



缘定早教
同心同萌

2017 科学早教大数据解读





缘定早教
同心同萌

本次数据统计概况

微博母婴联合微博数据中心、中国关心下一代工作委员会儿童发展研究中心科学早教专业委员会，从2017年3月至6月历时3个月的时间，利用2016年6月至2017年5月12个月的微博数据分析、1.26万份网络问卷调查等多种手段，对2017年中国早期教育消费情况进行分析，让大家对其消费现状产生一个综合直观的了解。

本次的科学早教大数据解读，具有很强的战略性、前瞻性，同时也增加了中国早期教育行业的透明度，一起来看看这些解读对整个早期教育行业有哪些深刻的影响。





缘定早教
同心同萌

一. 微博发展情况 用户规模数据

MAU 月活跃用户

3.4 亿

年对年增长28%

DAU 日活跃用户

1.54 亿

年对年增长28%

移动端占比

91%



微博



微博母婴



微博数据中心
Weibo Data Center

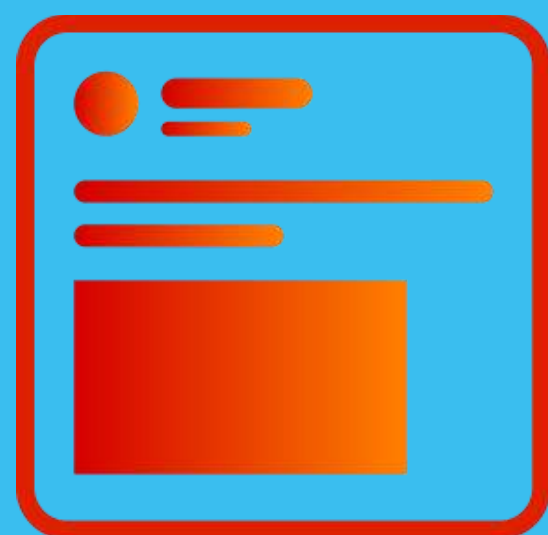


数据来源：微博2017年Q1财报



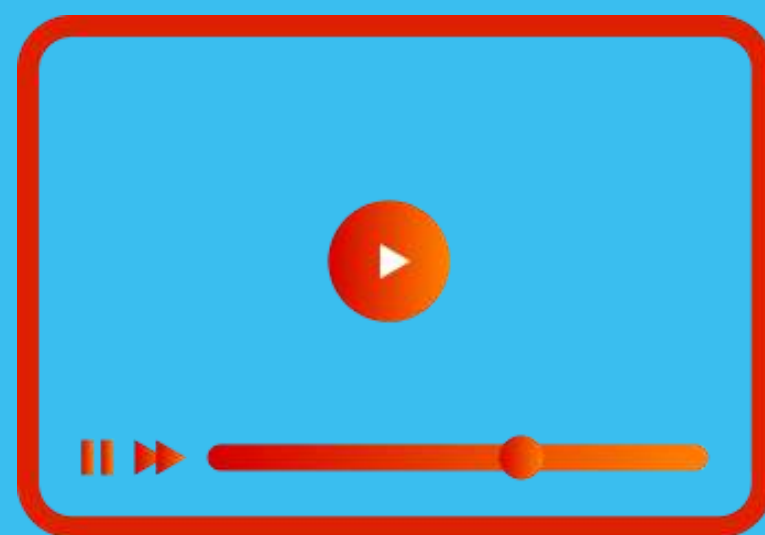
缘定早教
同心同萌

一 · 微博发展情况 内容规模数据



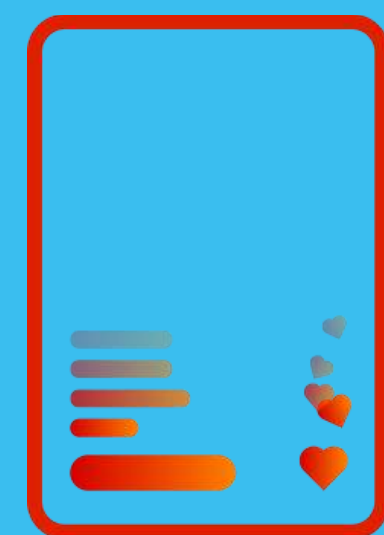
博文发布总量

2602亿



视频发布总量

6.2亿



直播总场次数

8700万





缘定早教
同心同萌

二. 网红发展趋势 垂直化发展





