

2021

女性

健康

人生由我掌控

2021年中国女性健康白皮书

出品方



大姨妈
和你一起在乎你

联合发布

中国妇女

CBNDATA
第一财经商业数据中心

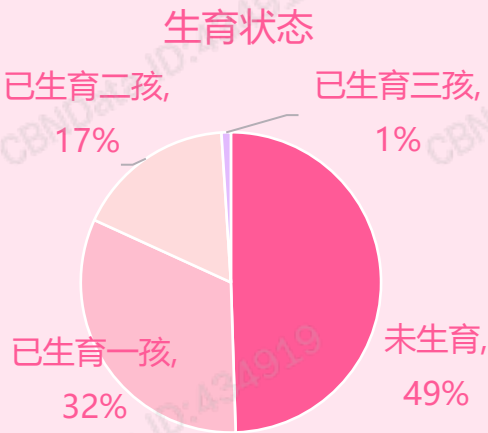
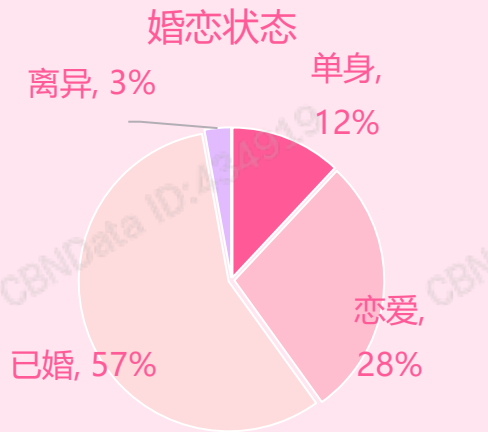
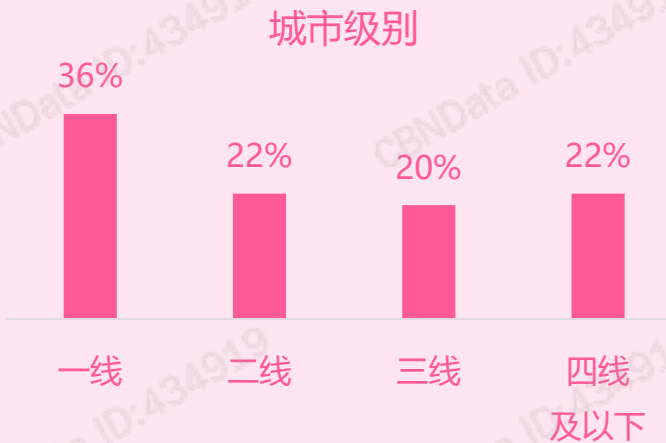
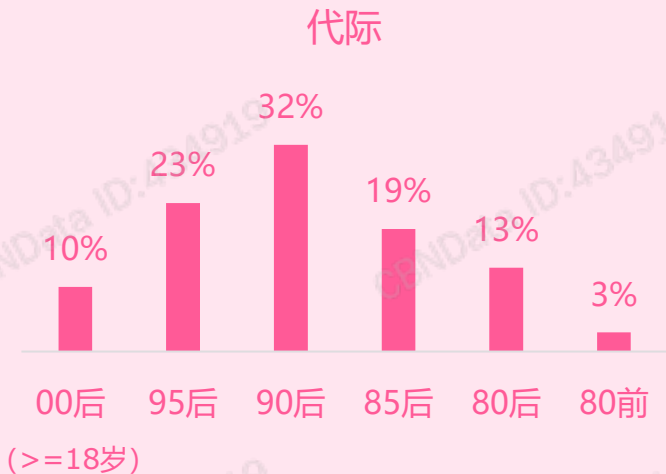
© 2021 CBNDATA. All rights reserved.



数据说明与调研人群画像



调研人群画像



数据说明

■ 调研数据来源：大姨妈App用户问卷投放

调研数据具体指标说明：
有效样本量：N=1203
性别：女性用户
代际：主要覆盖00后（18岁及以上）至80后
城市级别：一线至四线及以下城市

■ 消费数据来源：CBNData消费大数据

CBNData消费大数据汇集阿里巴巴消费大数据、公开数据及多场景消费数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。

具体指标说明：
数据时间段：2018.7.1-2021.6.30
人群标签：基于消费者在平台上一年的消费行为确定；
为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。

新时代女性对于人生的掌控力早已体现在各个方面

新时代的女性态度

我们眼中新时代女性的特点

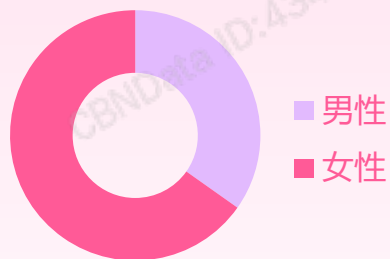
- NO.1 独立 86%
- NO.2 自信 75%
- NO.3 精致 39%
- NO.4 善良 24%
- NO.5 豁达 21%

数据来源: CBNDDataX大姨妈 问卷调研
数据说明: 下面哪些词您认为可以代表新时代女性的特点? (请选择3个) (N=1058)

女性强大的消费力

线上主要消费品类中女性消费占比超过60%

MAT2021线上主要消费品类分性别消费占比

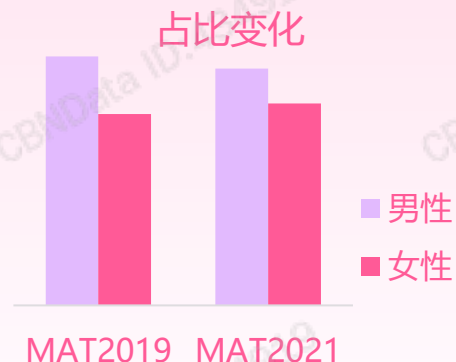


数据来源: CBNDData消费大数据
数据说明: 主要消费品类涵盖3C电器、个护、保健膳食、住宅家居、食品、服饰、居家日用、运动装备、美容美体等78个主要消费品类。

生活中的掌控力

女性在家庭消费决策上拥有更多主动权
线上女性在大家电的消费占比提升, 和男性差距缩小

MAT2019-2021年线上大家电消费分性别占比变化

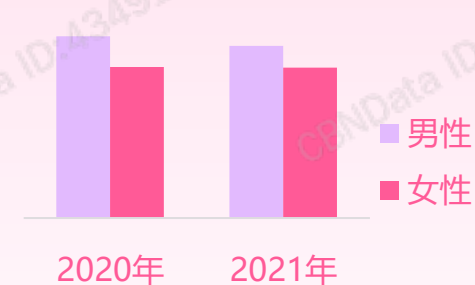


数据来源: CBNDData消费大数据

职场中的女子力

中国职场女性整体月收入与男性差距同比缩小5%

2020-2021年月收入分性别对比



数据来源: 《2021中国女性职场现状调查报告》

让我们一起见证新时代女子力的进化升级

回归到女性本身

从外在的身体养护

到自我意识的觉醒

再到社会角色的转换

新时代的女性力量又该如何体现





1 身体层面的养护: 自我呵护新升级

2 自我意识的觉醒: 悦人先悦己

3 社会角色的转换: 成为妈妈的自我平衡

4 女性健康趋势展望

CHAPTER

ONE

身体层面的养护： 自我呵护新升级

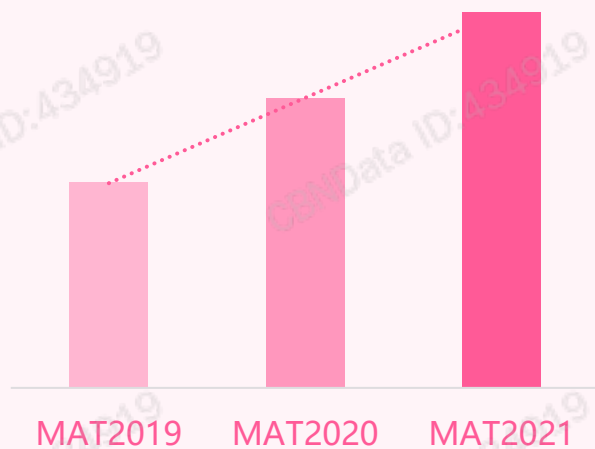


女性健康诉求持续增强，经期问题仍是日常生理健康的关注重点

近年来线上女性健康消费增长明显，女性对于健康的关注已涵盖生理、医疗、养生保健等方方面面，健康意识不断增强。在女性日常生理健康问题中，痛经是女性用户最受困扰的生理症状。

