

针对年轻家庭的营销 - 中国 - 2021年5月

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 新冠疫情的影响
- 有影响力的信息渠道
- 专属的儿童关爱
- 品牌偏好：国外vs本土
- 对亲子活动主题的兴趣
- 对养育孩子的态度

受到新冠疫情的影响，父母们居家时间更长，家人彼此之间的互动交流也更多，甚至在后疫情时代也是如此。家庭关系的增强，让父母们更重视在食品、服装和个人护理等方面为孩子提供专属关爱，并更多地在网上购物，做购买决策时也会考虑孩子的意见。

同时，除了表现出为孩子消费升级的明显意愿以外，当代年轻父母对新式教育理念也更开放包容。在固有观念中，中国父母通常采取“虎爸虎妈”的教育模式，并且对孩子未来的职业生涯有很高的期望。而本报告观察到的一项趋势是，年轻父母越来越愿意给予孩子鼓励、自由和支持。此外，有助于品牌赢得年轻父母青睐的策略之一是帮助他们培养孩子的独立性、责任感以及对生活的积极态度。



“随着父母们希望以更专业和专属的方式来照顾自己的孩子，亲子产品市场不断发展壮大。在各种社交渠道的影响下，年轻父母对家庭生活方式和教育的态度正在改变。育儿KOL（关键意见领袖）甚至是“儿童KOL”正逐渐成为品牌的潜在合作伙伴之一。一直以来，吸引儿童都意味着提供有趣而不复杂的设计或理念。”
- 甘倩，研究分析师

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格, 可能受汇率波动影响而有变动.

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 定义

综述

- 市场
- 尽管人口增速放缓, 多元化需求仍推动儿童市场继续增长
数据1: 0-14岁儿童的人口数量及增长率, 2010-2020年 (预估)
- 对私立/国际教育的需求与日俱增
- 热播亲子节目正在重塑家长们的教育观
数据2: 哔哩哔哩上《小小少年》的评分和豆瓣剧评
- 品牌儿童之间的互动日益受到理念和生活方式价值观的启发
数据3: 宜家儿童房图片库
- 消费者
- 线上服务的使用以及与孩子的互动均有增加
数据4: 疫情对家庭行为的影响, 2021年1月
- 一站式解决方案仍是首要渠道, 而母婴社区升至第二位
数据5: 有影响力的信息渠道, 2021年1月
- 超过70%的家庭为0-12岁孩子单独购买个人护理产品
数据6: 专属的儿童关爱, 2021年1月
- 本土高端产品在儿童市场的优势
数据7: 不同品类的品牌偏好, 2021年1月
- 中国传统文化相关活动成为焦点, 接近生活能力培养
数据8: 对亲子活动主题的兴趣, 2021年1月
- 鼓励和参与已成为育儿常识
数据9: 对养育孩子的态度, 2021年1月
- 我们的观点

议题与洞察

- 疫情后, 道德营销成为亲子营销沟通中的关键
- 现状
- 启示
数据10: 2019年Pokémon GO地球日活动和玩家团队
- 和“儿童KOL”合作的机遇和挑战
- 现状
- 启示
数据11: 沃尔玛上的Ryan's World系列
- 通过新颖的产品创新和设计来鼓励孩子培养好习惯
- 现状

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容?

该报告是系列报告中的一篇, 旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格, 可能受汇率波动影响而有变动.

- 启示
数据12: Crazy Aaron's超级颜色洗手泡沫 (Crazy Aaron's Hypercolor Foaming Hand Soap)

市场增长动力

- 尽管人口增速放缓, 多元化需求仍推动儿童市场继续增长
数据13: 0-14岁儿童的人口数量及增长率, 2010-2020年 (预估)
数据14: 华为儿童手表4X
- 对私立/国际教育的需求不断提升
- 热播亲子节目正在重塑家长们的教育理念
数据15: 哔哩哔哩上《小小少年》的评分和豆瓣剧评
- 品牌与孩子的互动日益受到理念和生活方式价值观的启发
数据16: 宜家儿童房图片库