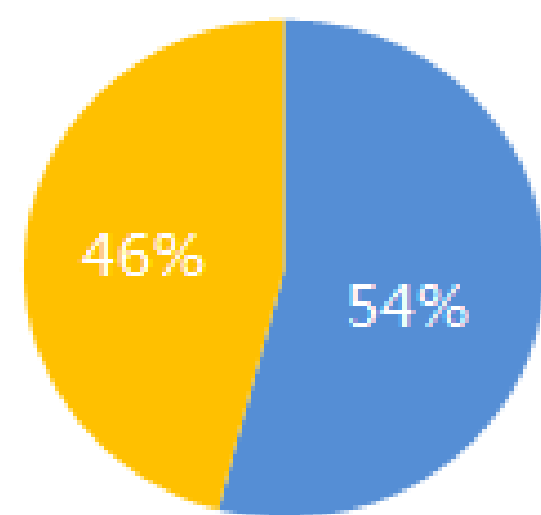
缘定早教
同心同萌

总体母婴 人群画像

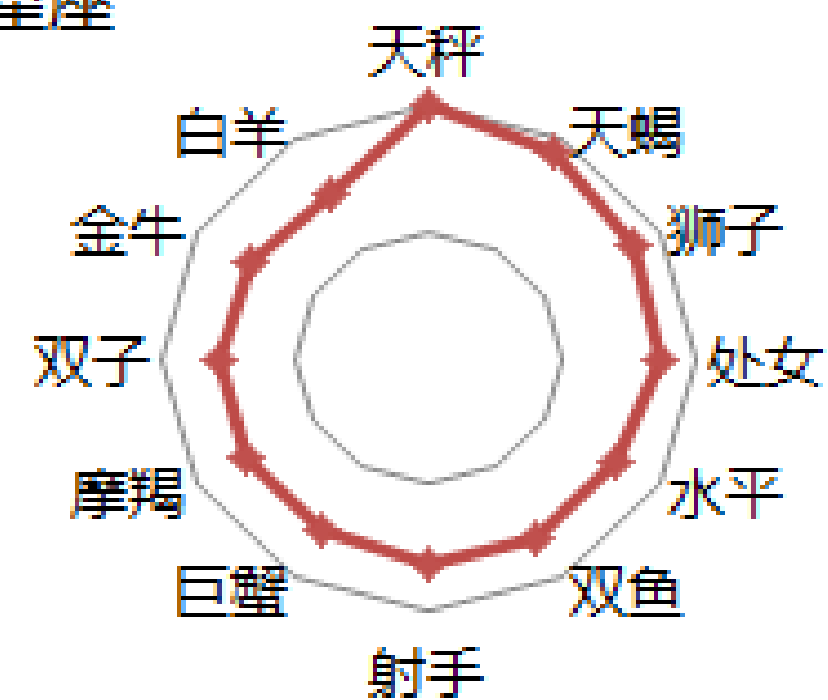
90后居多，女性居多，地区
分布较平均。

性别

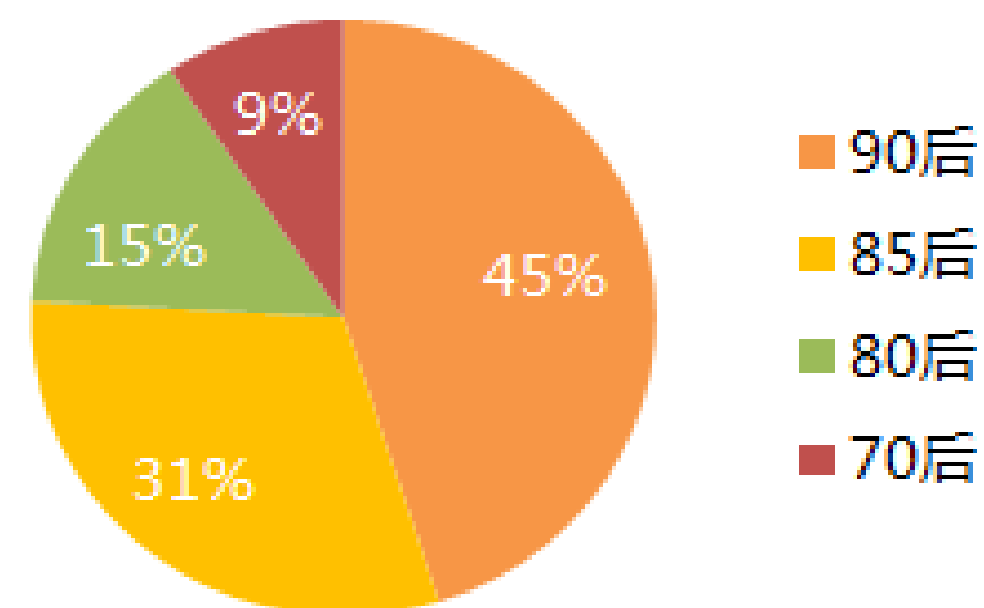
■女 ■男



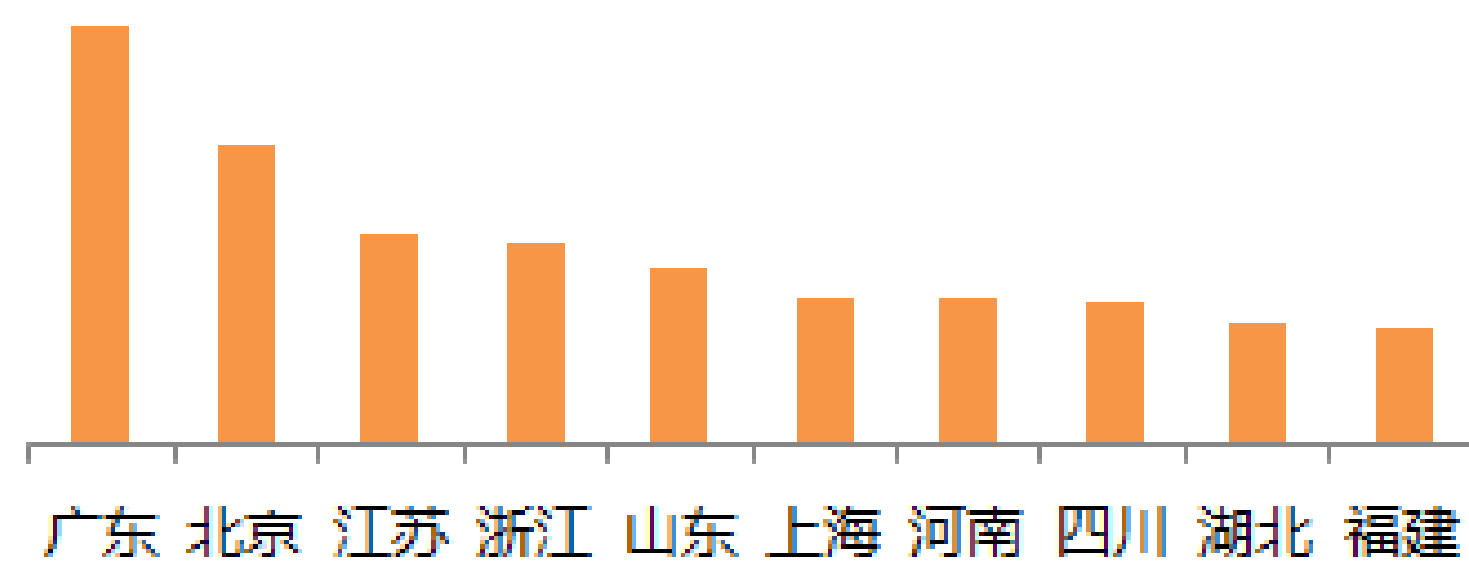
星座



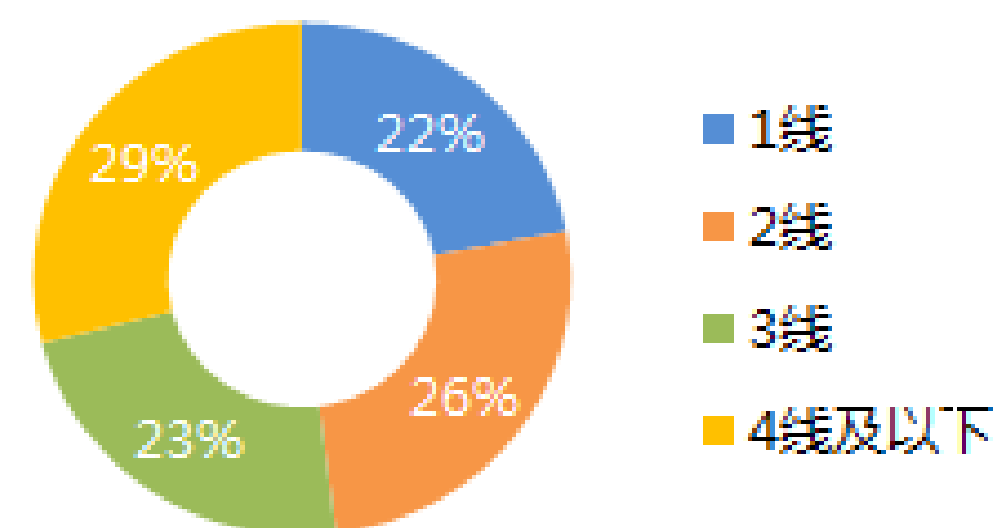
年龄分布



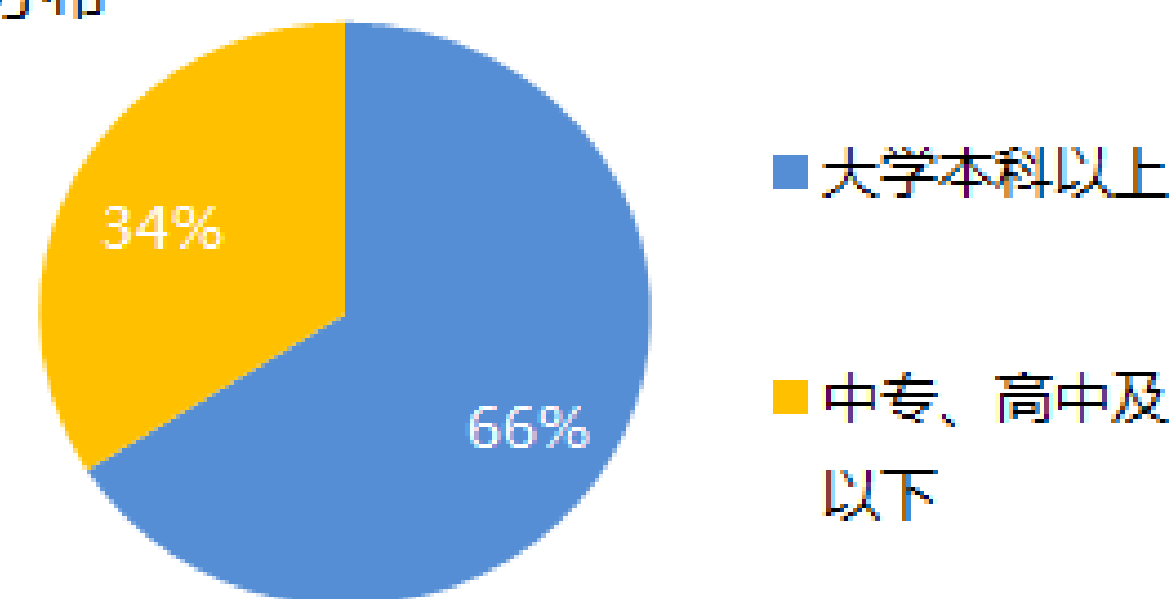
地区TOP10



地区分布



学历分布



数据来源：微博数据中心，统计时间：201606-201705

