游部。

消费代际更迭：90后将引领母婴市场

未来可见的1.75亿新晋潮爸辣妈

据全国第六次人口普查估算，中国90后人口现有1.75亿，目前年龄范围在18-27岁之间，已全面进入适婚年龄。他们重视消费品质、体验，追求潮流，擅长通过口碑分享来影响周围的人。在引领了美妆、时尚市场的消费趋势之后，90后也将成为“亲子+出行”场景下的消费主力。

2018年中国90后人口数量



90后的消费态度

“品质”

- 愿意为高质量商品/服务溢价

“体验”

- 享受商品使用/服务体验过程中的感受

“新潮”

- 紧跟潮流，偏爱新事物

注释：90后人口数量=2010年全国第六次人口普查“10-19岁”人口比例*人口总数，估算得出。

来源：国家统计局。

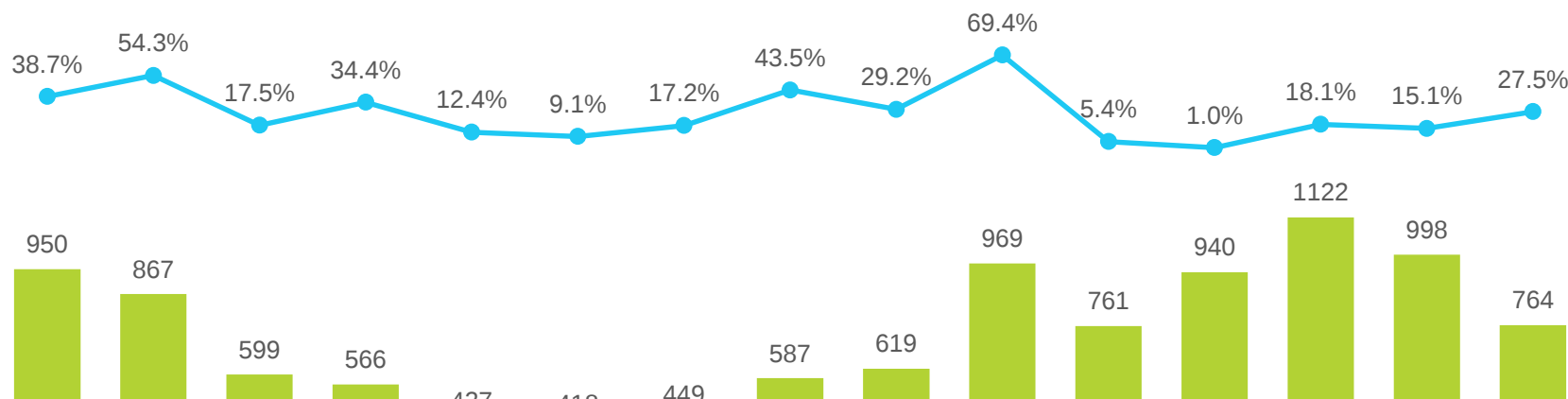
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

亲子游市场热度持续上升

17年7月至18年9月，“亲子游”话题各月百度指数同比上升

同时可以发现，“亲子游”的出行时间愈发分散。在传统的出行旺季，暑假期间（7、8月份），“亲子游”百度指数保持了15%以上的同比增长；在3、4月份，由于各种传统假期的带动，“亲子游”百度指数同比增速达到了29.2%和69.4%。由此可见，随着亲子出行的日渐普及，错峰出行将成为常态，亲子出行市场将呈现出成熟、稳健的增长态势，“出行”元素能够在全年当中都持续保持热度、并且发挥一定的消费拉动力。

2017年7月-2018年9月“亲子游”百度指数各月月度平均值及同比增长率



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_21159