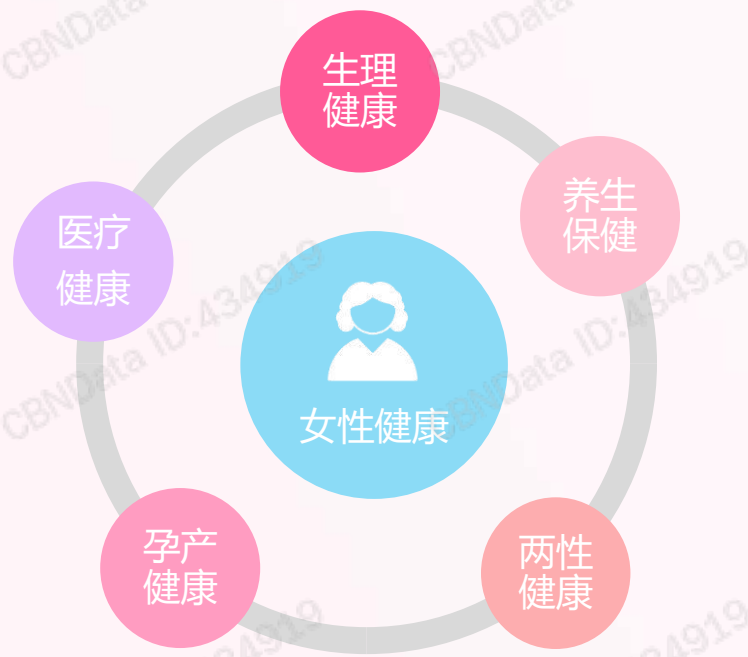
MAT2019-2021线上女性健康消费趋势

■ MAT2019 ■ MAT2020 ■ MAT2021



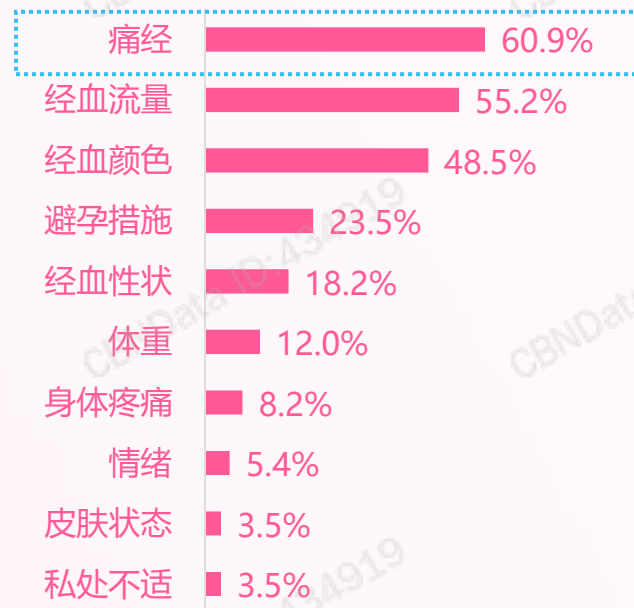
数据来源：CBNData消费大数据

大姨妈App女性用户主要关注的健康问题



资料来源：大姨妈App线上数据

大姨妈App女性用户记录的生理症状Top10



数据来源：大姨妈App线上数据

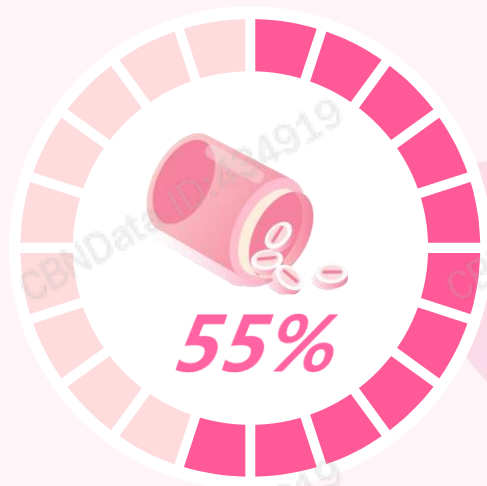
数据说明：经血性状包含异味、血块、渣状。

半数女性受到痛经困扰，主要以轻度痛经为主

轻度痛经占比近六成，但是仍有33%的女性记录过中度痛经、甚至10%的女性记录过重度痛经症状。

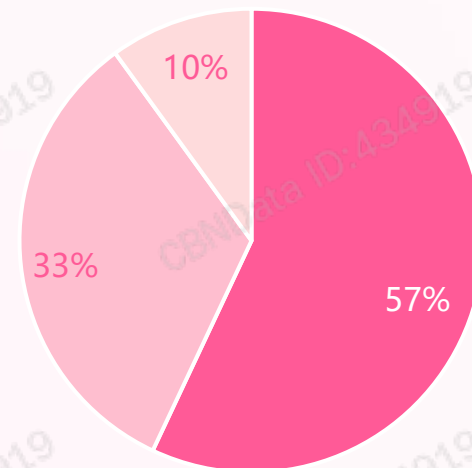
MAT2021记录痛经症状的女性占比

■ 记录过痛经症状



MAT2021记录痛经症状的女性痛经程度占比

■ 轻度痛经 ■ 中度痛经 ■ 重度痛经



数据来源：大姨妈App线上数据

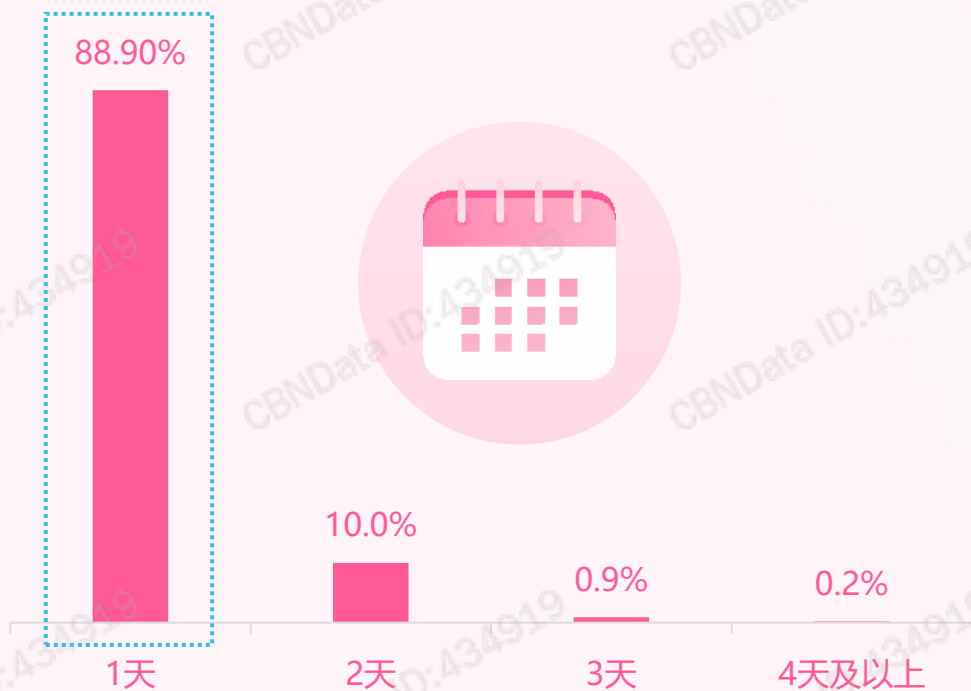
痛经持续时间虽短，但伴随多方面的身体和情绪问题

超八成女性的痛经在一天内结束。但是痛经女性记录过的身体症状涉及肌肤问题、身体疼痛、情绪问题等多个方面。

生理健康

养生保健

MAT2021月经周期内记录痛经症状的持续天数



数据来源：大姨妈App线上数据

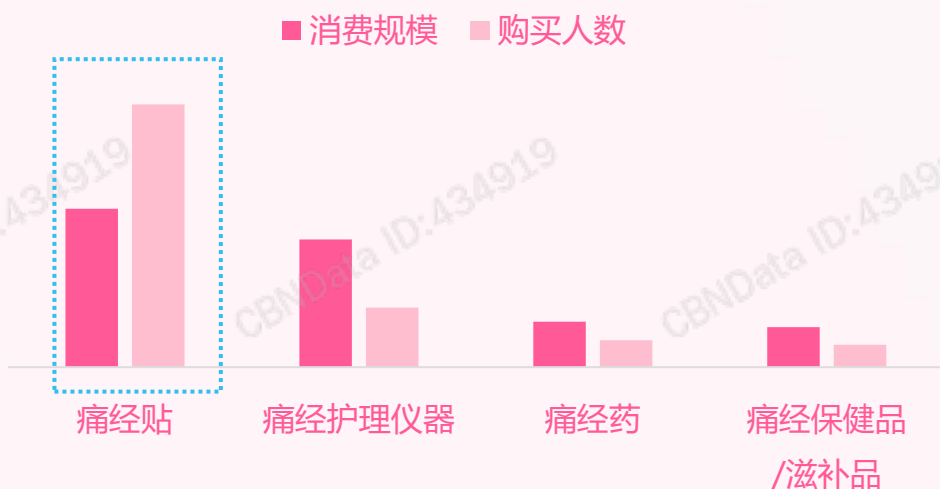
MAT2021记录痛经女性主要记录的症状



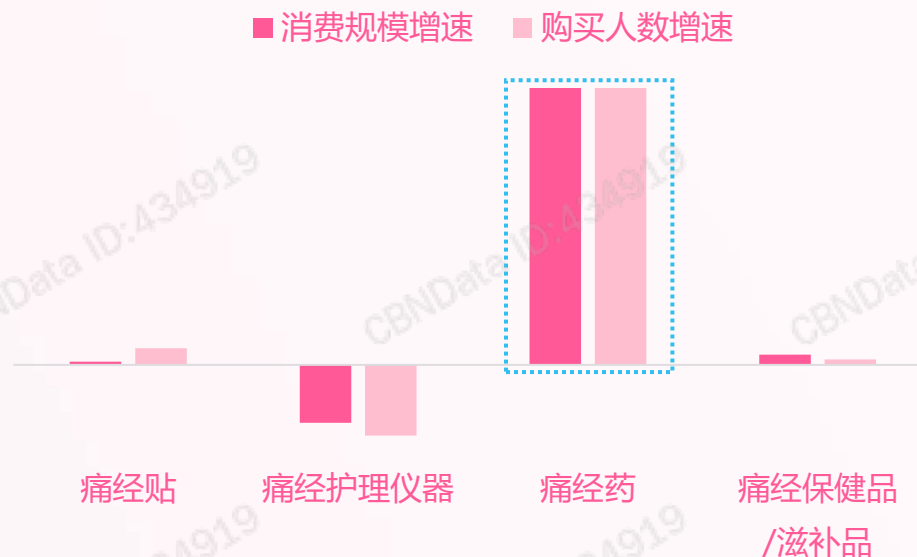
痛经贴为痛经“忠实伴侣”，痛经药开始崭露头角

线上痛经护理用品消费中，痛经贴的消费规模和购买人数遥遥领先。痛经药虽然目前消费占比较小，但2021滚动年消费规模及购买人数增速迅猛。

MAT2021线上痛经护理用品分品类消费规模及购买人数



MAT2021线上痛经护理用品分品类消费规模及购买人数增速



数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：痛经护理仪器包含暖宫仪、痛经灸等外用护理器械。痛经药主要为OTC药品/国际医药、处方药品类商品标题中含有治疗“痛经”相关关键词的药品。下同。

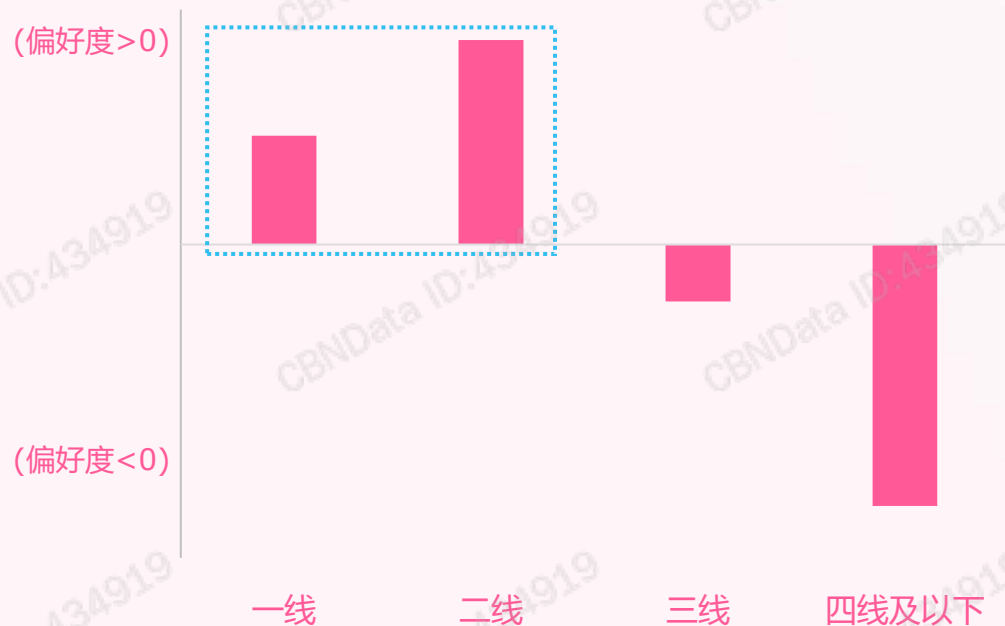
一二线城市、85后及以上年龄人群对痛经药“青睐有加”

线上消费者中，一二线城市，85后、80后及80前的女性人群更偏好购买痛经药。

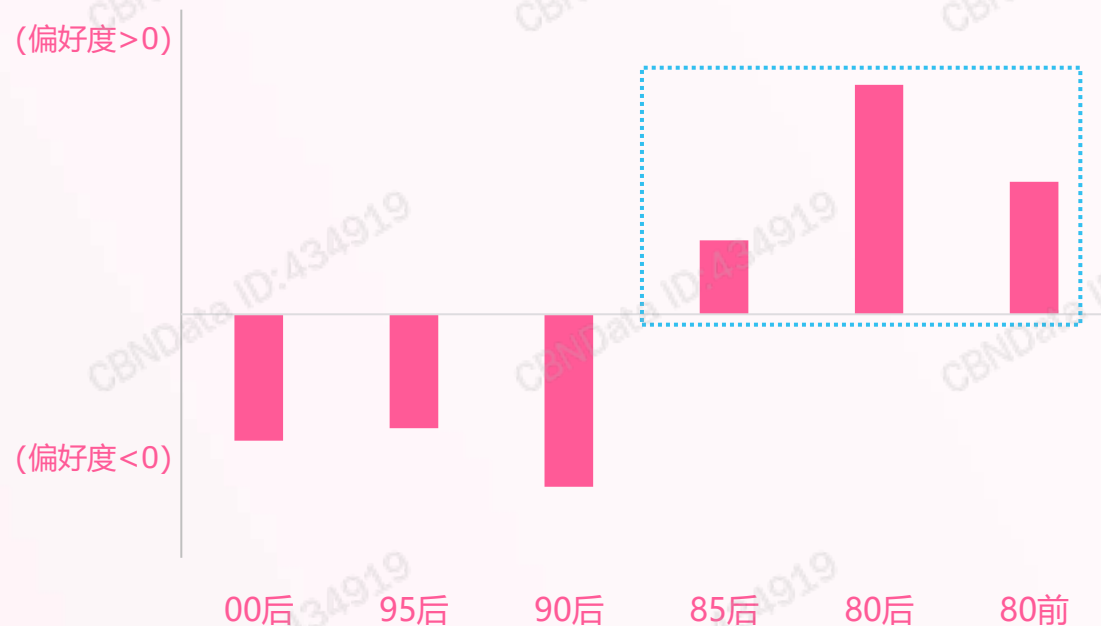
生理健康

养生保健

MAT2021线上痛经药分城市级别消费偏好度



MAT2021线上痛经药分代际消费偏好度



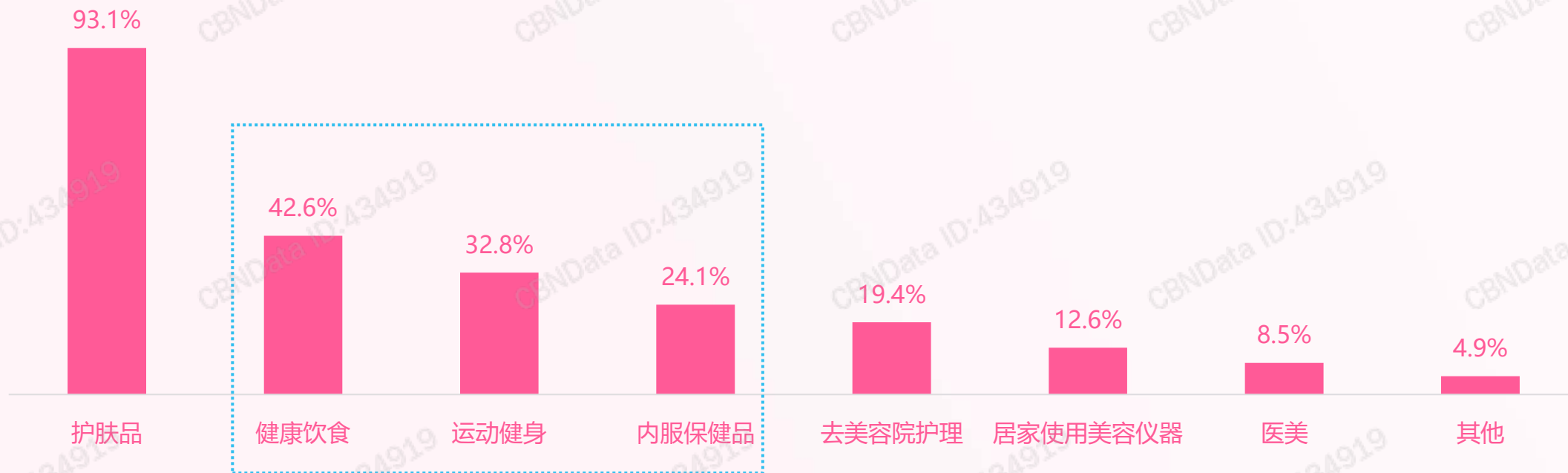
数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：偏好度=痛经药各城市级别（或各代际）消费占比-痛经护理用品整体各城市级别（或各代际）消费占比，偏好度大于0为偏好，否则为不偏好。

