



美柚

iResearch

艾 瑞 咨 询

中国女性生活形态研究

艾瑞-美柚联合发布

2017年



从2012年到2016年，女性网民年平均增速为9%，到2016年，国内女性网民数量达到34807.5万人。对接女性需求的女性APP迅速发展。通过结合美柚APP用户数据和艾瑞研究数据，描摹当前女性形象。



在女性眼中，经济独立是优秀女性的最重要特质，但大部分女性在工作中的成就感偏低，工作是55.3%的女性对生活不满的原因；在幸福要素方面，女性放低了工作的期望，把健康和感情放在幸福生活首位，从自身和感情获取生活滋养。值得欣慰的是，76%的女性愿意学习新技能，通过提升自己以期在工作中获得更多机会。



科学备孕成为大多女性的共识，一旦开始备孕工作，女人潜在的母性开始显现，关注各类备孕相关知识，补充营养，为迎接一个健康的宝宝做好准备。



准妈妈的关注重心更多的倾斜到宝宝，孕育宝宝是孕期中最重要的事情。关注各类营养品，科学孕育。



从目前的数据看，产后的妈妈体重和经期恢复情况并不乐观，但大多妈妈开始更多关注自身，保持个人良好状态是子女健康成长的前提成为大多数妈妈的共识。育儿理念翻新，传统的“穷养”理论不再被追捧，妈妈们会为子女提供经济范围内最好的成长条件，注重激发早期潜力。

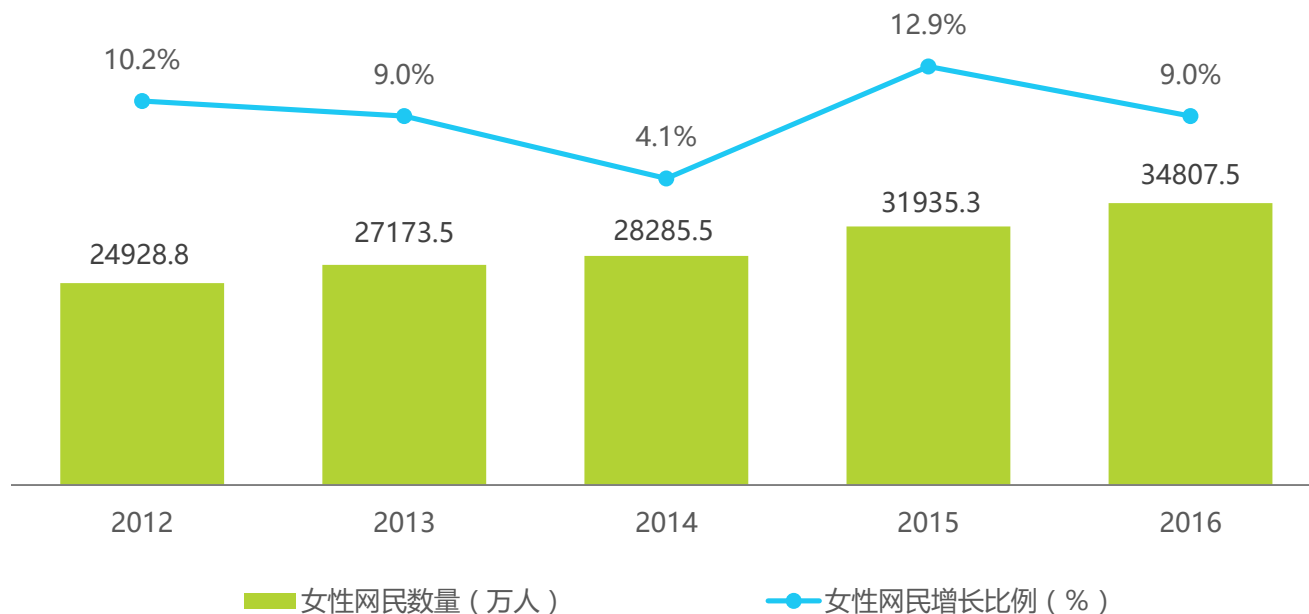
前言	1
我是女人：健康/感情/收入诠释幸福生活	2
我在备孕：以最好的状态迎接新的生命	3
我怀孕了：生命中一段奇妙的旅程	4
我是辣妈：责任中的前行	5

女性在信息社会的参与度持续增加

随着网民基数的扩大 中国女性网民将继续保持大幅度增长

从2012年到2016年，女性网民年平均增速为9%，到2016年，国内女性网民数量达到34807.5万人。随着网民基数的迅速扩大，女性网民将持续保持高速增长。

2012-2016年全国女性网民数量及增长率



来源：2012-2016CNNIC公开数据。

中国女性受教育程度位列国际第一

女性地位仍有较大的提升空间，女性自我意识觉醒

中国的女性高等教育程度较高，43%的女性获得大学学历，国际上位列第1位。但是在出生率、就业率、收入方面的性别差距依然存在。在女性社会地位有所改变的过程中，女性自身的观念也在不断提升，注重自我提升和完善。

中国女性在出生率、教育、工作等方面的情况

出生率

国民男女性别比例0.94；
男女出生率差别巨大；
男女比例国际上位列144位。

教育

女性获得大学学历的比例为43%；
国际上位列**第1位**。

就业率

女性参加工作的比例70%，
男性参加工作的比例84%；
女性就业情况国际上位列57。

收入

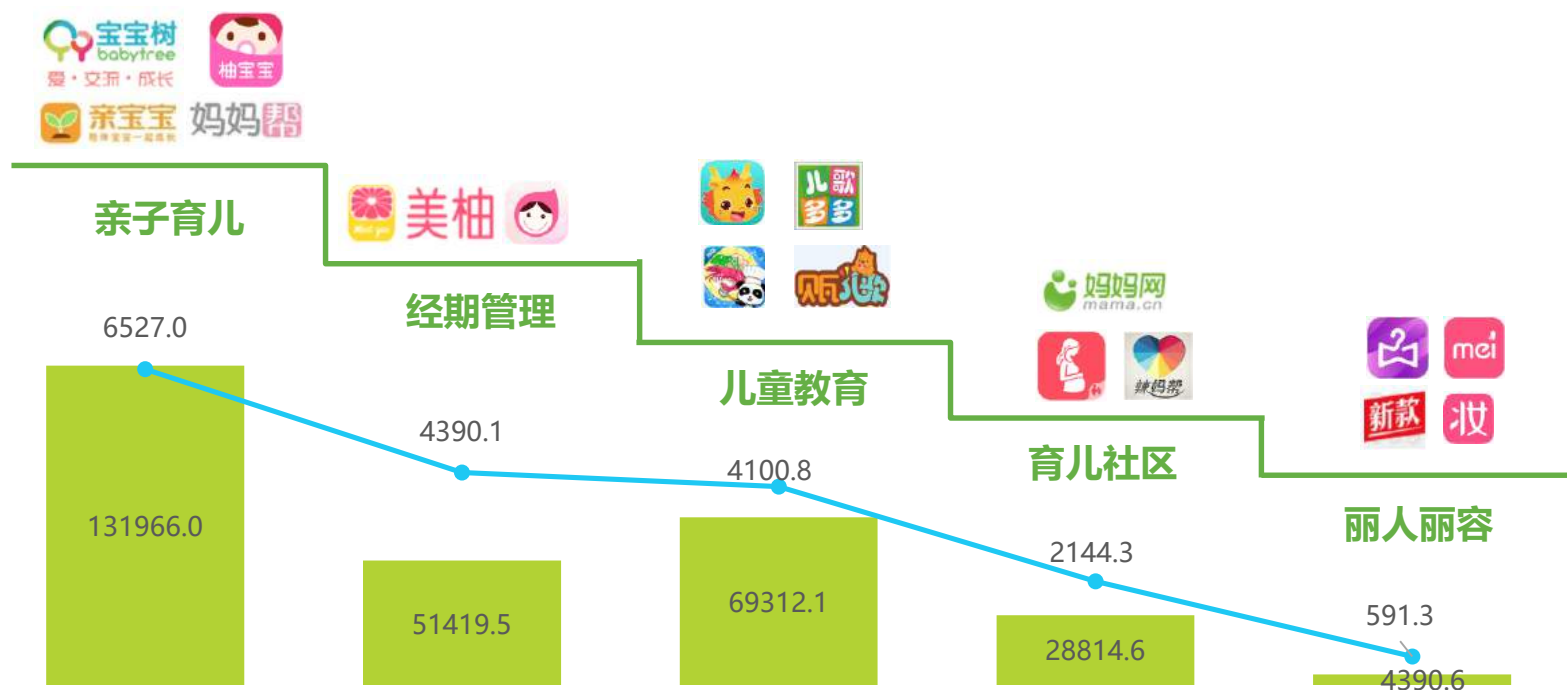
女性预期收入10049美元 / 年；
男性16177美元 / 年；
女性收入状况国际上位列59位。

面向女性群体的APP迅速发展

亲子育儿、经期管理等APP获得大量流量

有关亲子、健康、美容的女性APP迅速发展，根据艾瑞检测产品mUserTracker对APP应用的监测数据显示，面向女性群体的亲子育儿、经期管理、儿童教育、育儿社区、丽人丽容等平台获得大量用户流量。

mUserTracker-2017年9月女性APP使用情况



注释：有效使用次数：指APP被用户真正调到前台激活使用的实际使用数；
独立设备数：使用该APP的设备总数，单个设备重复使用只计1个。

来源：艾瑞数据监测产品mUserTracker，数据监测时间为2017年9月。

■ 月度总使用次数（万次）

● 月独立设备数（万台）

艾瑞联合女性APP了解现代女性

关注女性话题的美柚APP月度独立使用设备超过3400万

有关经期管理、宝宝孕育和女性社交等女性类APP迅速发展，其中美柚贯穿经期、备孕、孕育女性重要人生阶段。艾瑞联合美柚共同研究中国女性生活现状，通过美柚平台内的大量女性用户数据和艾瑞iClick网络调研，追踪女性观点，联合发布中国女性生活形态研究报告。

美柚APP覆盖女性重要人生阶段

● 经期记录

● 个性资讯

● 社区交流

● 精选电商



● 女性垂直APP，涵盖各年龄段 / 地区 / 全部重要人生阶段用户

辣妈

怀孕

备孕

经期

● 月度独立使用设备超3400万，总有效使用时长超6000万小时

注释：独立设备数：使用该APP的设备总数，单个设备重复使用只计1个；有效使用时间：指APP被用户真正调到前台激活使用的实际使用时间。

来源：艾瑞数据监测产品mUserTracker，数据监测时间为2017年9月。

美柚覆盖女性用户重要人生阶段

针对处于各个人生阶段的女性需求，形成使用闭环

美柚APP以经期管理工具为切入点，在进入女性经期健康市场之后，相继推出柚宝宝和柚子街等APP，产品布局从经期扩展到备孕、孕期及育儿阶段，覆盖女性重要生理周期。

美柚APP根据女性需求形成使用闭环



覆盖女性从经期、备孕、孕期到育儿全部重要人生阶段



打造工具+社区+电商的产业闭环

美柚针对女性需求提供多类型资讯

UGC&PGC并行，呈现多方内容

美柚社区引入专业内容 / 资讯平台的内容，为女性提供感兴趣的资讯。同时建立她她圈女性交流社区，为女性提供交流平台。结合专业性和自发性，覆盖多种内容，满足女性在各个人生阶段的资讯/心理/精神需求。

