



极光大数据

育儿不易，为母则刚

2019年母亲节专题研究

极光大数据

2019.05

关键发现



养孩不易：生育后，女性减少了在朋友聚会、奢侈品购买等方面的时间和金钱支出；0-6岁儿童母亲平均每天陪伴约7个小时



新阶段新问题：子女0-6岁时母亲忙于照顾其日常生活，7-12岁时又忧心其学业情况；在养育子女的过程中，母亲们变得更坚强更耐心



教育不易：母亲们最赞同言传身教的教育观念；家庭成员间观念产生冲突时，高学历母亲决定权较大



二孩不易：阻碍80后母亲生二孩的主要因素是经济压力大

目录

1 整体概况

2 育儿不易

3 二孩不易

CHAPTER 01

整体概况

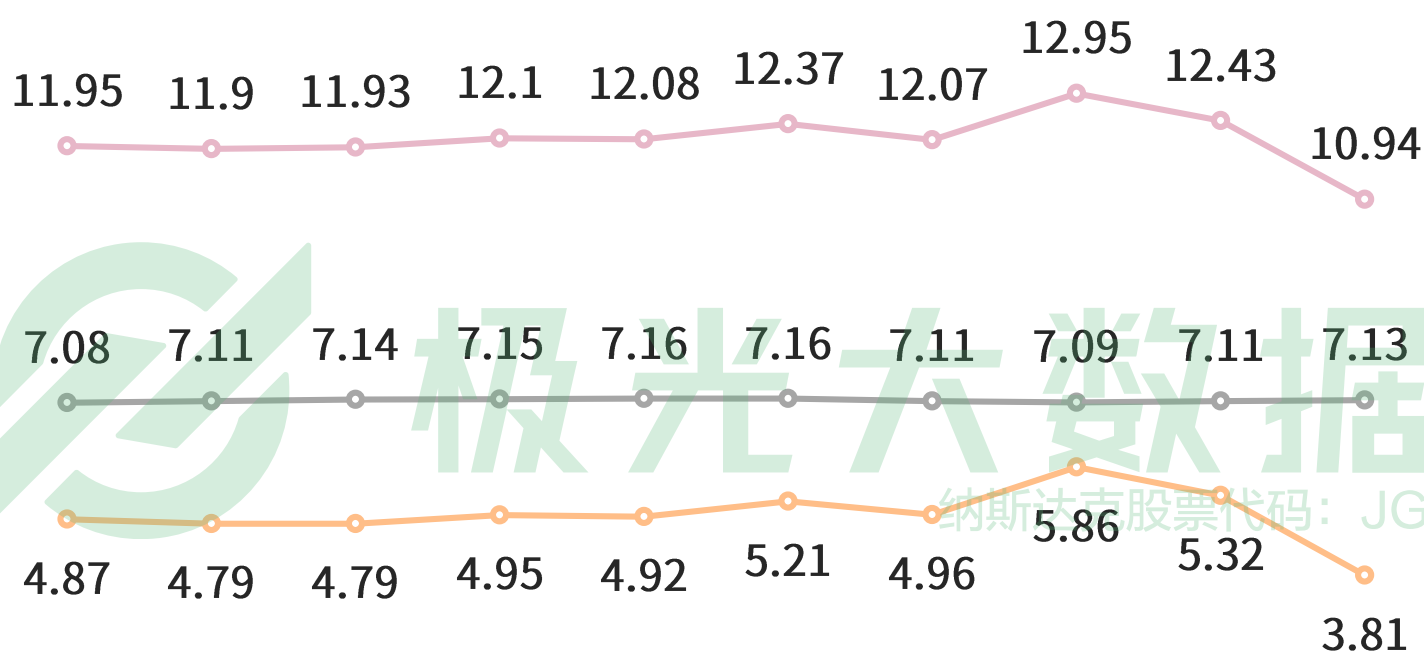
出生率

近年来，我国人口出生率呈现下降态势

- 根据国家统计局数据，2018年我国人口出生率降至10.94‰，人口自然增长率降至3.81‰

2009-2018年主要人口指标数据

—●— 人口出生率(‰) —●— 人口死亡率(‰) —●— 人口自然增长率(‰)