追求由内而外的美，“内养”亦受女性垂青

女性对美的追求已不再局限于外用护肤品，她们开始青睐健康饮食、运动健身、内服保健品这样的“内养”方式。变美已不再局限于表面，自内而外才是健康之美。

日常美容保养主要采用的方式



数据来源：CBNData×大姨妈 问卷调研
数据说明：您的日常美容保养主要采用哪些方式？（N=1203，多选）

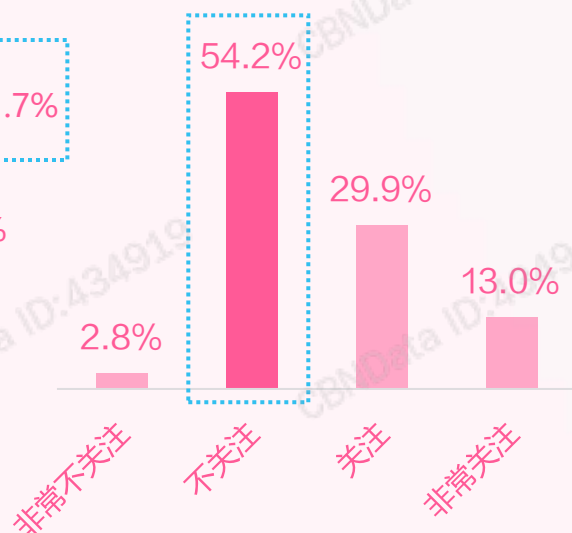
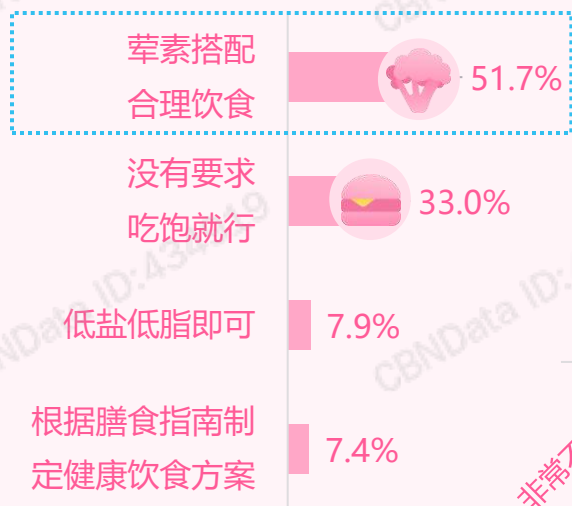
爱美女性在健康饮食和运动健身上“口是身非”，科学养生意识还需加强

尽管较多女性已开始重视健康饮食和运动健身，但在实际方式上并不够科学。

日常饮食：重视健康饮食却忽视热量摄入

对于日常饮食的认知

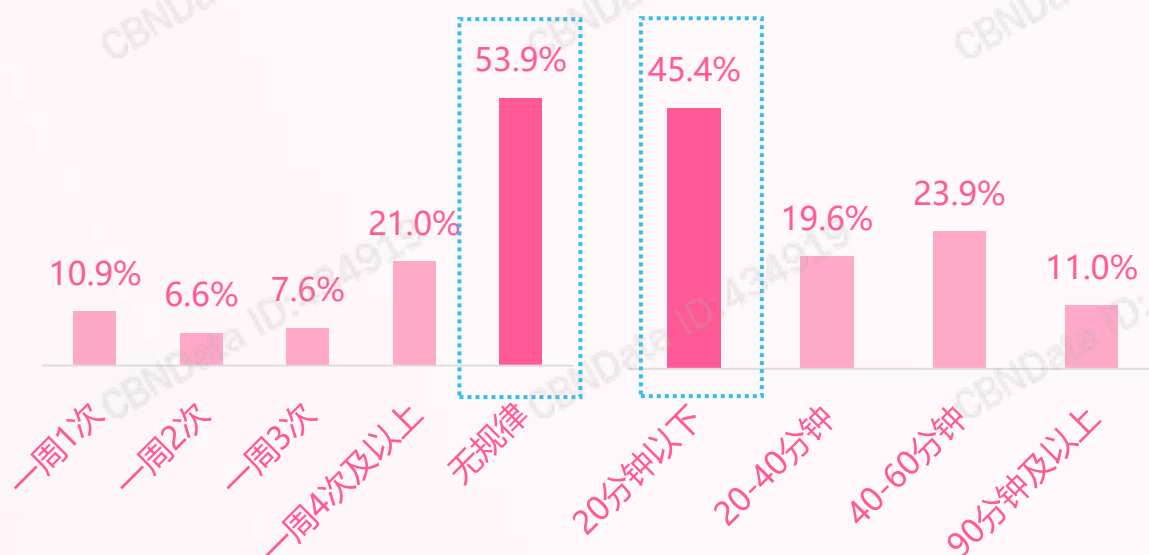
对热量摄入的关注度



运动健身：在运动频率、时间长度上既不科学也不合理

每周运动频率

每次运动时间



小提示： 过多热量摄入是造成肥胖的主因，日常饮食需要注意

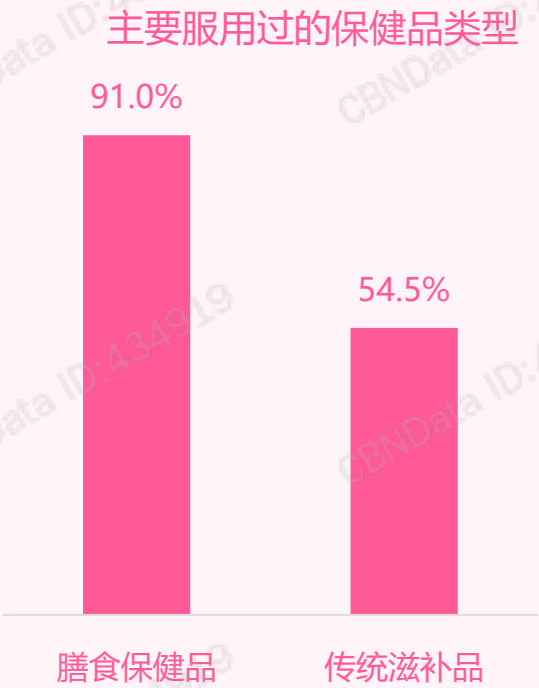
小提示： 正常成年人每周3次以上、每次60分钟左右、有氧与无氧结合才是科学的运动方式。

资料来源：中国妇女杂志社等《2020城市女性形体健康管理状况调查报告》

内服保健品受到追捧，减肥纤体、美容养颜在功效中“C位出道”

超九成女性服用过膳食保健品，其功效精准、“缺啥补啥”的高效养生模式受到追捧。在女性膳食保健品消费中，以酵素、益生菌等为代表的减肥纤体类产品和胶原蛋白、葡萄籽等美容养颜类产品消费规模遥遥领先。

生理健康
养生保健



数据来源：CBNData×大姨妈 问卷调查
数据说明：您主要服用哪种类型的保健品？（N=290，多选）



数据来源：CBNData消费大数据

MAT2021线上女性购买减肥纤体及美容养颜膳食保健品Top品类

品类	主要功效
减肥纤体	酵素 促进肠道蠕动,便于排毒通便
	膳食纤维 增加饱腹感,延缓糖吸收
	益生菌 平衡肠道菌群,促进肠道蠕动
美容养颜	胶原蛋白 弹性肌肤,增强肌肤保水性
	维生素 延缓衰老、改善暗沉
	葡萄籽 清除自由基,抗氧化

数据来源：CBNData消费大数据

CHAPTER

TWO

自我意识觉醒： 悦人先悦己



遵从内心找寻“对的人”，年轻一代拥有更加洒脱的婚姻观

“遇到合适的对象再考虑结婚”认同度最高，表明新时代女性更加重视自我感受、愿意耐心等待对的人。00后对于婚姻更加洒脱，85后和80后对“可以适当将就”的认同度相对较高。

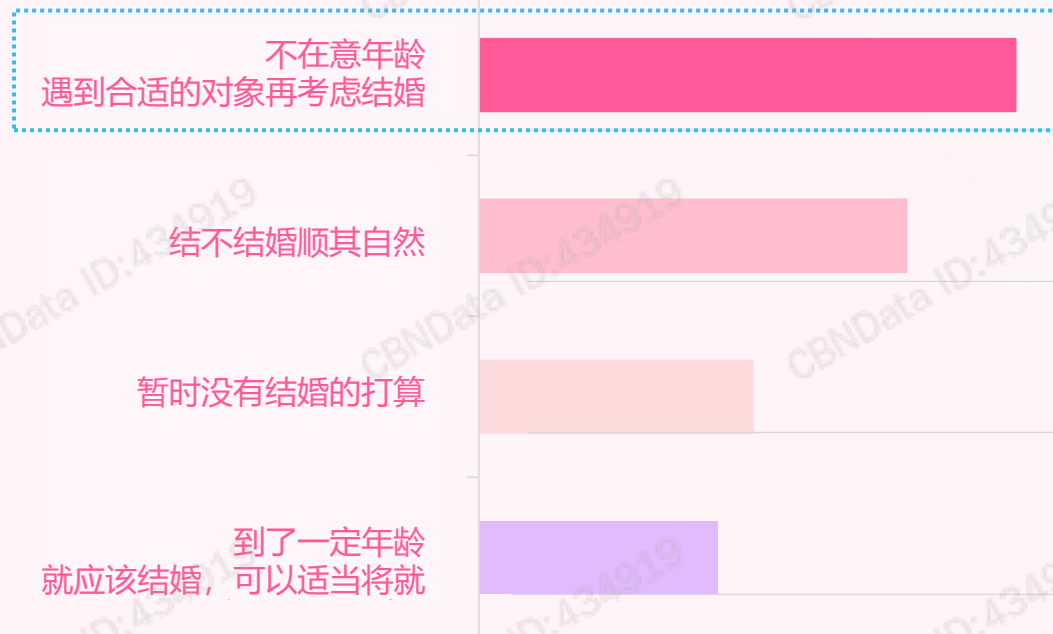
婚恋态度

两性观念

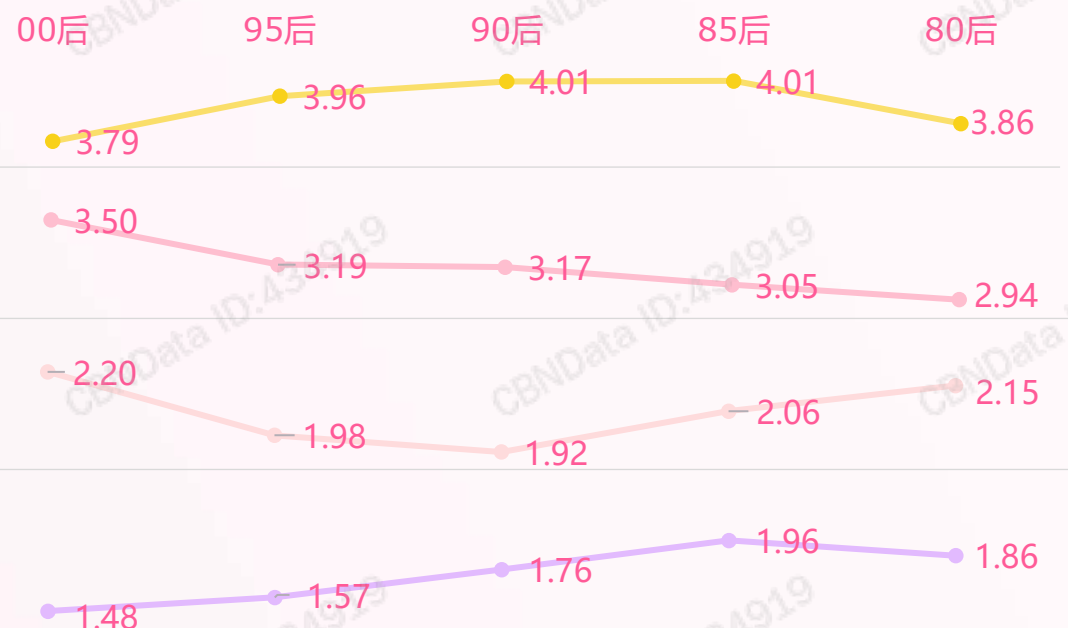
悦己主张

避孕健康

对于不同婚姻观念的认同度
(被调研女性整体)



各代际人群对于不同婚姻观念的认同度



数据来源: CBNDATAX大姨妈 问卷调研

数据说明: 以下关于婚姻的说法, 请对每个选项您的认同度打分(由低到高: 1-5分) (N=1058)

