

针对年轻父母的营销 - 中国 - 2017年12月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“与前几代人相比，当代中国父母更倾向于分担家务责任，也愿意让孩子（和自己）变得更独立自主。他们更有可能认为使用教育性的高科技工具（如语言学习和理财等工具）以及照顾宠物有助于孩子成长，而不会认为它们分散孩子注意力。”

— 马子淳，高级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 宠物——吸引年轻家庭的新商标
- 科技产品将有更多机遇参与孩子的健康成长
- 性别中性化趋势在中国的发展

中国父母爱子心切——强烈希望为孩子创造更好的生活，非常担心媒体内容对孩子的不良影响，对孩子的知识水平和社交技能寄予厚望，因此不太热衷自我享受和放松的消费体验。品牌若想说服家长花更多钱在自己身上，需要为“做快乐的家长，培养成功健康的孩子”之类的理念提供充分的理由和证据。

本报告是关于中国家庭的报告系列的第二篇；此前的第一篇为《针对家庭的市场营销——中国，2014年8月》。报告涵盖以下几个方面：未来5年的目标、家务事的责任、对孩子面对的媒体信息的担心、孩子的休闲活动、购买决策者、育儿方式和对科技的看法以及将做家务作为教育方式等。报告重点比较了妈妈们的偏好、行为和心态，以及现代家长理念的历时变化。

购买
这篇报告地址：
store.mintel.com电话：
欧洲，中东，非洲
+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邮件：
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

针对年轻父母的营销 - 中国 - 2017年12月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需了解的

报告定义

综述

努力让生活更舒适愉悦

数据1: 未来5年的目标——词云，2017年8月

和以前相比，爸爸们对孩子的成长有更大影响

数据2: 不同家务事的责任，2014年对比2017年

教育元素是切入孩子休闲时间的关键

数据3: 决定孩子休闲活动的重要因素，2017年8月

非常担心未被把关的媒体内容

数据4: 家长不想让孩子观看的媒体内容，2017年8月

家长为孩子购物时并不专断

数据5: 孩子、父母（和他们的配偶）和其他人的意见对不同品类的购买决策的影响，2017年8月

现代父母的生活重心——价值观和态度

数据6: 态度——父母和配偶谁更重要、自己和孩子谁更重要、育儿方式和教育方法，2017年8月

数据7: 基于生活态度的消费者细分，2017年8月

我们的观点

议题与洞察

宠物——吸引年轻家庭的新商标

现状

启示

科技产品将有更多机遇参与孩子的健康成长

现状

启示

性别中性化趋势在中国的发展

现状

启示

消费者——您所需要了解的

父母角色几乎同等重要且逐渐融合

渴望促进孩子成长，但是为孩子接触的媒体信息担忧

谁是最终的购买决策者：家长或孩子？

人口统计概况

现代家庭结构兴起——2个孩子，1个宠物

数据8: 有一个孩子的父母对生二胎的意愿，2015-2017年

数据9: 有一个孩子的父母对生二胎的意愿（按宠物拥有率区分），2017年8月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