2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018

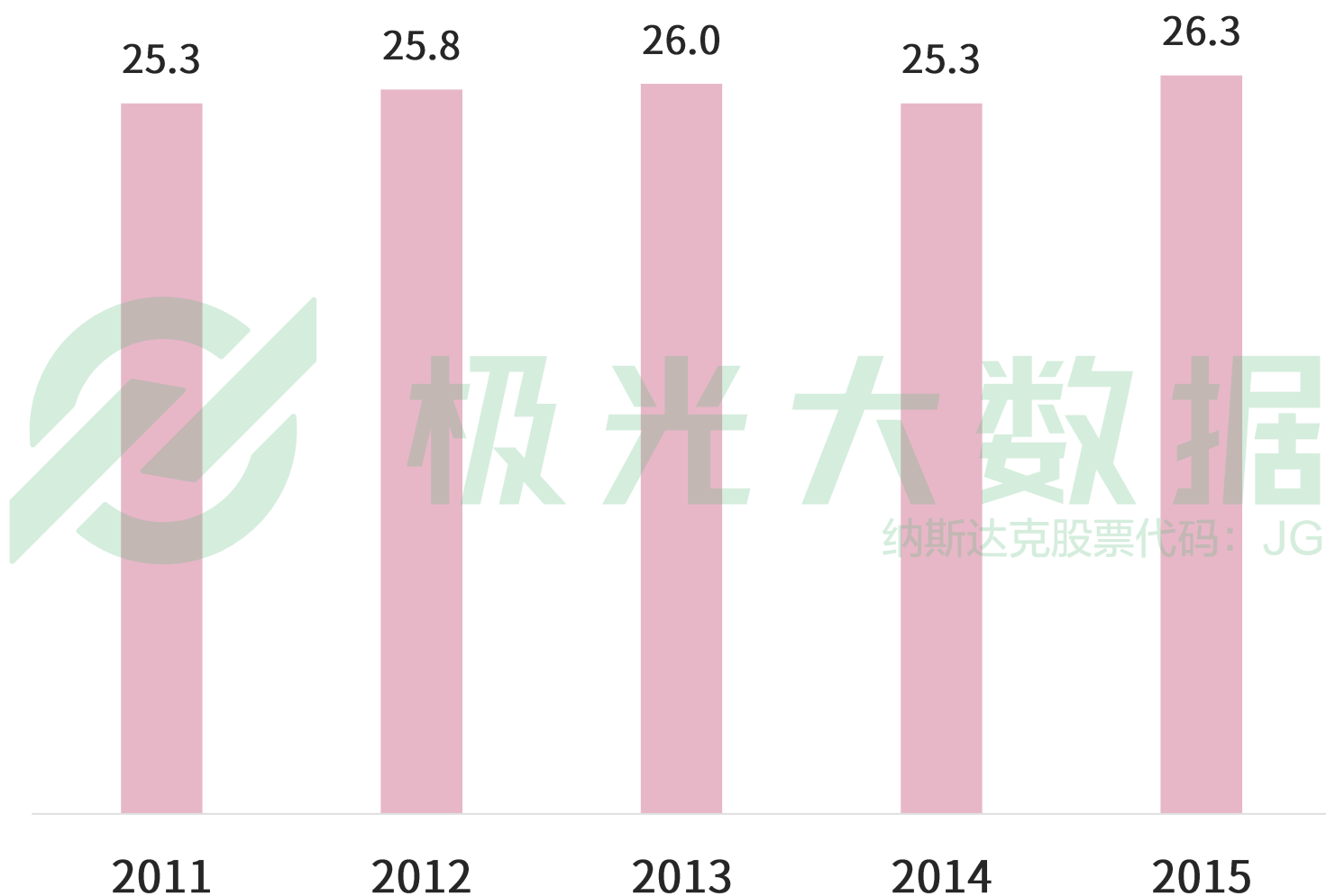
数据来源：国家统计局；数据周期：2009-2018年

初育年龄

近年来，我国女性初育年龄呈波动上升趋势

- 根据国家统计局数据，2015年我国女性平均初育年龄升至26.3岁

2011-2015年女性初育年龄



数据来源：根据国家统计局数据计算；数据周期：2011-2015年

CHAPTER 02

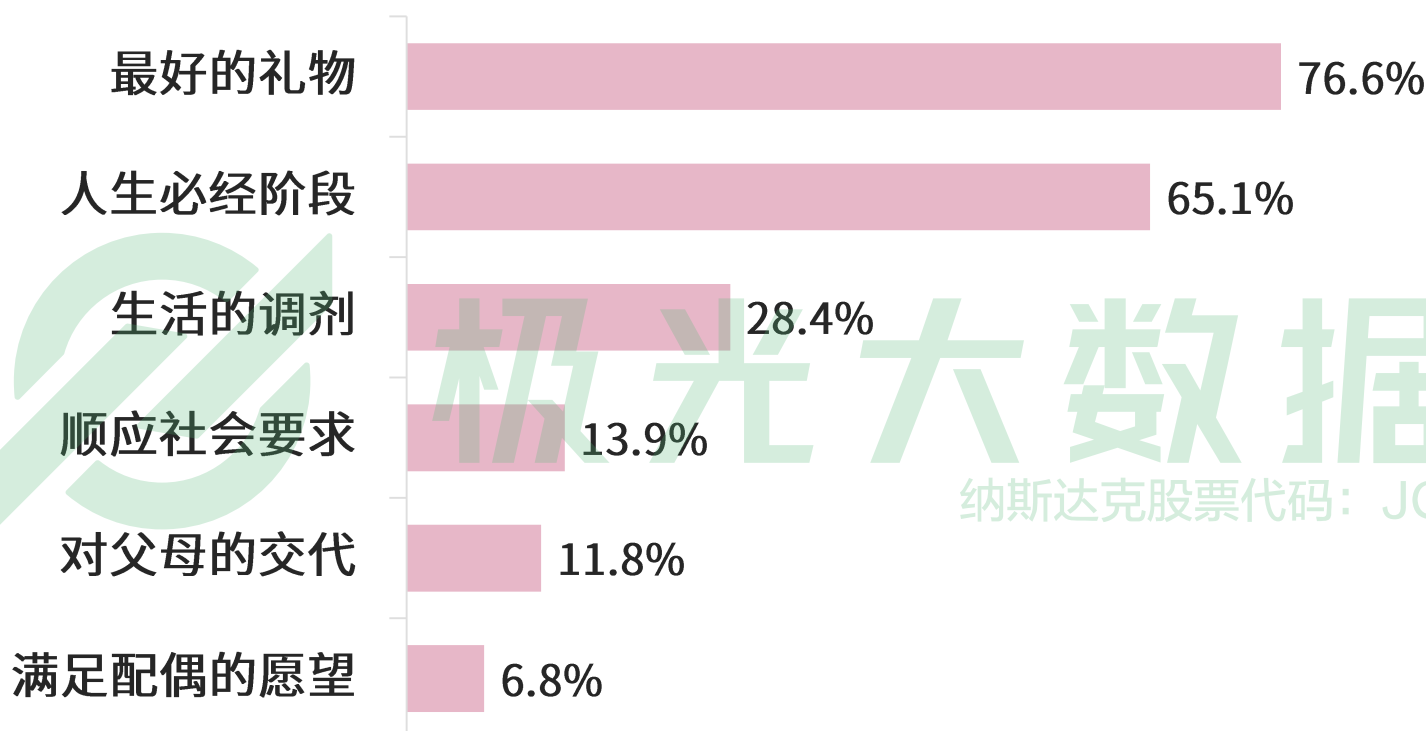
育儿不易

幸福是生育的主旋律

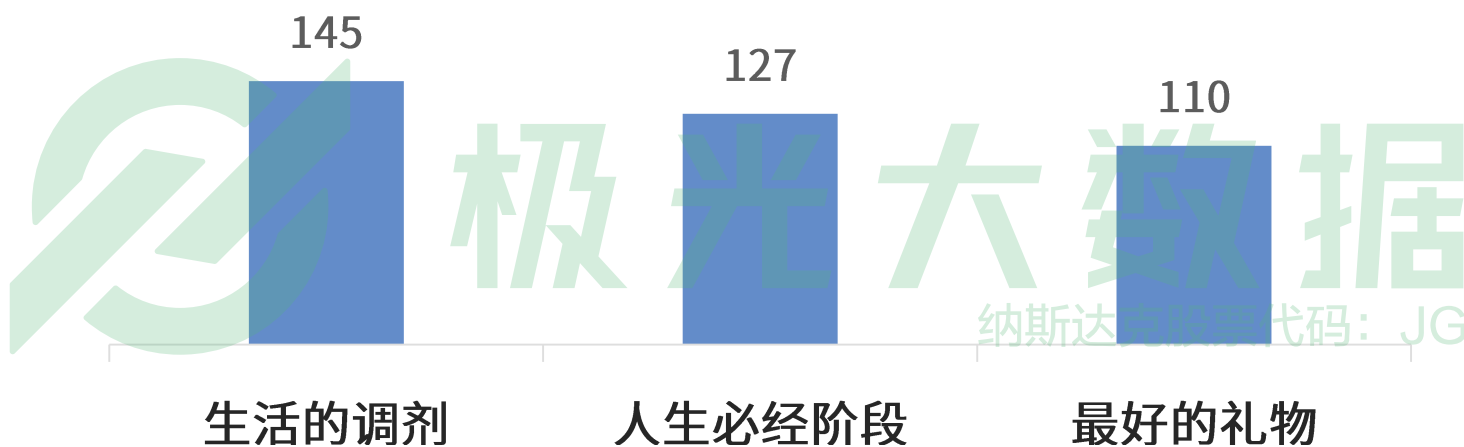
生育是一种幸福，也是顺其自然地完成人生任务

- 母亲多认为子女是最好的礼物，生儿育女也是人生某一阶段要完成的任务
- 80后更多地将子女当做改变生活状态的调剂

子女对于母亲的意义



80后母亲的子女意义认知TGI



