

2018年中国新生代妈妈母婴市场趋势洞察



GAME CHANGERS



2018.07

前言

- 随着90后步入“黄金育龄”，90后新生代妈妈人数逐渐增加。年轻妈妈更追求“个性化”，平衡工作与生活成为新的需求，消费趋势开始有了明显转变。
- 益普索和宝宝树紧跟市场变化的趋势，共同推出《2018年中国新生代妈妈母婴市场趋势洞察》，梳理市场脉络，了解母婴消费群体特征，预测未来发展新趋势。



研究方法



知识库



定性深访



大数据



定量问卷

目录

01

育儿态度

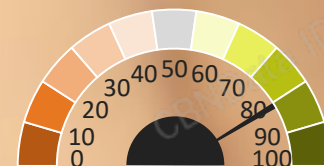
02

产品需求

03

媒体营销

保持自我的生活姿态



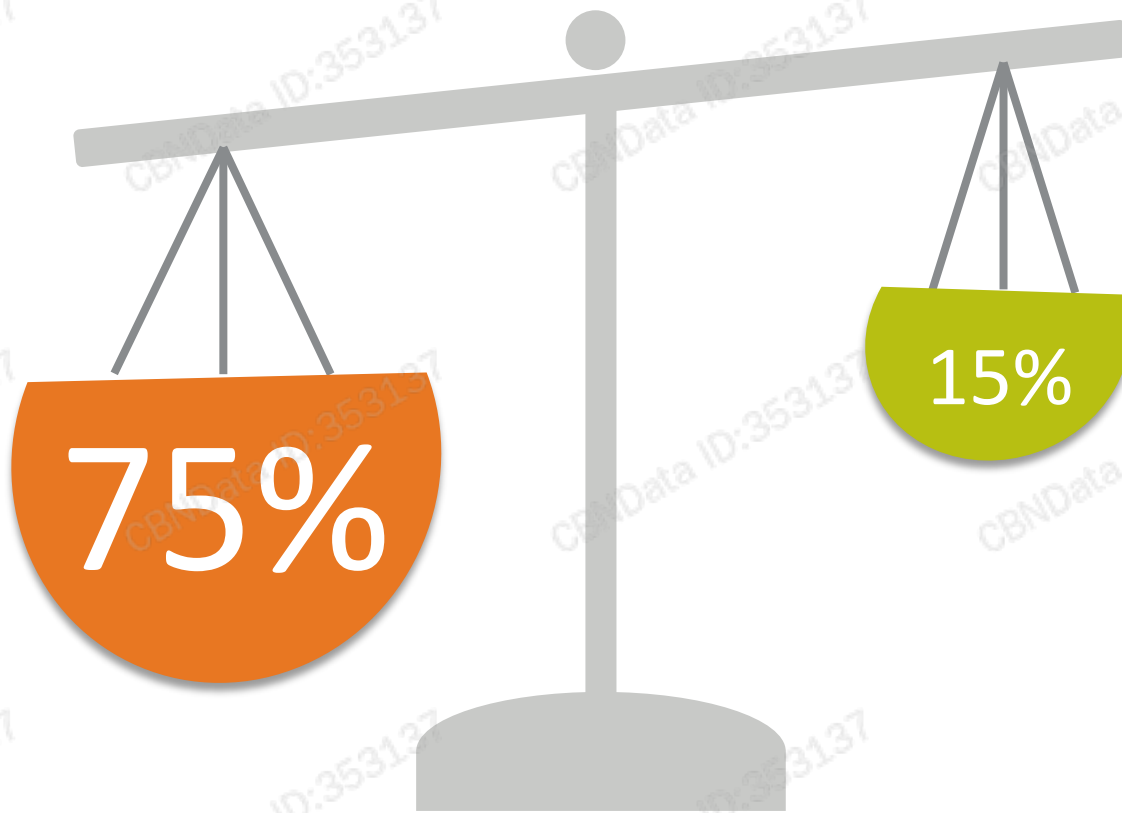
83%非常认同

“妈妈身心愉悦
对宝宝来说是最重要的”

为孩子奉献一切的想法减弱，更追求自我和独立的空间

非常认同

即使当了妈妈
女人还是要有
独立的空间
和自我的追求



非常认同

做妈妈就是要
为家庭和孩子
做出牺牲

保持自我的生活姿态

重视孩子，也不亏待自己



除去其他日常支出
宝宝vs个人支出比例为3:2

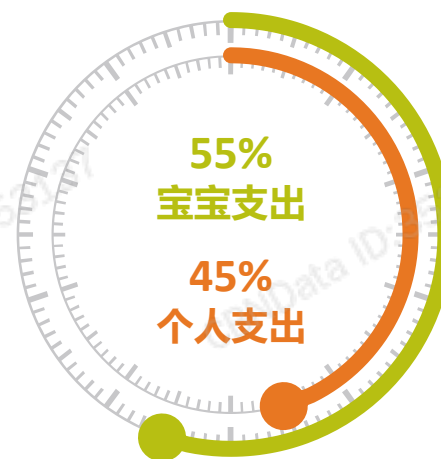
61%



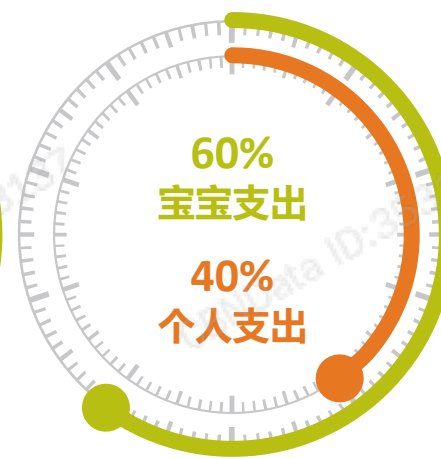
39%



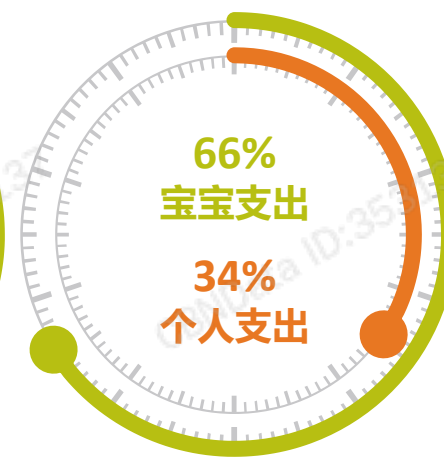
一线城市的妈妈对自己的投资占比更高



一线城市



二线城市



三线城市

保持自我的生活姿态

懒系生活法

86%

认同“我愿意尝试
高效便捷的母婴产品，
让自己过得**更舒适**”

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_17127