美柚APP根据女性需求提供多种资讯

UGC&PGC并行

- 女性服务平台

- 社区交流平台

- 女性资讯平台

- 自媒体平台

数百个她她圈

涵盖母婴 / 时尚 / 健康 / 电商 / 快消 / 理财等多个领域



为女性提供感兴趣的资讯内容

首页推荐 / 短视频 / 情感 / 娱乐 / 经期 / 搞笑 / 美食 / 奇闻 / 穿搭 / 瘦身 / 美容 / 健康 / 图集 / 本地

女性自媒体大号入驻

流量分发 / 形式多样 / 垂直深耕 / 商业变现

美柚聚集了较大规模的用户

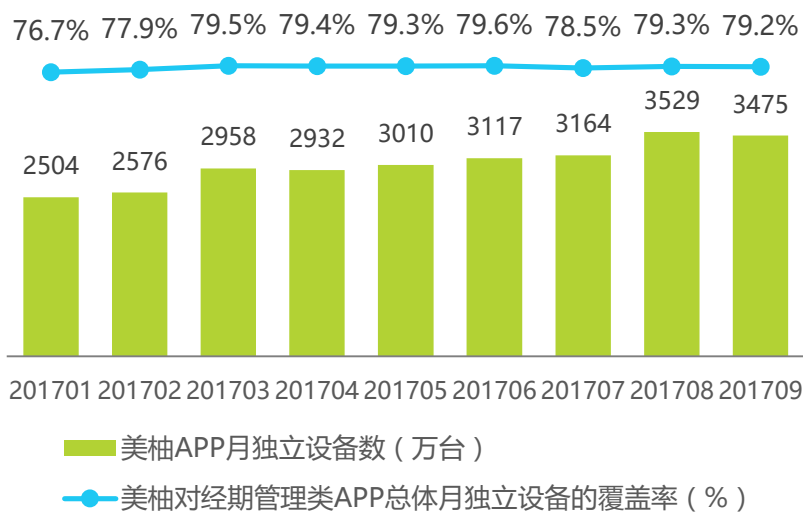
覆盖经期管理类近80%的独立设备，占据95%以上使用时间

艾瑞监测数显示：2017年1-9月份，美柚APP的月度独立设备数超过3400万台，覆盖了使用经期管理类APP接近80%的独立设备；月度总有效使用时长超过6000万小时，占据了经期管理类APP使用总时长的95%以上。

美柚作为一款女性主导使用的APP，以记录经期的工具类APP开始，聚集了不同人生阶段的女性用户。随着用户规模的扩大，美柚掌握了更多的女性流量入口，已初具女性服务平台的雏形。

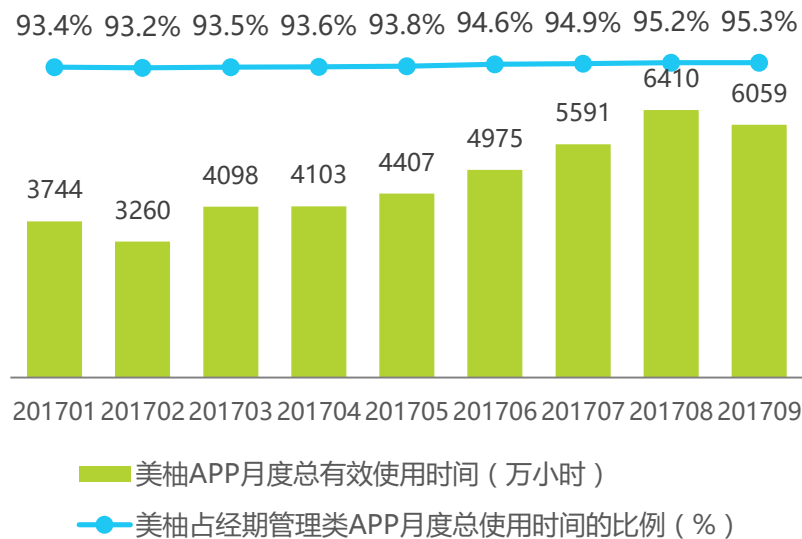
mUserTracker-2017年1-9月美柚APP

月独立设备数



mUserTracker-2017年1-9月美柚APP

月度总有效使用时间



注释：独立设备数：使用该App的设备总数，单个设备重复使用只计1个。

来源：艾瑞数据监测产品mUserTracker，数据监测时间为2017年1-9月。

注释：有效使用时间：指App被用户真正调到前台激活使用的实际使用时间。

来源：艾瑞数据监测产品mUserTracker，数据监测时间为2017年1-9月。

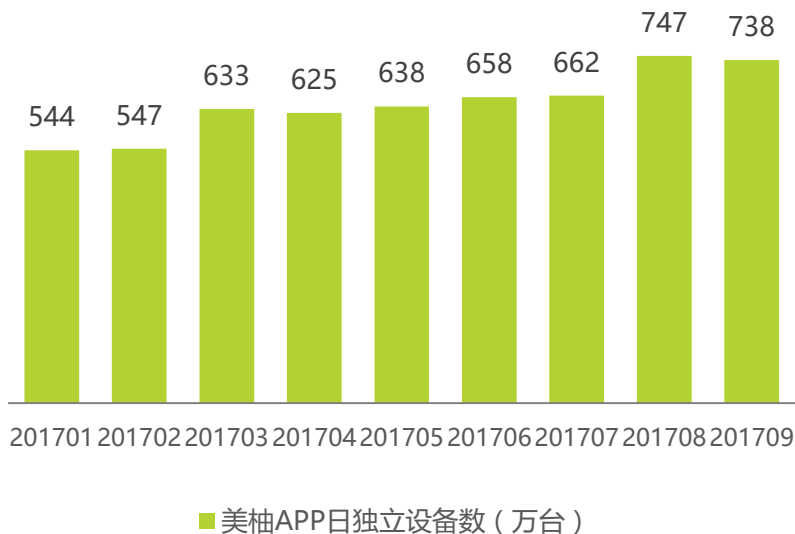
美柚工具属性弱化，内容属性增强

显示出和工具类APP低频使用属性完全不同的用户粘性

艾瑞监测数据显示：2017年1-9月份，美柚APP月度单机有效使用时间为76-110分钟；日均独立设备数逐月增加，结合美柚的用户月度覆盖情况，美柚已经显示出了和工具类APP低频使用属性完全不同的用户粘性，用户其中的具体使用行为值得探究。

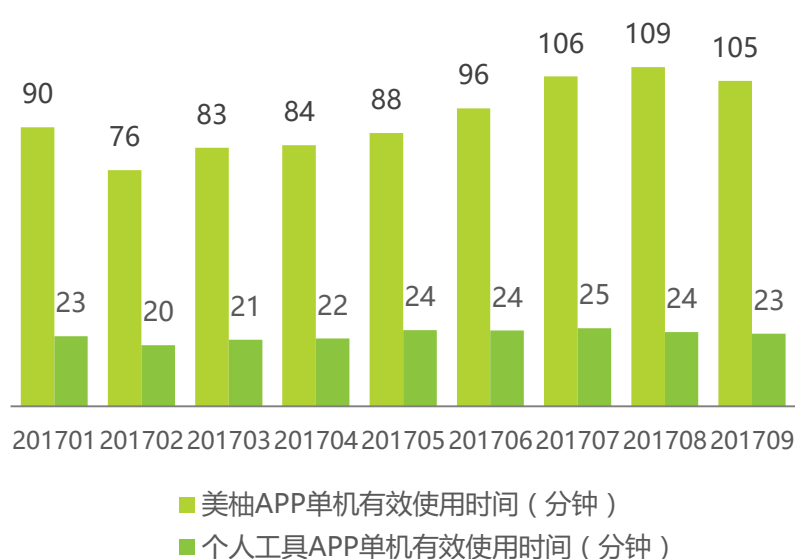
mUserTracker-2017年1-9月美柚APP

日均独立设备数



mUserTracker-2017年1-9月美柚APP

单机有效使用时间



注释：单机使用次数：平均每个设备，该月使用该APP的总次数。

来源：艾瑞数据监测产品mUserTracker，数据监测时间为2017年1-9月。

注释：单机有效使用时间：平均每个设备，该月对该APP的有效使用时间。

来源：艾瑞数据监测产品mUserTracker，数据监测时间为2017年1-9月。

女性生活形态研究

随着社会和经济的迅速发展，中国女性的生活和心理呈现出一种怎样的状态？本报告通过调研未婚女性、备孕女性、准妈妈和妈妈群体（3岁以内婴幼儿）在生活、消费、社交婚恋、亲子、身体健康、孕育方面的行为、观点和状态，全方位了解现代女性。



前言	1
我是女人：健康/感情/收入诠释幸福生活	2
我在备孕：以最好的状态迎接新的生命	3
我怀孕了：生命中一段奇妙的旅程	4
我是辣妈：责任中的前行	5



美柚

iResearch

艾瑞咨询

“健康、感情、收入诠释幸福生活”

1. 我是女人

对应美柚APP中用户记录状态为：“我在经期”

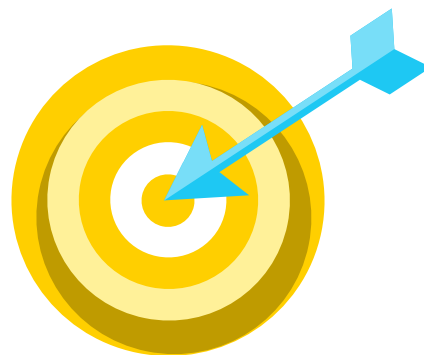
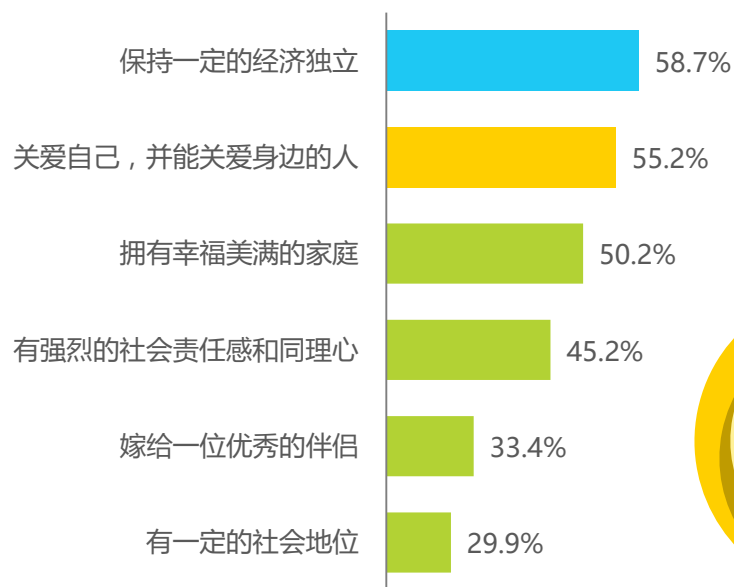


经济独立的优秀女性成为女性楷模

保持独立被认为非常重要，其次是亲密关系的保持能力

女性的自主意识加强，保持经济独立被认为是优秀女性最明显的特质，对身边的人的关爱以及亲密关系的保持能力被认为是第二重要的特质。但“有一定的社会地位”并不被认为是优秀女性必备的特质，一方面女性希望通过经济独立来自我实现，另一方面受主流观念影响，大部分女性向往的自我实现局限于个人自由，而较少人愿意去充当影响他人影响社会的强势女性角色。

