



中国母婴家庭人群白皮书

2017年

艾瑞-亲宝宝联合发布

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读

基本定义与研究范围

聚焦母婴家庭人群的母婴App使用行为、购物方式及广告态度

母婴家庭人群，由0-6岁儿童家庭的主要家庭成员构成，涵盖爸爸、妈妈、祖父母/外祖父母等各类家庭角色。母婴类App，是指为备孕、怀孕以及0-6岁左右的婴童父母提供包括育儿知识资讯及咨询、育儿经验分享及交流、婴幼儿教育产品及服务、母婴产品售卖等母婴类生活服务的移动应用。母婴类App包括孕婴工具类产品、母婴社区、母婴电商平台及各类垂直母婴服务。

本报告聚焦于有过母婴类App使用行为的母婴家庭人群，研究其对母婴类App的使用行为、对各商品品类的购买行为以及移动广告态度等方面。

“

母婴家庭人群

由0-6岁儿童家庭的主要家庭成员构成，涵盖爸爸、妈妈、祖父母/外祖父母等各类家庭角色。

”

母婴类
App

孕婴工具产品

母婴社区

母婴电商平台

垂直母婴服务

观点概要

核心结论提炼



行业背景

- 婴儿潮恰逢全面二胎新政，将带来新一波出生高峰
- 预计到2018年年末，中国母婴家庭群体规模将达2.86亿
- 移动化趋势成主流，移动端使用时长占比88.2%
- 人口红利和移动化趋势促进了母婴App的高速发展，移动端渗透率快速提高



基本使用行为

- 70%用户通过口碑推荐接触母婴App
- 70.1%用户每天多次使用母婴App，高频长时用户占比达13.6%
- 晚餐后、入睡前是用户活跃度最高的使用时段
- 记录成长、家庭内分享动态、获取母婴知识是主要使用动机



母婴消费方式

- 母婴产品的消费频次较高，每月购买多次的用户占比近70%
- 母婴产品线上垂直渠道购买率较高，占比达28.0%
- 母婴产品消费更注重质量和材质，对价格的敏感性相对较低
- 爸爸妈妈主导消费决策，祖父母们也对消费决策具有影响力



移动广告态度

- 开屏广告识别性强，固定位置的各类广告接受度高
- 广告形式方面，传统图文广告识别度和接受度最高
- 广告点击率主要取决于用户需求和广告创意
- 移动广告认同者占比49.0%，显著高于排斥者

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

观点概要

主流群体画像



妈妈人群

- 在使用过母婴App的母婴家庭人群中占比40%
- 主要集中于26-30岁
- 母婴App的使用频率较高，消费决策影响力强



爸爸人群

- 在使用过母婴App的母婴家庭人群中占比29%
- 主要集中于31-40岁
- 整体购买力强，偏好中高档消费，移动广告包容度较高



祖辈人群

- 在使用过母婴App的母婴家庭人群中占比16%
- 基本集中于50岁以上
- 母婴App的使用时长较长，移动广告包容度高

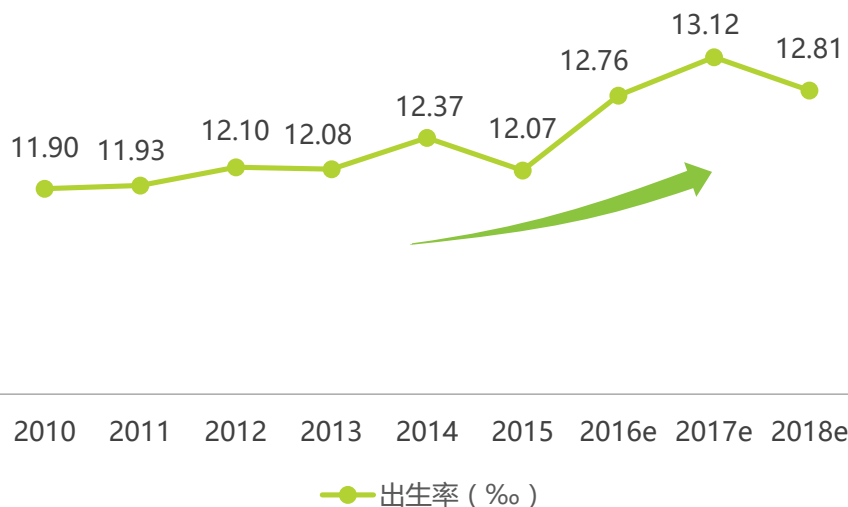
中国母婴行业发展概览	1
中国母婴家庭人群使用母婴App行为分析	2
中国母婴家庭人群消费方式分析	3
中国母婴家庭人群广告态度分析	4
中国母婴家庭用户画像	5