超四成女性“佛系脱单”，圈子太窄交友最大难题

对于单身女性，除了圈子太窄以外，追求心目中的完美爱情、享受单身生活的自由自在也被认为是单身的重要因素。

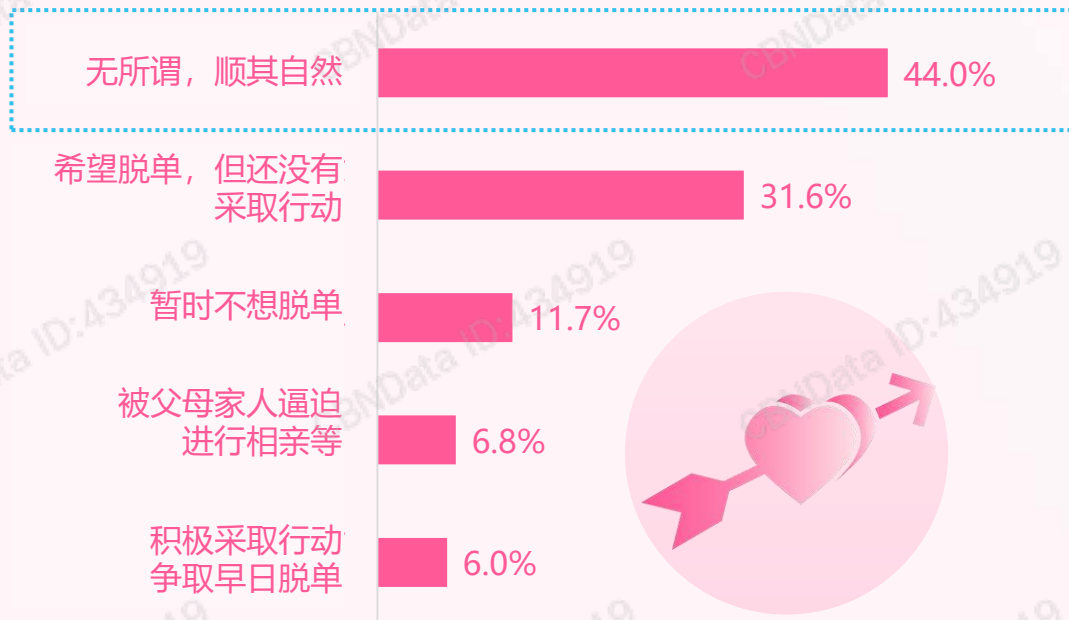
婚恋态度

两性观念

悦己主张

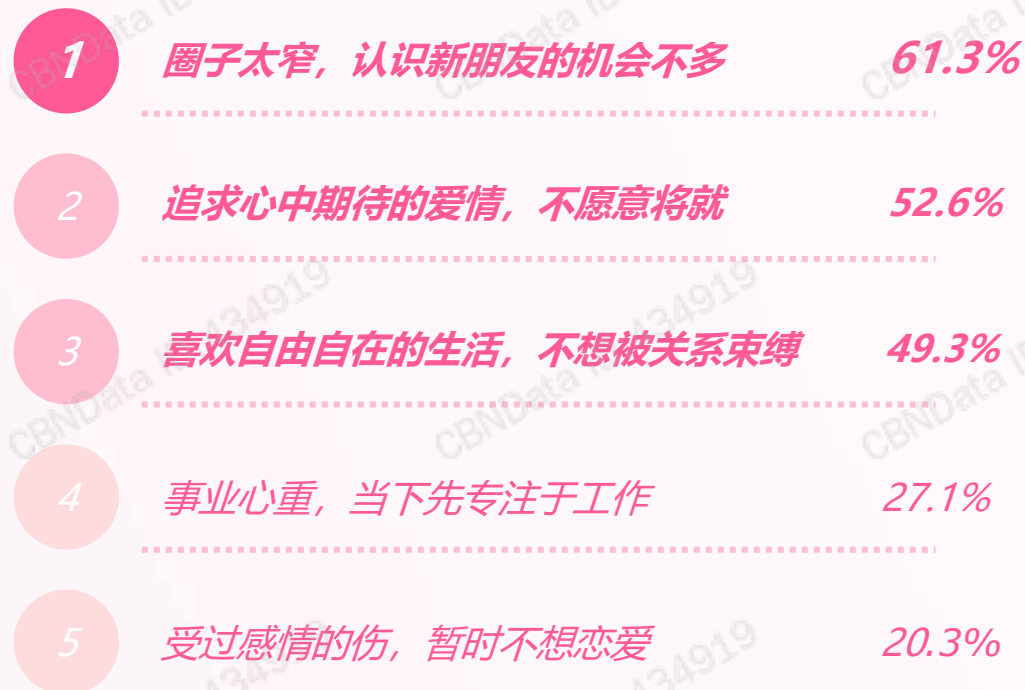
避孕健康

单身女性目前的状态



数据来源：CBNData×大姨妈 问卷调研
数据说明：以下说法中，更符合您目前单身状态的是哪项？（N=266）

单身的原因



数据来源：CBNData×大姨妈 问卷调研
数据说明：您认为目前单身的主要原因更符合以下哪项？（N=266，多选）

比起经济实力更在乎与伴侣的契合度，新时代父母更尊重女儿的选择

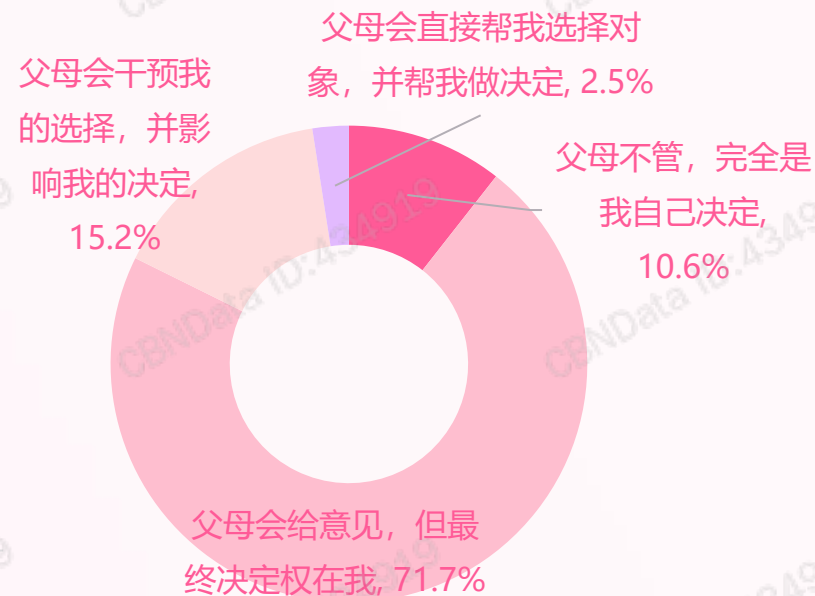
婚恋伴侣的人品、性格和价值观是被调研女性最为重视的三大特质。而父母对于女儿婚恋伴侣的经济实力、职业、家庭背景的重视程度相对更高。但是超七成女性表示决定权在自己手中，父母的理解让女性对伴侣的选择更加自主。

自己 Vs. 父母对于婚姻伴侣各项特质的重视程度



数据来源：CBNDataX大姨妈 问卷调研
数据说明：以下关于婚姻伴侣的特质，请分别对每项特质您的重视程度和父母家人的重视程度打分(由低到高：1-5分) (N=1058)，为方便展示，该分值为各项总评分除以1000显示。

父母对于女儿婚恋选择的干预



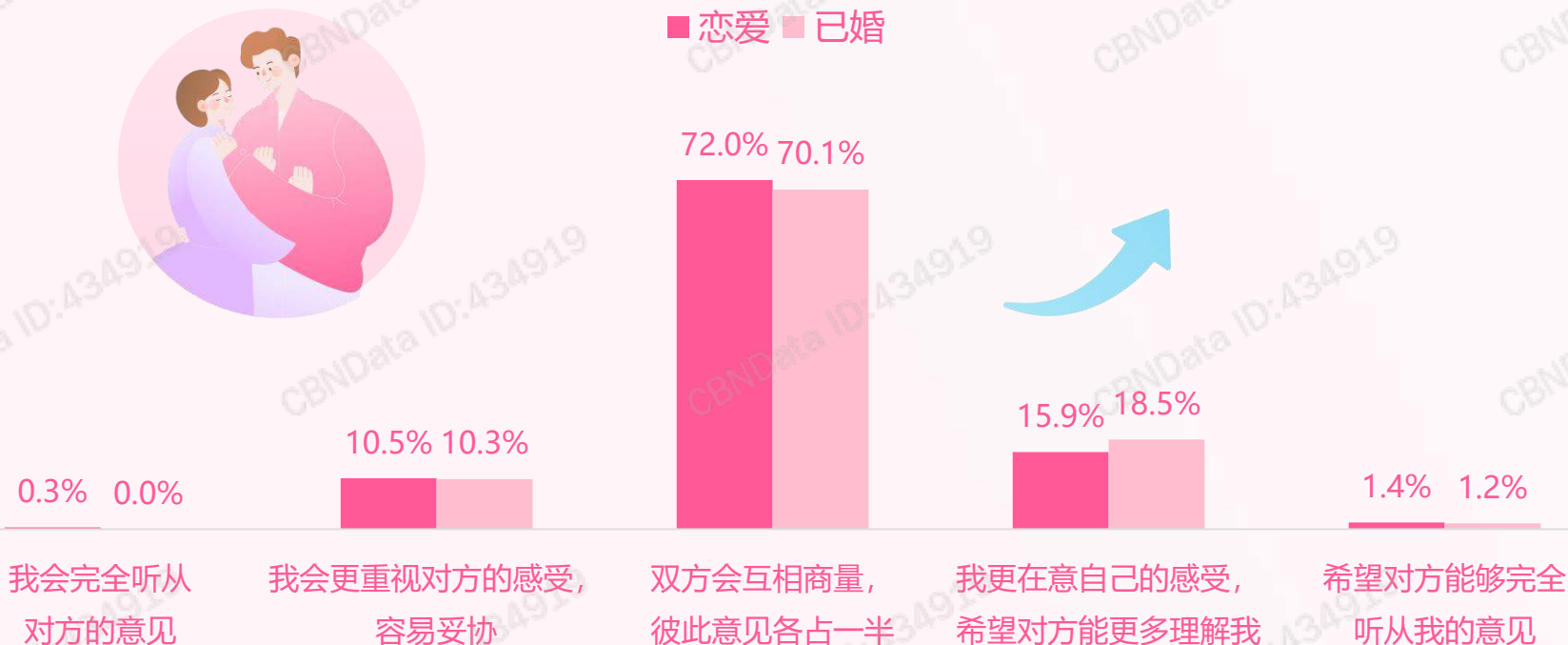
数据来源：CBNDataX大姨妈 问卷调研
数据说明：对于您的婚姻选择，父母是否会进行干预？ (N=1058)

“平等尊重”是相处之道，婚姻更需要互相理解

超七成女性表示与伴侣的日常相处模式是互相商量、平等沟通。已婚女性相对恋爱期女性希望对方能够更多理解自己，由于婚后两个人要共同承担家庭责任和义务，因此更需要彼此的理解和支持。

恋爱及已婚女性与伴侣的相处模式

■ 恋爱 ■ 已婚



婚姻关系中与伴侣相处的建议

数据显示，男女两性均同意有效沟通是促进夫妻亲密程度的首要因素，但在如何达成有效沟通方面，如何在日常生活中向配偶传达出积极肯定的情感仍需学习。

尽管男女两性均强调承担家庭责任的重要性，但从观念上来看，传统的性别观念和价值观仍然在发挥着作用，因而在性别平等的公共教育中，需要进一步加大和拓宽男女两性均有个人发展的平等诉求以及男女两性均应同等承担家庭责任义务的公共宣传教育。

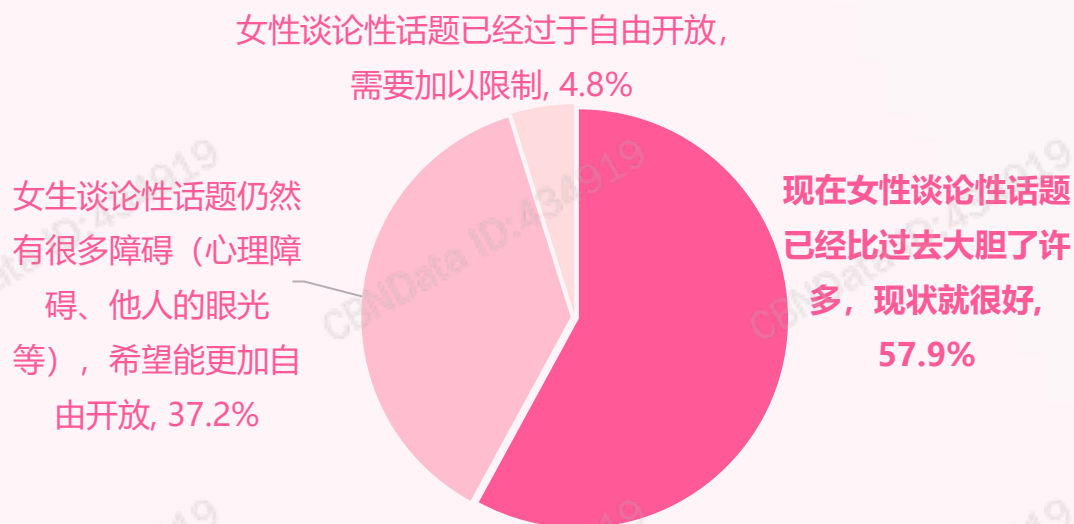
数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调研
数据说明：以下最符合您与伴侣相处模式的一项是？(N=897)

资料来源：中国妇女杂志社《婚姻关系中的亲密状况调查报告》

谈论两性话题更加大胆开放，话题热度逐渐攀升

近六成女性认同谈论两性话题较之过去大胆开放了许多，近年来大姨妈App两性健康话题也逐渐受到女性用户关注并引发热论。

对于女性谈论两性话题(性经历、性知识等)现状的看法



数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调研

数据说明：对于女性谈论“性”相关话题(性经历、性知识等)的现状，以下哪项最符合您的观点？(N=1203)