数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.05

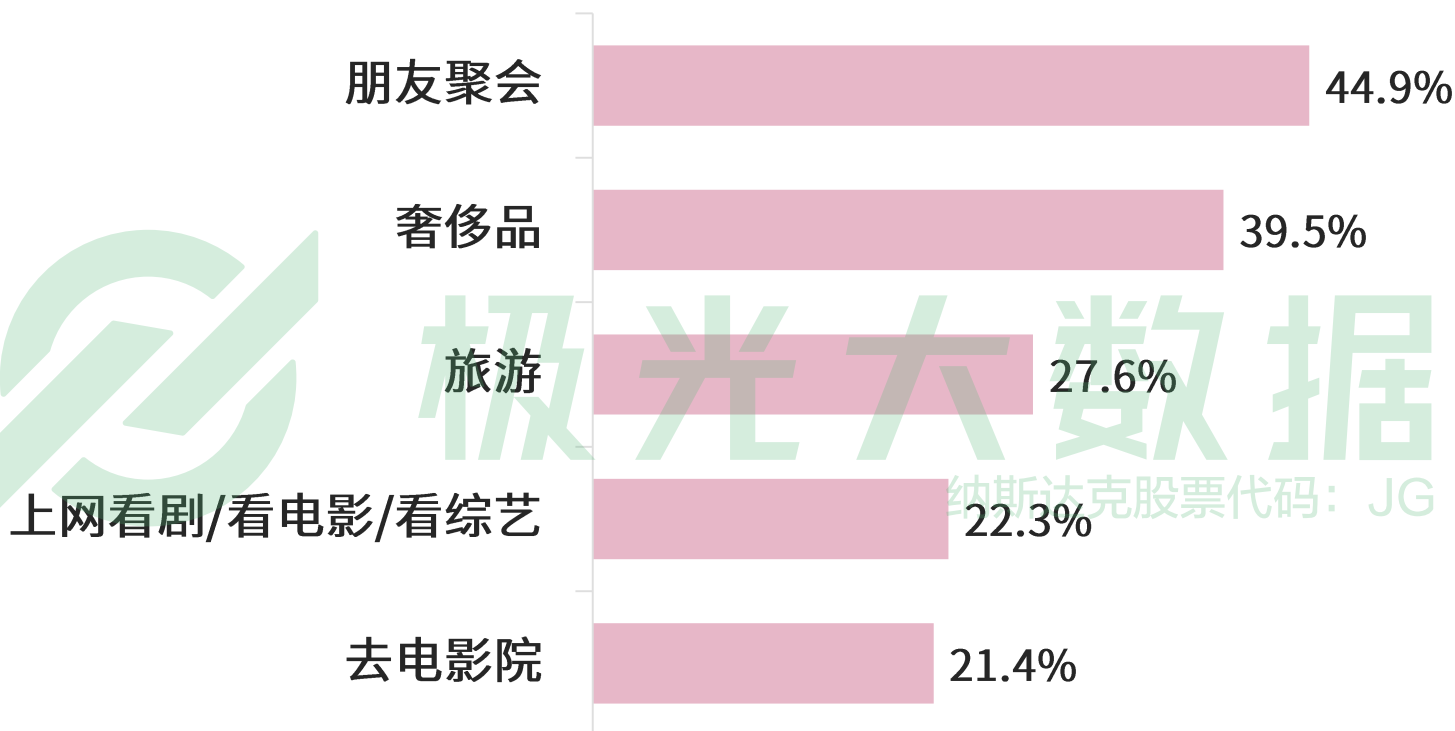
TGI: 80后母亲选择此项人群占比 / 全体样本选择此项人群占比 * 100

养孩方知父母苦

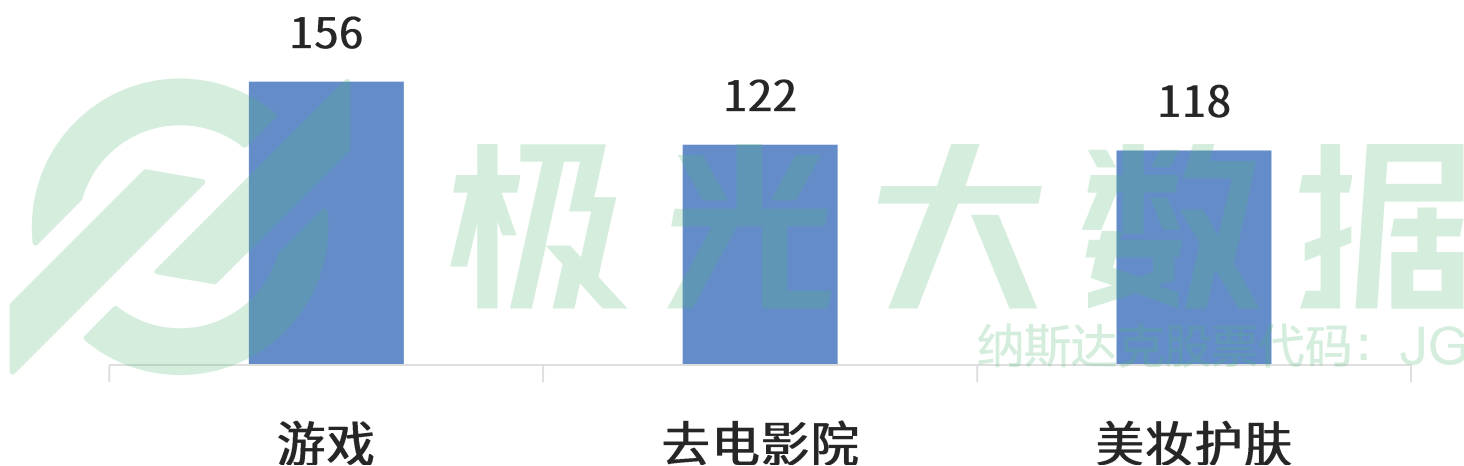
朋友、业余爱好、美貌，为了孩子都可适当牺牲

- 超4成母亲生育后减少了朋友聚会时间，将更多的时间用来照顾子女
- 相比而言，90后辣妈更多地缩减了花费在游戏、电影院、美妆护肤等方面的金钱和时间

生育后花费/时间缩减项目



90后母亲花费/时间缩减项目TGI



数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.05

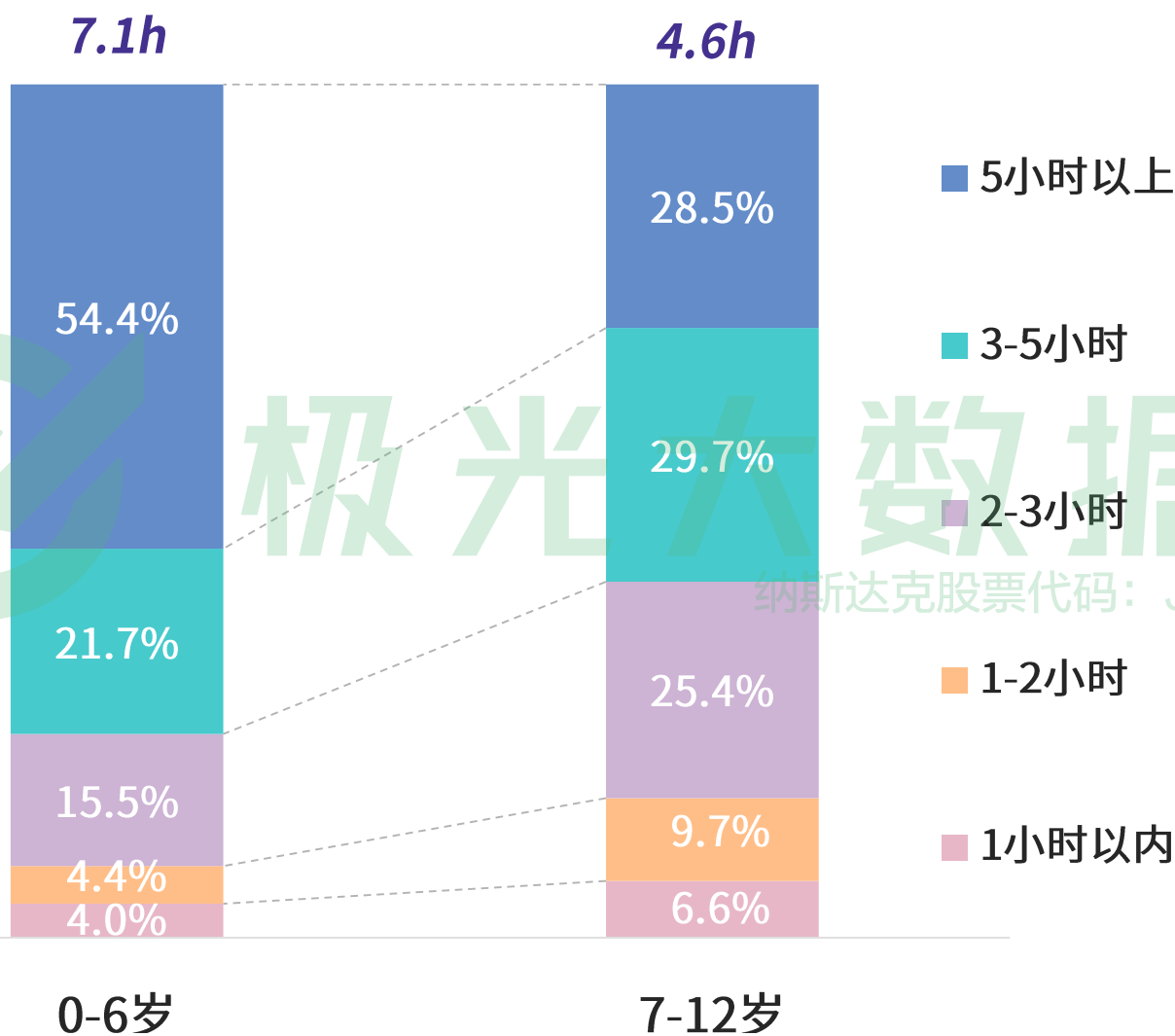
TGI: 90后母亲选择此项人群占比 / 全体样本选择此项人群占比 * 100

母爱不止是陪伴身边的几小时

随着子女年龄增长，母亲陪伴时间缩短

