

针对年轻家庭的营销 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 不同类型家长的育儿风格与思维模式
- 疫情后与孩子的互动变化以及陪伴的重要性
- 随着教育政策变化和科技发展，家长对儿童课程/产品的消费变化
- 不同年龄段儿童的电子产品使用情况
- 育儿信息来源的广度和深度
- 对传达不同育儿理念的品牌宣传语的偏好

年轻父母的育儿观与传统育儿态度相比有了明显改变。他们更重视陪伴在孩子成长过程中的作用，并意识到个性和思维方式比学习成绩更重要。品牌有必要通过将自己定位为孩子成长过程中的“陪伴者”，来赢得家长的情感认同。

AI（人工智能）等前沿技术的新进展也在影响年轻父母在孩子教育及养育方面的决策。一方面，科技的运用催生了更多教育和娱乐场景，而另一方面，为了孩子未来更好的发展，家长开始更多地考虑让孩子早点接触电子产品。以适当的方式与科技相结合是每个儿童品牌都应考虑的问题。

不同于其他品类，儿童品牌自然而然地带有“儿童成长专家”的特定形象。这让年轻父母希望自己信任的品牌更多地参与到孩子的成长过程中。年轻父母愿意保护孩子的纯真、创造力和想象力。这同样要求品牌在打造专业形象之外注意沟通方式，尤其要避免对孩子过度控制的态度。



“年轻父母对养育孩子的态度发生了明显改变。他们越来越重视‘陪伴’在孩子成长过程中的作用。随着减轻孩子学习负担的需求日益明确，保护孩子们的童心和创造力正成为更重要的事。科技的发展不仅改变了教育和信息来源的形态，也在影响家长对孩子未来发展方向的思考方式。与此同时，年轻父母对自我实现的追求并没有在育儿期间停止。他们希望孩子成为自己动力和灵感的源泉，而不是束缚。”

— 张泽龙，高级研究分析师

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告定义

综述

- 议题与洞察
- 让孩子自在做小孩，为奇思妙想留出空间
数据1: 安奈儿——天真自在做孩子，2022年
- 鼓励朋友般的亲子关系，给予孩子更多陪伴和沟通
数据2: 耐克童装——上板吧，菜菜，2022年
- 摒弃刻板的育儿观念，探索适合自己的育儿方式
数据3: 嫚熙——“合格妈妈入职考试”，2022年
- 市场综述
- 三孩政策的效果有待观察；随着疫情影响逐渐消退，新生儿数量下降趋势可能会缓和
- 调整中小学教育中的科目权重为儿童体育和其他行业带来了机遇
- AI的发展为幼儿早教开辟新机遇
- 童装高端化和时尚化的趋势仍在继续
- 我们的观点

市场因素

- 三孩政策的效果有待观察；随着疫情影响逐渐消退，新生儿数量下降趋势可能会缓和
数据4: 新生儿数量及出生率，2012-2022年
- 调整中小学教育中的科目权重为儿童体育和其他行业带来了机遇
- AI的发展为幼儿早教开辟新机遇
数据5: 感兴趣的智能化功能/服务，2022年
- 童装高端化和时尚化的趋势仍在继续
数据6: 迈克高仕首个童装系列，2022年

营销活动

- 用孩子们的创意作品装点社区
数据7: 乐高——用孩子们的创意作品装点社区，2022年
- 将餐厅变为亲子活动空间
数据8: 西贝推出的亲子活动，2022和2023年
- 提倡家长在孩子面前不必无所不能，让爱更“轻盈”
数据9: 红色小象——轻养新一代，2022年
- 用可持续发展理念打造关爱人与自然的品牌形象
数据10: 全棉时代 × 《中国国家地理》保护海洋主题摄影展，2022年

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

新产品趋势

- 线下儿童乐园将游玩与前沿科技相结合
数据11: 阿派朗创造力乐园，2022年
- 沃尔沃携手BRIO推出全新建筑机械玩具
数据12: 沃尔沃携手BRIO推出沃尔沃CE主题迷你机械玩具，2022年
- 通过还原考古过程体验古代文化
数据13: 三星堆考古大发现，2022年
- 儿童家具融合中式风和趣味性
数据14: 梵几儿童家具系列FNJI Kids，2023年

父母在照顾孩子方面的角色

- 核心小家庭模式变得常见
数据15: 照顾孩子的责任，2022年
数据16: 照顾孩子的责任（类型细分），2022年
数据17: 照顾孩子的责任类型（按性别、代际、家中最小孩子年龄和城市线级区分），2022年
- 尽管生育政策放宽，但生二胎的90后不到10%
数据18: 未成年孩子数量（按代际和家庭月收入区分），2022年

育儿风格与思维模式

- 超过半数年轻父母愿意在各个方面给孩子更多的自由
数据19: 育儿风格与思维模式，2022年
- 四分之一的Z世代父母考虑再多要一个孩子
数据20: 育儿风格与思维模式——部分选项（按代际区分），2022年
- 给孩子更多自由的家长对自己的家庭生活更满意
数据21: 育儿风格与思维模式（按代际区分），2022年
数据22: 育儿风格与思维模式——部分选项（按育儿模式区分），2022年

疫情后与孩子的互动变化

- 家长寻求亲密的亲子感情，同时辅导孩子学习的负担变重
数据23: 疫情后与孩子的互动变化，2022年
- 无论孩子的年龄如何，沟通都很重要
数据24: 疫情后与孩子的互动变化——部分选项“变多了”（按家长代际和孩子的年龄区分），2022年
- 自由派家长在亲子互动上花的时间更多
数据25: 疫情后与孩子的互动变化——部分选项“变多了”（按育儿风格与思维模式区分），2022年

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



儿童课程/产品的消费变化

- 除了传统的课业辅导或艺术培训之外，在“益智”类课程/产品上的花费也有所增长
数据26: 儿童课程/产品的消费变化，2022年
- 面向4岁以下儿童的电子产品和课程值得关注
数据27: 儿童课程/产品的消费变化——花得更多（按孩子的年龄区分），2022年
- 儿童运动服饰高端化的机遇在一线城市更明显
数据28: 儿童课程/产品的消费变化——部分选项“花得更多”（按城市线级和家庭月收入区分），2022年

儿童电子产品使用情况

- 智能手机在12岁以下儿童中的使用率超过90%
数据29: 儿童电子产品使用情况（按设备类型区分），2022年
- 更多孩子从4岁开始自己挑选电子游戏
数据30: 儿童电子产品使用情况——部分选项（按最小孩子的年龄和设备类型区分），2022年
- 控制派家长可能将玩游戏作为奖励
数据31: 儿童电子产品使用情况（整体）——部分选项（按育儿风格与思维模式区分），2022年

育儿信息来源

- 广受欢迎的短视频平台对育儿相关决策影响最大
数据32: 育儿信息来源，2022年
- 新手家长更容易受到短视频内容的影响
数据33: 排名前三的育儿信息来源（按最小孩子的年龄区分），2022年
- 自由派家长更青睐专业信息
数据34: 排名前三的育儿信息来源——部分选项（按育儿风格与思维模式区分），2022年

品牌宣称喜好

- 强调“陪伴感”的品牌宣传语脱颖而出
数据35: 品牌宣称喜好，2022年
- Z世代家长希望品牌更有创意，但同时也重视品牌传承
数据36: 品牌宣称喜好——部分选项（按代际区分），2022年
- 自由派家长更愿意让品牌参与育儿
数据37: 品牌宣称喜好——部分选项（按育儿风格与思维模式区分），2022年

附录——研究方法与缩写

- 研究方法

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



- 缩写

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。