

中国家庭育儿行业用户洞察报告

2018年



海量行研报告免费读

核心观点

01



关键词：家庭育儿行业

- 2018年3月，育儿类APP月活达8246.5万，年涨幅近15%
- 家庭育儿个性化需求拓展，促进育儿服务分化，母婴品类升级

02



关键词：育儿APP

- 每天多次使用育儿APP用户占比77.7%，单次使用时长集中在5-30分钟
- 近七成用户对育儿专栏潜在付费意愿，提升解决问题的效率是核心动机

03



关键词：家庭性消费

- 家庭性消费以家庭生活场景和孩子成长需求为首要出发点，品牌偏好明确，更注重安全性和耐用性
- 家庭成员共同参与消费决策已成基本共识，爸爸妈妈占据主导地位

04



关键词：广告体验

- 即时激励场景式广告的用户接受度较高，相关性、创意性及媒体品牌是广告互动核心吸引点
- 不排斥广告用户比例达64.5%，接受/认可广告用户占比51.2%

05



关键词：用户属性

- 女性用户为主，25-35岁群体成为育儿主力军
- 本科及以上学历群体占比过半，近八成用户家庭月收入过万
- 非妈妈用户占比47%，0-3岁儿童家庭成员构成核心用户群体
- 主流用户群体可划分为记录型、知识型、购物型及社交型四大类别

中国家庭育儿行业发展概览

1

中国家庭育儿平台使用行为分析

2

中国家庭育儿用户消费力及营销点洞察

3

中国家庭育儿用户画像分析

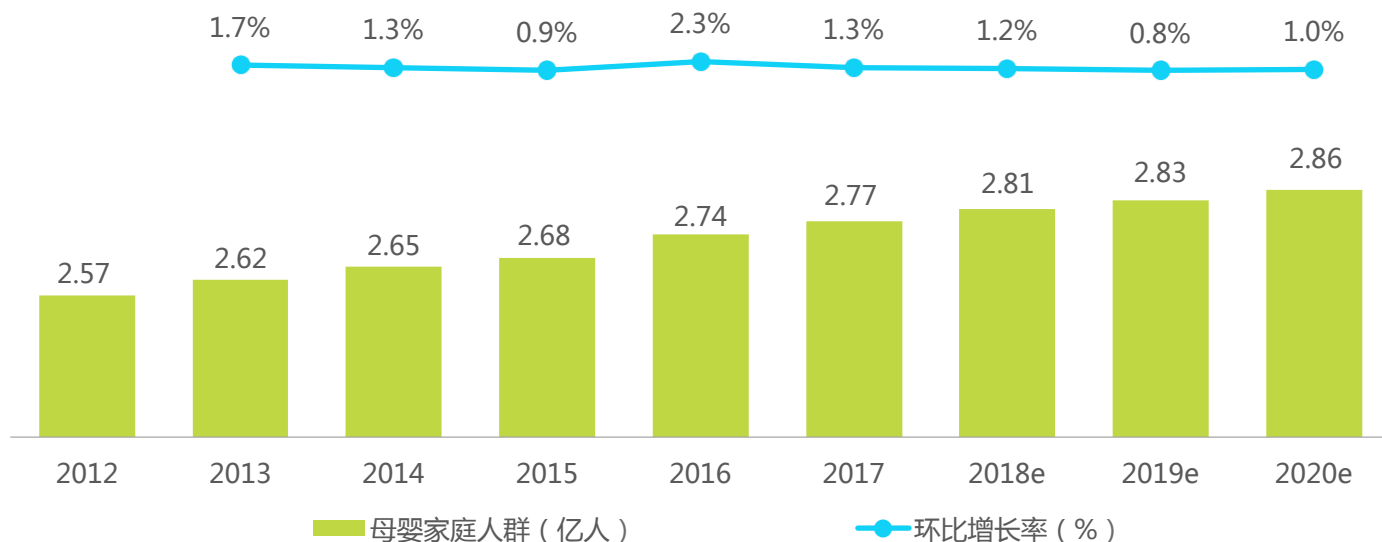
4

中国家庭育儿行业发展概览

母婴家庭人群规模持续扩大，家庭成员育儿参与度显著提升

伴随着条件改善和理念升级，育儿成为母婴家庭全员参与的“家庭性事件”，除了妈妈外，更多家庭成员在其中起到越来越重要的作用。自“二胎政策”逐步放开以来，母婴家庭数量及人群总量稳步增长，艾瑞咨询认为，预计到2020年年末，中国母婴家庭群体规模将达到2.86亿，与2012年相比，涨幅约为11.3%。与此同时，个性化培养的理念也逐渐在育儿过程中成为核心基础，推动母婴家庭人群的育儿需求点不断扩展。综合来看，伴随着家庭决策结构不断优化，个性化育儿产业快速发展，育儿市场潜力巨大。