2017
科学早教
大会



90后自标签



数据来源：微博数据中心，统计时间：201606-201705

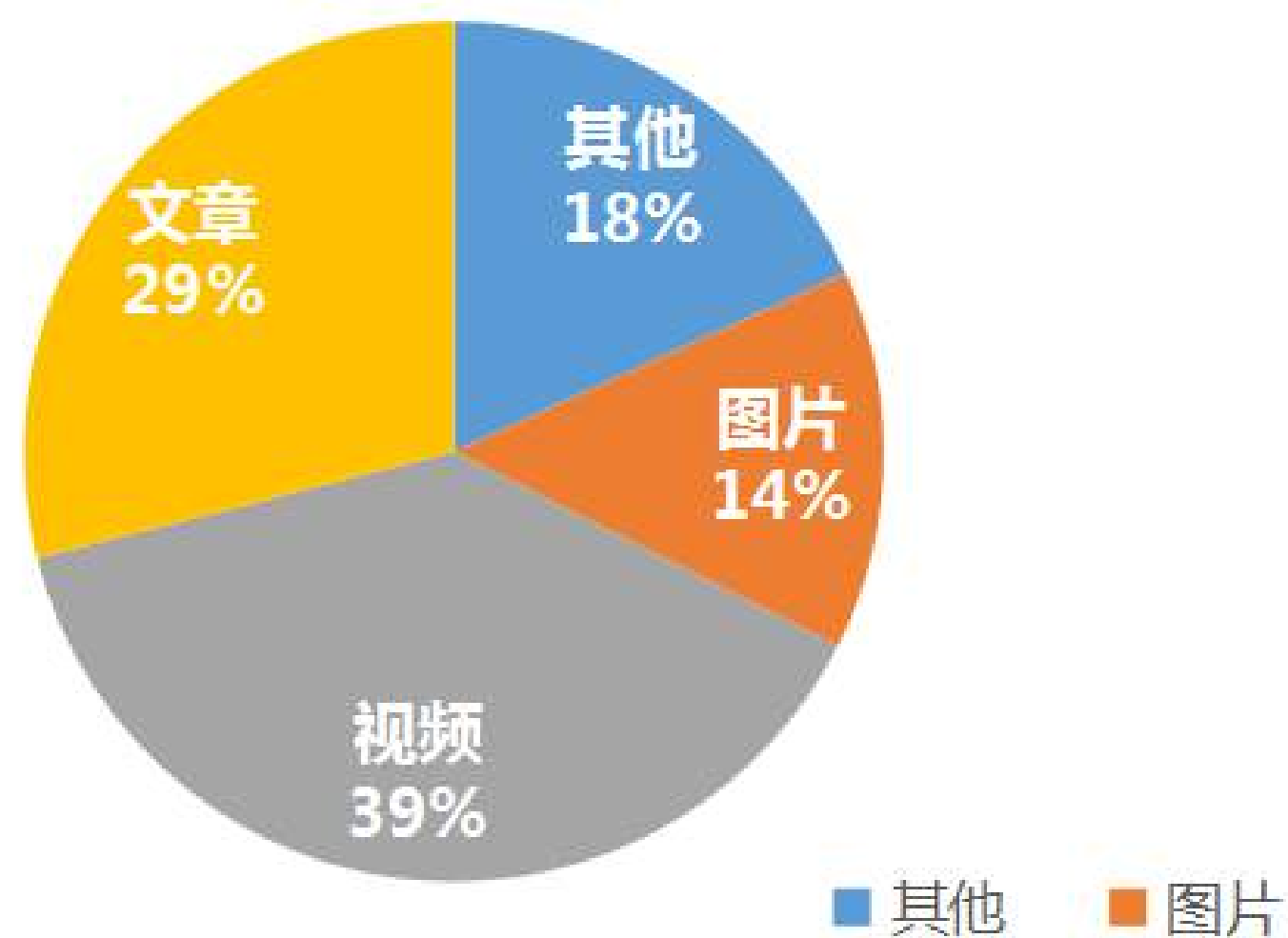


缘定早教
同心同萌

2017年微博母婴kol发博形式分析

发布趋势上，视频发布量占比最高。

效果上，视频的传播能力和互动性更高。

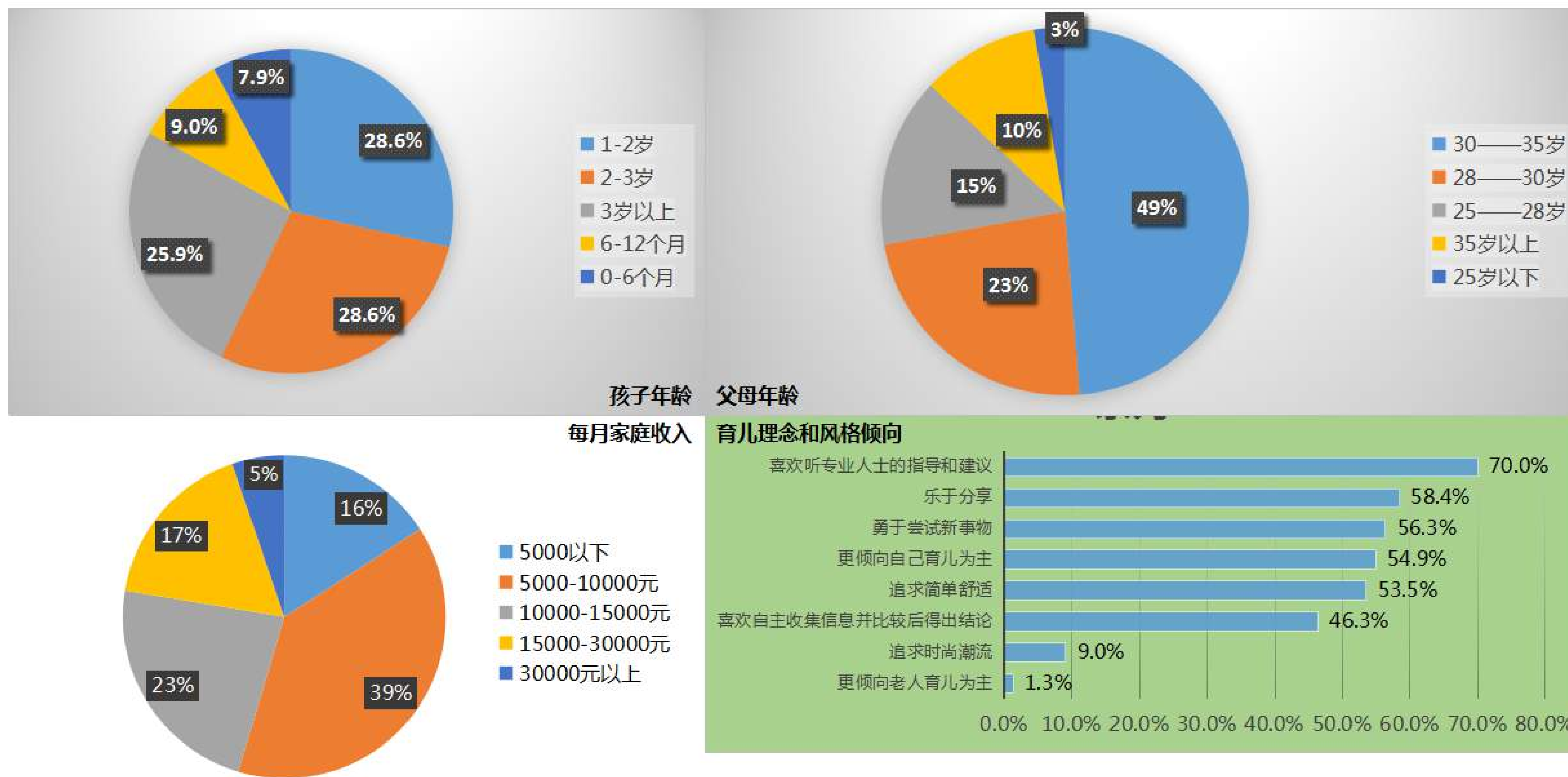


数据来源：微博数据中心，统计时间：201606-201705



缘定早教
同心同萌

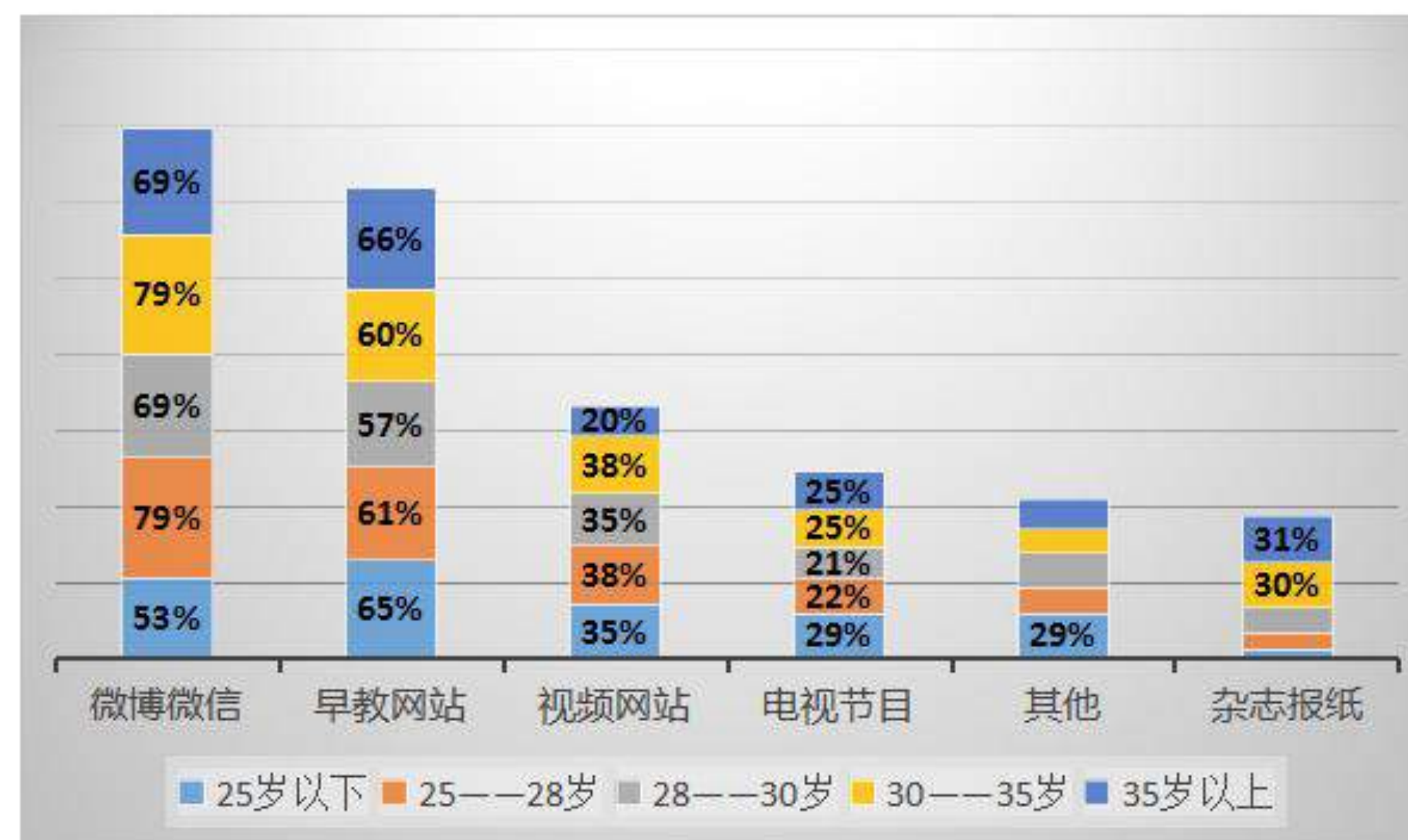
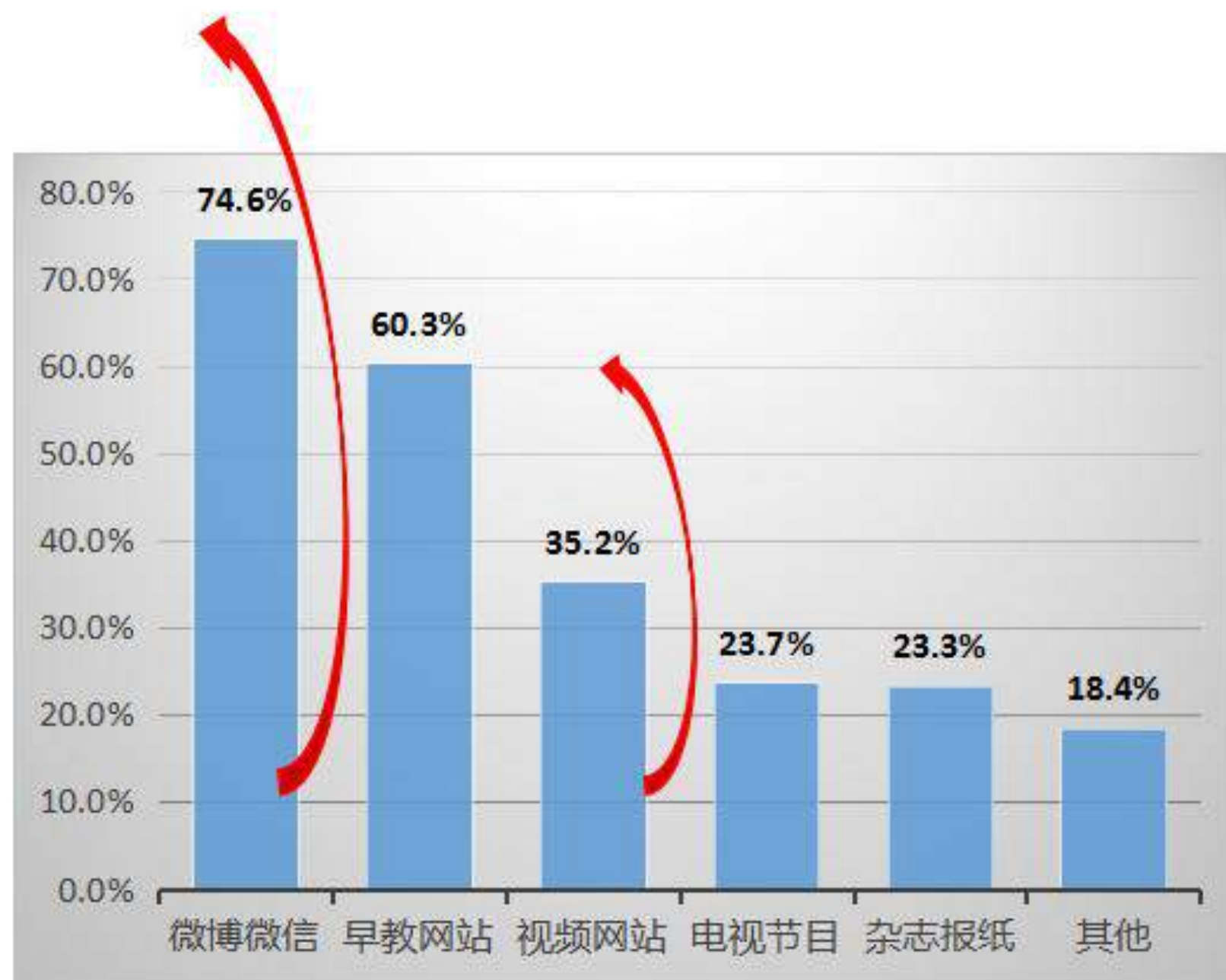
本次调研人群画像