大姨妈App两性话题日均讨论热度趋势

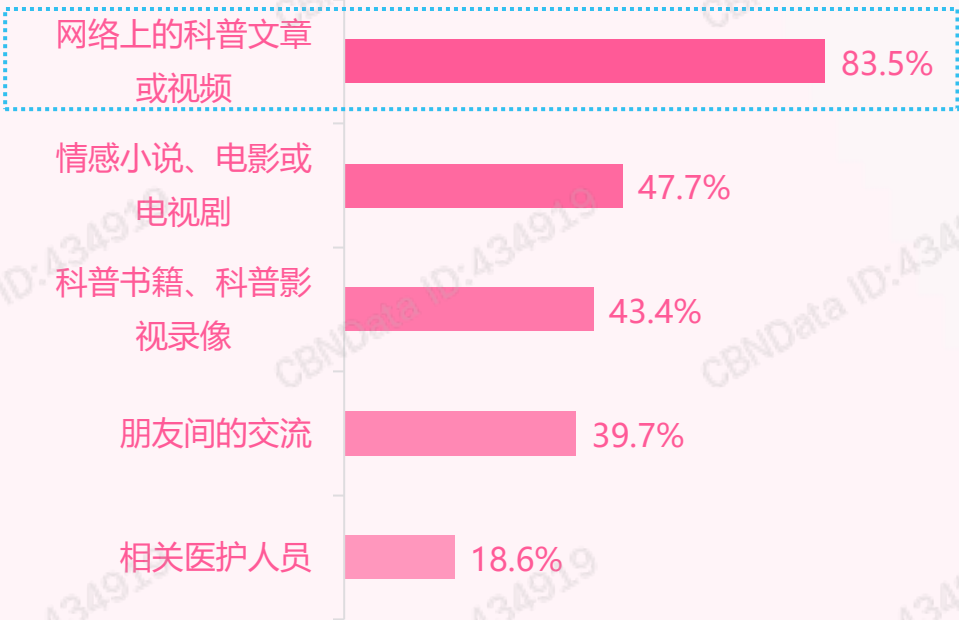


数据来源：大姨妈App线上数据

性科普仍停留在初级阶段，信息良莠不齐

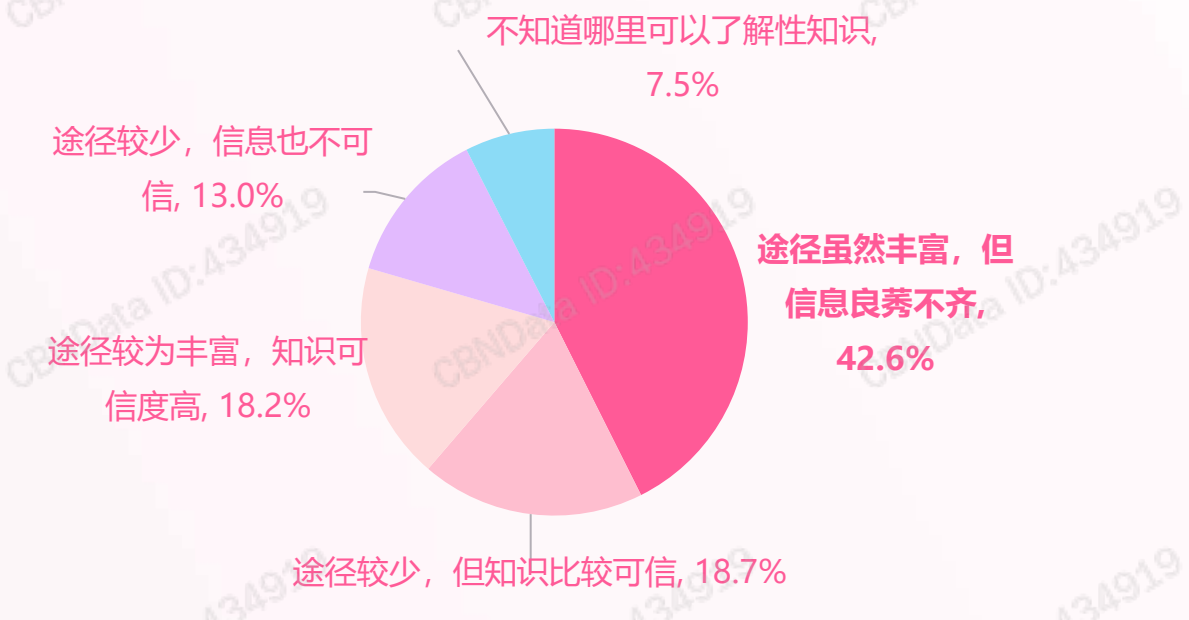
尽管超八成女性表示主要通过网络科普文章或视频了解性知识，但仍较多人认为信息良莠不齐，可见正确科学的性知识普及与传播任重而道远。

目前了解性知识的主要途径



数据来源：CBNDataX大姨妈 问卷调研
数据说明：您主要通过哪些途径了解性知识？（N=985，多选）

对于目前了解性知识途径的看法



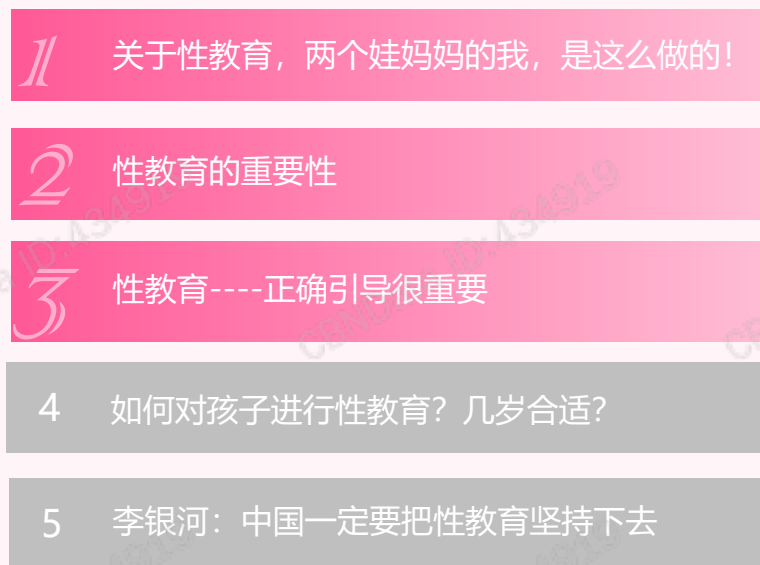
数据来源：CBNDataX大姨妈 问卷调研
数据说明：您如何看待目前了解性知识的途径？（N=985）

女性关注青少年时期性教育，家庭性教育不应缺失

青少年时期没有接受过性教育的女性占比17.5%，同时接受过家庭性教育的只占8.6%，家庭性教育缺失应引起重视。

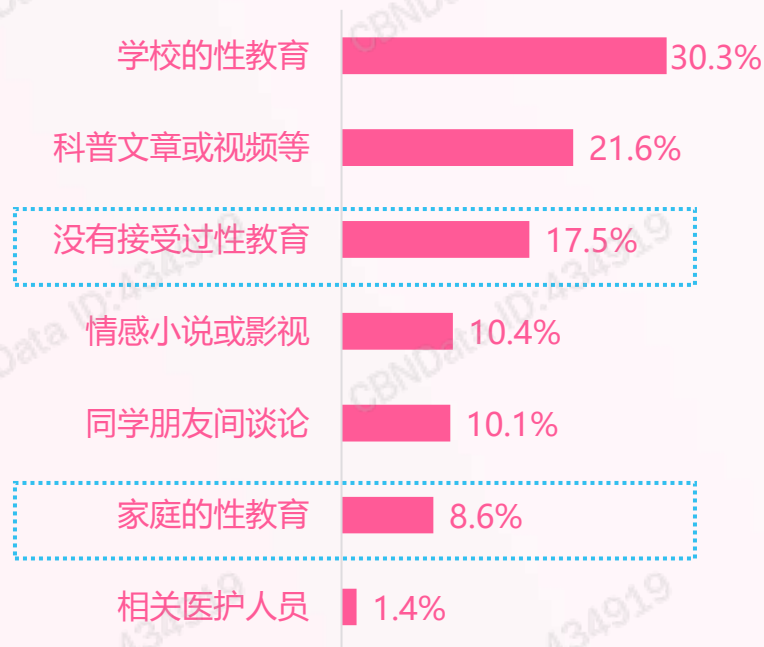
大姨妈App女性群体谈论青少年性教育
热门话题

日均讨论超 500 人次



数据来源：大姨妈App线上数据

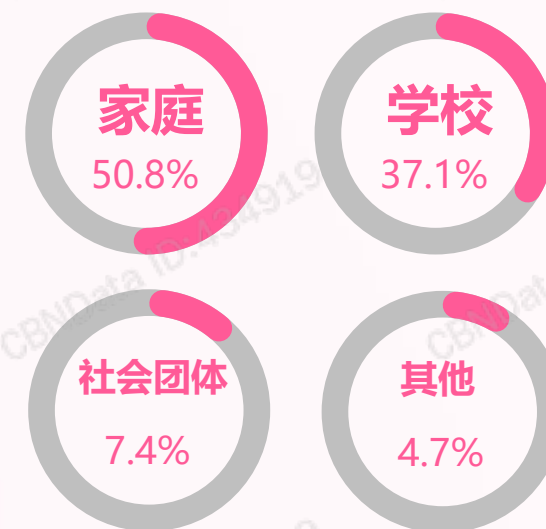
青少年时期接受性教育的主要方式



数据来源：CBNData×大姨妈 问卷调查
数据说明：以下哪项符合您在青少年时期接受性教育的主要方式？(N=1203)

大数据·全洞察

谁更应当承担起青少年性教育的责任



数据来源：CBNData×大姨妈 问卷调查
数据说明：您认为谁更应当承担起青少年性教育的责任？(N=1203)

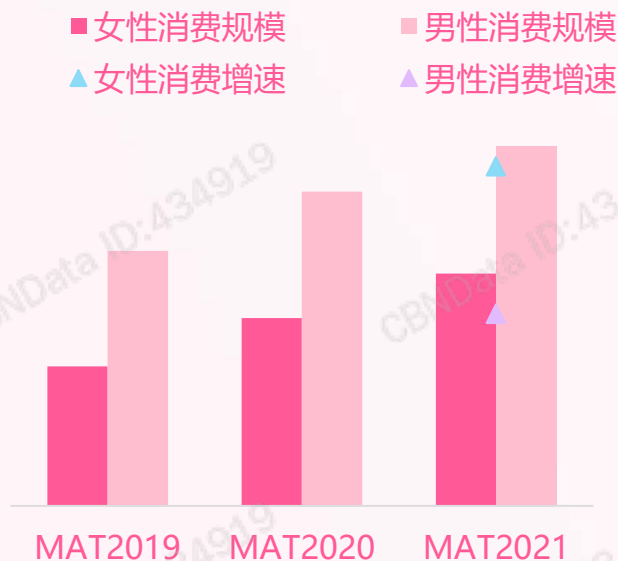
情趣消费占比攀升，女性愿为情趣用品“氪金”

