

中国家庭教育消费者图谱

2016年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

家长帮

iResearch
艾瑞咨询

1

研究目的及方法

2

中国家长群体画像

3

学龄前（0-6岁）家庭教育消费行为洞察

4

中小学（7-18岁）家庭教育消费行为洞察

2016中国家庭教育消费者图谱

家长帮、艾瑞咨询、好未来教育研究院联合发布

共同探讨互联网时代下，中国家长在教育理念、消费行为上特征和变化，探索未来家庭教育的发展方向。



中国家长群体画像及家庭教育态度洞察

性别/年龄/地区（一/二/三/四线城市）/消费水平/收入水平/家庭教育分工/教育理念



学龄前（0-6岁）家庭教育消费行为洞察

家庭教育观/早教类产品及其费用投入/互联网产品偏好/获取教育资讯渠道/教育类硬件需求



中小学（7-18岁）家庭教育消费行为洞察

家庭教育观/教育类产品及其费用投入/互联网产品偏好/获取教育资讯渠道/教育类硬件需求

研究方法及数据来源

问卷调研+移动端/PC端 连续性数据监测

面向全国范围内的中国家长群体，结合多种数据采集方法及渠道，进行中国家庭教育消费者调研。

研究范围：报告涉及家庭教育针对有0-18岁孩子的中国家庭进行研究。

定量线上问卷调研



家长帮

家长帮论坛
家长帮 (App)



艾瑞调研样本

艾瑞iClick社区
iUserSurvey自助调研平台

数据样本回收情况：2016.1.21-1.29，回收有效问卷1034份（其中艾瑞iClick社区506份，家长帮渠道问卷528份）

移动端/PC端 连续性数据监测



iUserTracker
网络用户行为监测

40万PC端监测样本



mUserTracker
移动用户行为监测

200万智能手机监测样本

1

研究目的及方法

2

中国家长群体画像

3

学龄前（0-6岁）家庭教育消费行为洞察

4

中小学（7-18岁）家庭教育消费行为洞察

各年龄段家长群体画像

60后家长



传统
严格
事业有成
看重孩子的成绩
觉得和孩子有代沟
为孩子规划未来

认为作为家长还不够成熟
对孩子成绩关注度不高
热衷新事物
初为人父母
收入还不高
直接
追求个性

90后家长



70后家长



成熟
社会中坚
收入较高
最关注升学类资讯
乐于与孩子交流
民主化教育
教育支出意愿高

高学历
第一代独生子女
为理想打拼
对网络接受度高
遇困惑会上网交流
工作忙照顾孩子少
注重素质教育

80后家长



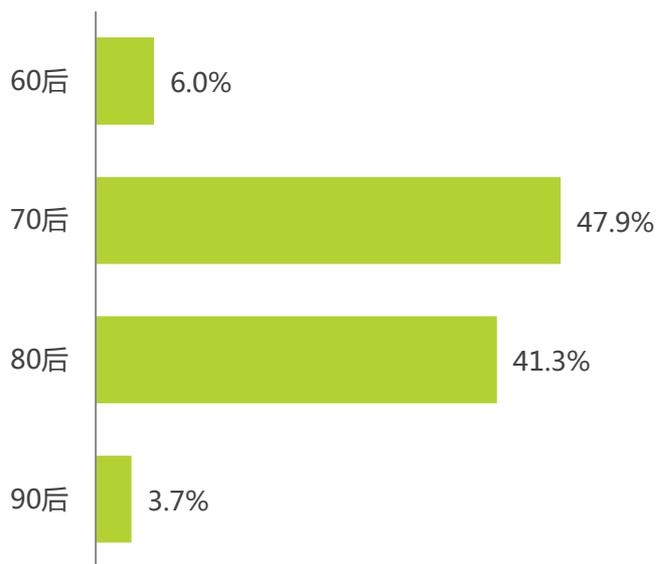
家长和孩子年龄分布

70后、80后为家长主体

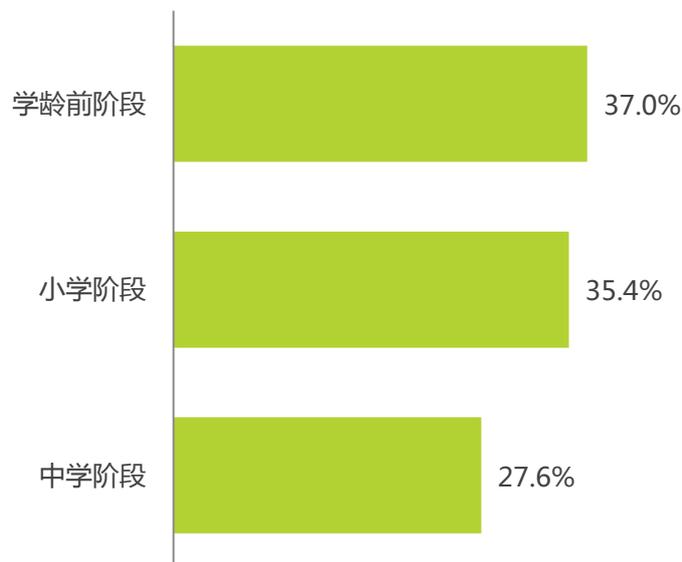
70后和80后为家长主体人群，共计占比89.2%。

参与此次调研的家庭孩子年龄段分布在0-18岁阶段，其中学龄前（0-6岁）为37.0%，小学阶段（7-12岁）35.4%，中学阶段（13-18岁）27.6%。

2016年中国家长年龄分布



2016年孩子年龄分布



家长及家庭特征

教育态度

注释：n2016=1034，艾瑞咨询于2016年1月通过线上调研获得。

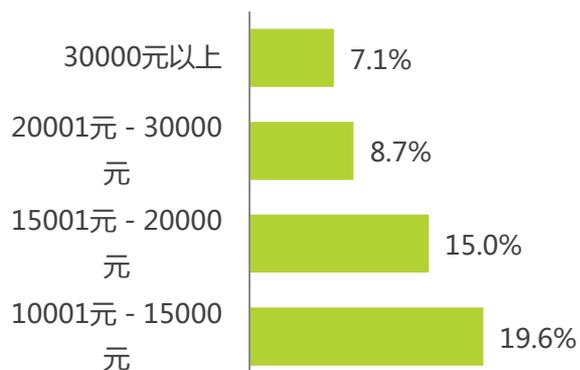
家庭月收入情况

城市间收入差异明显

此次调研家庭月收入低于10000元的家庭占比为49.5%。

一线城市家庭月收入水平明显高于二线城市和三四线城市，一线城市家庭月收入高于10000元的比例为78.4%，而二线城市和三四线城市家庭月收入高于10000元的比例则分别为45.1%和27.8%。

2016年中国家庭月收入情况



2016年中国城市家庭月收入情况



家长及家庭特征

教育态度

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_21630