2012-2020年中国母婴家庭人群规模预测



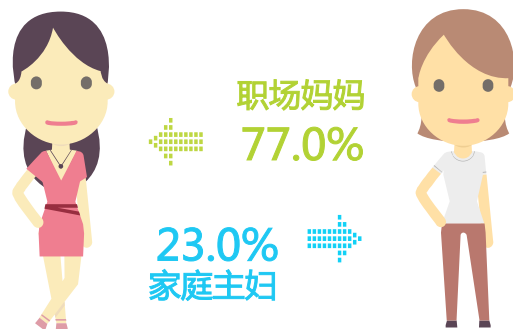
来源：根据公开数据及艾瑞统计预测模型估算，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国家庭育儿行业发展概览

伴随着家庭及工作观革新，肩负多重角色的职场妈妈成主流

对于传统意义上的“育儿主力军”——妈妈人群来说，其他家庭成员参与育儿过程的程度不断提高的同时，她们在家庭与事业中寻求平衡的步伐也在不断加快。根据调研数据，2018年，家庭育儿用户中的职场妈妈占比高达77%，相对于全体家庭育儿用户而言，职场妈妈的职业相对更多地集中于律师、医生、教师、自由职业以及企业普通员工等。与此同时，占比23%的家庭主妇型妈妈的生活理念也逐渐从“为家庭和孩子牺牲”转向“以家庭和育儿为事业”，在家庭经营中找到生活的价值感。伴随着时代的发展，妈妈们的家庭及工作观念不断革新，部分人群对于自由工作的心态更为开放、工作之余更乐于及时享受生活，另一方面，也有人努力工作以获取成就感...但出于照料家庭、陪伴孩子成长等多方面的因素，“拼命三娘”式的工作理念在妈妈人群中的渗透率相对较低。

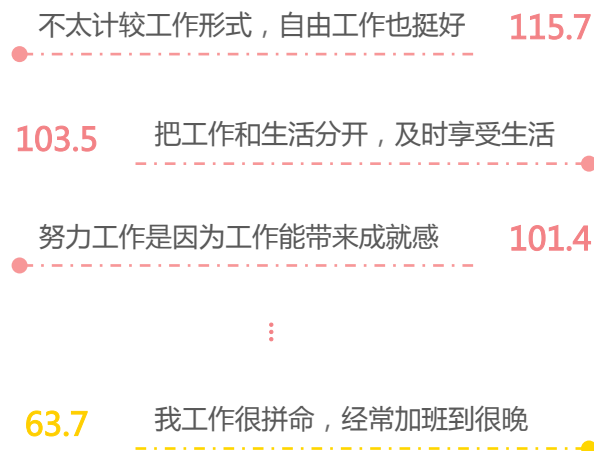
2018年中国家庭育儿用户中妈妈人群职业分布



与全体母婴家庭人群相比，妈妈职业TGI TOP3：

专业人士（律师/医生/教师等）	121.5
自由职业者	113.4
企业普通员工	111.1

2018年中国家庭育儿用户中妈妈人群家庭及工作观梳理（TGI）



注释：TGI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) * 100，常用于表示分类型与总体之间的相对关系。
来源：N=644，由艾瑞2018年3月在亲宝宝APP调研获得。

中国家庭育儿行业发展概览

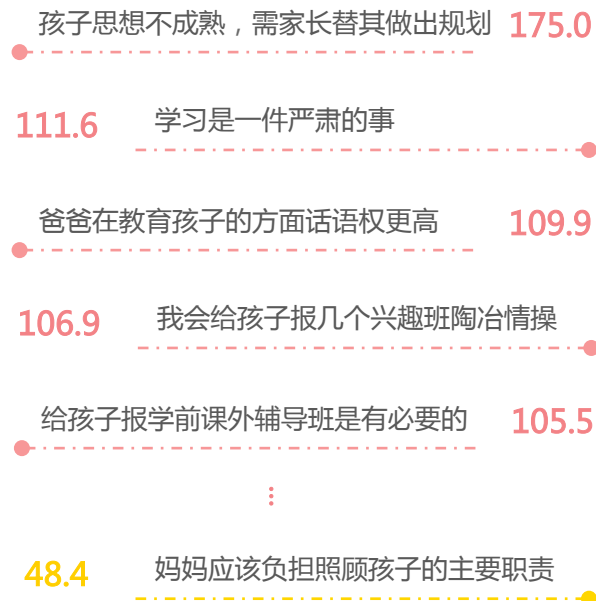
宝爸同为育儿主力军，更加注重前瞻式的教育规划

根据调研结果，在家庭育儿用户的共识中，爸爸们是在孩子成长过程中负责其学习教育及品质塑造的核心角色。而从传统观念里惯于承担家庭“顶梁柱”责任的爸爸们的视角来看，稚嫩懵懂的孩子确实需要家长更为理性地为其做出前瞻性的规划，一方面，从小矫正学习态度，另一方面，提前接触多种类知识，学习多类别技能，如参加兴趣班（如画画、跳舞、乐器等）和课外辅导班（如语文、数学、英语等）。但伴随着育儿参与度的提升，爸爸人群对于“妈妈应该负担照顾孩子的主要职责”相关论调的认可度已降至相对较低水平。