你眼中的优秀女性具有哪些特质？



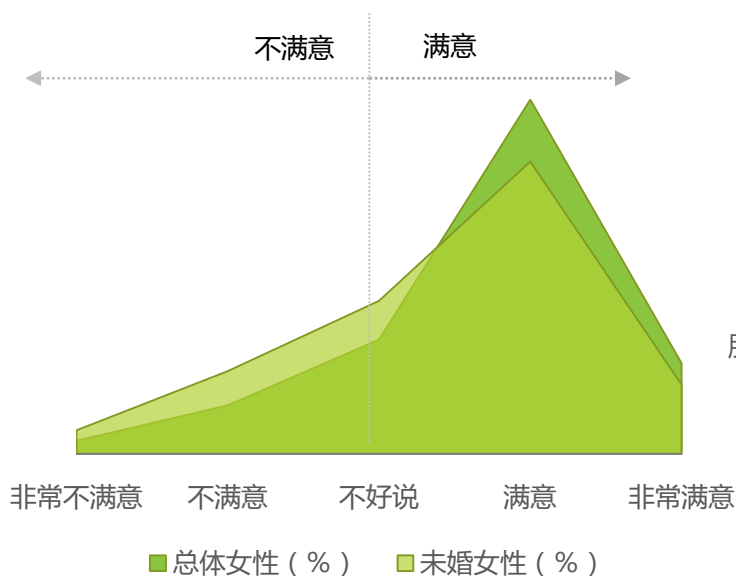
来源：女性群体N=1000；于2017年5月通过iClick网络调研获得。

大部分女性对自己的工作感到不满

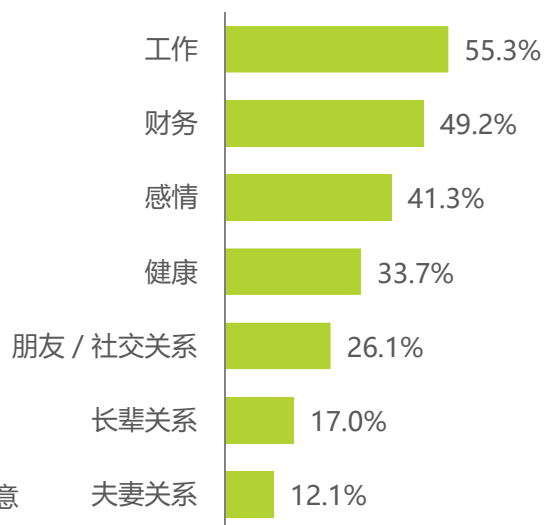
亲密感情是女性获取幸福的重要来源

28%的女性对生活说不上满意。工作中的困扰是女性对生活不满意的首要原因，其次为财务。能力不被认可、付出和收获不对等等情况可能是工作令人沮丧的原因。女性虽然认同工作和经济独立的重要性，但在女性认为的幸福要素上，健康和感情排在了收入之前，可以看出工作上的受挫让女性把更多的精力放到可控制的个人健康，并从亲密感情中获取滋养和慰藉。

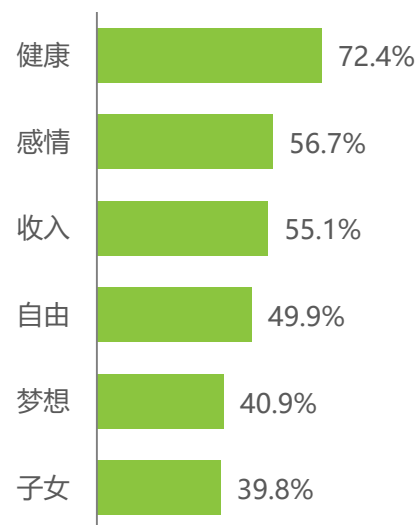
女性对生活的满意程度



女性对生活不满意的原因



幸福生活的必然要素



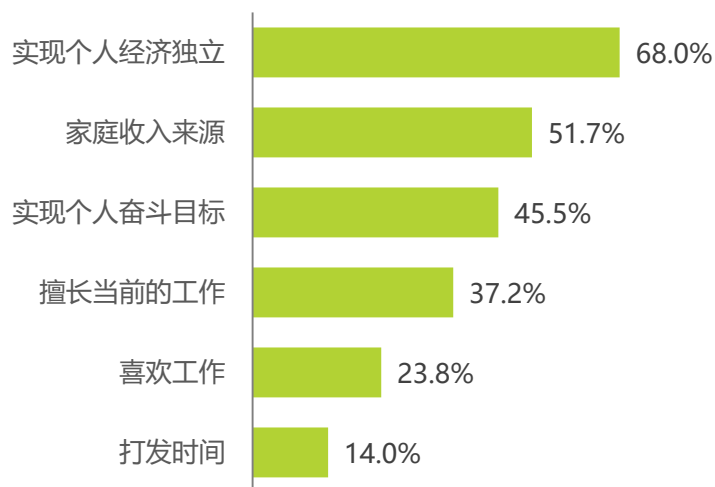
来源：女性群体N=1000；于2017年5月通过iClick网络调研获得。

女性愿意学习新技能获得工作上的突破

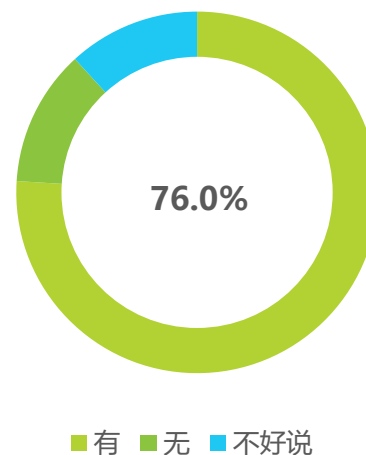
努力实现经济独立是女性参加工作的最重要目的

68%的女性表示工作的主要原因是实现个人经济独立，其次有52%的女性表示工作是家庭收入的来源。76%的女性愿意学习新技能，提升自己，在工作中获得更多机会和合理回报。

女性参加工作的动因



女性群体学习新技能的意愿



生活的“眼前”以及“诗和远方”

爱情是永恒的主题，衣食美还有八卦成就生活的“眼前”

美柚数据显示：经期女性（包含各类女性群体）在美柚APP中关注的圈子更多集中在“爱情”“娱乐”“瘦身”“护肤”等内容上。

经期女性关注的美柚APP内圈子的词云分布

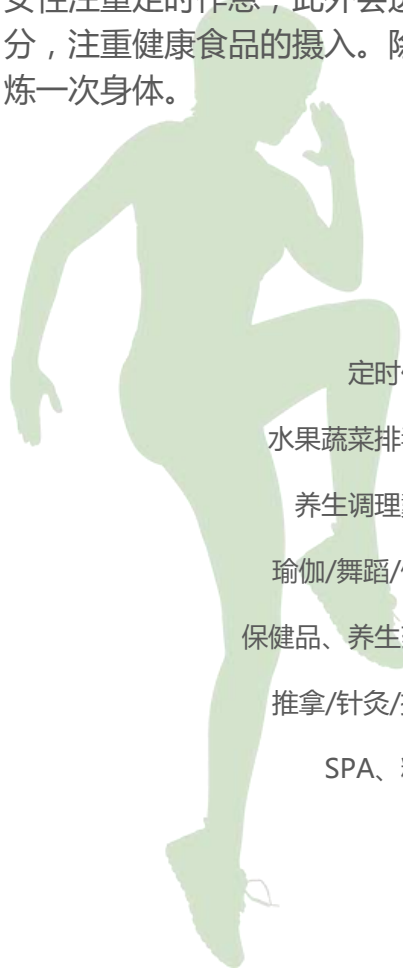


来源：根据美柚APP2016年5月1日-2017年4月30日数据统计。

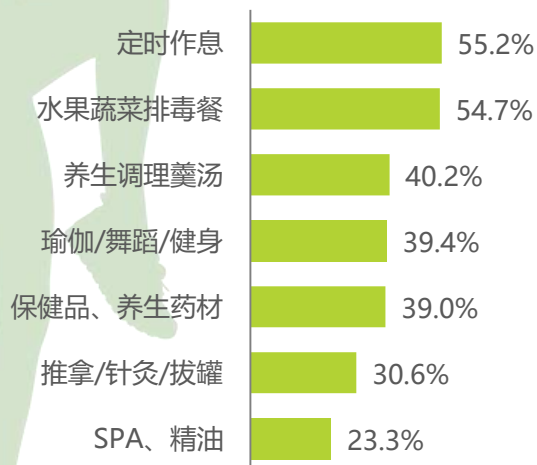
健康观：注重健康，食疗和健身

女性注意保持良好作息，并注重健康食品的摄入

女性注重定时作息，此外会选择水果蔬菜排毒餐和养生调理羹汤进行健康保养，46.9%的女性表示会关注食品的营养成分，注重健康食品的摄入。除了食疗，女性还会通过瑜伽、舞蹈、健身等运动来提高身体素质；46.4%的女性每周至少锻炼一次身体。



女性进行健康保养的方式



女性对健康生活的态度



来源：女性群体N=1000；于2017年5月通过iClick网络调研获得。

来源：女性群体N=1000；于2017年5月通过iClick网络调研获得。

健康现状：正常经期周期分布表

原来在实际生活中，正常的经期周期并不“正态分布”

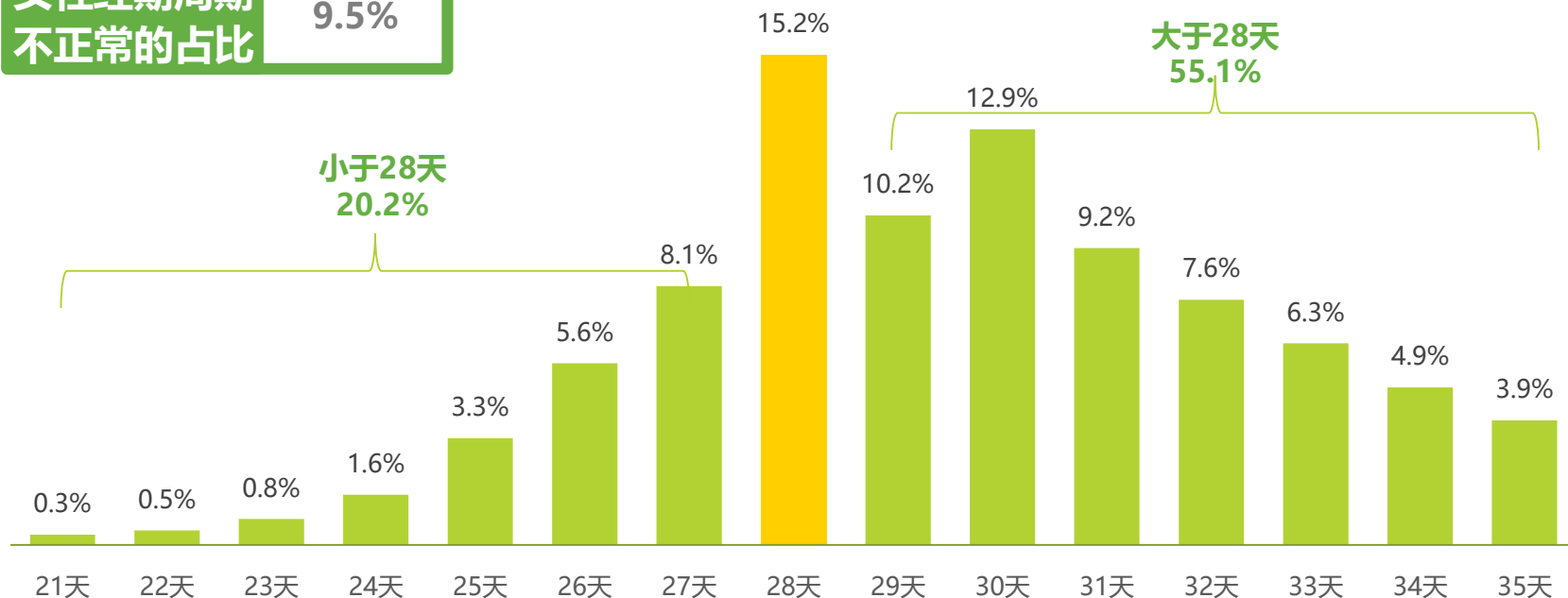
美柚数据显示：经期周期分布上看，有9.5%的女性生理周期不在正常范围之内；正常经期周期内，28天的标准生理周期在女性人群中占比最大，以28天为标准的话，更长的经期周期的比例（55.1%）明显高于更短的经期周期（20.2%）。

