

针对年轻家庭的营销 - 中国 - 2020年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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



“父母对教育和育儿方面的态度有所转变，这在他们选择与孩子相关的产品和服务时，会直接影响他们的偏好。年轻父母更可能鼓励孩子参与各种活动，包括运动和其他技能培训，更加明白数字化育儿的效果和便利。因此，年轻父母在育儿方面更能接受线上学习工具、益智玩具和可穿戴设备。对品牌而言，重要的是开发新产品和新的营销策略，在高度分散的儿童相关市场保持成功。”

— 谢栋，初级研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 放养式育儿态度更加受到认可以及运动理念营销的力量
- 线上学习工具、益智玩具和可穿戴设备等数字化育儿受到年轻父母欢迎
- 社交电商不仅是电商入口，更是提升受众信赖和参与度之处

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

针对年轻家庭的营销 - 中国 - 2020年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

您所需要了解的

报告定义

综述

消费者

6岁以下孩子的基本花费高达平均每月3,000元人民币

数据1: 与孩子相关的花费, 2020年1月

大多数有0-6岁孩子的被访家庭得到祖父母的帮助

数据2: 祖父母的帮助 (按年龄区分), 2020年1月

数据3: 祖父母的帮助 (按城市线级区分), 2020年1月

高度认识到运动和户外活动的重要性

数据4: 课外培训课程, 2020年1月

对手工活动和编程等实践技能培训意识强烈

数据5: 课外培训课程 (按学历区分), 2020年1月

只有45%的父母在与孩子相关产品最常用的3个信息渠道中提及口碑

数据6: 信息渠道, 2020年1月

育儿杂志在二线城市和妈妈中仍受欢迎

数据7: 信息渠道 (按性别和城市线级区分), 2020年1月

安全最受重视, 其次是性价比高

数据8: 偏爱的品牌特点, 2020年1月

品牌折扣和科技在三线城市比在一、二线城市更加有效

数据9: 偏爱的品牌特点 (按城市线级区分), 2020年1月

教育和兴趣爱好是父母愿意多加花费的首要方面, 而电子产品则排名垫底

数据10: 未来消费的重视点, 2020年1月

电子产品不是投入的重点

数据11: 未来消费的重视点 (按学历区分), 2020年1月

放养式育儿逐步为当今的父母所接受

数据12: 育儿态度 (按代际区分), 2020年1月

40%的家长认为网课可取代线下课程

数据13: 育儿态度 (按代际区分), 2020年1月

我们的观点

议题与洞察

放养式育儿态度更加受到认可以及运动理念营销的力量

现状

启示

数据14: 雀巢美禄运动营销活动, 2020年1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

针对年轻家庭的营销 - 中国 - 2020年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

线上学习工具、益智玩具和可穿戴设备等数字化育儿受到年轻父母欢迎

现状

启示

数据15: 帮宝适Lumi婴儿护理系统, 2020年1月

社交电商不仅是电商入口, 更是提升受众信赖和参与度之处

现状

启示

数据16: 京东妈妈推购社交电商, 2020年1月

消费者——您所需要了解的

6岁以下孩子的基本花费平均每月约为3,000元人民币

运动和实践能力是其他逐渐获得重视的方面

口碑是提及最多的单个信息渠道, 而从整体上看社交媒体的影响最强大

安全性仍是与孩子相关产品或服务的首要关注点

放养式育儿逐步为今日的父母所接受

孩子的花费

6岁以下孩子的基本花费高达平均每月3,000元人民币

数据17: 与孩子相关的花费, 2020年1月

数据18: 4个方面的平均花费(按孩子年龄区分), 2020年1月

低收入家庭将家庭收入的四分之一用于孩子身上

数据19: 平均家庭收入(按收入水平区分), 2020年1月

大多数有0-6岁孩子的被访家庭得到祖父母的帮助

数据20: 祖父母的帮助(按年龄区分), 2020年1月

数据21: 祖父母的帮助(按城市线级区分), 2020年1月

祖父母的经济支持对孩子教育和饮食几无影响, 对着装和休闲更有影响

数据22: 与孩子相关的花费(按接受的帮助区分), 2020年1月

课外培训

高度认识到运动和户外活动的重要性

数据23: 课外培训课程, 2020年1月

数据24: 课外培训课程(按收入水平区分), 2020年1月

数据25: 育儿态度(按收入水平区分), 2020年1月

为小学学业做好准备以及“不输在起跑线上”的观念

数据26: 课外培训课程(按孩子年龄区分), 2020年1月

数据27: 育儿态度(按学历区分), 2020年1月

尽早参加舞蹈、艺术和音乐课程帮助孩子树立信心

数据28: 课外培训课程(按孩子年龄区分), 2020年1月

数据29: 课外培训课程(按城市线级区分), 2020年1月

对手工活动和编程等实践技能培训意识强烈

数据30: 课外培训课程(按学历区分), 2020年1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

针对年轻家庭的营销 - 中国 - 2020年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

信息渠道

只有45%的父母在与孩子相关产品最常用的3个信息渠道中提及口碑

数据31: 信息渠道, 2020年1月

线上论坛更受高收入家庭父母的欢迎, 而短视频平台和直播平台更受低收入家庭父母喜爱

数据32: 信息渠道 (按收入水平区分), 2020年1月

育儿杂志在二线城市和妈妈中仍受欢迎

数据33: 信息渠道 (按性别和城市线级区分), 2020年1月

电商平台的使用受孩子年龄影响且在一线城市父母中更受欢迎

数据34: 信息渠道 (按城市线级和孩子年龄区分), 2020年1月

偏爱的品牌特点

安全最受关注, 其次是性价比高

数据35: 偏爱的品牌特点, 2020年1月

品牌折扣和科技在三线城市比在一、二线城市更加有效

数据36: 偏爱的品牌特点 (按城市线级区分), 2020年1月

社会责任标签和明星效应对高收入消费者更加有效

数据37: 偏爱的品牌特点 (按收入水平区分), 2020年1月

未来消费的重视点

教育和兴趣爱好是父母将继续投入更多的优先事项

数据38: 未来消费的重视点, 2020年1月

数据39: 育儿态度 (按代际区分), 2020年1月

更多低收入家庭父母愿意牺牲个人享乐, 投入孩子的教育

数据40: 未来消费的重视点 (按收入水平区分), 2020年1月

数据41: 育儿态度 (按收入水平区分), 2020年1月

电子产品不是投入的重点

数据42: 未来消费的重视点 (按学历区分), 2020年1月

数据43: 育儿态度 (按学历区分), 2020年1月

育儿风格和期望

放养式育儿逐步为当今父母所接受

数据44: 育儿态度 (按代际区分), 2020年1月

更多研究生学历的父母更倾向让孩子心态放松, 而不是加入更激烈的竞争

数据45: 育儿态度 (按学历区分), 2020年1月

40%的家长认为网课可取代线下课程

数据46: 育儿态度 (按代际区分), 2020年1月

认识英敏特城市精英人群

放养式育儿更受英敏特城市精英人群欢迎

数据47: 育儿态度 (按消费者分类区分), 2020年1月

英敏特城市精英人群更愿意对孩子投入更多, 甚至包括电子产品

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

针对年轻家庭的营销 - 中国 - 2020年2月

报告价格: £3302.97 | \$4460.00 | €3717.16

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

数据48: 偏爱的品牌特点 (按消费者分类区分), 2020年1月

英敏特城市精英人群倾向于从特定渠道获取信息

数据49: 信息渠道 (按消费者分类区分), 2020年1月

附录——研究方法 with 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