中国母婴行业发展概览

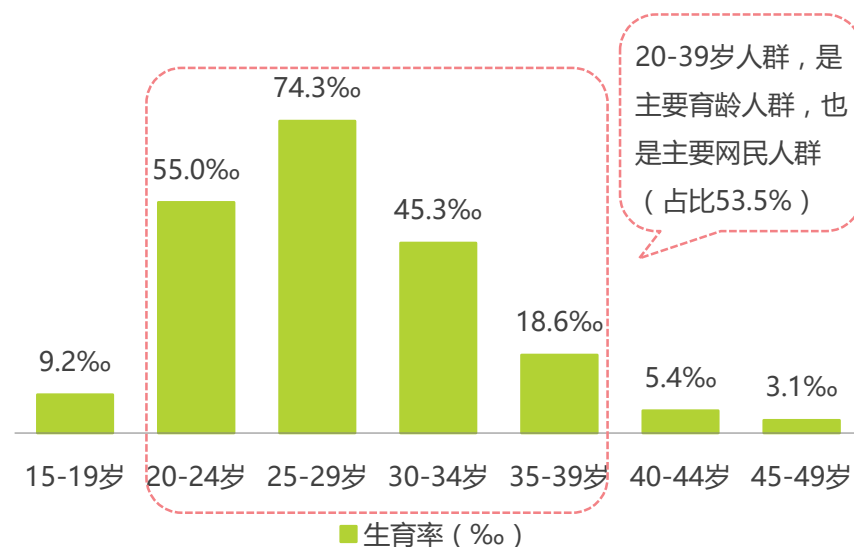
婴儿潮恰逢全面二胎新政，带来新一波出生高峰

2013年，单独二胎政策放开后，中国人口出生率呈现明显增长。艾瑞分析认为，1) 2015年的全面二胎政策将促使30岁以上人群的生育率再次上升；2) 中国第三次婴儿潮人群（1986-1992年出生）进入生育高峰期（25-34岁），生育率均超过40‰；3) 中国人对金猴宝宝和金猪宝宝存在偏爱心理，生育需求将进一步释放，预计到2018年，出生率将攀升至12.81‰。新一波出生高峰到来，母婴家庭人群规模进一步扩大。

2010年-2018年中国人口出生率



2015年中国育龄妇女分年龄生育率



注释：1. 出生率 = (年内出生人数 / 年内平均人口数) × 1000‰；2. 分年龄生育率：一定年龄组中每1000妇女的全年活产婴儿数。

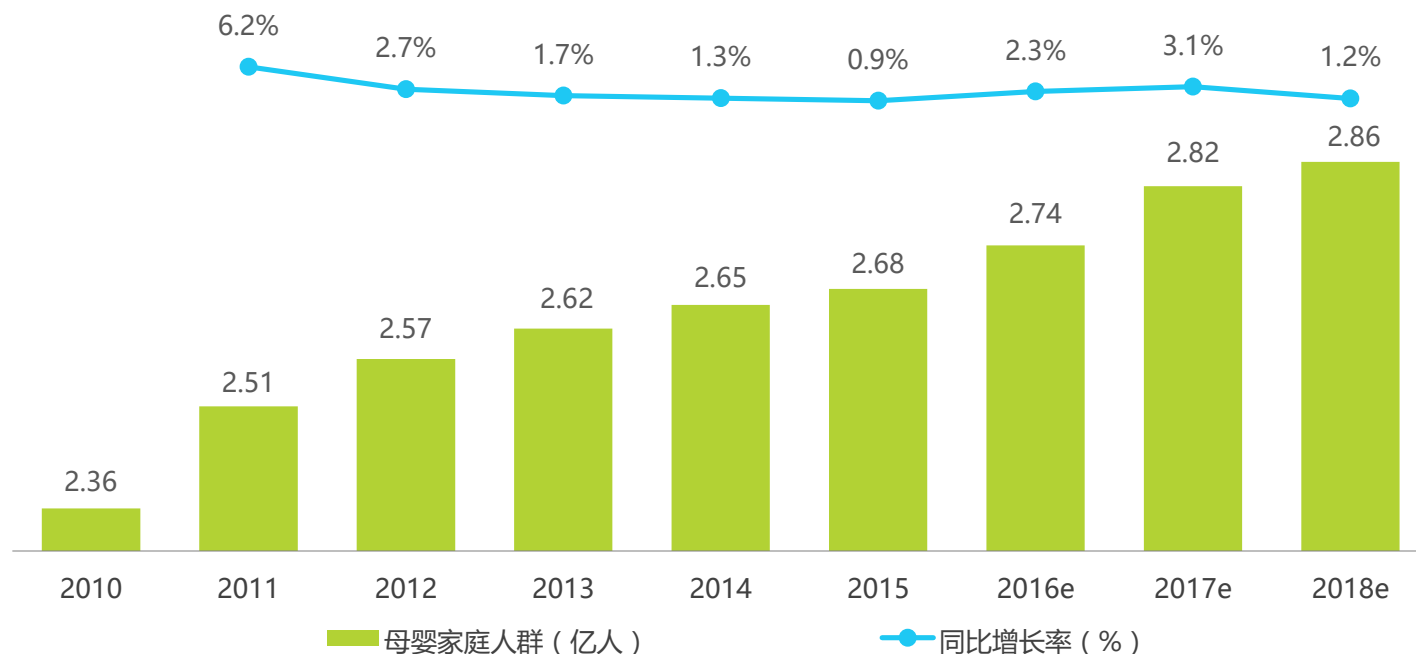
来源：2009-2015年出生率及2015年育龄妇女分年龄生育率来自国家统计局，2016年及以后出生率为艾瑞预测数据。艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国母婴行业发展概览

