

中国母婴App用户洞察报告

2015年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读



二胎？

过半家庭有要二胎意愿，超三成家庭明确要二胎。

要二胎主要为了给大宝做伴，不要二胎主要因为经济压力。



育儿？

母婴App成新育儿神器，使用忠诚度高。

高收入者更加注重在早教、亲子和护理上的投入。



母婴App？

早教和医疗App的普及度和付费意愿高。

妈妈偏爱社区和电商App，爸爸偏爱专业服务App。



1

二胎意愿洞察



2

育儿理念和行为洞察



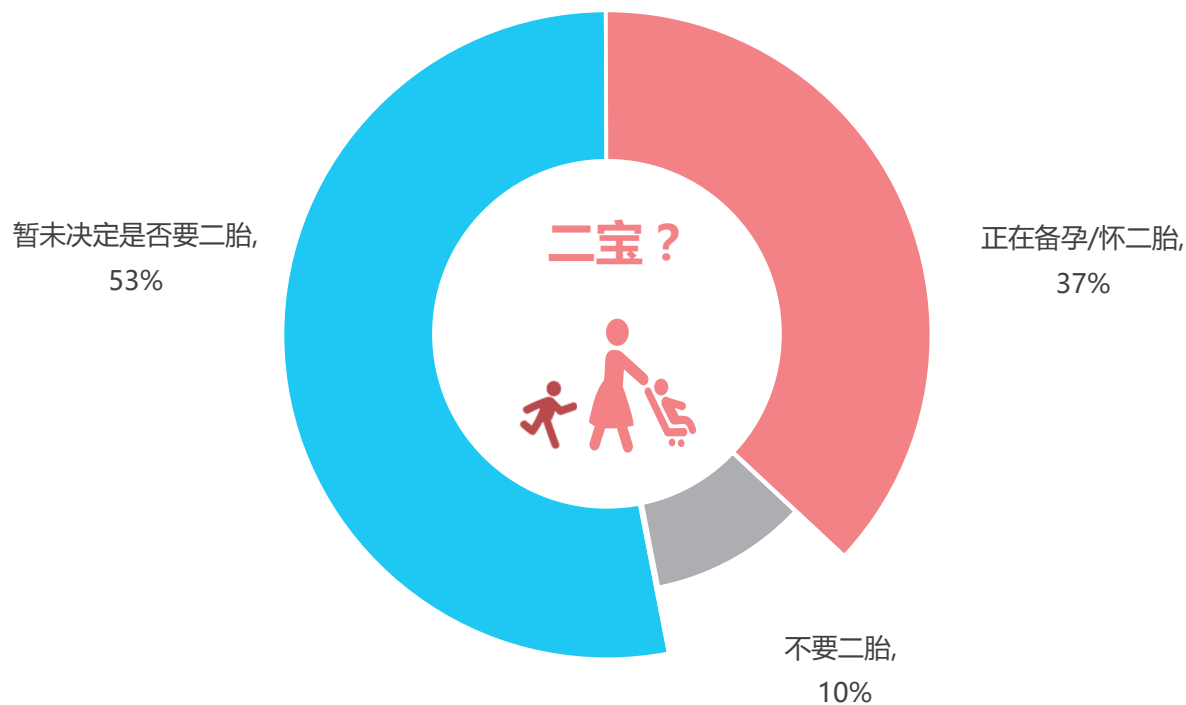
3

垂直母婴App使用行为洞察

二胎意愿