缘定早教
同心同萌

移动互联网 是早期教育知识获取的重要通道



获取早教知识渠道占比 微博微信占比最高





缘定早教
同心同萌

育儿知识求助对象趋向 线上交流和互动



新生代父母更愿意听取谁的育儿观点？

- 1、育儿达人—母婴领域的意见领袖，鲜明的人设
- 2、微博微信使得与专家直接交流成为可能
- 3、过来人和前辈的育儿经验不再成为主要知识来源

家长遇到问题时更愿意求助的对象

2017
科学早教
大会



系列1

Category	Percentage
心理	42%
社交	28%
智力	15%
保健	6%
运动	5%
艺术	3%
其他	2%
未知	2%

提到早教时微博用户会提及的关键词



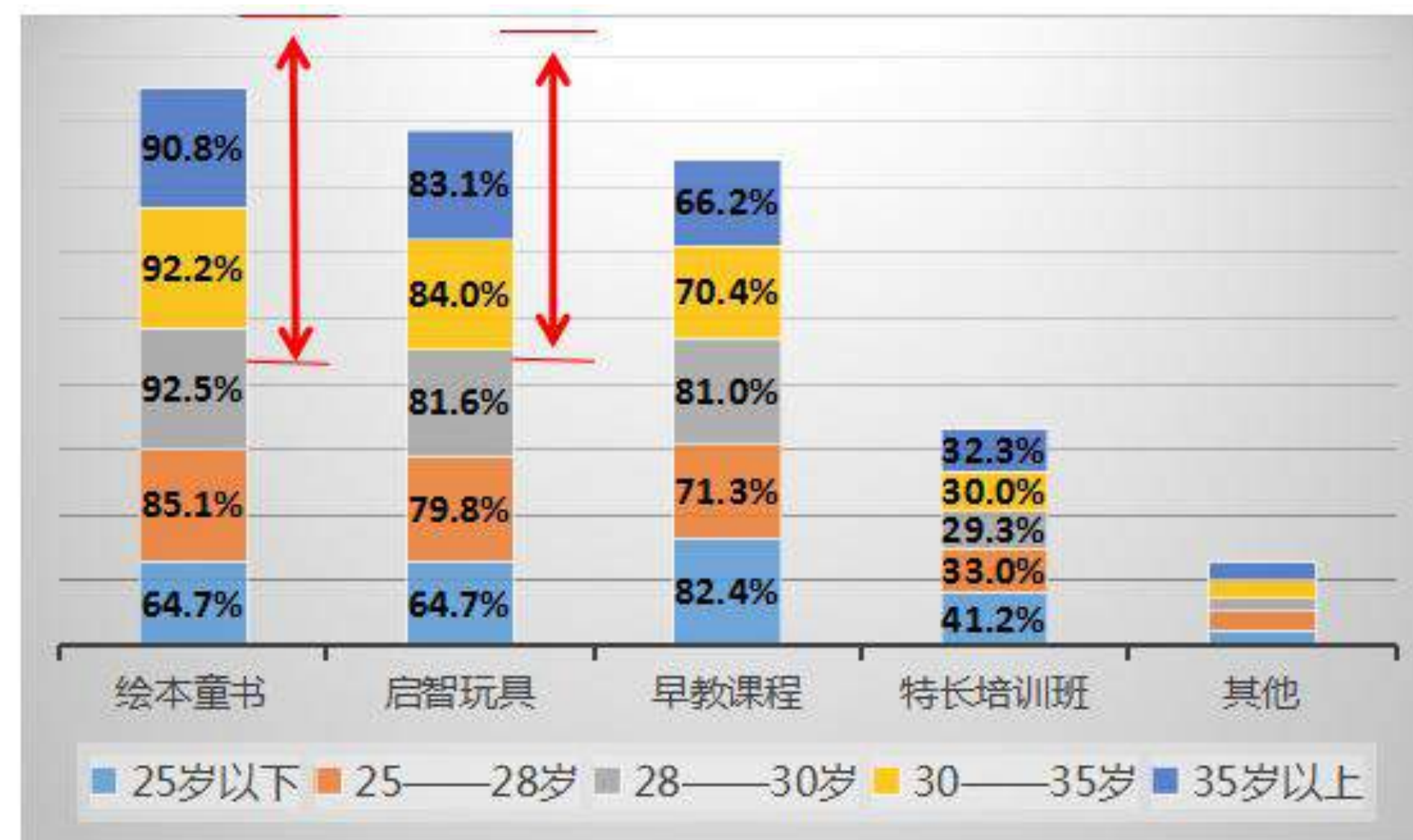


缘定早教
同心同萌

新生代父母在早期教育方面关注的 内容更多元化



绘本童书的认可是2017年母婴消费的重要趋势之一



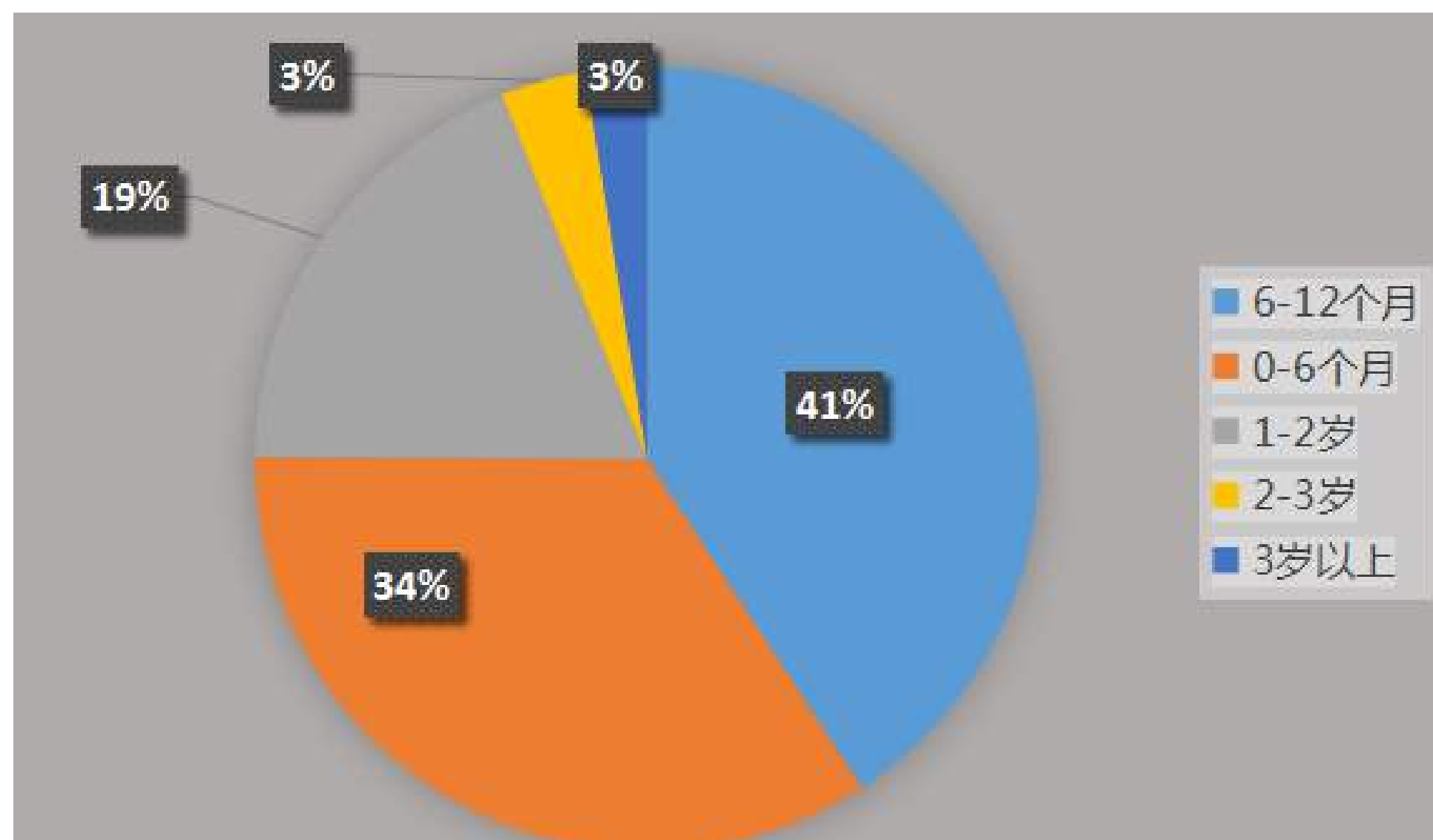
25~28岁的90后的新生代父母
尤为关注绘本





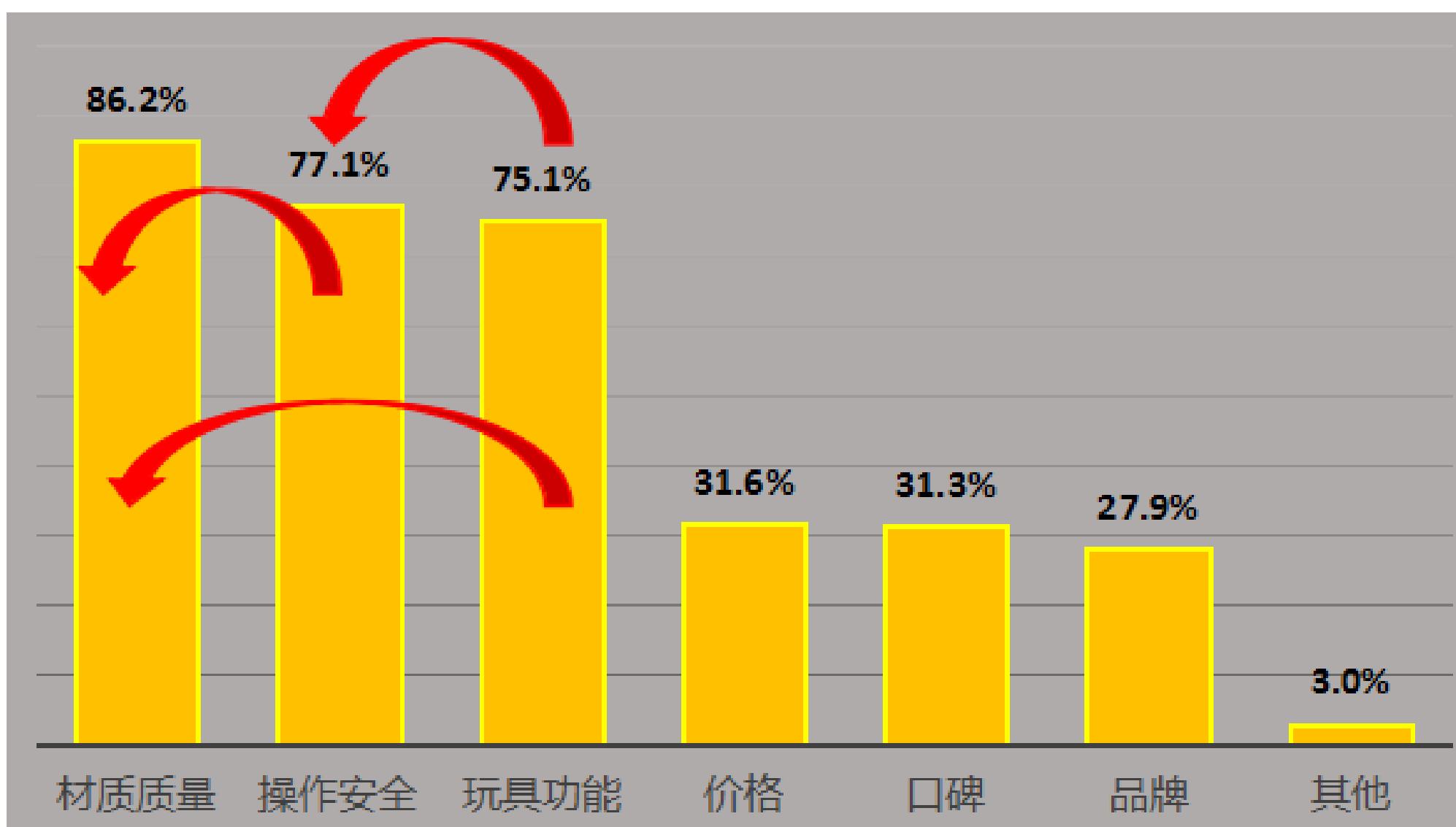
缘定早教
同心同萌

新生代父母开始关注绘本的年龄



●绘本的关注年龄段前移，6~12个月占比高达41%。新生代父母对于孩子的教育期望变得更高，启蒙和教育意识在迅速提前。

新生代父母对玩具的关注点



●对玩具材质、安全超越了对玩具功能的需求，新生代父母的教育理念更加理性。随着85后90后为主的人群成为母婴消费主力，注重生活水平和育儿质量的他们更看重母婴及早教产品的安全及质量。





