

中国移动互联网母婴行业 流量报告

©2022.1 iResearch Inc.

研究范围及数据说明

研究范围

1. 研究对象：

- 中国移动互联网母婴行业
- 中国移动互联网母婴人群

2. 研究范围：

- 中国移动互联网母婴行业流量
- 中国移动互联网母婴人群APP使用行为
- 中国母婴行业网络营销

3. 其他说明

- 本报告中母婴行业，指女性亲子大类行业，不含母婴垂直类网站；
- 本报告中母婴人群，指统计周期内使用过女性亲子类App（不含经期管理、丽人丽容）的用户群体。

数据说明

1. 数据来源：

- 艾瑞咨询 UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）
- 艾瑞咨询 AdTracker 多平台网络广告监测数据库（桌面及智能终端）
- 艾瑞咨询 OneMedia 新媒体监测数据库

2. 数据统计时间：

- 2020年1月-2021年11月

来源：艾瑞咨询基于桌面研究自主绘制。

01

移动互联网流量愈发触顶，母婴行业则加速崛起：截至2021年10月，中国移动互联网母婴行业伴随线上风口御风而行，月独立设备数同比增速持续加快，9月达同比增长峰值40.3%，全网渗透率提高至14%；其中，95后网生代妈妈大踏步迈入育儿大军，使用时长同比大幅上涨47.9%，新一线城市和下沉城市用户蕴藏增长潜力。

02

消费迭代背景下，母婴细分品类向品质化、高端化发展：奶粉（有机喂养新人类）、纸尿裤（高端呵护黑科技）、儿童护肤（人类幼崽护肤新体验）、玩具（益智美玩新乐趣）、童装（童领新潮穿着）为主要升级品类，入局广告主数增多，新旧品牌竞相角逐母婴细分赛道。

03

母婴人群移动互联网线上即生活：1）育儿篇：追求智慧育儿，高效便捷；2）出行篇：舒适安全倾向更高；3）运动健康篇：奉行育儿悦己平衡有道；4）消费篇：家庭生活品质升级。