过半家庭有要二胎意愿，超三成家庭明确要二胎

一胎家庭要二胎的意愿

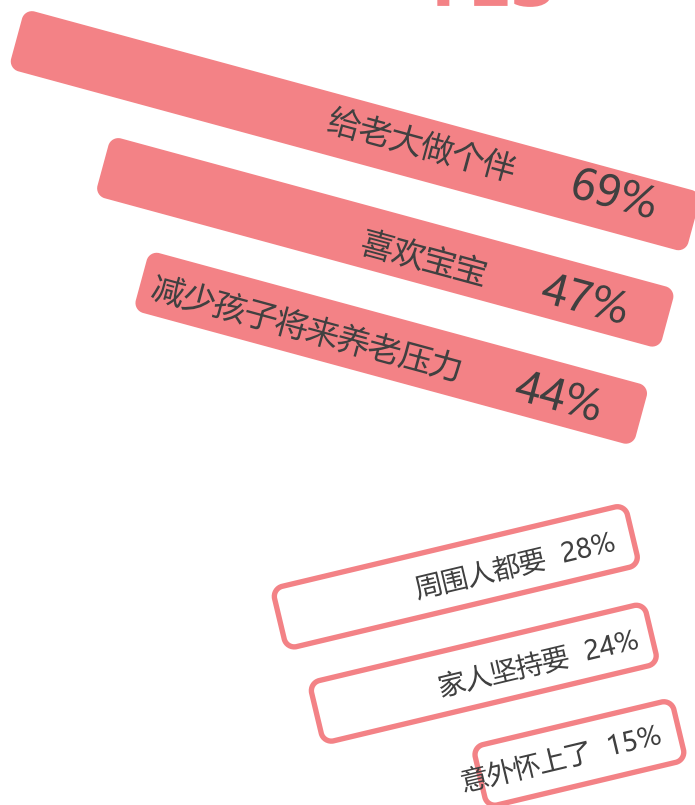


来源：N=627，于2016年1月通过艾瑞iClick社区调研获得。

二胎意愿和原因

要二宝主要为了给大宝作伴，不要二宝主要因为经济压力大

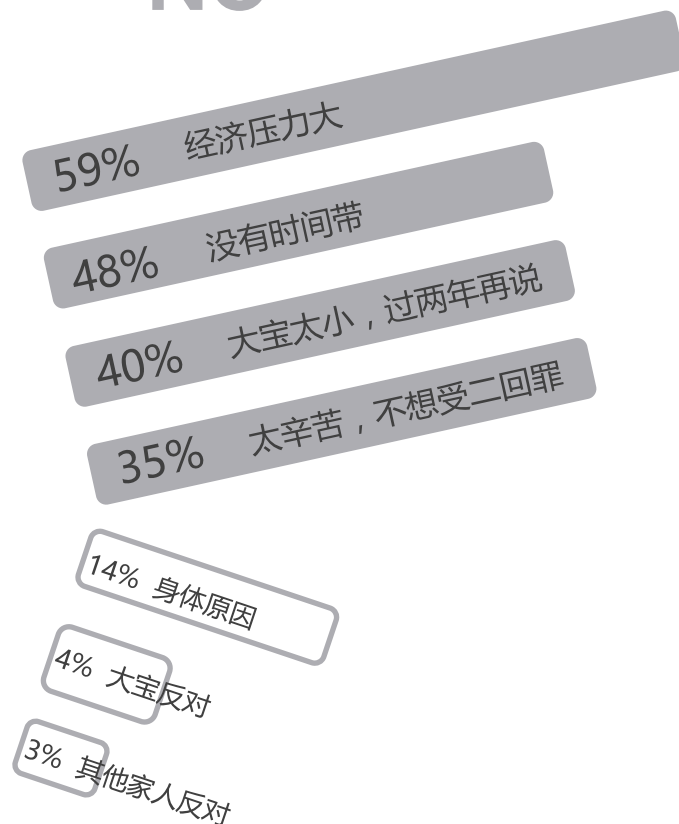
YES



二宝？



NO



来源：N=386，于2016年1月通过艾瑞iClick社区调研获得。

来源：N=313，于2016年1月通过艾瑞iClick社区调研获得。



1 二胎意愿洞察



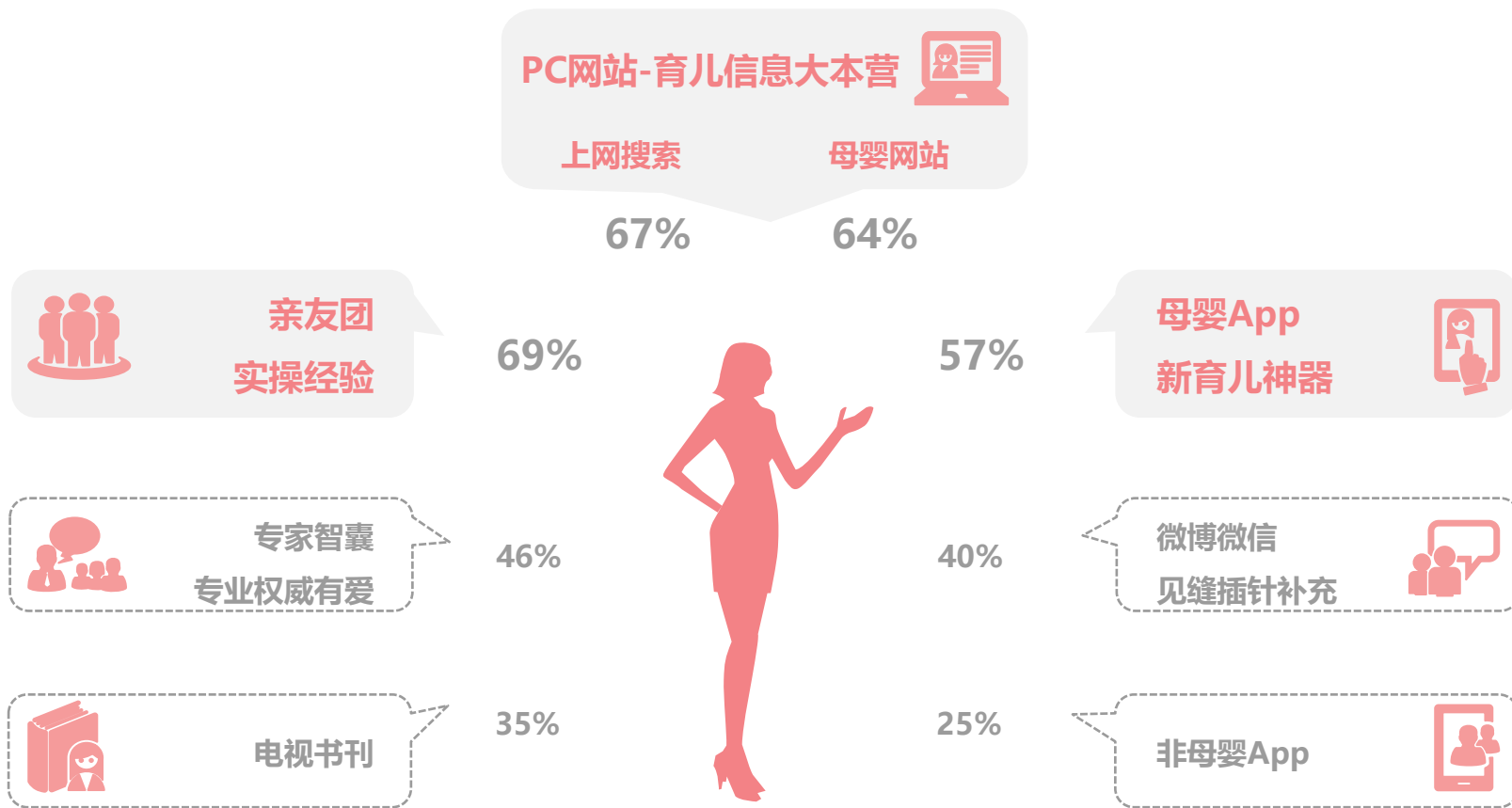