- 半数0-6岁儿童母亲每天陪伴5小时以上，当子女长大至7-12岁，超半数母亲每天陪伴时间缩短至2-5小时

不同育儿阶段陪伴时间分布



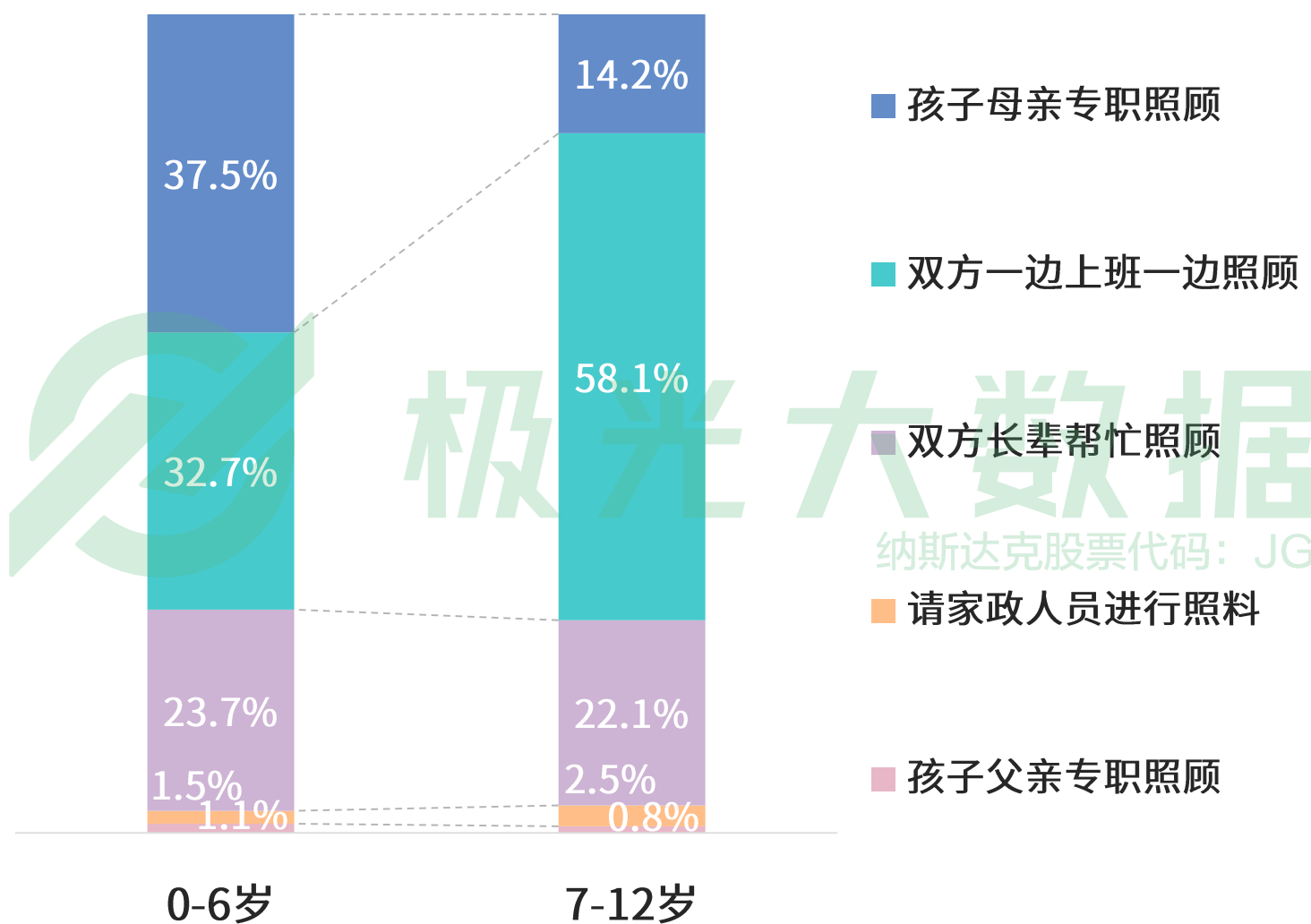
数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.05

育儿并非母亲一个人的事

不同育儿阶段的照顾模式变化大，0-6岁子女母亲专职照顾多

- 子女0-6岁阶段，约4成由母亲进行专职照顾；7-12岁受教育阶段，母亲专职照顾比例减少，以父母双方一边上班一边照顾为主
- 长辈帮忙照顾是一种重要方式，请家政人员照顾的家庭占比仍然很低

不同育儿阶段主要照顾模式



数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.05

工作还是陪伴子女，这是个难题

收入低的家庭，母亲更可能牺牲陪伴时间来工作

- 为了工作基本不陪伴子女的母亲占比不足1成，在10万以下的家庭中此占比为12.4%，明显高于总体水平
- 年收入10-30万的家庭，更多母亲选择减少一些工作/加班时间来陪伴子女