注：现代医学观念认为，月经周期平均为28天，提前或者延后7天（即21-35天）均属正常范围。

女性经期周期
不正常的占比

9.5%

女性正常经期周期分布（天数）



来源：根据美柚APP2016年5月1日-2017年4月30日数据统计。此数据已用算法排除掉非认真填写以及填写记录不完整的用户。

健康现状：正常经期时长分布表

经期时长随着年龄“增加”而“缩短”

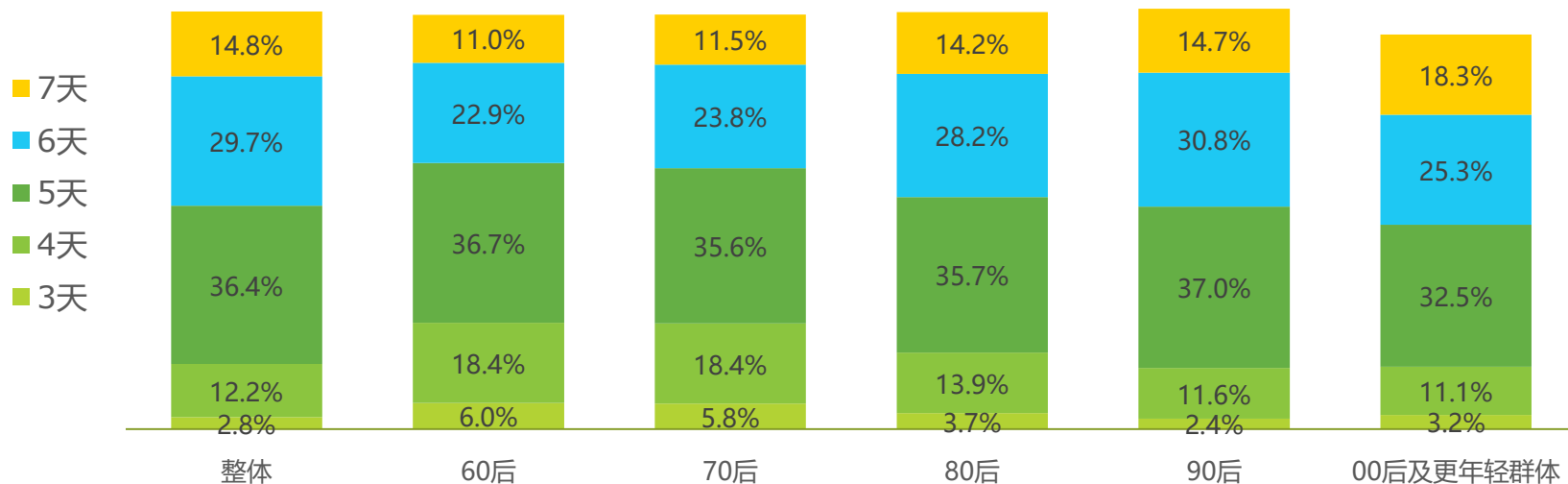
美柚数据显示：经期长度分布上看，超过95%的女性经期长度在正常范围（3天-7天）之内；虽然是正常的经期时长，但分不同年代的女性来看，随着年龄的增加，经期的天数在逐渐缩短。

注：现代医学观念认为，月经时长正常为3-7天。

女性正常经期
时长占比

95.8%

女性正常经期时长分布（天数）



来源：根据美柚APP2016年5月1日-2017年4月30日数据统计。此数据已用算法排除掉非认真填写以及填写记录不完整的用户。

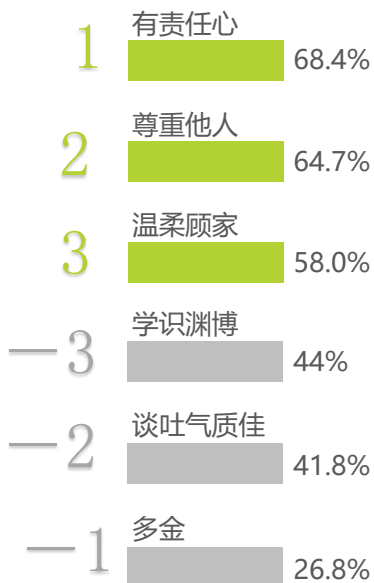
两性观：责任心和尊重他人是重点

大多女性认同理想的伴侣应该有责任心，并懂得尊重他人

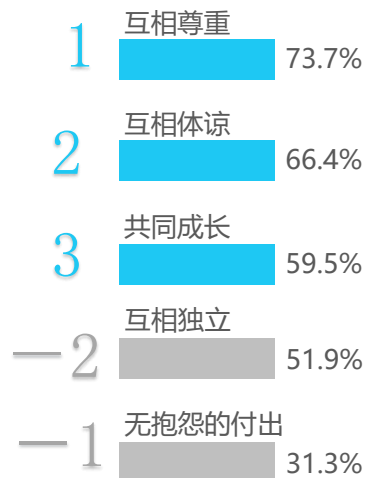
女性对另一半最主要的要求为有责任心，其次为尊重他人、温柔顾家，希望和另一半建立互相尊重、互相体谅、共同成长的关系。谈吐气质佳、多金等外在条件并不是考量的重点。同时，大部分女性并不觉得无抱怨的付出是健康关系的基础，平等尊重成为女性最流行的婚姻观。



理想的“他”



健康的两性关系



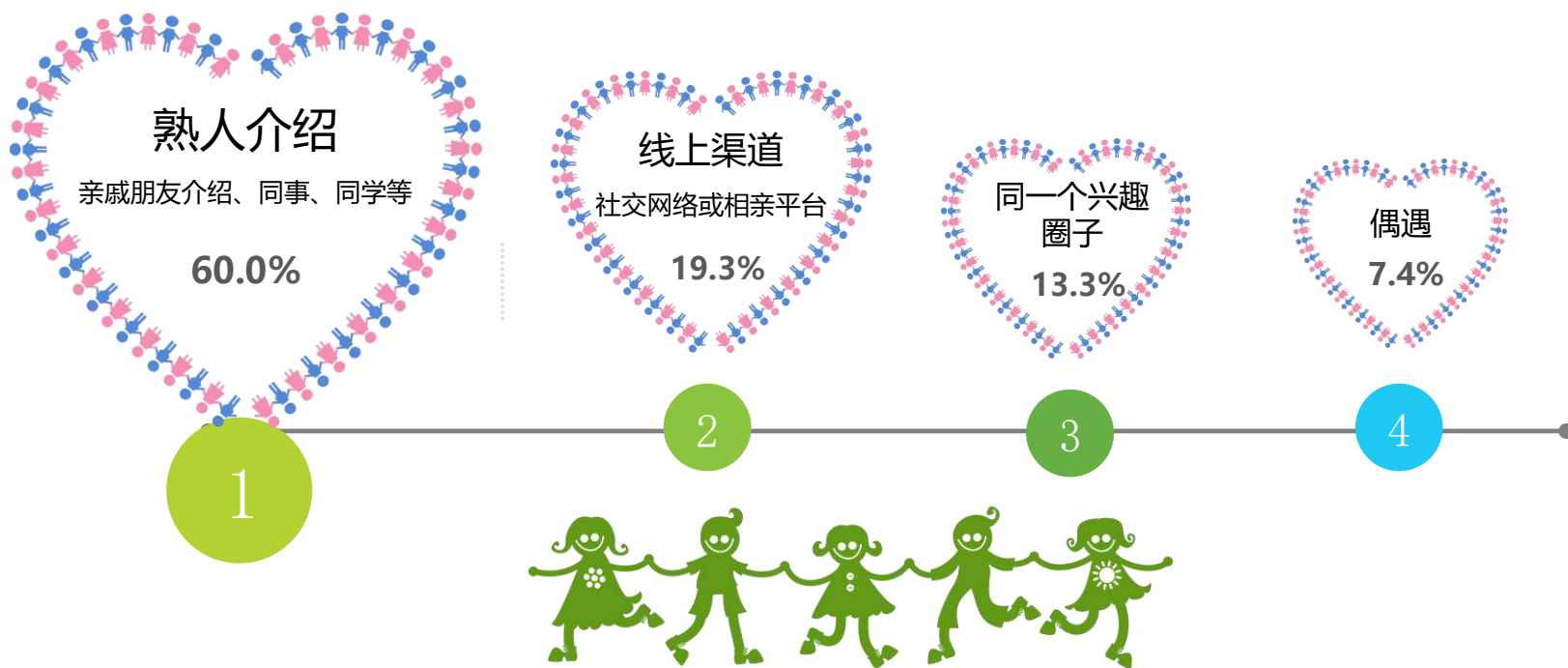
来源：女性群体N=1000；于2017年5月通过iClick网络调研获得。

两性现状：熟人介绍更靠谱

结识另一半最主要的渠道为亲戚朋友介绍

熟人介绍成为最主要的结识另一半的渠道，60%的女性由亲戚朋友介绍、同事渠道或同学渠道结识另一半。包括社交网络或相亲平台在内的线上渠道促成了19.3%的姻缘，因兴趣相同而结识另一半的比例为13.3%。