线上情趣用品消费市场中，女性的消费占比日渐攀升，增速明显高于男性，目前占比近4成。且在2021滚动年女性人均消费金额超过男性消费者。

MAT2019-2021线上情趣用品
市场消费分性别占比

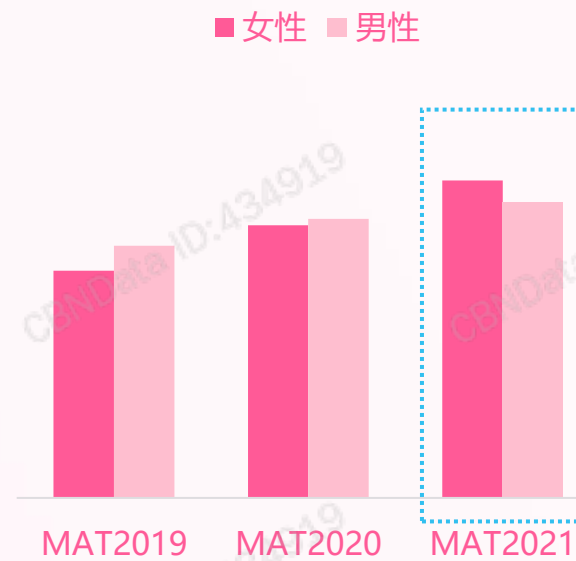


MAT2019-2021线上情趣用品
分性别消费规模及增速



数据来源: CBNData消费大数据

MAT2019-2021线上情趣用品
分性别消费客单价



摘掉有色眼镜，对待情趣用品观念悄然改变

超七成女性表示曾使用过或未来可能尝试使用情趣用品，对待情趣用品更多人已不再用异样的眼光来看待，而是将其看作提升两性生活质量或自我愉悦的方式。

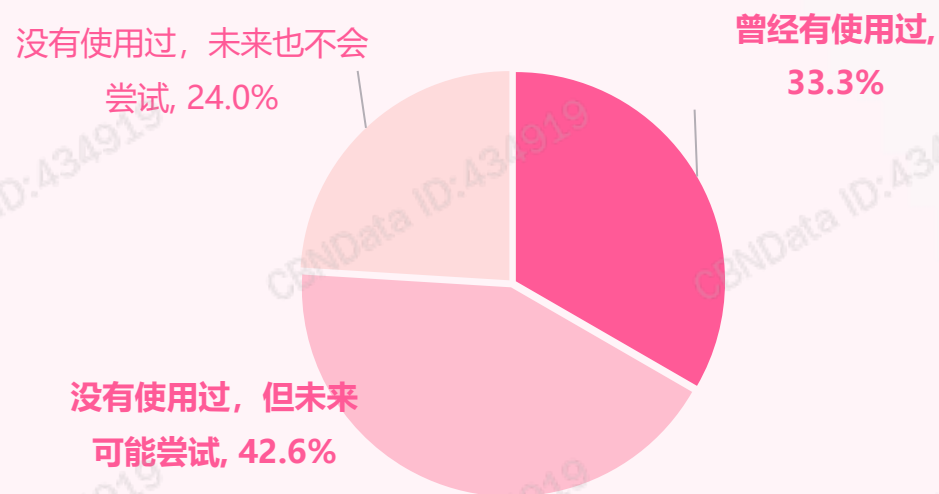
婚恋态度

两性观念

悦己主张

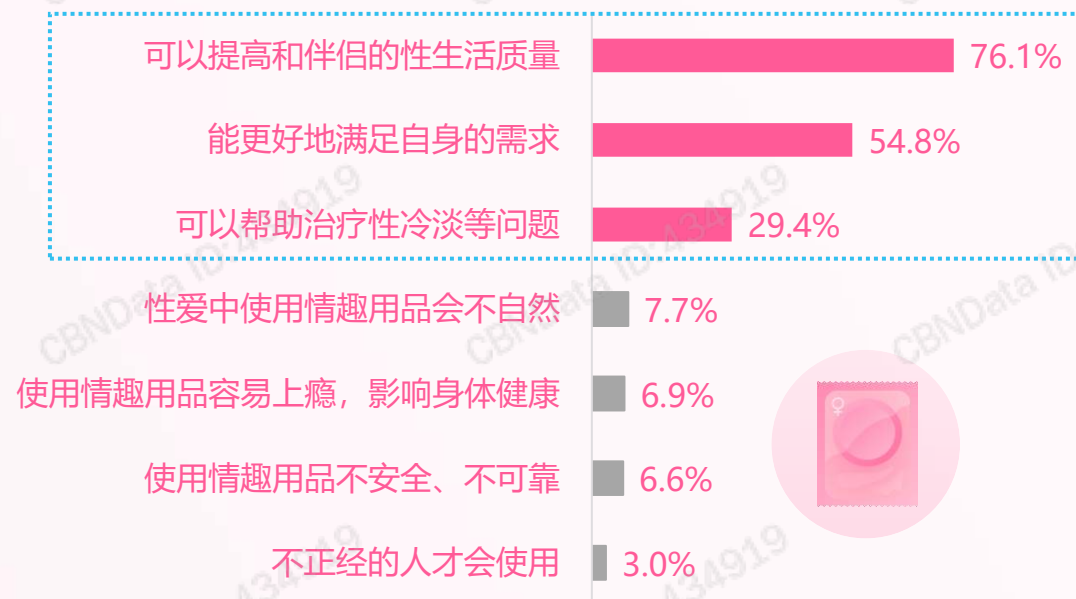
避孕健康

使用情趣用品的意愿



数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调研
数据说明：您是否使用过或未来可能尝试使用情趣用品？(N=1203)

对于情趣用品的看法

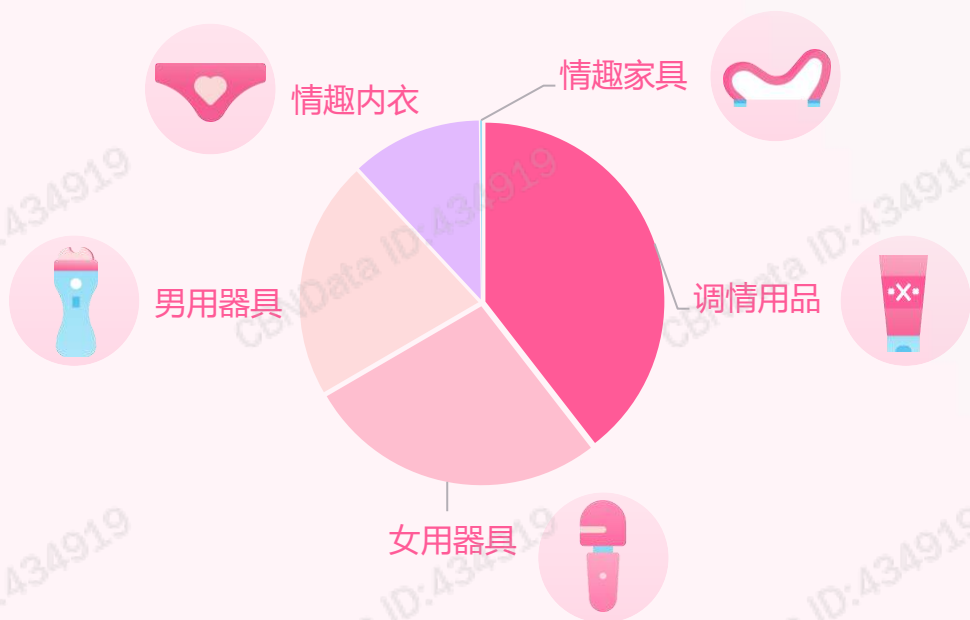


数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调研
数据说明：以下对于情趣用品的说法，您认同的是哪项？(N=1203，多选)

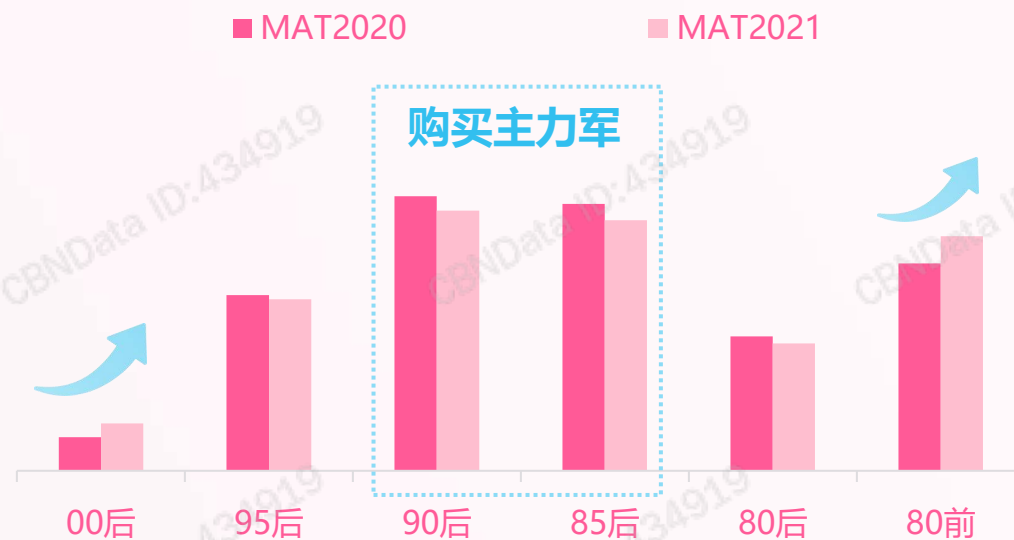
调情用品为主流，00后和80前女性占比增长明显

女性消费者购买调情用品及女用器具相对占比较高，90后、85后是情趣用品消费主力军。

MAT2021线上女性消费者购买情趣用品各品类
消费占比



MAT2020-2021线上女性消费者购买情趣用品
分代际消费占比



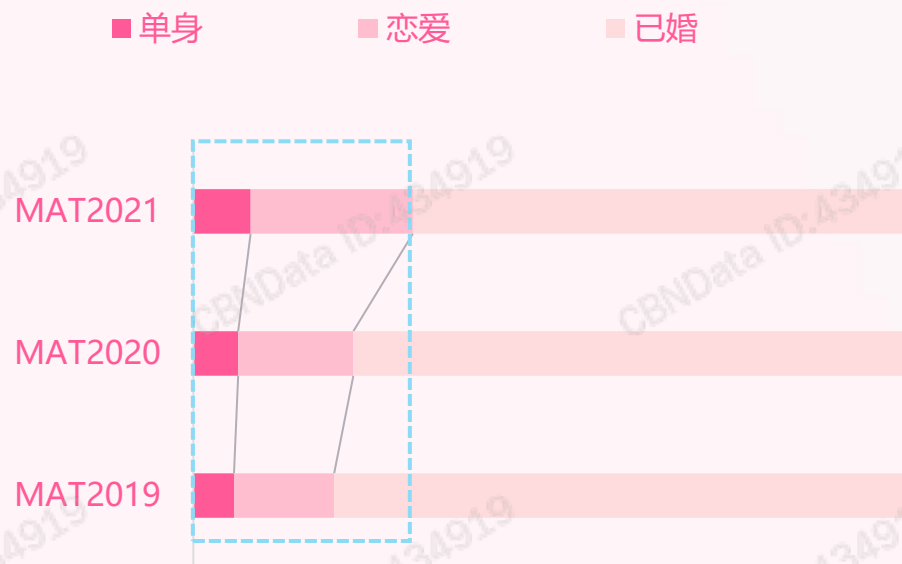
数据来源：CBNData消费大数据

单身女性悦己需求增加，恋爱期女性青睐情趣内衣

情趣用品消费以已婚女性为主，但占比逐步被单身及恋爱期女性压缩。单身女性更偏好女用器具，恋爱期女性更青睐情趣内衣。

MAT2019-2021线上不同人生阶段消费者情趣用品

购买人数占比



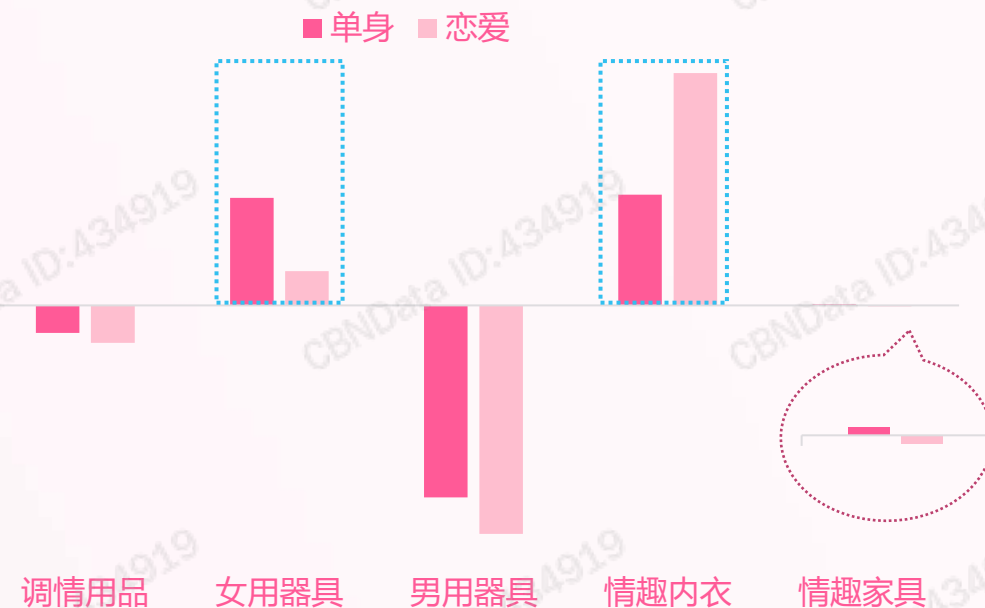
数据来源：CBNDATA消费大数据

MAT2021线上单身Vs.恋爱期女性购买情趣用品

分品类偏好度

(偏好度>0)

(偏好度<0)



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：偏好度=单身或恋爱期女性情趣用品各品类消费占比-女性整体情趣用品各品类消费占比，大于0表示偏好，否则为不偏好。

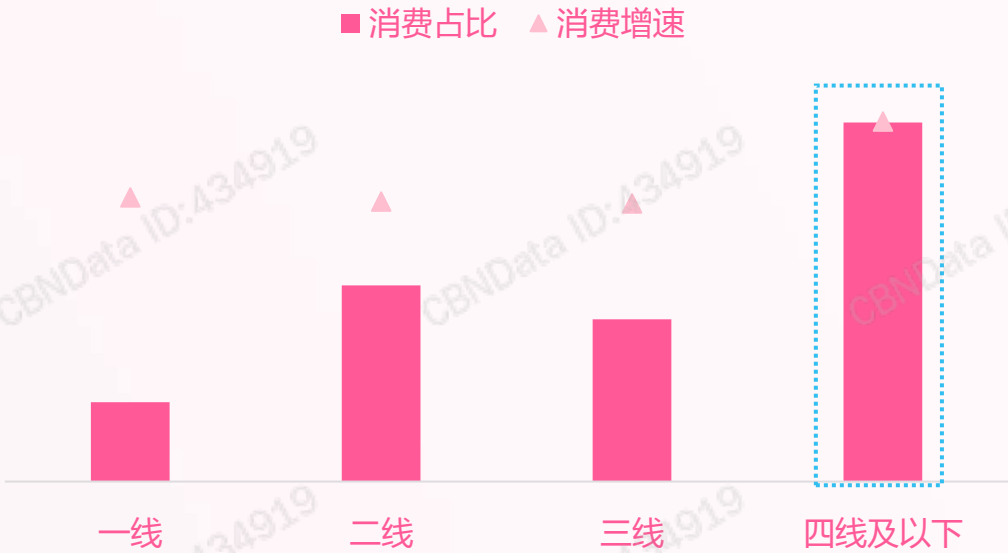
北上广深人群通过情趣“解压”，四线及以下城市消费潜力大

线上情趣用品的消费上，Top10城市中以南方城市居多。同时，四线及以下城市群整体消费占比高、增速快。

MAT2021线上情趣用品消费城市排名 TOP 10

排名	城市	排名	城市
1	广州	6	重庆
2	上海	7	成都
3	深圳	8	杭州
4	北京	9	苏州
5	东莞	10	沈阳

MAT2021线上女性消费者购买情趣用品分城市级别消费占比及增速



数据来源：CBNData消费大数据

18.9% 的女性无措施避孕，科学避孕意识提升及知识普及任重道远

避免意外受孕是女性合理规划生活、保护自身健康的重要内容。从女性避孕热议话题可以看出仍有较多女性科学避孕意识欠缺，无措施避孕以及低效避孕方式用户占比较高。

大姨妈App避孕相关热门话题

讨论仍然以避孕失败的补救措施为主

NO.1 “那些避孕失败的女孩，现在都怎么样了？”