消费者——您所需要了解的

- 线上服务的使用率和与孩子之间的互动均有增加
- 一站式解决方案仍是首要渠道, 而母婴社区升至第二位
- 超过70%的家庭为0-12岁孩子单独购买个人护理产品
- 本土高端产品在儿童市场的优势
- 中国传统文化相关活动成为焦点, 接近生活能力培养
- 鼓励和参与已成为育儿常识

新冠疫情的影响

- 线上服务的使用以及与孩子的互动均有增加
数据17: 疫情对家庭行为的影响, 2021年1月
- 无论是对于家长还是孩子, 基于社区的活动都更受欢迎
数据18: 新冠疫情对社交互动的影响 (按最小孩子的年龄区分), 2021年1月
- 三线或以下城市的网购飞速发展
数据19: 新冠疫情对购买行为的影响 (按城市线级区分), 2021年1月

有影响力的信息渠道

- 一站式解决方案仍是首要渠道, 母婴社区则升至第二位
数据20: 有影响力的信息渠道, 2021年1月
- 年轻父母中明显出现了从电视节目转向社交平台的趋势
数据21: 有影响力的信息渠道 (按父母的年龄区分), 2021年1月
- 带有解释说明的视频内容有助于吸引更多三线或以下城市的父母
数据22: 有影响力的信息渠道 (按城市线级区分), 2021年1月

专属的儿童关爱

- 超过70%的家庭为0-12岁孩子购买专属个人护理产品

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容?

该报告是系列报告中的一篇, 旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

数据23: 专属的儿童关爱，2021年1月

- 大孩子的潜力市场在于专属个人护理产品、牛奶和零食

数据24: 部分专属的儿童关爱（按最小孩子的年龄区分），2021年1月

数据25: 巴拉巴拉X好爸爸儿童除菌除螨洗衣液，2020年

- 平板电脑更多地被视为年幼孩子的必需品

数据26: 儿童的电子产品（按最小孩子的年龄区分），2021年1月

数据27: 可汗学院儿童版App (Khan Academy Kids App)

- 大多数孩子从小就拥有自己的卧室

数据28: 孩子有独立的卧室（按最小孩子的年龄和城市线级区分），2021年1月

品牌偏好：国外VS本土

- 本土高端产品在儿童市场的优势

数据29: 不同品类的品牌偏好，2021年1月

- 在婴幼儿市场，国外品牌的个人护理产品和零食更受支持

数据30: 部分品类的品牌偏好（按最小孩子的年龄区分），2021年1月

- 三线或以下城市的家长正为10-12岁孩子的鞋子进行消费升级

数据31: 品牌偏好——孩子的鞋子（按最小孩子的年龄区分），2021年1月

对亲子活动主题的兴趣

- 中国传统文化相关活动成为焦点，接近生活能力培养

数据32: 对亲子活动主题的兴趣，2021年1月

- 为大一些的孩子开拓视野和加强身心锻炼

数据33: 对部分亲子活动主题的兴趣（按最小孩子的年龄区分），2021年1月

- 道德公共意识受到低线城市年轻家长欢迎

数据34: 对爱心公益主题的兴趣（按城市线级区分），2021年1月

对养育孩子的态度

- 鼓励和参与已成为育儿常识

数据35: 对养育孩子的态度，2021年1月

- 各线城市对多样化教育方式的需求都在上升

数据36: 教育理念（按城市线级区分），2021年1月

- 新一代的父母在职业方向上给予孩子更多自由

数据37: 教育理念（按父母的年龄区分），2021年1月

- 品牌认知是成长的一部分

数据38: 对消费的态度（按最小孩子的年龄区分），2021年1月

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

附录——研究方法与缩写

- 研究方法
- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

The logo features the word "MINTEL" in a bold, black, sans-serif font. The letters are contained within a bright yellow speech bubble shape that has a tail pointing downwards and to the right. Below the main bubble, there are three smaller, overlapping yellow circles of varying sizes, creating a trail effect.

MINTEL

关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。