女性结识另一半的途径



来源：女性群体N=1000；于2017年5月通过iClick网络调研获得。

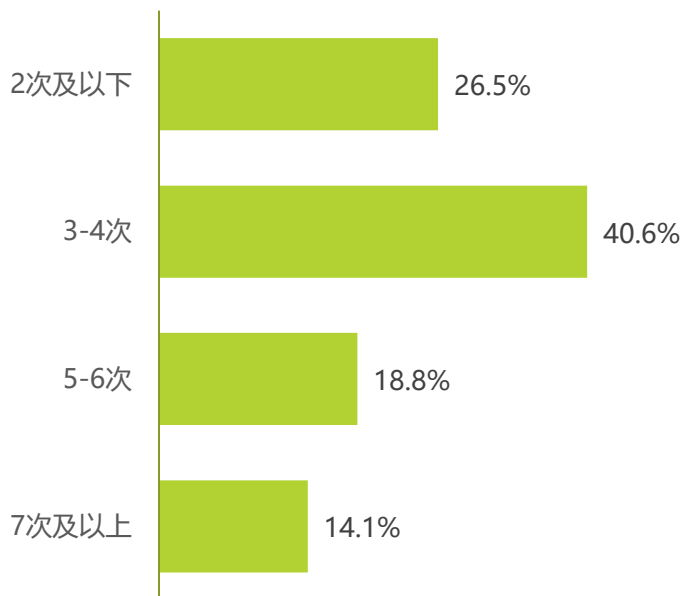
两性现状：“爱爱”频次分布

做爱做的事，一周只做一次

美柚数据显示：女性平均每月“爱爱”4次；从频次分布来看，40.6%的女性平均每月“爱爱”3-4次。



女性月度“爱爱”次数



来源：根据美柚APP2016年5月1日-2017年4月30日数据统计。

前言	1
我是女人：健康/感情/收入诠释幸福生活	2
我在备孕：以最好的状态迎接新的生命	3
我怀孕了：生命中一段奇妙的旅程	4
我是辣妈：责任中的前行	5



美柚

iResearch

艾瑞咨询

“以最好的状态迎接新的生命”

2. 我在备孕

对应美柚APP中用户记录状态为：“我在备孕”

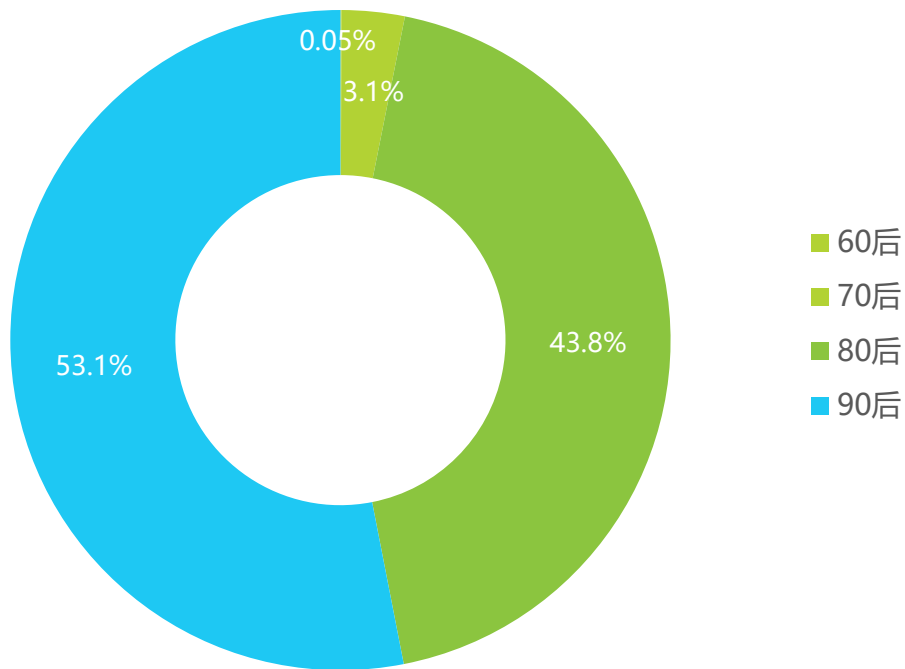


放开二胎，谁是最大受益者？

70后不拼，80后交棒，90后领军

美柚数据显示：备孕人群中，70后仅占3%， “拼二胎” 已经成为一个遥远的梦想；80后和90后成为备孕主力军，其中90后备孕女性已经高出80后备孕女性接近10%，成为备孕的领军人群。

备孕女性年代分布



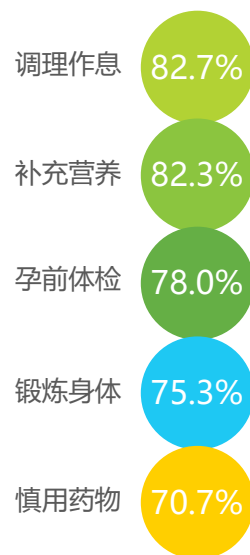
来源：根据美柚APP2016年5月1日-2017年4月30日数据统计。

科学育儿从孕前准备开始

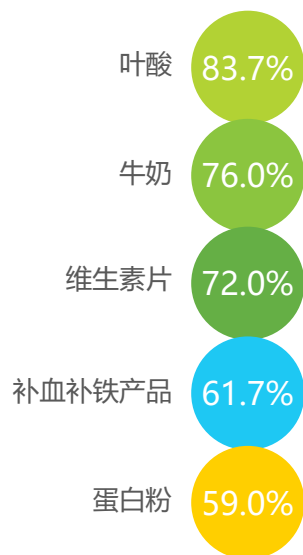
70%以上的女性会在孕前做好充分的备孕工作

通过对备孕人群、准妈妈人群和妈妈人群进行调研，82.7%的女性在备孕时会注重调理作息，82.3%的女性会补充营养，孕前体检的比例达到78%，通过科学备孕迎接一个健康的宝宝。在服用的营养品方面，服用叶酸的比例达到83.7%。83.3%表示获取备孕资讯的主要渠道为母婴社区网站/APP，是获取备孕资讯最主要的渠道。

备孕准备工作



备孕服用的保健 / 营养品



获取备孕资讯最主要的渠道

母婴社区网站 / APP

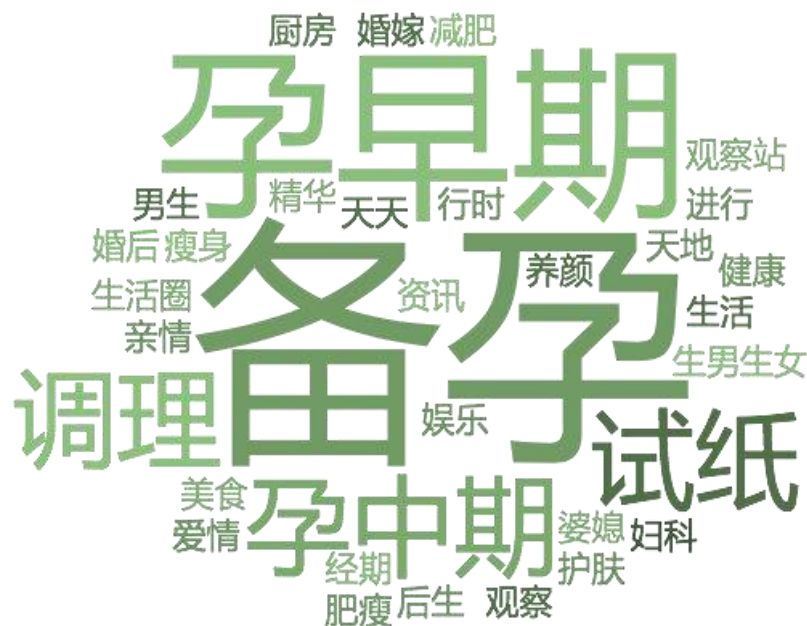
使用比例高达83.3%

备孕行动大作战1

怀孕不随意，备孕从思想武装开始

美柚数据显示：备孕女性人群中在美柚APP中关注的圈子更多集中在“备孕”“孕期”“调理”“试纸”等；可以看出，怀孕很大程度上，并不是一件随意的事情，备孕女性从信息获取，生活状态等方面慢慢开始调整准备。

备孕女性关注的美柚APP内圈子的词云分布



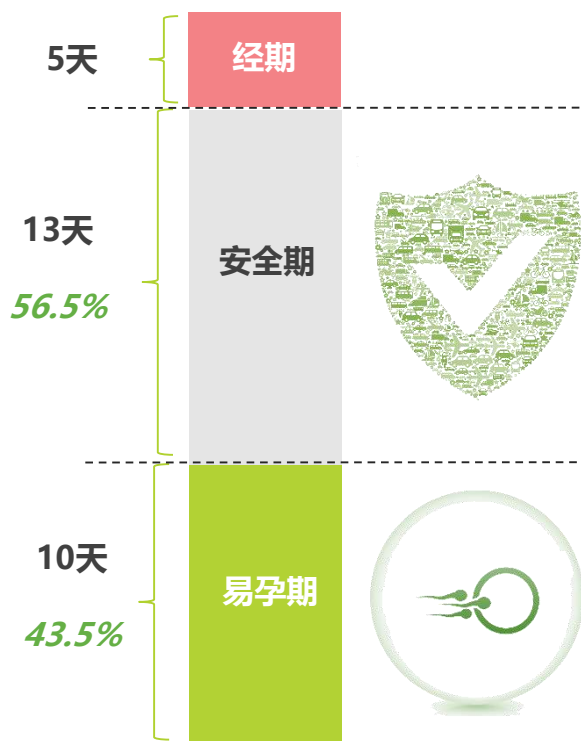
来源：根据美柚APP2016年5月1日-2017年4月30日数据统计。

备孕行动大作战2

战略上重视，战术上亦精益求精

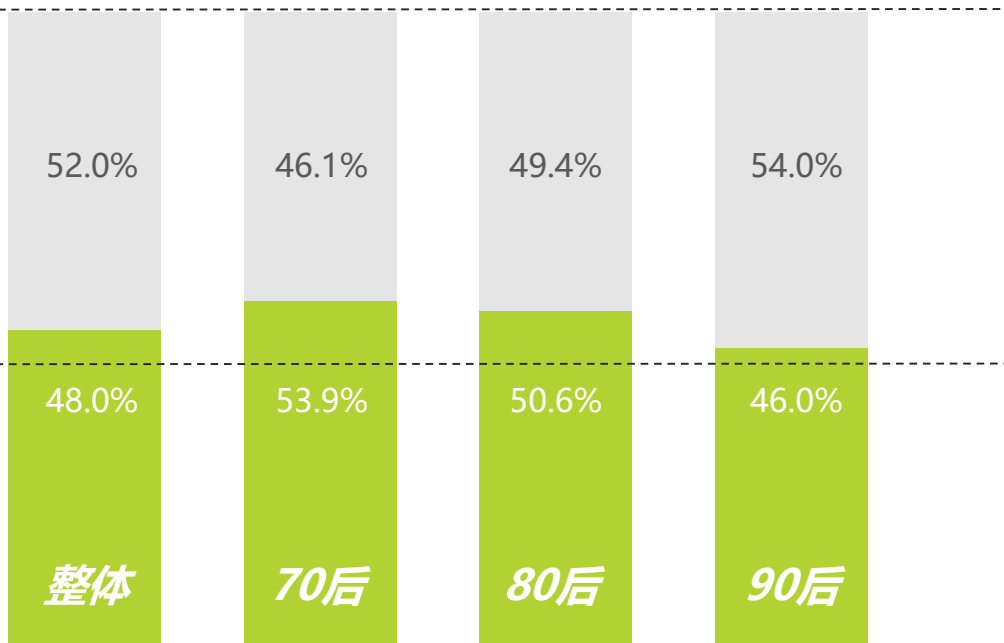
美柚数据显示：以28天为标准经期周期来计算，除掉经期的5天时间后，安全期和易孕期分别占56.5%和43.5%；若在任意一天“爱爱”的概率相同的话，备孕女性在易孕期“爱爱”的比例均高于自然分布，特别表现在70后80后备孕女性，在“爱爱”时间上有一定的调整。