家庭决策结构不断优化，母婴家庭人群迅速扩张

伴随着育儿理念和消费理念的不断升级，孩子在成长过程中所涉及的衣食住行等各个方面的决策，除了妈妈的主要参与外，更多家庭成员逐渐参与其中，并起到越来越重要的作用。艾瑞咨询认为，预计到2018年年末，中国母婴家庭群体规模将达到2.86亿，与2010年相比，增长21.2%。伴随着家庭决策结构不断优化和母婴家庭人群迅速扩张，母婴市场潜力巨大。

2010年-2018年中国母婴家庭人群规模



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。

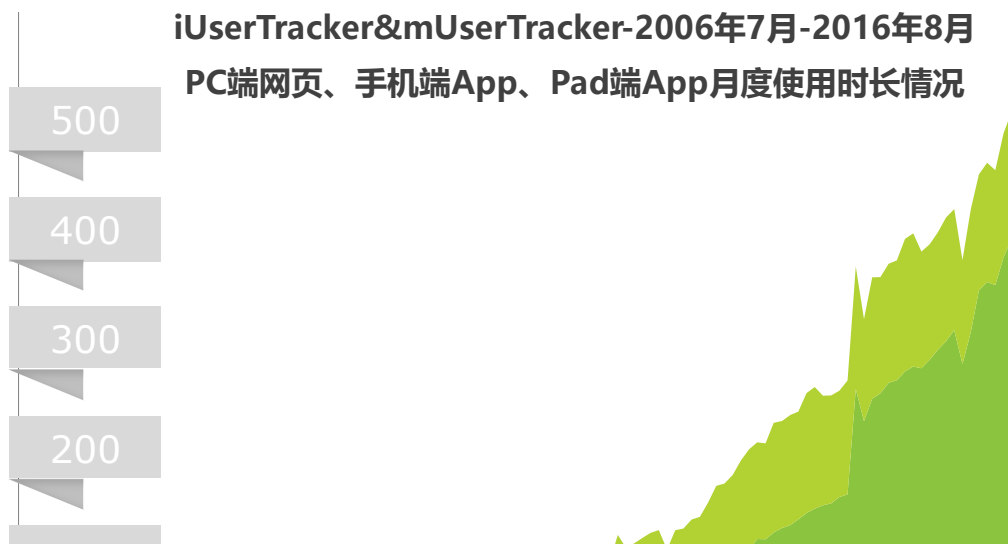
中国母婴行业发展概览

移动化趋势成主流，移动端使用时长占比达到88.2%

根据艾瑞网民行为监测系统iUserTracker以及移动网民行为监测系统mUserTracker的监测数据显示，流量正从PC端向移动端快速迁移，网民对移动设备的依赖性不断增强。2017年1月，网民整体上网时长已突破500亿小时，其中，移动端总体使用时长占整体上网时长的比例达到88.2%。

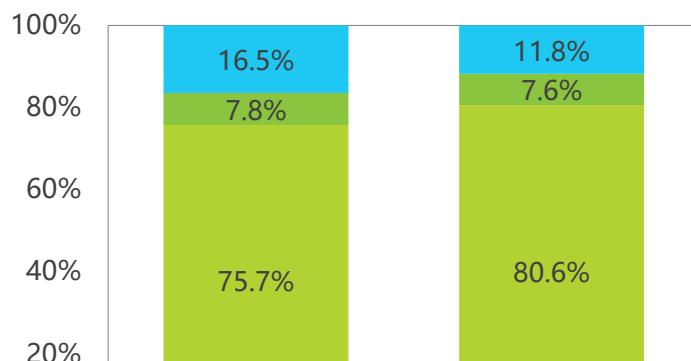
iUserTracker&mUserTracker-2006年7月-2016年8月

PC端网页、手机端App、Pad端App月度使用时长情况



iUserTracker&mUserTracker-2016

年1月-2017年1月PC端网页、手机端App、Pad端App月度使用时长对比



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_21462