母亲在工作 and 子女陪伴方面的处理方式

不工作全心全意照顾子女

17.0%

为陪伴子女减少了一些工作/
加班的时间

36.9%

为给子女更好的经济保障，不
得不牺牲一些陪伴子女的时间

34.4%

为给子女更好的经济保障，基
本没有时间陪伴子女

9.1%

TGI
137

年收入10万以下的家庭中，12.4%的母亲为给子女更好的经济保障，基本没有时间陪伴子女，明显高于总体水平

TGI
124

年收入10-30万的家庭中，45.7%的母亲为陪伴子女减少了一些工作/加班的时间，明显高于总体水平

数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.05

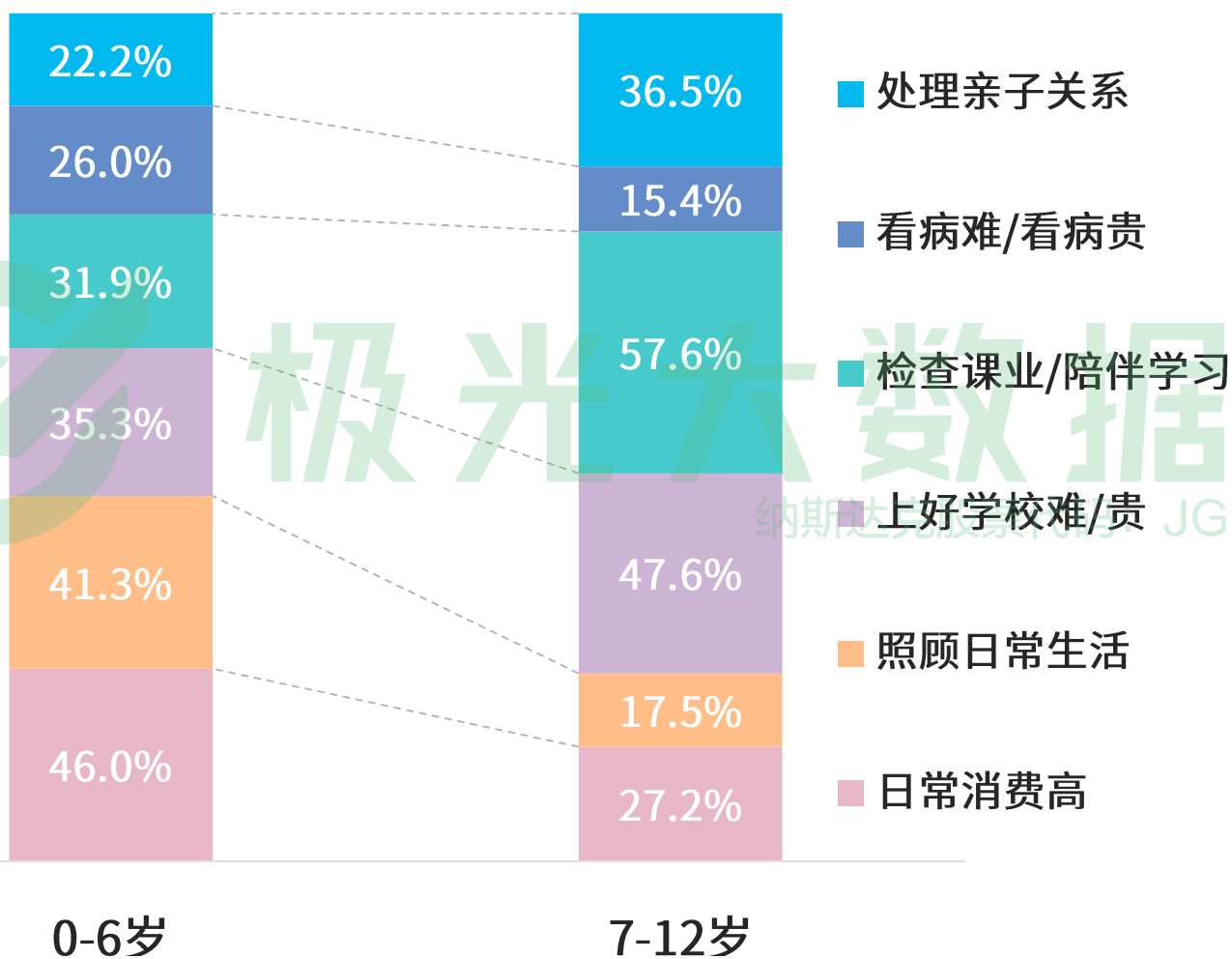
TGI：不同年收入家庭中母亲选择此项人群占比 / 全体样本选择此项人群占比 * 100

育儿不易，新阶段新难题

每个阶段都有难题，子女7-12岁时母亲最愁其学业

- 随着子女年龄增长，母亲育儿的痛点也有较大变化，子女0-6岁时母亲最明显感受到其日常消费带来的经济压力，且照顾子女日常生活耗费精力
- 子女7-12岁时，母亲最痛苦的则是检查课业和陪伴学习，还要忧虑子女能否上好的学校

不同育儿阶段痛点分布



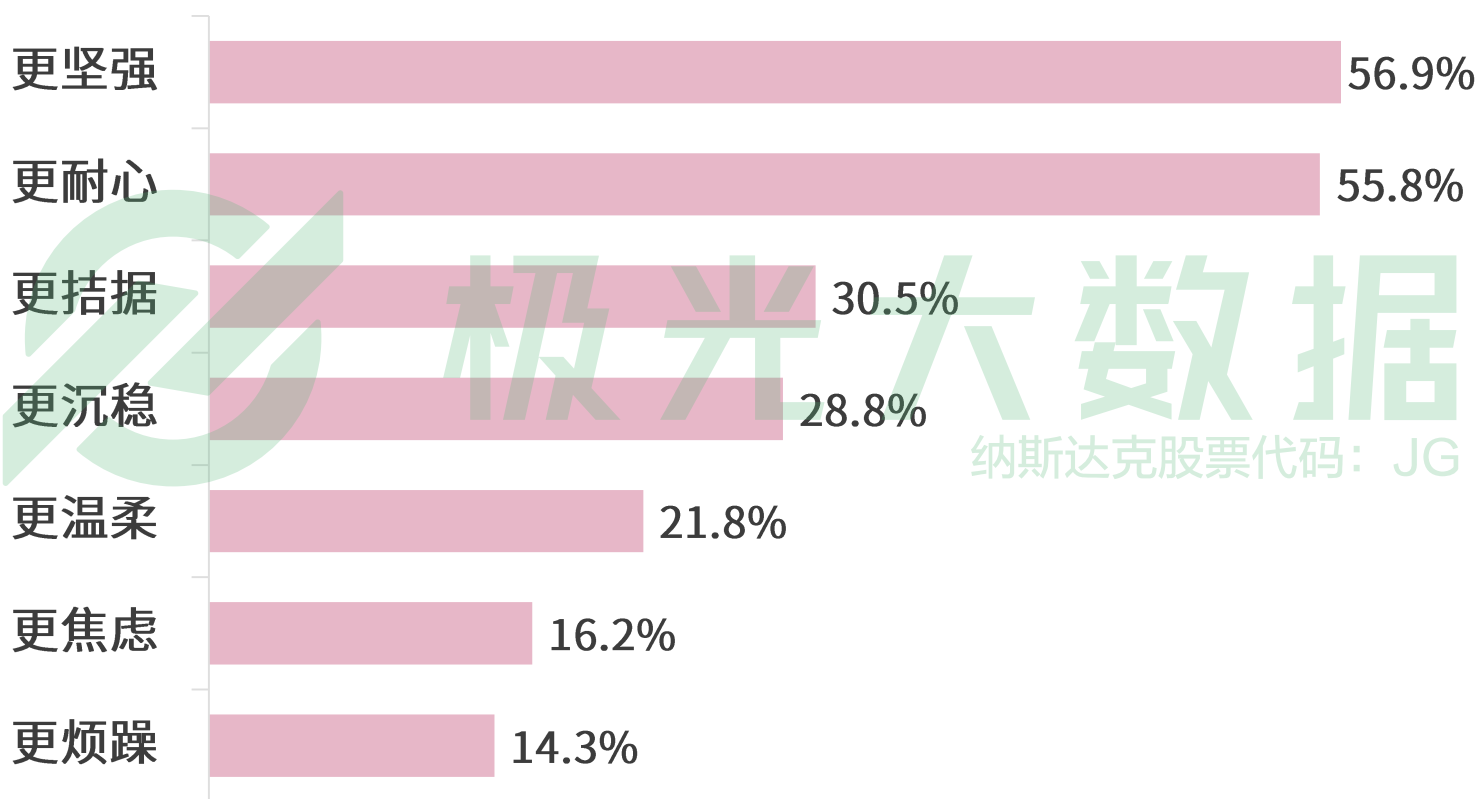
数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.05