经期周期分布（以28天为例）



备孕女性“爱爱”时间段分布

(安全期OR易孕期)



来源：根据美柚APP2016年5月1日-2017年4月30日数据统计。

前言	1
我是女人：健康/感情/收入诠释幸福生活	2
我在备孕：以最好的状态迎接新的生命	3
我怀孕了：生命中一段奇妙的旅程	4
我是辣妈：责任中的前行	5



美柚

iResearch

艾瑞咨询

“生命中一段奇妙的旅程”

3. 我怀孕了

对应美柚APP中用户记录状态为：“我怀孕了”

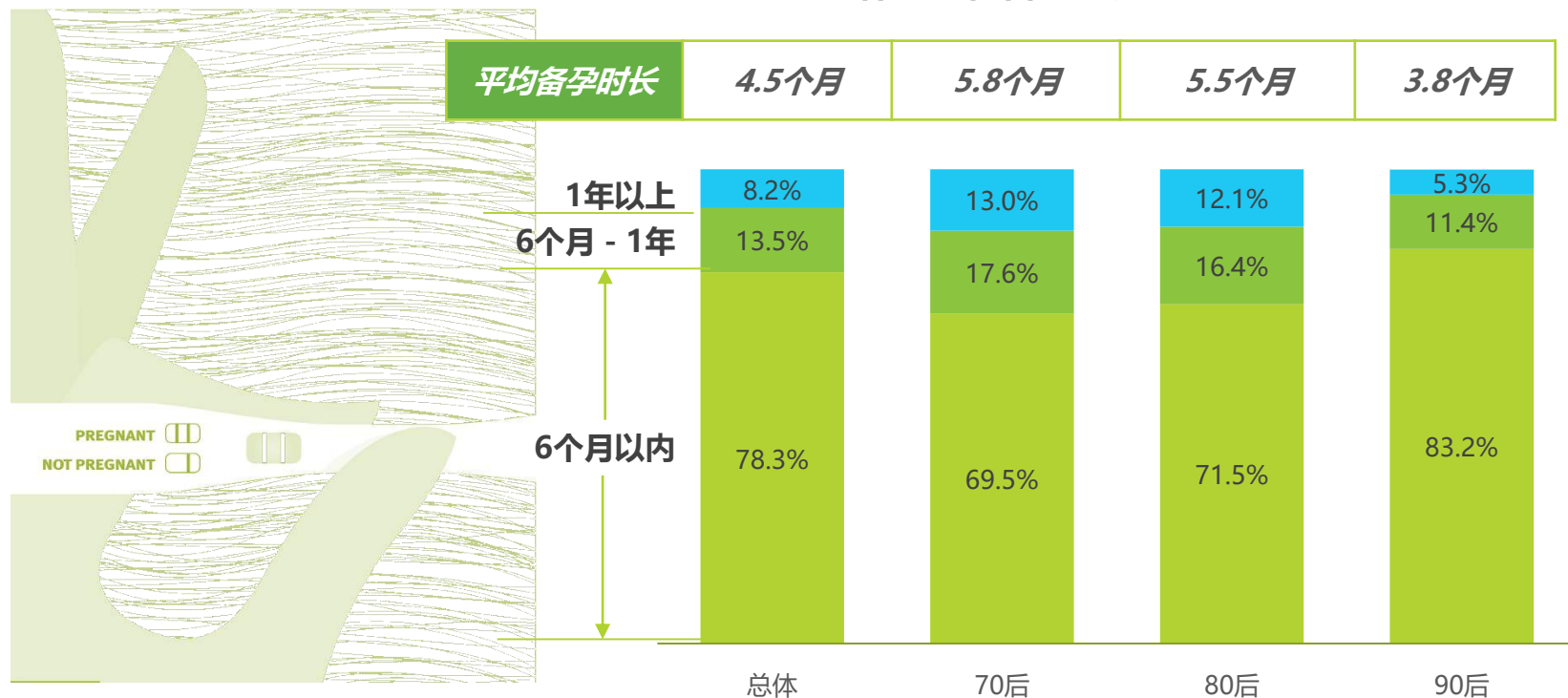


万里长征有多长（备孕时长）

孕妈们平均备孕4.5个月，90后备孕时间最短

美柚数据显示：怀孕的女性中，平均备孕时间为4.5个月，超过60%的女性在3个月内成功怀孕，接近80%的女性在半年内成功怀孕。其中，90后的备孕时间最短，平均备孕3.8个月，已怀孕的90后中83.2%在半年内备孕成功。

怀孕女性备孕时长



来源：根据美柚APP2016年5月1日-2017年4月30日数据统计。

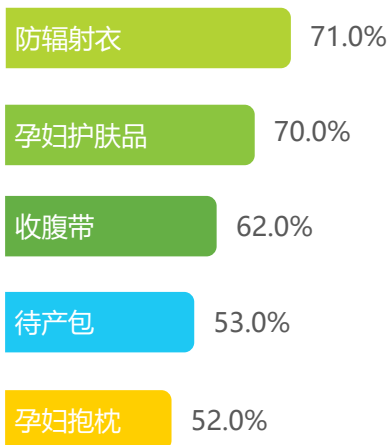
孕妈和胎儿都需要全方位的照料

孕妈在保证胎儿安全和营养之外，注重自身保养和生活品质

胎儿是否能健康发育是大多数准妈妈的关注点，71%的准妈妈和妈妈购买了或曾经购买过防辐射衣。购买孕妇专用护肤品的准妈妈和妈妈达到70%，在保护宝宝安全的前提下进行皮肤保养。此外，为了在产后尽快恢复身材，62%的妈妈购买了收腹带。在孕期营养品方面，叶酸服用比例达到82%，仍有上升的空间。维生素片和孕妇奶粉分别达到71%和60%的渗透率。



孕期用品购买清单



孕期营养品服用清单

82.0%	叶酸
71.0%	维生素片
60.0%	孕妇奶粉
55.0%	益生菌
52.0%	DHA



美柚数据显示：孕期女性关注的圈子基本围绕“怀孕”全面展开，“孕早期”、“孕中期”、“孕晚期”、“生男生女”、“待产包”等占据了孕期女性绝大部分的关注时间。

待产包

孕中期

妇科 亲情

爱情

健康调理

生男生女

健康

养颜娱乐

瘦身

孕早期

厨房 备孕

婚后

营养

孕晚期

护肤养颜

经期

嫁



www.iresearch.com.cn

前言	1
我是女人：健康/感情/收入诠释幸福生活	2
我在备孕：以最好的状态迎接新的生命	3
我怀孕了：生命中一段奇妙的旅程	4
我是辣妈：责任中的前行	5



美柚

iResearch

艾瑞咨询

“责任中的前行”

4. 我是辣妈

对应美柚APP中用户记录状态为：“我是辣妈”



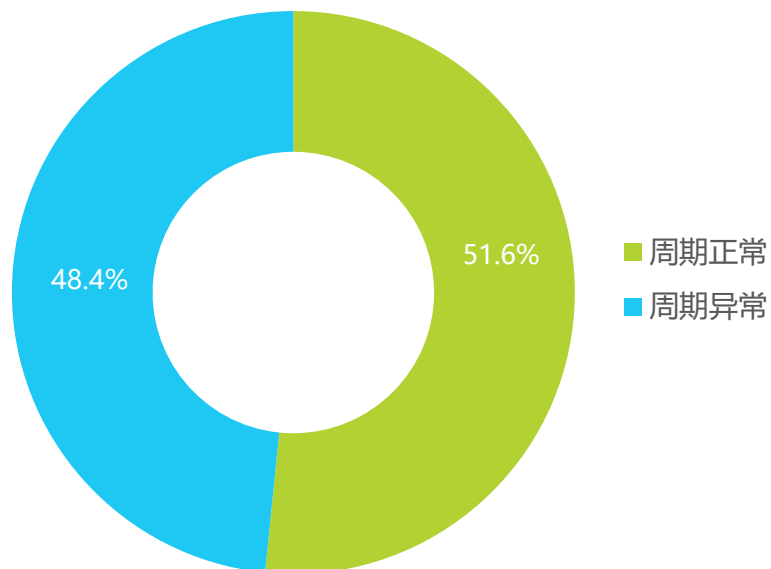
产后身体恢复状况——经期

产后半年，经期周期恢复情况不容乐观

美柚数据显示：产后六个月，女性的经期恢复情况不容乐观，经期周期异常的比例为48.4%，经期时长异常的比例为89.1%。（正常的经期周期为21-35天，正常经期时长为3-7天）

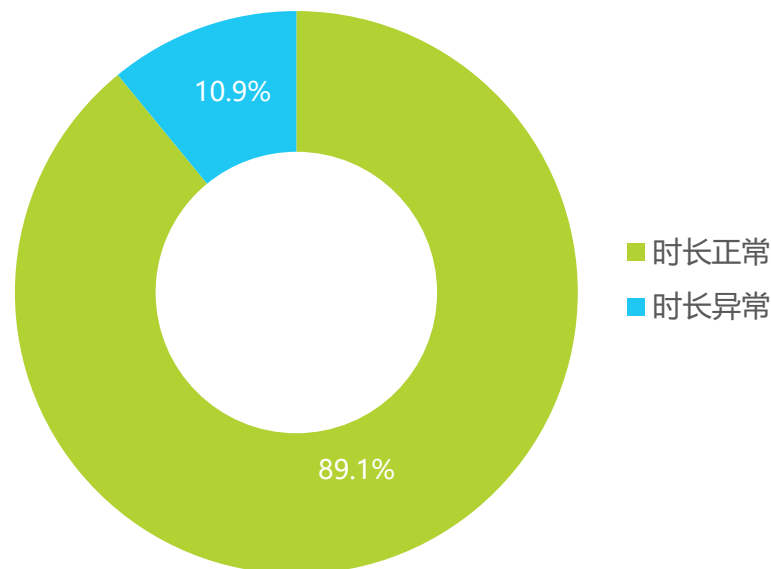
注：现代医学观念认为，女性产后经期恢复个体差异较大，但一般来说，平均会在6个月左右恢复。

产后半年，女性经期恢复 - 经期周期



来源：根据美柚APP2016年5月1日-2017年4月30日数据统计。
此数据已用算法排除掉非认真填写以及填写记录不完整的用户。

产后半年，女性经期恢复 - 经期时长



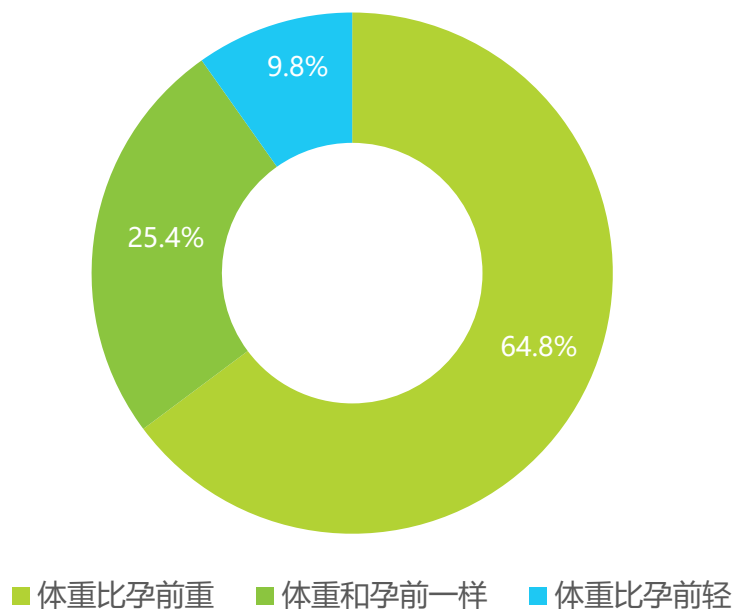
来源：根据美柚APP2016年5月1日-2017年4月30日数据统计。
此数据已用算法排除掉非认真填写以及填写记录不完整的用户。