2018年中国家庭育儿用户育儿参与度分布 TGI TOP1-学习教育&品质塑造



2018年中国家庭育儿用户中爸爸 人群育儿观梳理 (TGI)



来源：N=296，由艾瑞2018年3月在亲宝宝APP调研获得。

中国家庭育儿行业发展概览

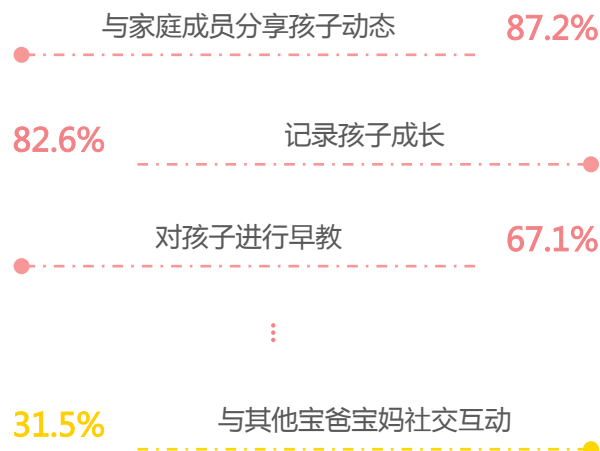
祖辈照料孩子生活的贡献较突出，科学理性的隔代育儿成趋势

生活节奏加快、人口老龄化程度加剧的时代背景下，家庭分工逐渐发生了转变。与大多数人预期不同，在家庭育儿用户的日常生活中，祖辈人群在照料孩子日常生活方面的贡献相对较为突出。而在陪伴孩子成长的过程中，伴随着互联网渗透率的持续提升，祖父母们开始成为育儿APP的用户一员：一方面，通过育儿APP记录孩子成长的点点滴滴、与其他家庭成员分享孩子动态，满足家人们“云养娃”的需求；另一方面，学习育儿知识、参与早教过程，帮助孩子健康成长。

2018年中国家庭育儿用户育儿参与度分布
TGI TOP1-日常生活



2018年中国家庭育儿用户中祖辈
人群使用育儿APP动机分析



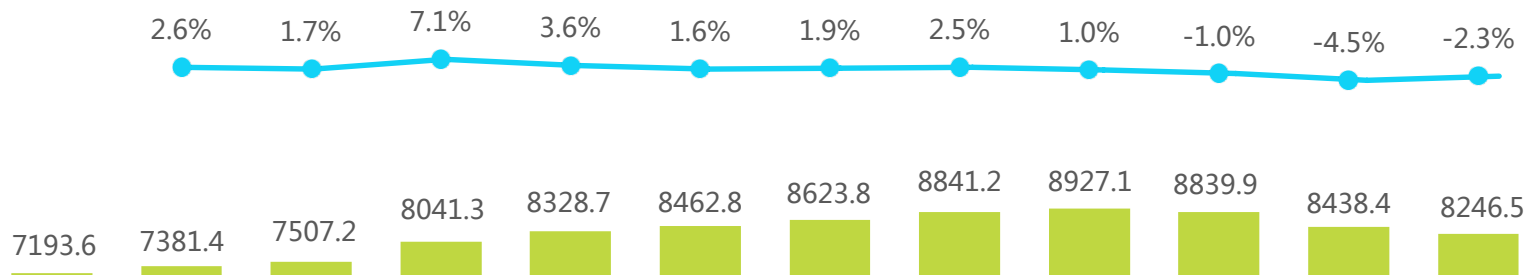
中国家庭育儿行业发展概览

2018年3月，育儿类APP月活达8246.5万，年涨幅近15%

消费升级的宏观趋势下，以80、90后为主、互联网依赖程度更高的新一代宝爸宝妈的育儿观念变得更加开放，母婴家庭的在线育儿需求也得到了进一步释放。在需求侧的驱动下，育儿类APP不断涌现。

虽然在公众假期等因素影响下，育儿类APP月独立设备数呈周期性波动，多在第一季度出现波谷，但整体而言，家庭育儿用户规模持续扩大。根据艾瑞移动网民行为监测系统mUserTracker监测数据显示，2018年3月，育儿类APP月独立设备数达到8246.5万台，与2017年4月的7193.6万台相比，同比上升14.6%，其中，单月涨幅最高达到7.1%，整体增长势头稳定。

mUserTracker-2017年4月-2018年3月中国育儿类APP月独立设备数及变化趋势



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_21275