既是“百炼钢”也是“绕指柔”

为母则刚，半数母亲表示有了子女后变得更坚强了

- 更坚强、更耐心是成为母亲后最大的变化
- 初育年龄较小的母亲更容易变得烦躁和焦虑，初育年龄在30-39岁的母亲则变得更温柔

有孩子之后的变化



初育年龄
20-24岁

更烦躁
TGI:125

更焦虑
TGI: 121

初育年龄
25-29岁

更拮据
TGI:113

更温柔
TGI: 102

初育年龄
30-39岁

更温柔
TGI:129

更坚强
TGI: 116

数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.05

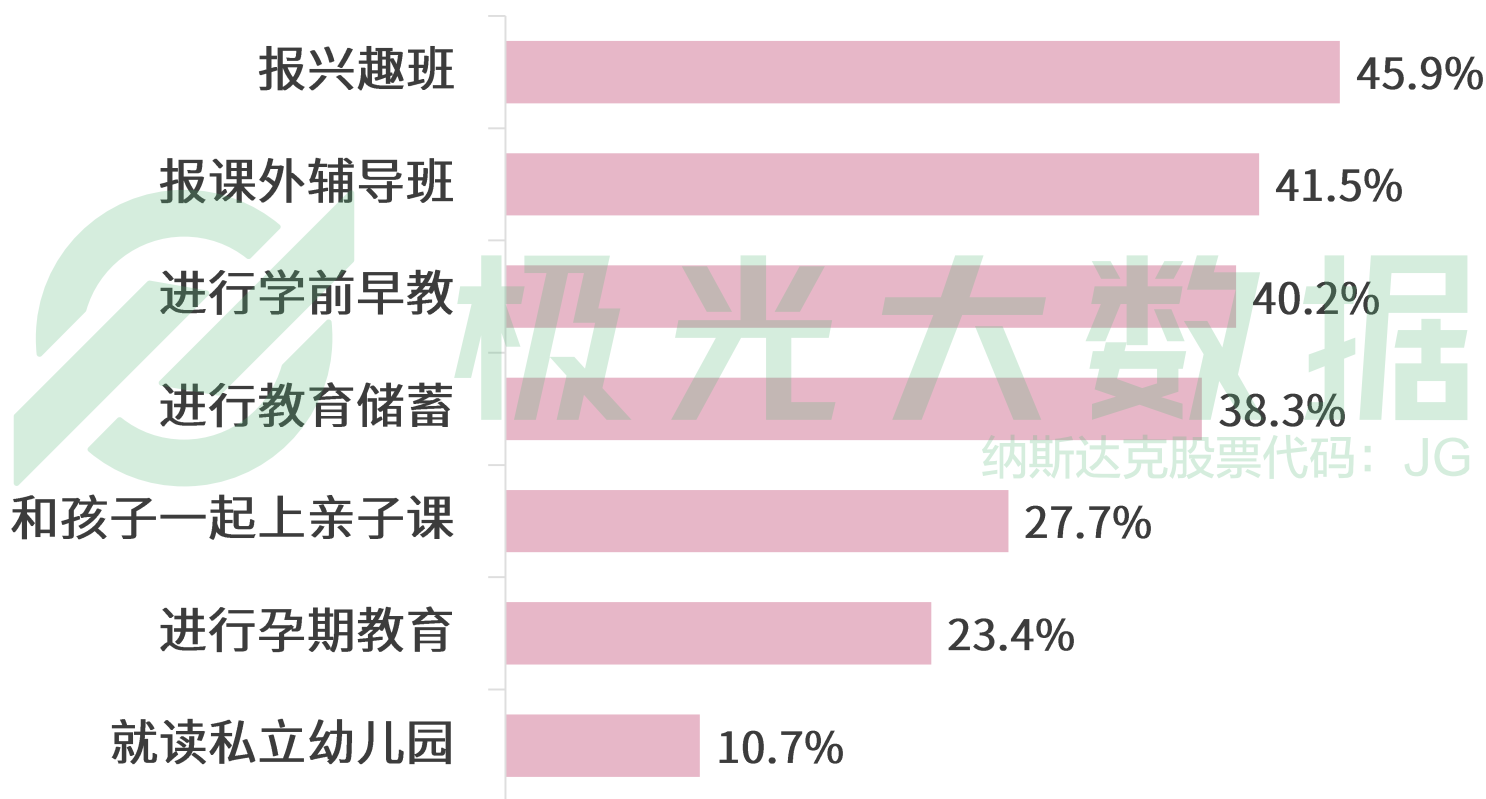
TGI：不同初育年龄段母亲选择此项人群占比 / 全体样本选择此项人群占比 * 100