缘定早教
同心同萌

早期教育出现明显“她时代”消费现象

●数据显示，无论处于怀孕期，还是在生产后，还是在早期教育，在母婴消费这件事情上，“由妈妈提出需求并决定最终购买”的占比92.2%，“爸爸提出需求”的选项比例为45.9%。妈妈们更倾向型地具有购买决策权。因此，把握妈妈们的消费心理、消费行为及习惯等就显得至关重要，母婴消费进入典型的“她时代”。

●90后的妈妈更依赖移动端、互联网，更倾向分享、更注重时尚，更倾向于从网络上获取信息。妈妈和女性群体也对促销和价格较之男性更为敏感。

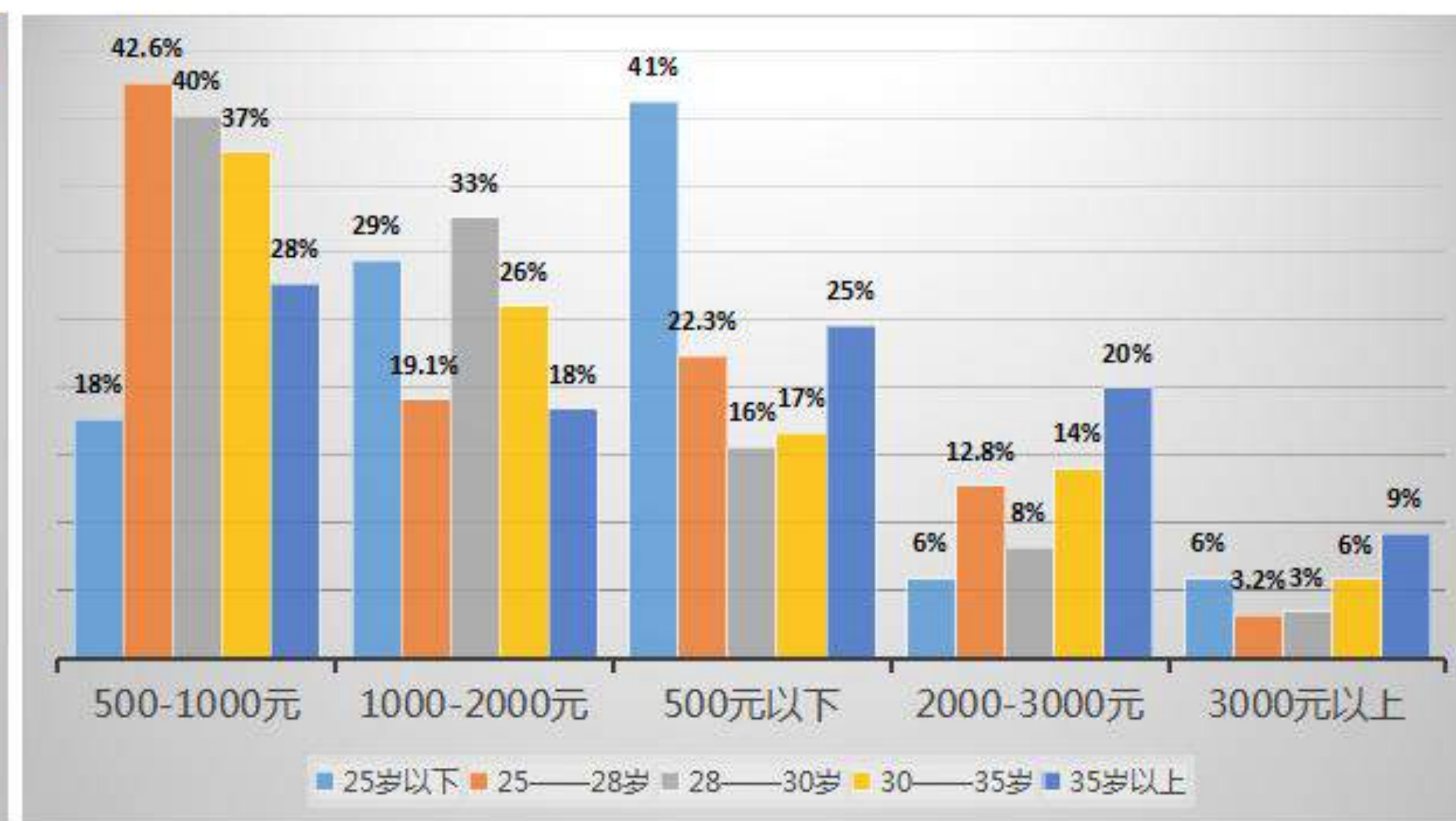


2017
科学早教
大会



缘定早教
同心同萌

早期教育支出呈现明显的上升趋势



家庭在早教方面的投入情况
500-1000元占绝大多数

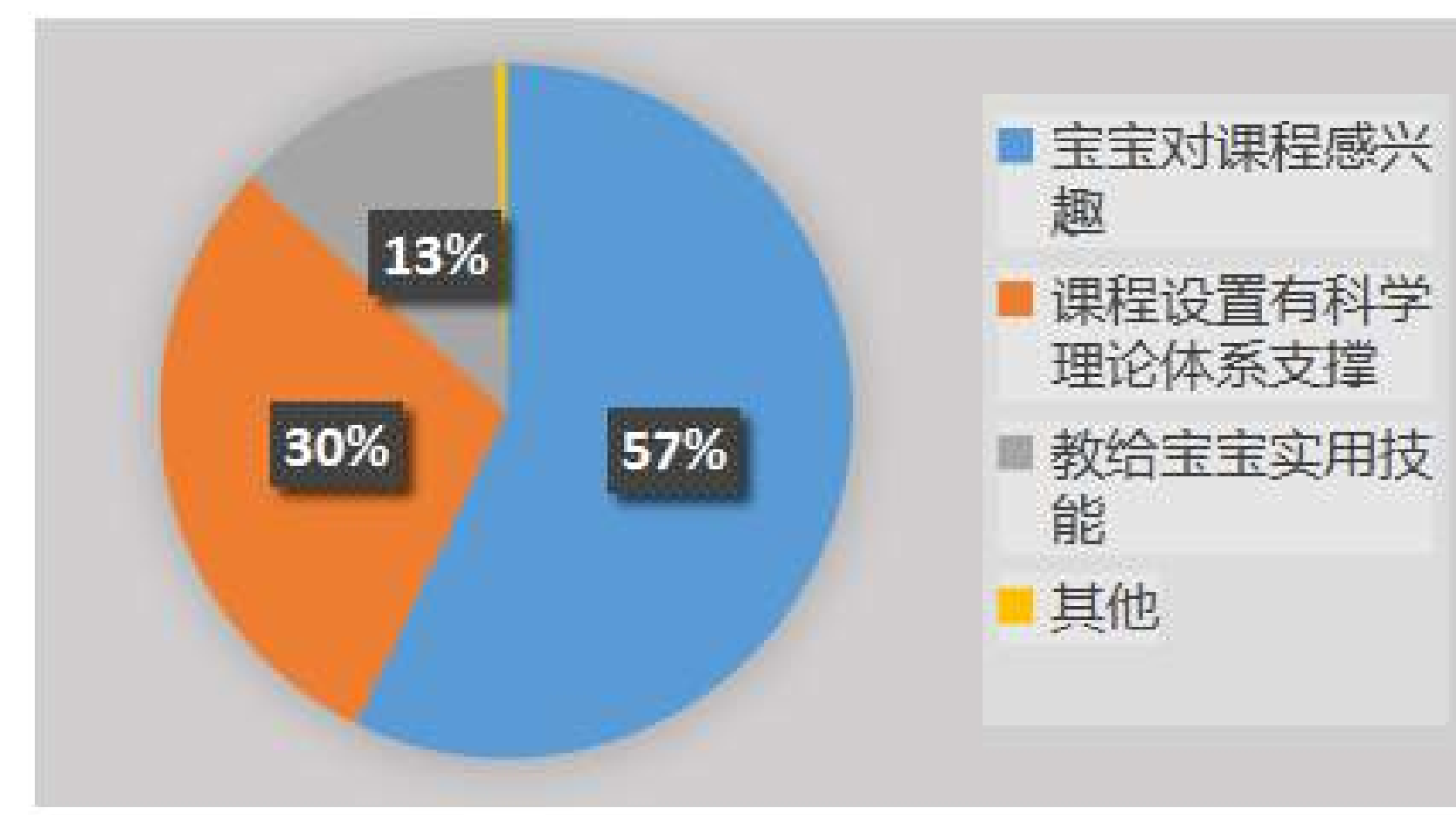
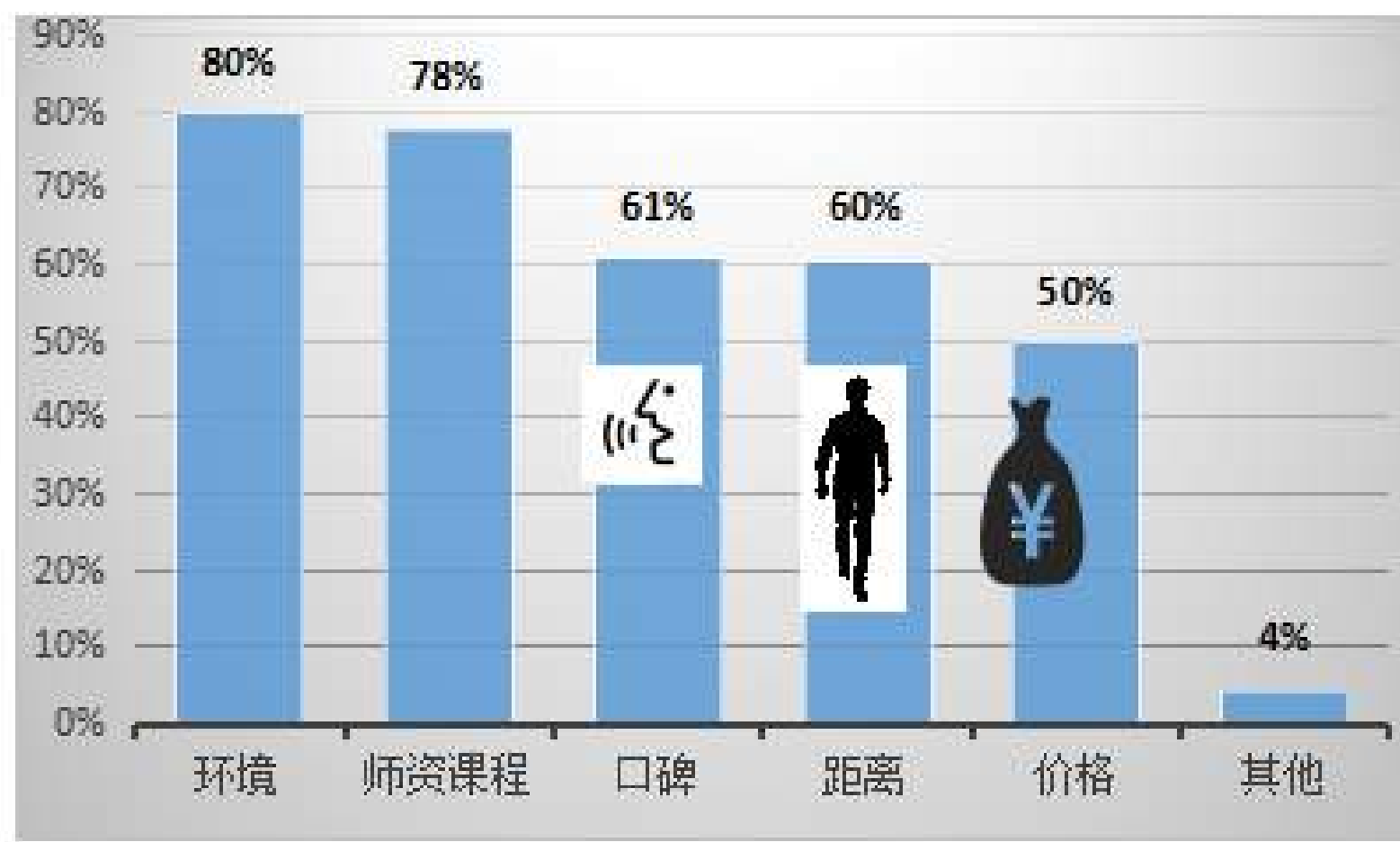
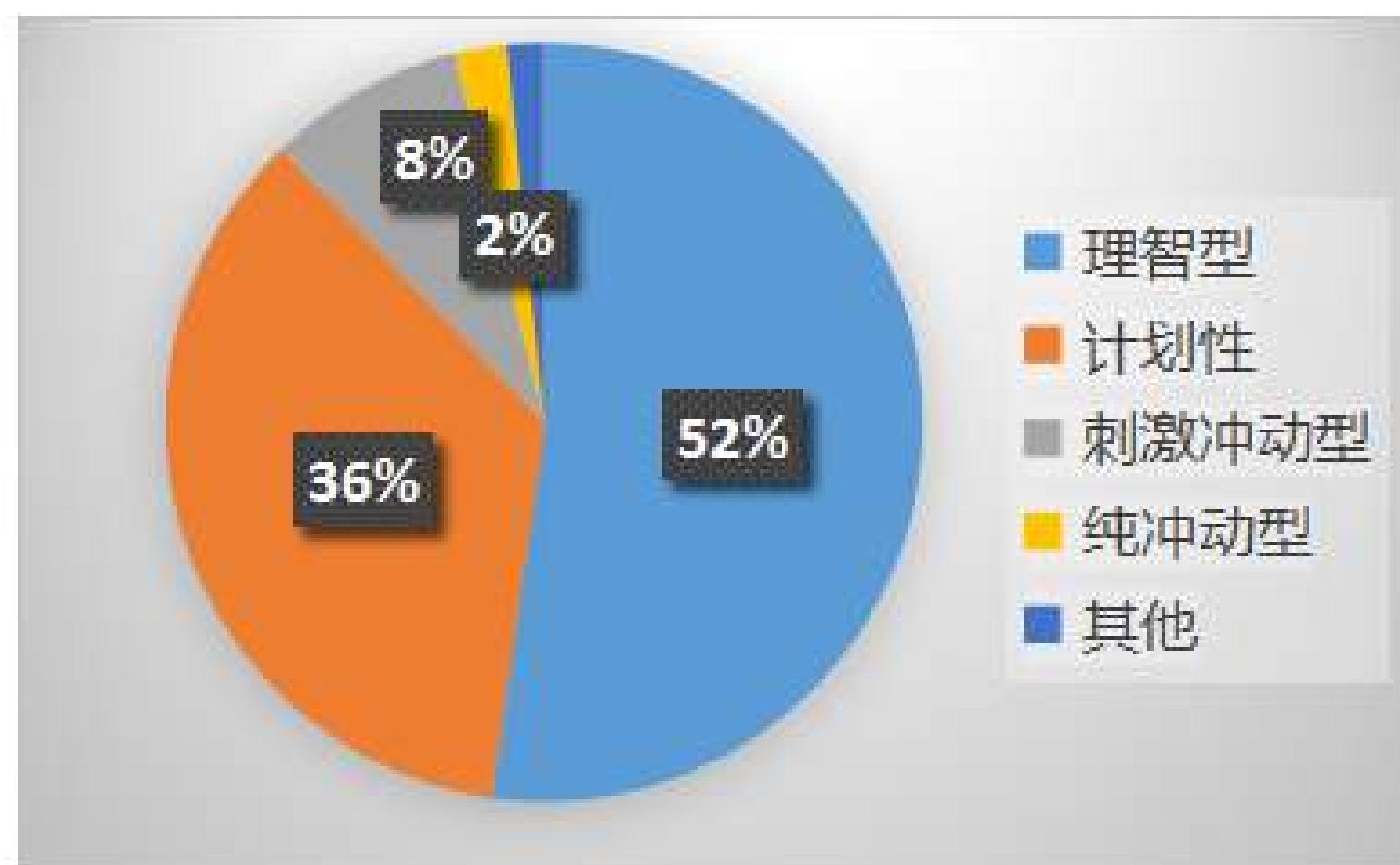
90后的新生代父母，更愿意在
孩子早期教育上做更大的经济投入