04

母婴品牌数字营销趋势：KOL内容共创引爆流量、私域阵营建立信任关系、IP联名焕新品牌形象、人文关怀贯穿营销活动。

移动互联网母婴行业发展

1

母婴人群

2

母婴行业数字营销

3

价值榜

4

Part 1.1 中国移动互联网母婴行业整体发展回顾



新增长，母婴行业加速崛起

中国移动互联网流量大盘

中国移动互联网用户规模已趋向稳定，全年同比不超过1%，
2021年11月达历史最高值13.85亿台，同比净增981.8万台

mUserTracker-2021年1-11月中国移动互联网月独立设备数及同比增长率

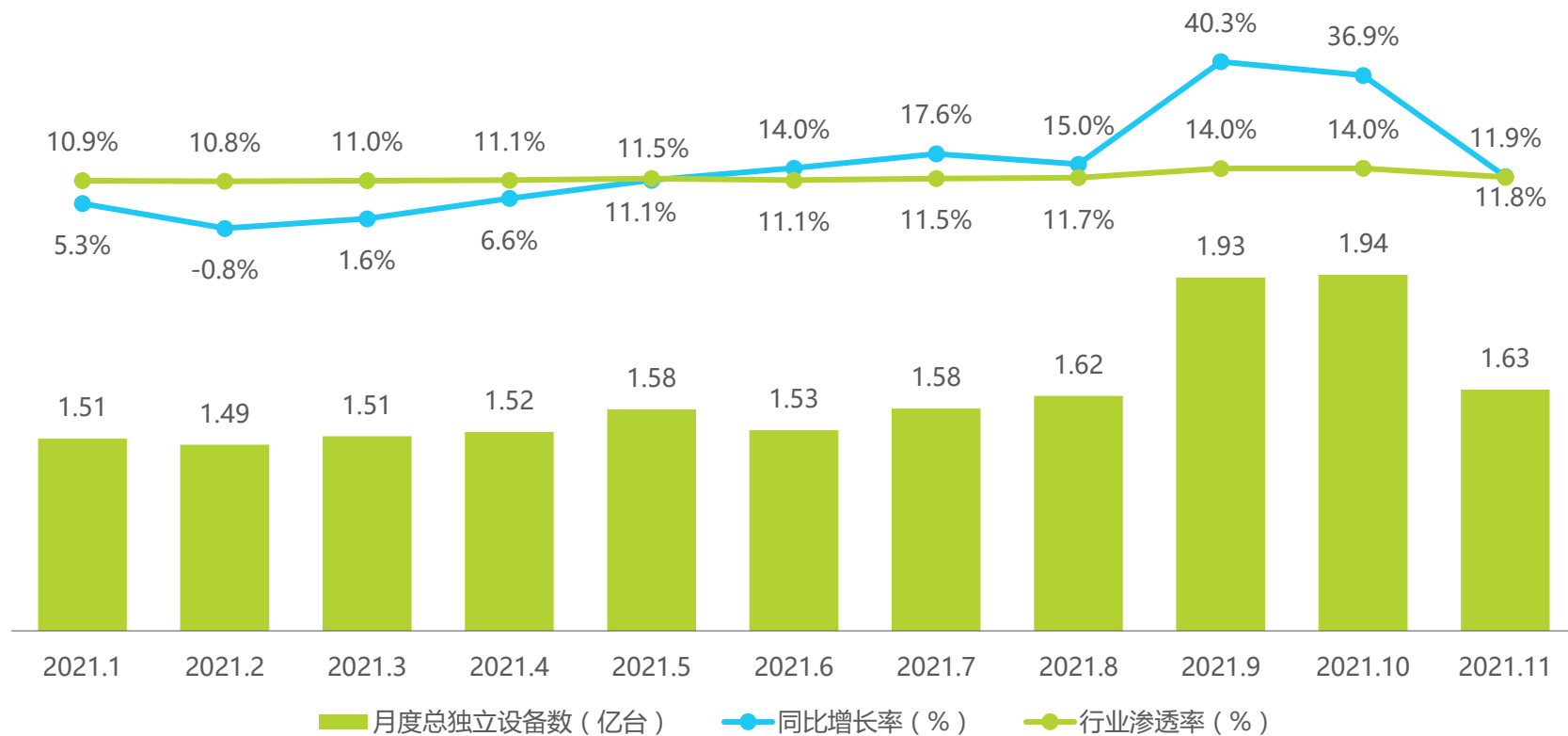


来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

母婴行业流量趋势

母婴行业伴随线上风口御风而行，2021年1-10月，母婴行业月独立设备数同比增速持续加快，9月达同比增长峰值40.3%，增量达5535.3万台，全网渗透率提高至14.0%

mUserTracker-2021年1-11月中国移动互联网母婴行业月独立设备数&同比增长率&行业渗透率

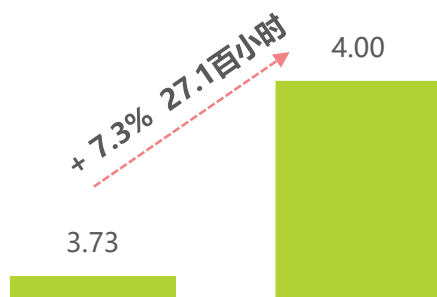


来源：UserTracker 多平台网民行为监测数据库（桌面及智能终端）。

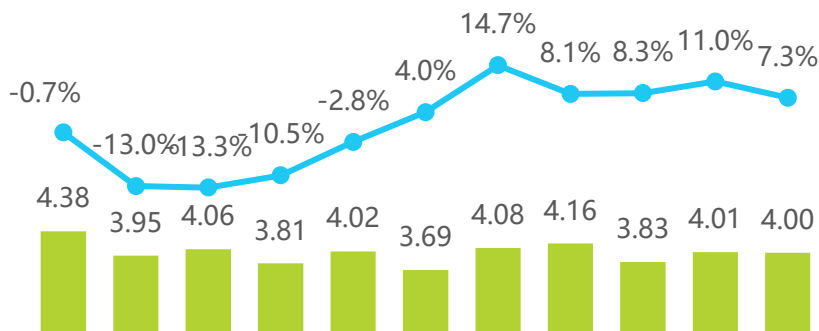
母婴行业用户粘性

从时长来看，行业在疫情催化后趋势企稳，在线母婴行业使用总时长维持较高水平，11月总有效使用时长提高7.3%

mUserTracker-2020.11&2021.11中国
移动互联网母婴行业网民月总有效使用时间



mUserTracker-2021年1-11月中国
移动互联网母婴行业网民月总有效使用时间



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_35828