育儿成才，追求全面发展

课内课外并重，超4成母亲曾给子女报过兴趣班或课外辅导班

- 母亲们不光希望通过课外辅导班提升子女学业成绩，也通过报兴趣班的方式培养子女兴趣爱好
- 70后母亲流行报兴趣班，80后报过亲子班的母亲比例更高

子女教育行为分布



TGI
131

70后母亲中，54.2%曾给孩子报过兴趣班，明显高于总体水平

TGI
143

80后母亲中，39.6%曾和孩子一起上过亲子课，明显高于总体水平

数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.05

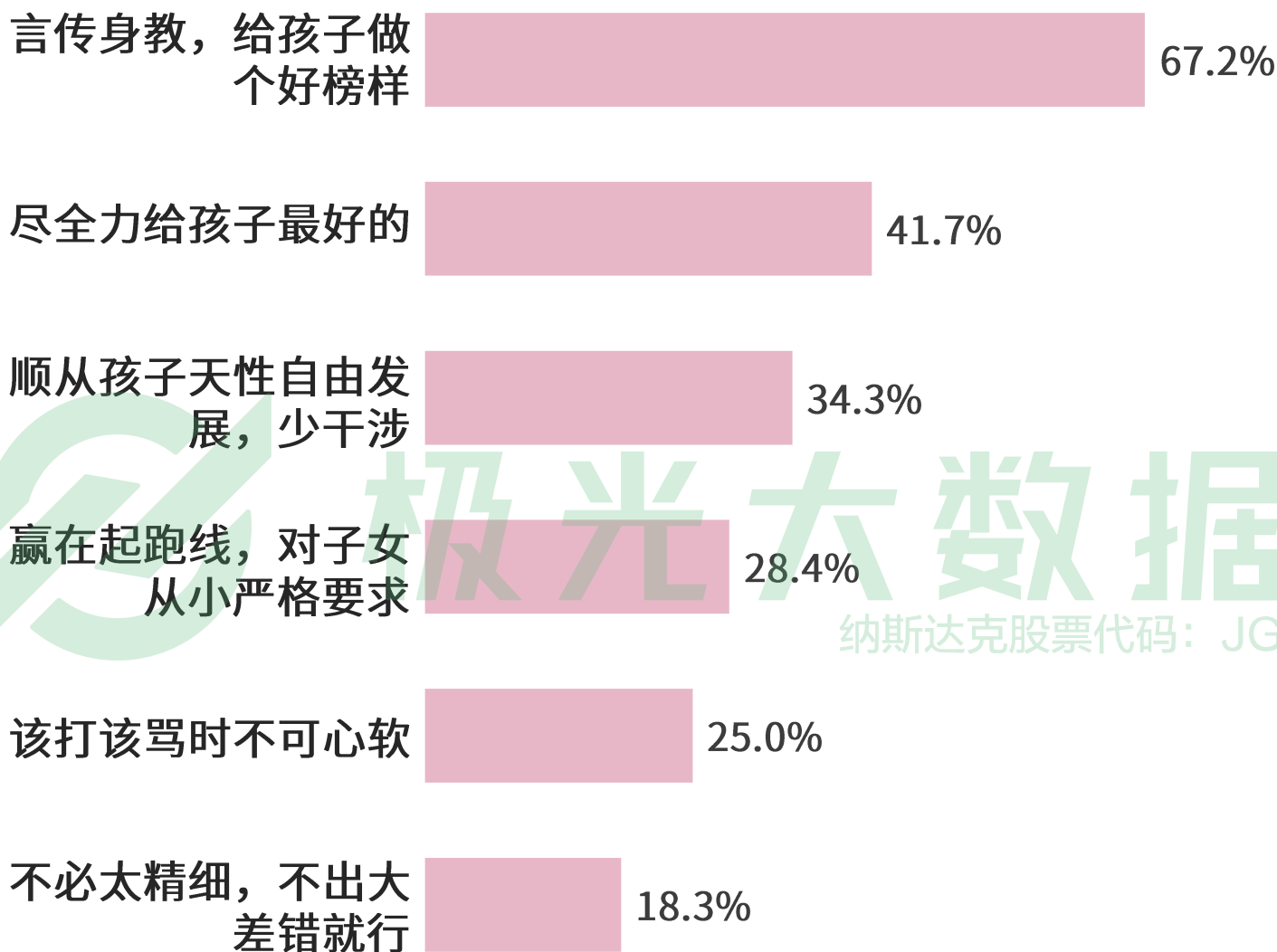
TGI：不同出生年份母亲选择此项人群占比 / 全体样本选择此项人群占比 * 100

父母是孩子的第一任老师

严格要求孩子之前先严格要求自己，大部分母亲认同言传身教的教育观念

- 近7成母亲认同言传身教的教育观念
- 4成母亲认为要尽全力给孩子最好的，仅不足2成母亲认为养育孩子不必太精细

教育观念认可程度



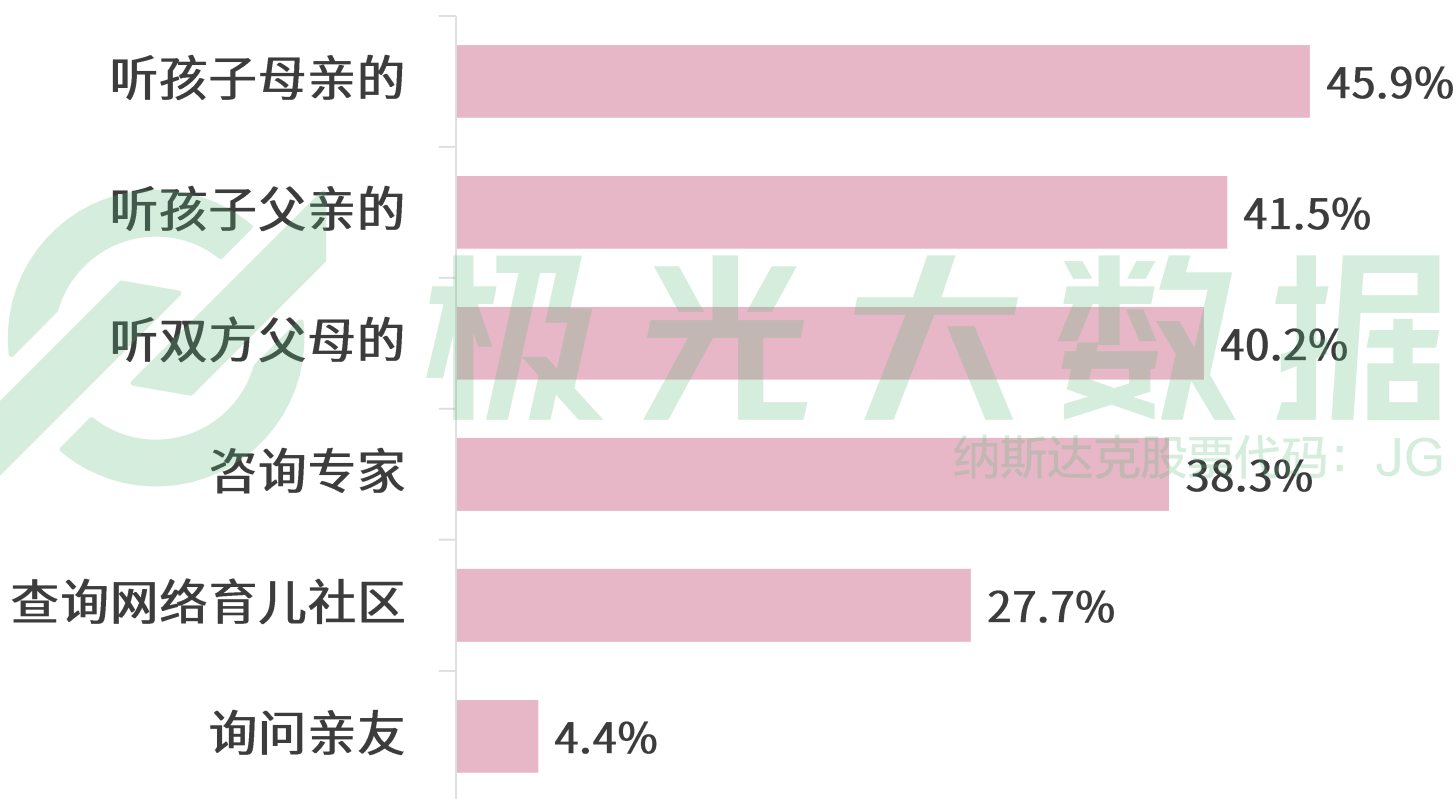
数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.05