缘定早教
同心同萌

新生代父母选择早期教育机构 趋向内容+服务整合



1

- 新生代父母科学教育意识的觉醒，理智型消费上升。
- 如何优化育儿方法、发掘孩子个性、培养智商情商双发展则成了更核心的育儿需求。

2

- 对于国内品牌和国外品牌的关注，已经被环境、师资课程、口碑和距离所替代。
- 价格也成为相对较不敏感的因素。
- 新生代父母对机构本身产品和课程等因素的更为关注。

3

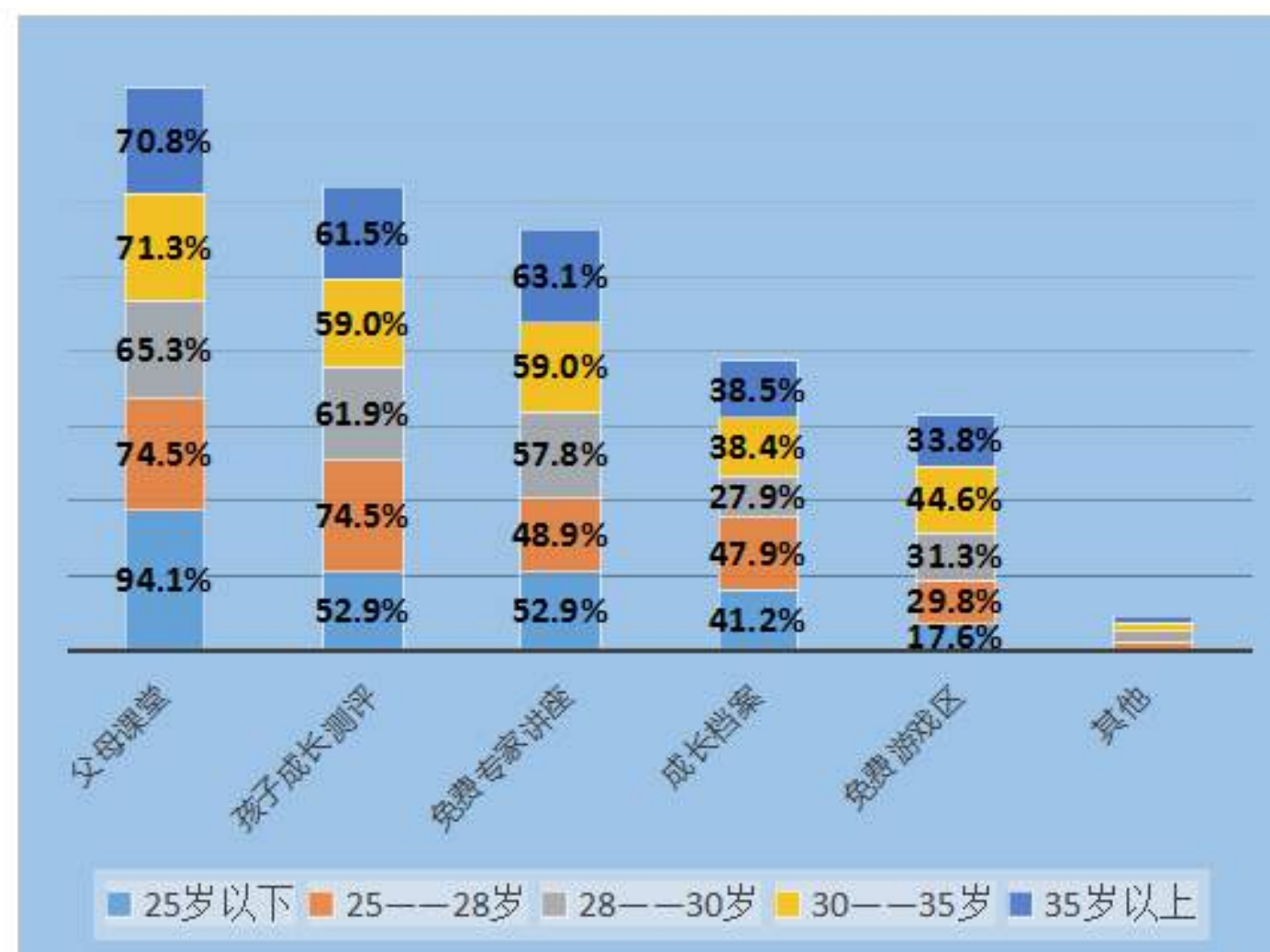
- 新生代父母更为关注宝宝本身对于课程是否感兴趣。
- 她们同时也关心课程设置是否有科学的理论体系支撑。
- 新生代父母选择早期教育课程更加关注产品本身



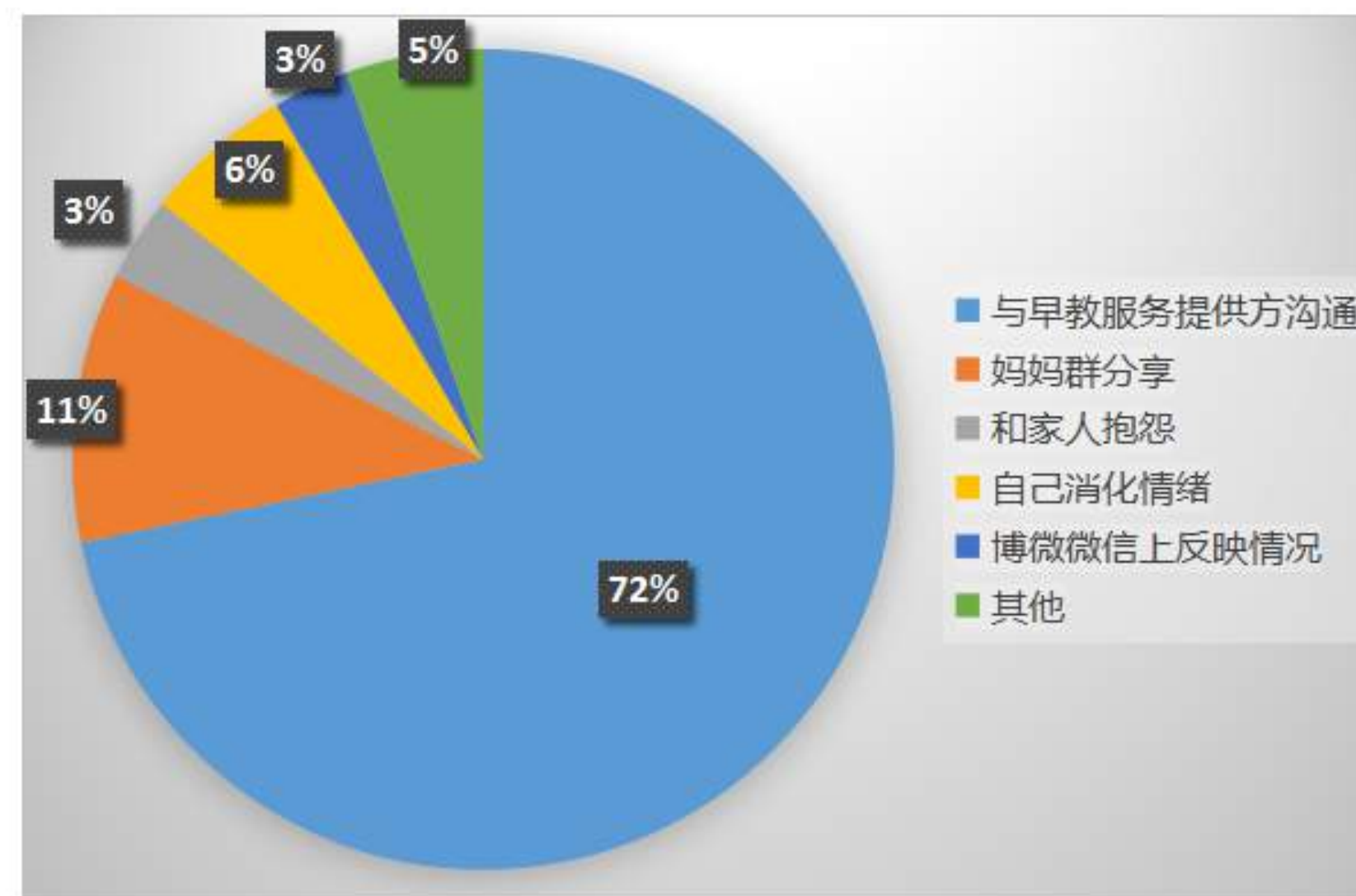


缘定早教
同心同萌

新生代父母对早期教育产品更为追求用户体验



对早期教育机构增值服务需求
趋向丰富化和个性化



用户体验是生命线
线下做体验 线上口碑传播





缘定早教
同心同萌

2017科学早教四大趋势

新生代父母的
移动和社交化
趋势

更加关注儿童
心理健康教育

早教内容
多元化
消费更加理智

用户体验至上
口碑传播是
关键

推动科学早教行业消费升级





缘定早教
同心同萌

谢谢！
Thank you!