产后身体恢复状况—体重

产后半年，64.8%的女性体重高于孕前

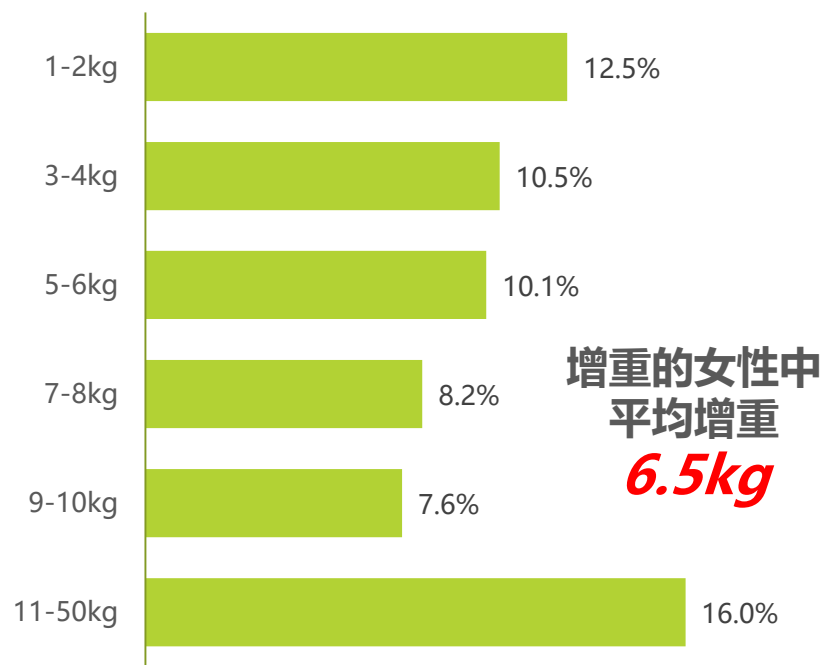
美柚数据显示：产后半年，64.8%的女性体重比孕前要重，其中平均增重为6.5kg；超过15%的女性体重增重10kg以上。

产后半年，女性体重恢复情况



来源：根据美柚APP2016年5月1日-2017年4月30日数据统计。
此数据已用算法排除掉非认真填写以及填写记录不完整的用户。

产后半年，女性体重增重情况（Kg）

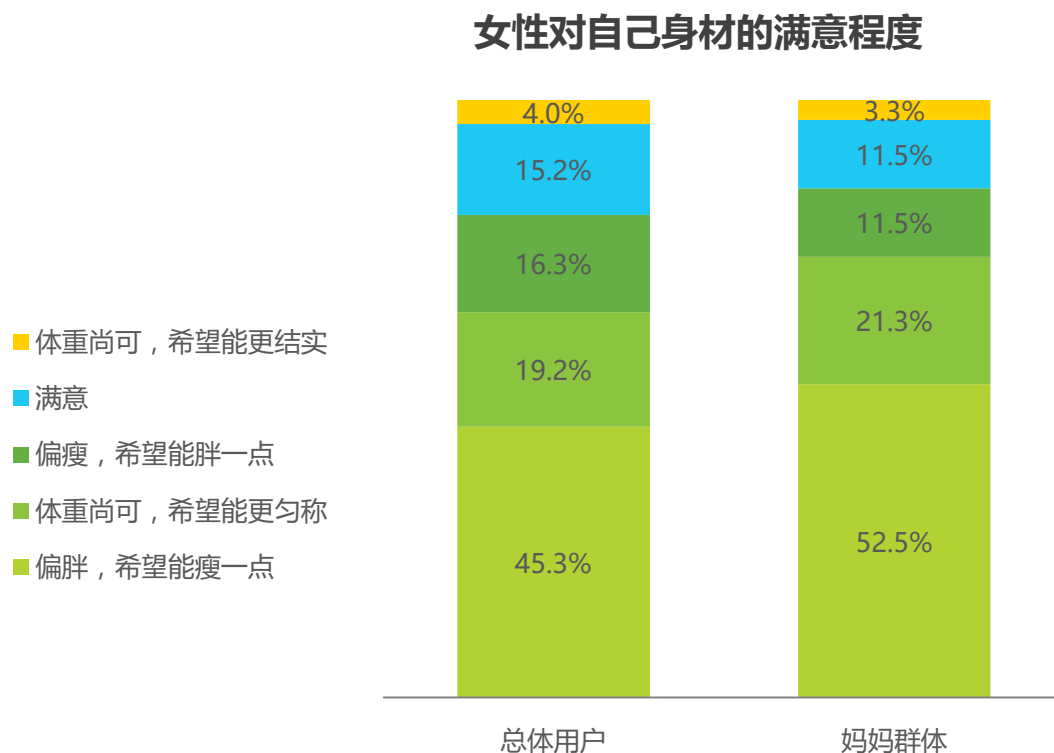


来源：根据美柚APP2016年5月1日-2017年4月30日数据统计。
此数据已用算法排除掉非认真填写以及填写记录不完整的用户。

好身材的标准是再瘦一点

过半妈妈认为自己的身材偏胖

52.5%的妈妈认为自己的身材偏胖，希望能瘦一点，这也是女性群体中的主流观点。妈妈群体中认为自己偏胖的比例明显高于总体用户平均比例。



来源：女性群体N=1000；于2017年5月通过iClick网络调研获得。

妈妈群体保持对自己的高要求

在保持个人良好状态时，尽力给子女提供最好的成长条件

68.9%的妈妈尽力给子女提供能力范围内最好的成长条件，传统的育儿观念如“穷养”等只获得了21.3%妈妈的认可。74.5%的妈妈认为保持个人良好状态是教育好子女的前提，妈妈们在育儿的同时保持自身的追求和进步。相夫教子、认为子女是生活的全部等传统形象已经失去了半数以上的市场。越来越多的妈妈选择保留自我，吸收最新的育儿理念，和子女一同成长。



妈妈对育儿理念和自身定位的理解

传统的相夫教子和穷养理念开始失去市场，现在女性注重活出自己，给子女一个优秀的示范

75.4%	保持个人良好的状态是教育好子女的前提
68.9%	我尽力给子女提供能力范围内最好的成长条件
47.5%	相夫教子是一个妻子应尽的义务
39.3%	子女是我生活的全部
21.3%	穷养可以培养孩子的斗志

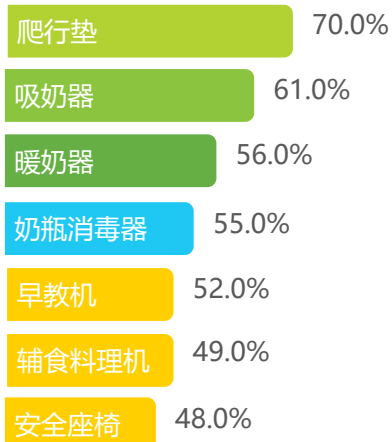
母婴用品的选择安全至上

有好口碑的母婴产品才是可以放心使用的产品

在母婴产品的购买上，近年出现的新型产品开始登上购买榜单的前列，吸奶器、暖奶器、奶瓶消毒器、辅食料理机等位列榜靠前位置，这些新型电器一方面减轻了妈妈育儿的劳累程度，另一方面保证了初生婴儿的安全和饮食卫生，成为多数妈妈的婴儿护理助手。在母婴产品购买关注点和产品资讯了解渠道上，72%的准妈妈和妈妈会重点关注产品口碑和评价，了解实际使用感受。母婴网站 / APP依然是最主要的母婴产品资讯了解渠道。



母婴用品购买清单



母婴产品购买关注点及产品资讯了解渠道

80.0%	安全性能
72.0%	口碑 / 评价
70.0%	功能
66.0%	品牌
64.0%	材质 / 成分
49.0%	价格



母婴网站 / APP
76.0%

认识的妈妈推荐
70.0%

微信育儿公众
号 62.0%

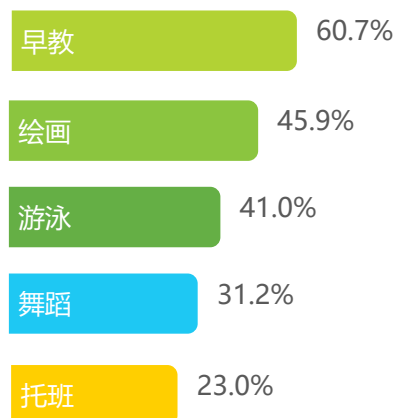
激发早期潜力，幼教不再简单

旨在激发幼儿潜力和兴趣的早期培训班越来越受欢迎

在对三岁以下的幼儿家长的调研中，60.7%的家长为三岁以下幼儿报名早教课程，45.9%的家长报名绘画班，此外游泳、舞蹈和托班都比较受欢迎。家长平均每月愿意支付1405.7元作为培训费用。主要培训目的在于挖掘孩子潜力，选择这一项的家长比例达到65.6%，随着经济条件的上升，家长越来越注重幼儿教育，给孩子更大的发展空间。



三岁以下幼儿参加的培训课程



愿意支付的课程费用及参加课程的原因

平均每月愿意支付的课程金额：1405.7元

65.6%	挖掘孩子潜力
55.7%	提高孩子身体素质
54.1%	培养特长
54.1%	孩子感兴趣
49.2%	扩展孩子认知半径

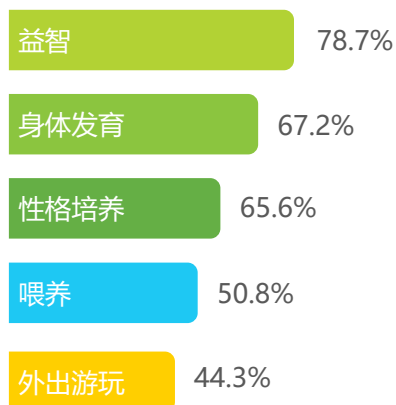
吸收经验和专家意见，激发潜能

最希望了解益智内容，最愿意听取妈妈经验和专家意见

益智方法是妈妈们最想了解的资讯，其次为身体发育、性格培养、喂养、外出游玩方面的资讯。了解渠道方面，77.1%的妈妈向同辈妈妈了解经验，72.1%的妈妈通过网络、书籍了解专家经验，占据育儿资讯来源的绝大部分。育儿观念在科学育儿的影响下迅速升级。