NO.2 “安全期同房到底会不会怀孕？”








NO.3 “紧急避孕药，能不能一周吃两次？”

NO.4 “吃紧急避孕药后担惊受怕的日子”

NO.5 “记录一下我吃紧急避孕药的一次经历”

数据来源：大姨妈App线上数据

大姨妈App用户记录的避孕措施及其科普

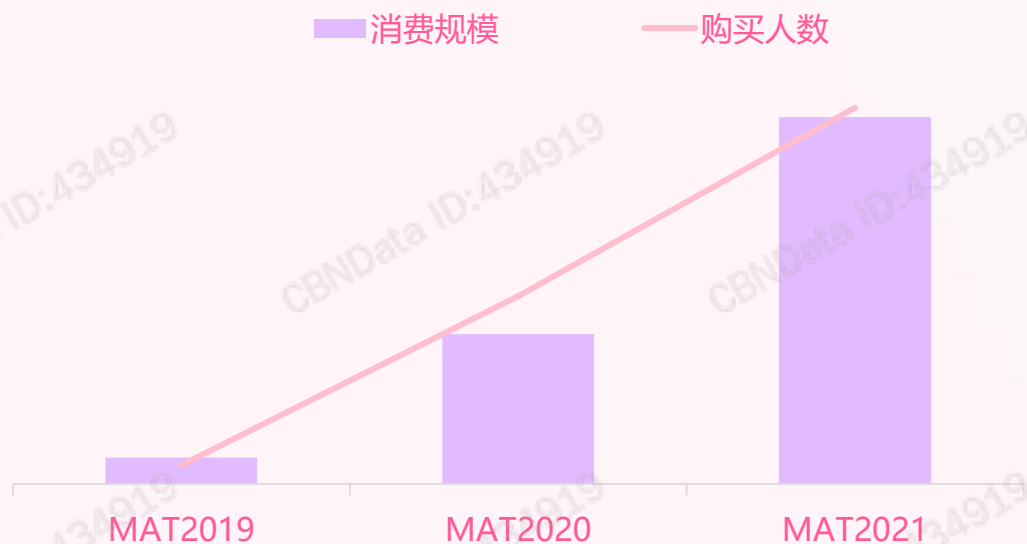
避孕措施	记录用户占比	避孕有效性	特点
 避孕套	45.3%	82%-98%	预防性疾病传播，需全程佩戴，有隔阂
 无措施 (包含安全期避孕)	18.9%	76%-95% (安全期避孕)	零成本，安全期避孕失败率高，受环境因素波动大
 体外射精	16.0%	78%-96%	主要依赖于男性，无法把控，失败率高
 紧急避孕药	9.1%	>58%	只能作为事后补救措施，不宜多次高频服用
 短效避孕药	8.3%	91%-99%	亲密，自主掌控，需每天口服，正确使用有效性大于99%
 节育环	2.0%	99.80%	一次放置可长期避孕，放置、取出都需要手术操作
 皮下埋植	0.4%	99%	

数据来源：用户占比来源于大姨妈App线上数据，有效性数据来源于世界避孕日官网

线上购买避孕用品消费猛增，女性开始掌握避孕“主导权”

近两年线上女性购买避孕用品消费猛增，其中口服避孕药虽然相对避孕套消费占比较小，但增速明显。

MAT2019-2021线上女性消费者购买避孕用品消费趋势



MAT2021线上女性购买主要避孕用品类型的消费占比及增速

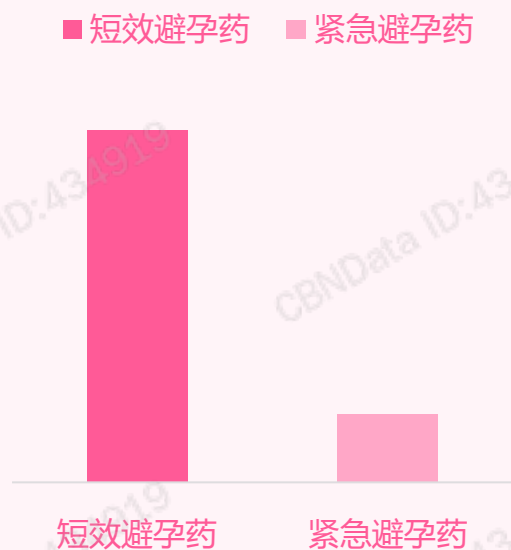


数据来源：CBNData消费大数据

紧急避孕药是“事后诸葛亮”，短效避孕药日常“保驾护航”

线上短效避孕药的购买人数远高于紧急避孕药，从代际来看，95后偏好短效避孕药，更加年轻冲动的00后偏好紧急避孕药。00后更需要树立科学的避孕意识，选择安全可靠的避孕方式来保护自己的生育力，保障生殖健康。

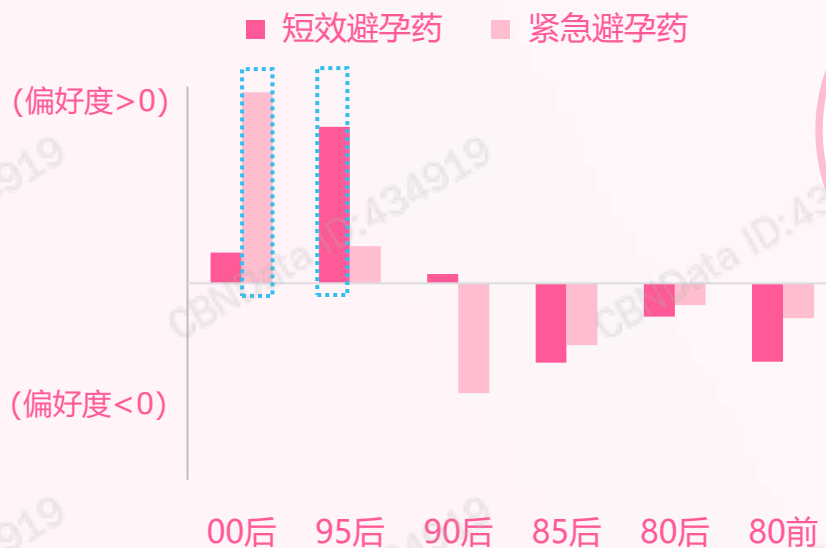
MAT2021线上女性购买口服避孕药分类型购买人数



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：由于其他类型口服避孕药如长效避孕药等占比非常小，故未显示。同时紧急避孕药更倾向于在线下药店购买，因此线上购买人数远低于短效避孕药。

MAT2021线上女性购买短效/紧急避孕药分代际偏好度



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：偏好度=短效或紧急避孕药各代际消费占比-避孕用品整体各代际消费占比，大于0表示偏好，否则为不偏好。

大数据·全洞察

Q：紧急避孕药和短效避孕药有什么区别？



邹世恩

复旦大学附属妇产科医院
主任医师，妇科内分泌与
生殖医学科副主任，硕士
研究生导师，妇产科学临
床医学博士

A：紧急避孕药只能作为避孕失败后的补救措施而不能作为常规的避孕方式。在同房后72小时之内口服，越早越好，避孕有效性为59%-94%。其主要成分为大剂量孕激素，因此会伴有恶心、呕吐，甚至月经紊乱的情况。

短效避孕药的避孕有效性大于99%。其主要成分为低剂量的雌、孕激素，代谢快，需要每天服用才能保证避孕效果，可作为常规的避孕方式。如优思明，避孕以外还能规律月经，缓解痛经，减少痤疮，避免水肿。

厘清对短效避孕药的误解，除了避孕以外还有“额外收益”

短效避孕药除了避孕有效性高、成分安全以外，在妇科用药中还常常有规律月经、缓解痛经等作用。

厘清对短效避孕药的误解

Q：会发胖吗？

A：最初几代的短效避孕药，可能会因为轻度水钠潴留作用导致体重增加，一般服用3~6个月后会自行缓解。而最新的短效口服避孕药，可以抑制水钠潴留，不会增加体重。

Q：听说会致癌？

A：不需要过度焦虑。短效避孕药和乳腺癌之间的关系尚存争议。不过，目前也认为，长期服用短效避孕药可以降低结直肠癌、卵巢癌和子宫内膜癌的发生率。

Q：会影响生育吗？

A：不会影响生育能力，药物代谢速度快，停药后能迅速恢复受孕功能，停药后的第二个月就可以开始正常备孕。

资料来源：丁香医生《女方掌握主动权的避孕方式，你了解多少？》、公开资料整理

避孕以外的其他作用

Q：短效避孕药除了避孕以外还有哪些作用？



邹世恩

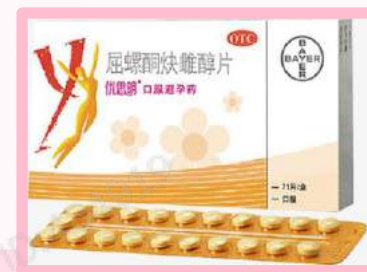
复旦大学附属妇产科医院
主任医师，妇科内分泌与
生殖医学科副主任，硕士
研究生导师，妇产科学临
床医学博士

A：多数人对避孕药的第一反应：是药三分毒，但其实短效避孕药（COC）在欧美发达国家的使用率高达40%。每片含有低剂量的雌、孕激素，代谢快，需要每天吃，所以得名“短效避孕药”；

除了避孕以外，COC在临床上也是妇科医生的宝藏用药。如优思明，还常被用来**规律月经，缓解痛经，对抗高雄，治疗痤疮**，甚至给予不孕不育女性3-6个周期的规律月经、以及卵巢充分的休息时间，为辅助生殖做准备。

避孕药产品举例

优思明 屈螺酮炔雌醇片 短效避孕药



- 避孕同时规律月经；
- 月经第一天开始服用，每天一片，连服21天，停药7天，再服用第二盒

资料来源：优思明口服避孕药官网

长期避孕方式：节育环破除刻板印象后的新升级

提起节育环，让人不免产生对不良反应的担忧，而随着技术更新迭代，新型避孕环已登陆中国市场二十余载。新型节育环由高分子材料制成，在高效避孕的同时还能能为子宫内膜疾病、月经异常等妇科疾病带来积极的作用。

对于节育环的担忧



数据来源：CBNDATA大姨妈 问卷调查
数据说明：您不接受节育环避孕的主要原因有哪些？
(N=293, 多选)

节育环避孕的升级

药物环，采用药物方式避孕
长效可逆避孕方法，一次放置五年有效



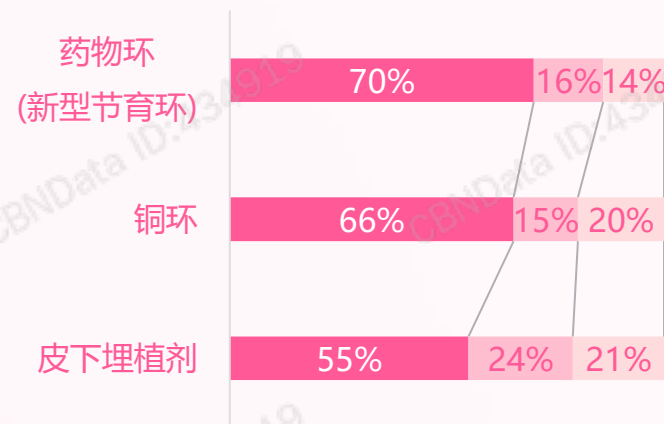
- 设计小巧而柔韧，材质具有良好的弹性，易于放置
- 有尾丝，取出方便，减轻患者痛苦
- 不含任何金属成份，不影响核磁检查

资料来源：Bednarek PH, et al. International Journal of Women's Health .2009;1:45-58.
Lúcia Correia, et al. Contraception. 85 (2012) 538-543.