针对年轻父母的营销 - 中国 - 2017年12月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

较年轻的妈妈们比前几代妈妈们（在相同年纪时）收入更高

数据10: 个人月收入（按父母的年龄和性别区分），2014年对比2017年

未来5年的目标

改善居住环境是一大明确目标

数据11: 未来5年的目标——词云，2017年8月

数据12: 对“照料孩子比发展事业更重要”这一说法的态度，2017年8月

不同年龄、性别和收入群体在人生目标上的差异

数据13: 未来5年的目标（按父母年龄区分），2017年8月

数据14: 未来5年的目标（按父母性别区分），2017年8月

数据15: 未来5年的目标（按家庭收入区分），2017年8月

家务事的责任

妈妈们被默认为家务事的承担者，但其家务负担有所减轻

数据16: 不同家务事的责任，2017年8月

爸爸和妈妈的责任开始融合

数据17: 在各类家务事方面的FDI排名，2014年对比2017年

数据18: 对“男人当全职爸爸是很让人骄傲的”这一说法的态度（按家庭月收入 and 生二胎的意愿区分），2017年8月

家庭理财的性别差异

数据19: 家庭理财的FDI，2014-2017年

日常采购的性别差异

孩子的休闲活动

希望培养孩子的情商和社交能力

数据20: 决定孩子休闲活动的重要因素，2017年8月

数据21: STEM俱乐部玩具样例

中国爸爸参与度更高

数据22: 决定孩子休闲活动的重要因素（按家长性别区分），2017年8月

孩子的性别和年龄对家长育儿规划的影响

数据23: 决定孩子休闲活动的重要因素（按孩子年龄区分），2017年8月

对孩子所面对的媒体信息的担心

强烈要求把关对媒体内容

数据24: 家长不想让孩子观看的媒体内容，2017年8月

爸爸们的保护欲更强

数据25: 家长不想让孩子观看的媒体内容（按家长性别区分），2017年8月

年龄较大的孩子的家长有更多担心

数据26: 家长不想让孩子观看的媒体内容（按孩子年龄区分），2017年8月

女孩和男孩家长有不同的担心

数据27: 独生子女的家长不想让孩子观看的媒体内容（按孩子性别区分），2017年8月

购买决策者

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

针对年轻父母的营销 - 中国 - 2017年12月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

孩子和父母对购买决策的影响因类别而异

数据28: 孩子、父母（和他们的配偶）和其他人的意见对不同品类的购买决策的影响，2017年8月

爸爸们在给孩子购物时更谨慎小心

数据29: 认为在各类产品的购买决策中孩子意见最重要的家长占比（按家长性别区分），2017年8月

孩子性别和年龄对购买决策的影响

数据30: 独生子女家长中认为在各类产品的购买决策中孩子意见最重要的家长的占比（按孩子性别区分），2017年8月

数据31: 家长、孩子和其他人在0-3岁孩子家长购买各类产品的决策中扮演的角色，2017年8月

数据32: 家长、孩子和其他人在4-6岁孩子家长购买各类产品的决策中扮演的角色，2017年8月

数据33: 家长、孩子和其他人在7-12岁孩子家长购买各类产品的决策中扮演的角色，2017年8月

心理概况

配偶和父母谁更重要？

数据34: 对与父母和配偶关系的态度，2017年8月

现代育儿方式

数据35: 对育儿方式的态度，2017年8月

数据36: 家长不想让孩子观看的媒体内容（按消费者类型区分），2017年8月

数据37: 决定孩子休闲活动的重要因素（按消费者类型区分），2017年8月

高科技产品可以辅助学习；孩子也应做家务

数据38: 对育儿方式的态度，2017年8月

数据39: 同意程度——“孩子应该帮忙分担家务，而不是整日学习”（按孩子年龄区分），2017年8月

消费者细分

4类家长

数据40: 基于生活态度的消费者细分，2017年8月

全力以赴的家长

人口统计特征

个性、价值观和信念

数据41: 对育儿方式的态度——表示同意的占比（按消费者分类区分），2017年8月

数据42: 对自己和孩子关系的态度——表示同意的占比（按消费者分类区分），2017年8月

数据43: 对与父母和配偶关系的态度——表示同意的占比（按消费者分类区分），2017年8月

营销启示

崇尚新式生活的家长

人口统计特征

个性、价值观和信念

营销启示

学业为重的家长

人口统计特征

个性、价值观和信念

营销启示

不知所措的家长

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com

针对年轻父母的营销 - 中国 - 2017年12月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

人口统计特征

个性、价值观和信念

营销启示

认识英敏特城市精英人群

更多崇尚新式生活的家长

数据44: 基于生活态度的消费者细分, 2017年8月

未来的父母: 相信自己的育儿方式, 愿意给孩子更多空间, 但要求自己也有更多私人时间

附录——研究方法和缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +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 |

邮件: reports@mintel.com