最希望了解的育儿资讯



育儿资讯了解渠道

77.1%	向同辈妈妈了解经验
72.1%	通过网络、书籍了解专家经验
54.1%	向老师咨询
50.8%	和小孩谈心
49.2%	向长辈咨询经验



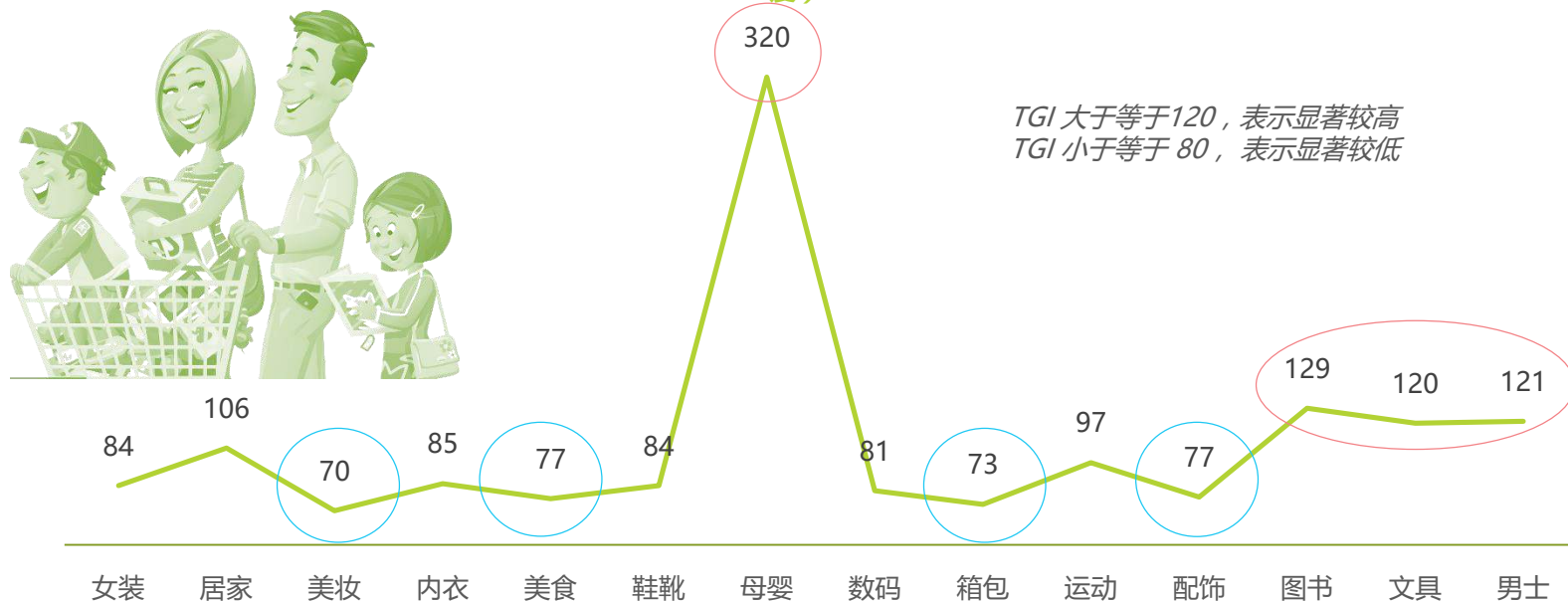
妈妈的购物清单以子女用品为主

美妆、美食、包包、饰品开始远离

美柚数据显示：妈妈们的购物对比一般女性，在母婴、图书（育儿相关等）、文具（儿童彩笔等）等方面有显著的增高；同时，美妆、美食、箱包和配饰购买比例减少。

妈妈们在美柚APP（柚子街）中的购物品类TGI

(TGI=妈妈人群的购物各品类占比/一般女性（只记经期）的购物各品类占比*100，TGI值代表在妈妈群体在购物特征上的显著程度)



来源：根据美柚APP（美柚电商柚子街）2016年5月1日-2017年4月30日数据统计。

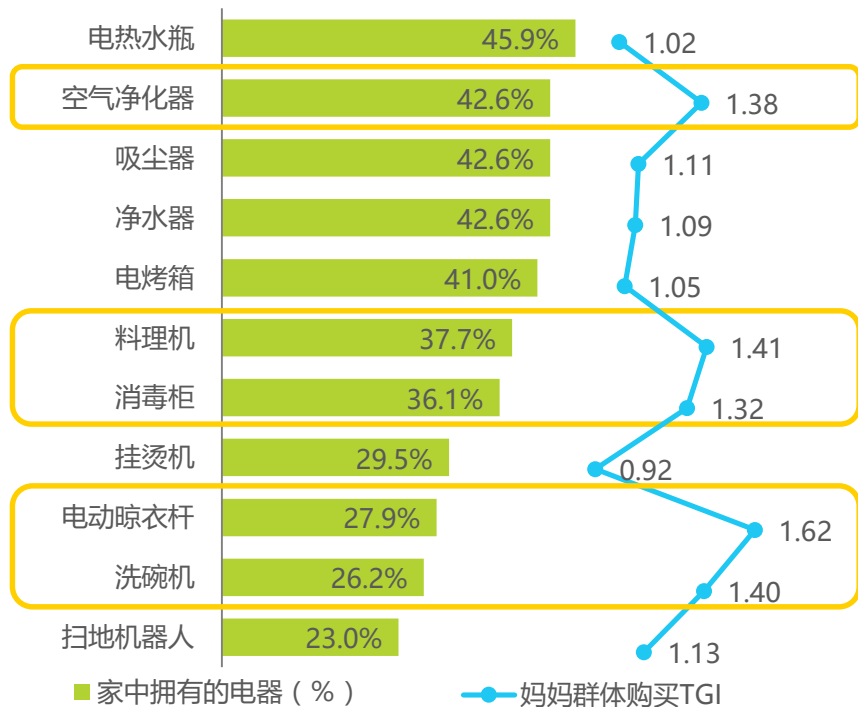
提升生活品质成为家庭购买重要原因

妈妈愿意购置新型电器节省家务时间

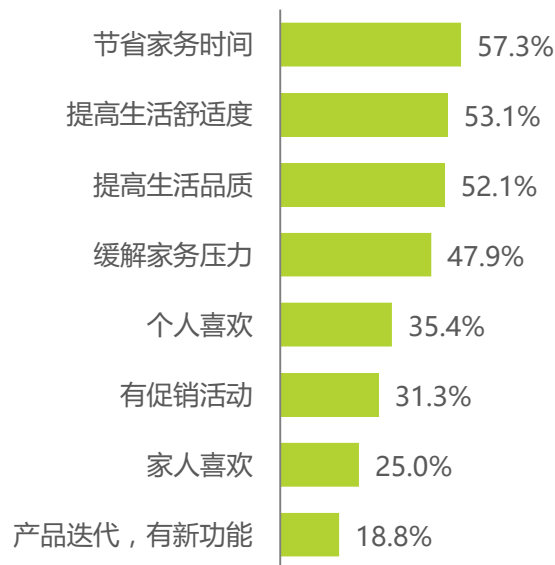
妈妈群体在空气净化器、料理机、消毒柜、电动晾衣杆、洗碗机等电器品类的购买上具有较高的TGI，该类电器有效节省家务时间、提高生活品质。忙碌的妈妈群体有选择性的通过购买家务替代型产品，从家务中解脱出来，更多的享受生活和陪伴家人。妈妈在照顾家庭的同时并没有放低对生活品质的要求。

(TGI=妈妈人群的电器购买人群占比/总体样本的购买占比*100，TGI值代表在妈妈群体在购物特征上的显著程度)

妈妈群体家中电器配备



妈妈群体购买该品类电器的原因



来源：女性群体N=1000；于2017年5月通过iClick网络调研获得。

覆盖全生命周期的女性服务平台

女性多重角色的演变，将促进大而全的女性服务平台的发展

大多女性需要经历孕育阶段，从备孕、怀孕到育儿，需要经历一段比较剧烈的生活和角色转变，随着二胎的开放，部分女性经历多次角色的转换，从而激发了对综合型女性服务平台的需求。为女性提供从经期到育儿一系列的资讯和工具的服务平台将获得快速发展。

女性服务平台发展历程



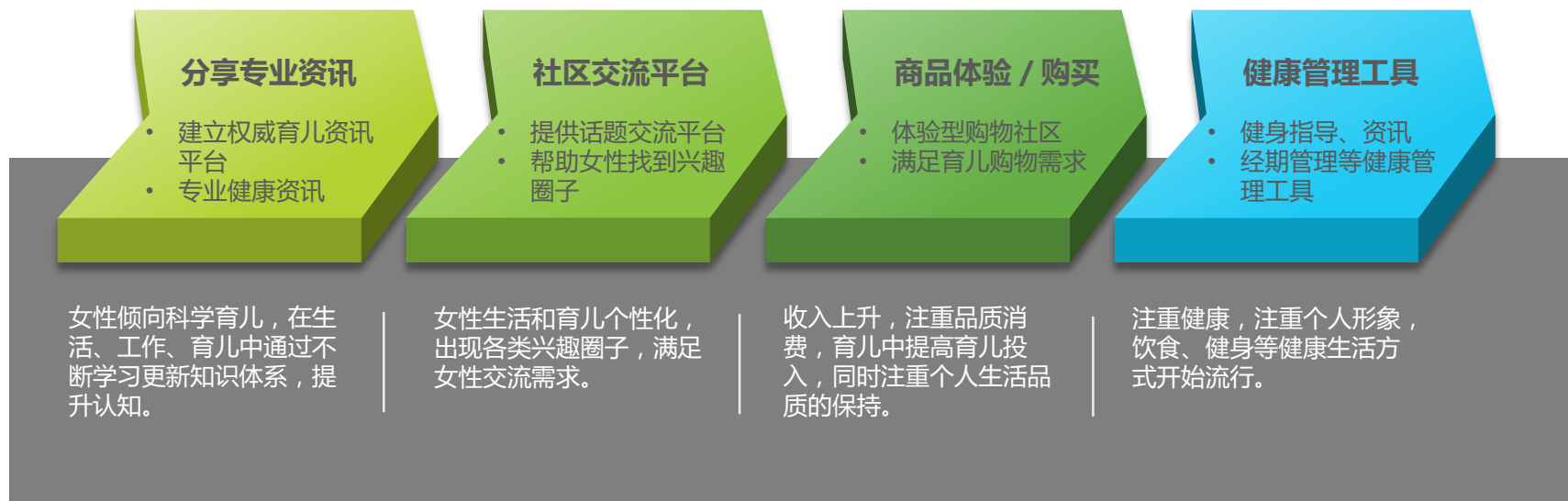
来源：网络公开数据，艾瑞整理而得。

女性服务平台未来将向聚合发展

突破女性社区APP的局限，贴合现代女性需求

女性主动学习、在工作、家庭、育儿中对专业资讯的需求，以及提升个人和家庭生活品质的需求，将促使工具型女性APP的不断演变。女性社区APP分享的资讯将更贴近现代女性需求，引入资深人士、权威专家观点，为女性生活中的困扰提供科学指导；同时，将继续作为社区交流平台满足社交需求，女性生活和育儿转向个性化，社区平台将对应细分，为具有不同兴趣爱好女性提供交流平台，如旅游、美容、健身等；女性倾向聆听同龄人的意见，孕期和育儿时都会看重同龄妈妈的意见，有望在社区内建立购物分享平台，为新手妈妈提供商品试用经验。现代女性关注健康，有关健身、调理等健康资讯、以及健康管理工具将获得妈妈的关注。

女性服务平台发展趋势



来源：网络公开数据，艾瑞整理而得。

公司介绍/法律声明



公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询