2 育儿理念和行为洞察



3 垂直母婴App使用行为洞察

孕育信息获取渠道

亲朋经验、PC网站和母婴App是最主要的孕育信息获取渠道



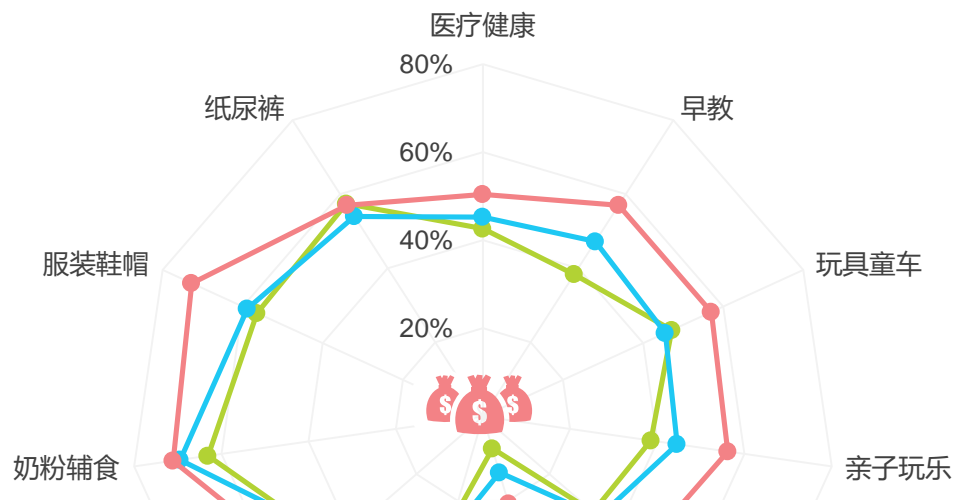
来源：N=4942，于2016年1月通过艾瑞iClick社区调研获得。

孕育消费

高收入者在早教、亲子和护理方面的投入更高

- 孕育消费主要集中在吃、穿、玩乐、健康和教育。
- 高收入人群最主要的育儿消费包括：奶粉辅食、服装鞋帽、纸尿裤、玩具童车、早教和亲子服务。

2015年不同家庭月收入人群的主要孕育消费方向对比



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_21628