育儿观念有冲突，谁说了算？

发生育儿冲突时大家更倾向在家庭成员内部解决

- 发生育儿冲突时大家更倾向在家庭成员内部解决，咨询专家、查询网络育儿社区、询问亲友的比例较低
- 本科学历的母亲在遇到家庭成员观念冲突的情况时决定权更大

家庭成员间若有养育观念冲突一般听谁的



TGI
88

高中及以下学历的母亲中，35.3%表示在家庭成员间发生观念冲突时自己决定权更大，明显低于总体水平；20.3%表示会听父母的（TGI：147），明显高于总体水平

TGI
129

本科学历的母亲中，52.0%表示在家庭成员间发生观念冲突时自己决定权更大，明显高于总体水平

数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.05

TGI：不同受教育程度的母亲选择此项人群占比 / 全体样本选择此项人群占比 * 100

CHAPTER 03

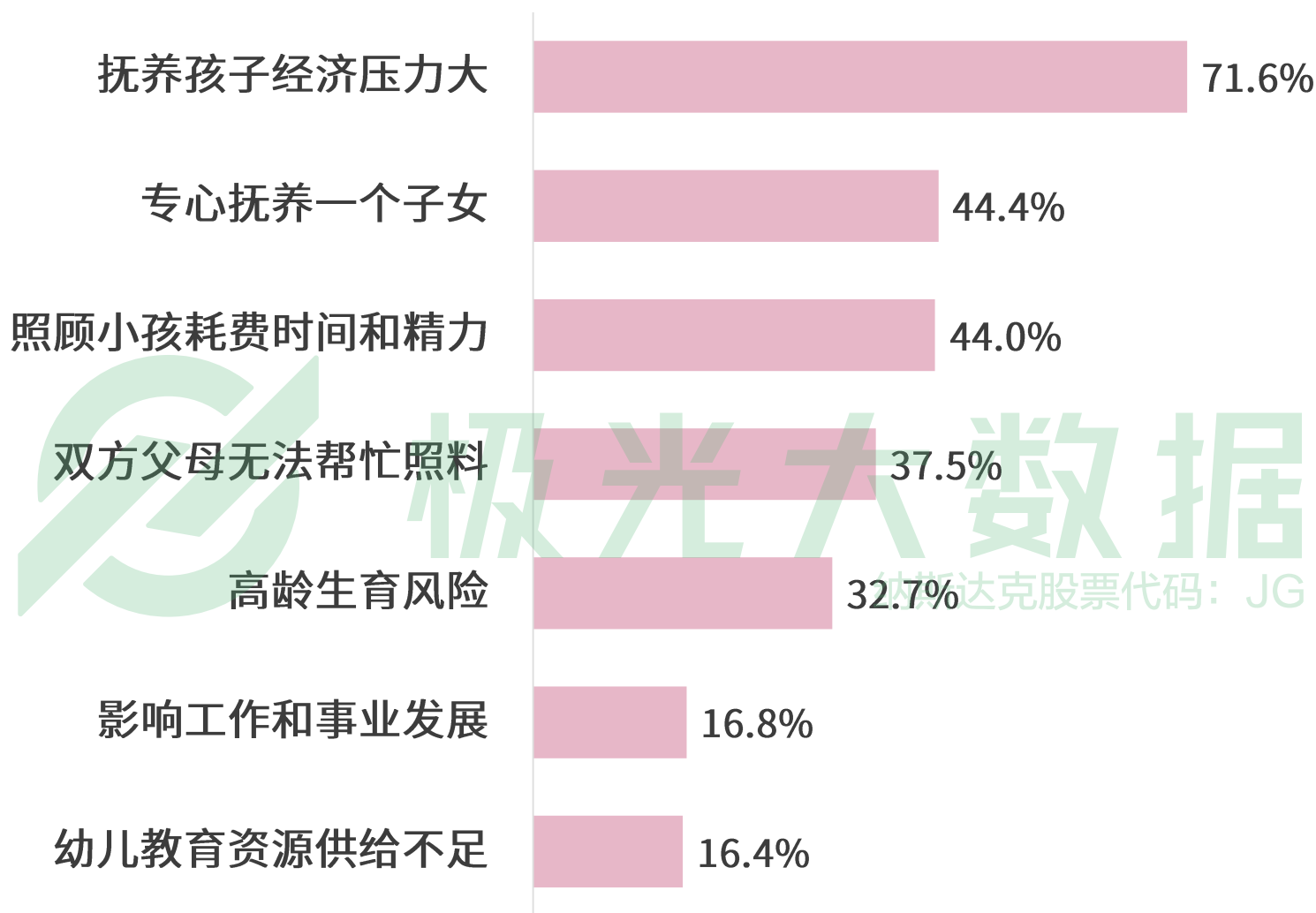
二孩不易

二孩不是你想生，想生就能生

经济压力是阻碍80后母亲生育二孩的最主要因素

- 7成80后母亲表示抚养孩子经济压力大，是阻碍自己生育二孩的主要因素
- 照顾小孩耗费时间精力、缺少父母帮助、高龄生育风险也是重要原因

80后母亲不准备生二孩的主要考虑因素



数据来源：极光调研（纳斯达克股票代码：JG）；数据周期：2019.05

报告说明

1. 数据来源

极光大数据，源于极光云服务平台的行业数据采集及极光iAPP平台针对各类移动应用的长期监测，并结合大样本算法开展的数据挖掘和统计分析；极光调研数据，通过极光调研平台进行网络调研，共回收社交网络用户的问卷510份

2. 数据周期

报告整体时间段：2019.05

3. 数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注

4. 法律声明

极光大数据所提供的数据信息系依据大样本数据抽样采集、小样本调研、数据模型预测及其他研究方法估算、分析得出，由于方法本身存在局限性，极光大数据依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考，极光大数据不对上述数据信息的精确性、完整性、适用性和非侵权性做任何保证。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与极光大数据无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担

5. 报告其他说明

极光数据研究院后续将利用自身的大数据能力，对各领域进行更详尽的分析解读和商业洞察，敬请期待



关于极光

极光（纳斯达克股票代码：JG）成立于2011年，是中国领先的移动大数据服务平台。极光专注于为移动应用开发者提供稳定高效的消息推送、即时通讯、统计分析、社会化组件和短信等开发者服务。截止到2018年12月份，极光已经为36.9万移动开发者和107.6万款移动应用提供服务，其开发工具包（SDK）安装量累计近198亿，月度独立活跃设备近10.4亿部。基于海量数据和洞察积累，极光已将业务拓展至大数据服务领域，包括精准营销（极光效果通）、金融风控、市场洞察以及商业地理服务（极光iZone）。极光将继续借助人工智能与机器学习为移动大数据赋能，致力于为社会和各行各业提高运营效率，优化决策制定。

极光产品线

极光开发者服务：高效稳定 SDK、节约开发资源、增强用户体验、提升业务效率

极光效果通：精准锁定目标用户，量身定制广告投放策略，提高运营效率

极光数据服务：解析目标客户，洞悉行业趋势，跟踪企业运营情况，帮助企业决策者提升决策效率

业务咨询请联系



数据改变世界



极光大数据

华北地区数据咨询

胡畅达: hucd@jiguang.cn

华东、华南地区数据咨询

Oliver: jianghh@jiguang.cn

全国商务咨询

sales@jiguang.cn

媒体数据引用:

marketing@jiguang.cn