大数据·全洞察

各项长期避孕方式的满意度

■ 非常满意 ■ 比较满意 ■ 不满意



数据说明：美国避孕CHOICE研究项目 (n=5087)，对使用12个月时不同避孕方式的续用率和满意度进行了评估

数据来源：Peipert J F, et al.. Obstetrics & Gynecology, 2011, 117:1105-1113

CHAPTER

THREE

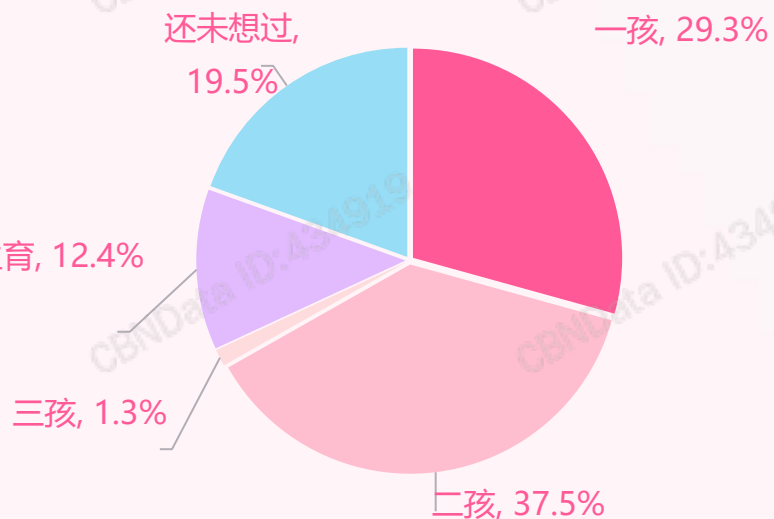
社会角色的转换： 成为妈妈的自我平衡



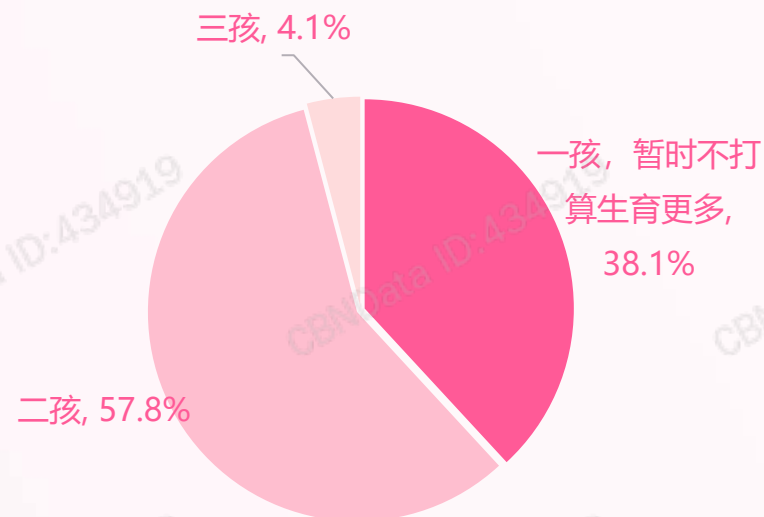
未生育女性至少二孩意愿强烈，已生育女性计划二孩三孩的超六成

未生育女性中，至少二孩意愿者占比最高，达37.5%。已育女性有意愿生育二孩的占比达57.8%，或因年龄、准备不足等想要三孩的占比还不高。

未生育女性期望生育小孩的数量



已生育女性期望生育的小孩数量



数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调研
数据说明：您期望自己生育几个小孩？(N=1058)

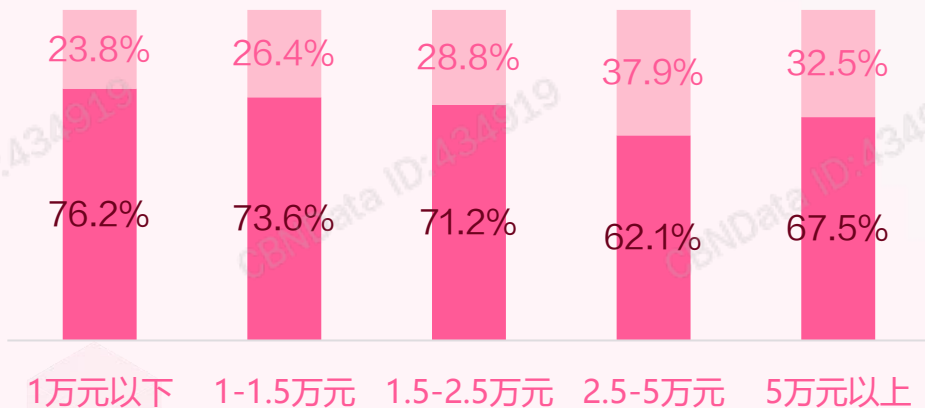
“生育焦虑”普遍存在，成本高、没时间精力陪伴是主要焦虑来源

尽管生育焦虑随着家庭收入增多而有所减弱，但存在生育焦虑的人群仍然远高于不焦虑的人群。焦虑“育儿成本高”、“没时间精力陪伴”的人群占比达六成以上。

不同家庭月收入女性存在生育焦虑

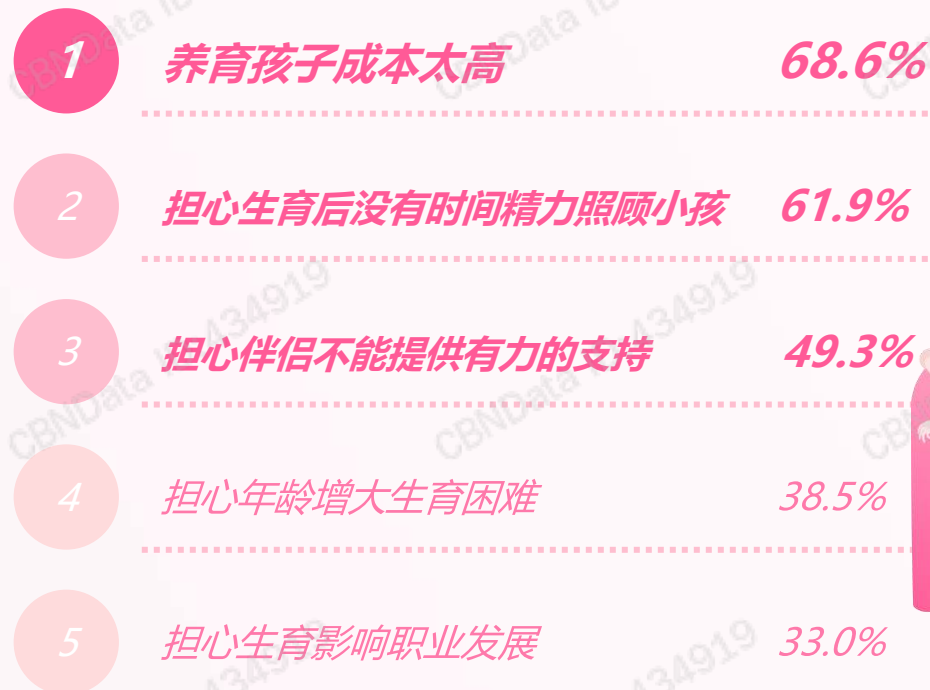
Vs.不焦虑的占比

■ 存在焦虑 ■ 不焦虑



数据来源：CBNData×大姨妈 问卷调研
数据说明：您对于生育的焦虑程度更符合以下哪项？(N=1203)

生育焦虑的来源



数据来源：CBNData×大姨妈 问卷调研
数据说明：您对于生育的焦虑主要来自哪些方面？(N=754，多选)



国家积极出手，缓解生育焦虑更有针对性

女性期望缓解生育焦虑的措施主要集中在降低育儿成本、保障生育休假和保障女性就业的合法权益。国家提出的配套措施正好与此相对应。

能够帮助缓解生育焦虑的措施

1	生育补贴/抚育补贴/生育奖励金等	74.2%
2	保障或延长带薪产假、哺乳假等	67.3%
3	保障女性就业的合法权益，建立更有利于生育的职场环境	65.9%
4	推进教育公平，降低家庭教育开支	61.7%
5	提供多种形式托育服务	46.6%
6	延长男方产假	44.8%
7	发展辅助生殖，解决不孕不育，增加生育机会	29.8%

国家“三孩政策”相关配套措施进一步缓解生育焦虑

- 婚假、生育、养育、教育成一体
- 完善女性生育休假和保险制度
- 加强税收、住房等支持政策
- 保障女性合法就业权益
- 降低教育开支，平均教育资源

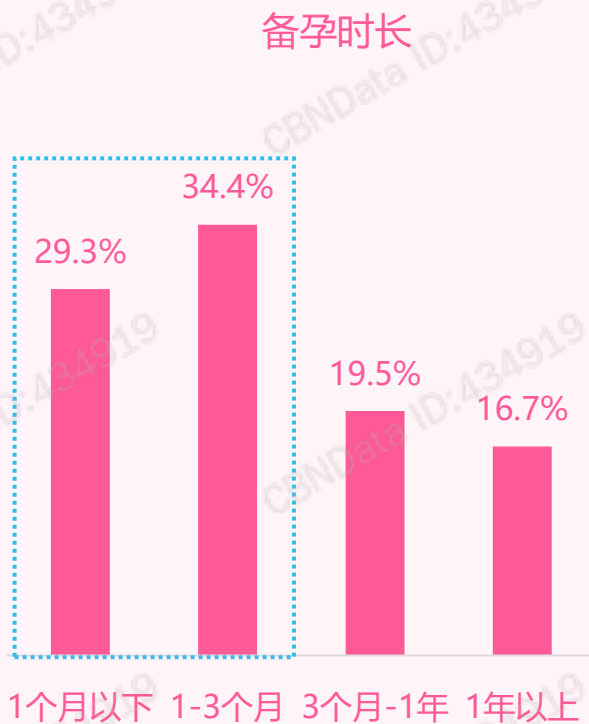


数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调研
数据说明：您认为以下哪项措施更能够帮助您缓解生育焦虑？（N=496，多选）

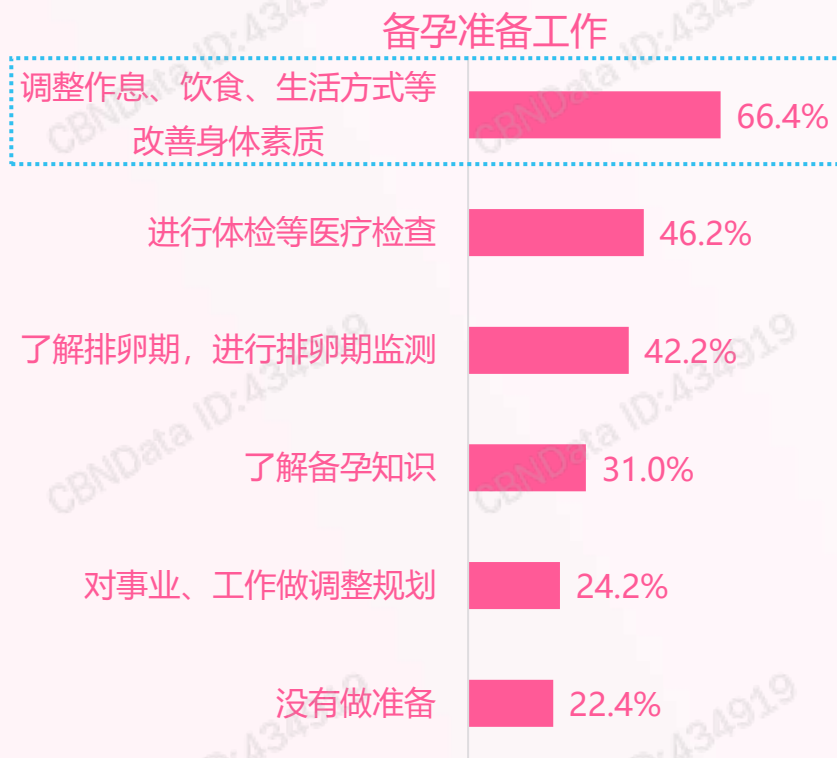
资料来源：《关于优化生育政策促进人口均衡长期发展的决定》

超六成女性备孕时长3个月以内，调节作息、改善身体素质是关键

调节作息、改善身体素质为主要备孕工作，占比达66%。值得注意的是，孕前体检虽然重要，但有此意识的女性不足5成。



数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调研
数据说明：您备孕用了多长时间？（N=604）



数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调研
数据说明：备孕后，您主要做了哪些准备？（N=604，多选）

备孕准备工作小提示

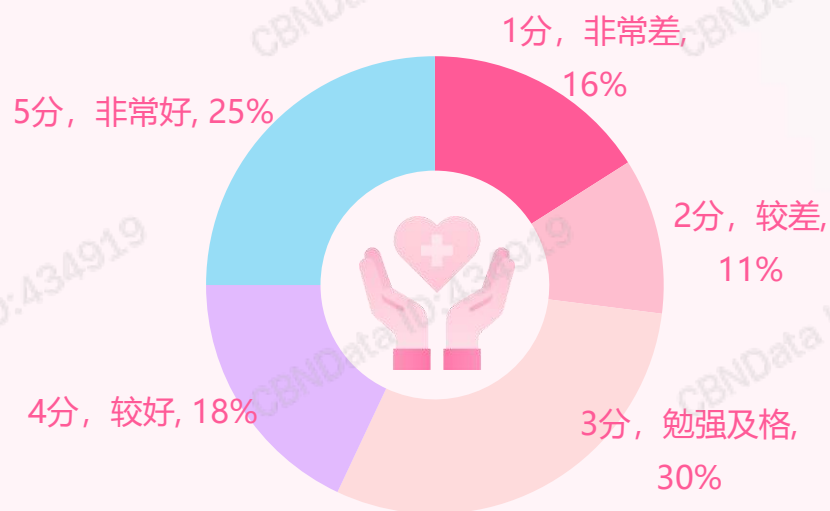
- 夫妻双方的孕前身体检查
- 在医生指导下提前三个月服用叶酸，降低胎儿神经管畸形发生率
- 了解排卵期，在排卵期同房，怀孕几率较大
- 作息规律，养成良好的生活习惯
- 健康饮食，戒烟戒酒
- 适当运动，提高身体素质

资料来源：大姨妈平台整理

备孕经历中伴侣表现“勉强及格”，科学备孕少不了“盟友”的支持

有备孕经历的女性对于伴侣参与备孕的积极程度评分仅为3.25分。超七成女性期望伴侣在备孕中能够“戒烟戒酒”、“健康饮食”和“调整良好作息”。

备孕经历中伴侣参与的积极程度评分

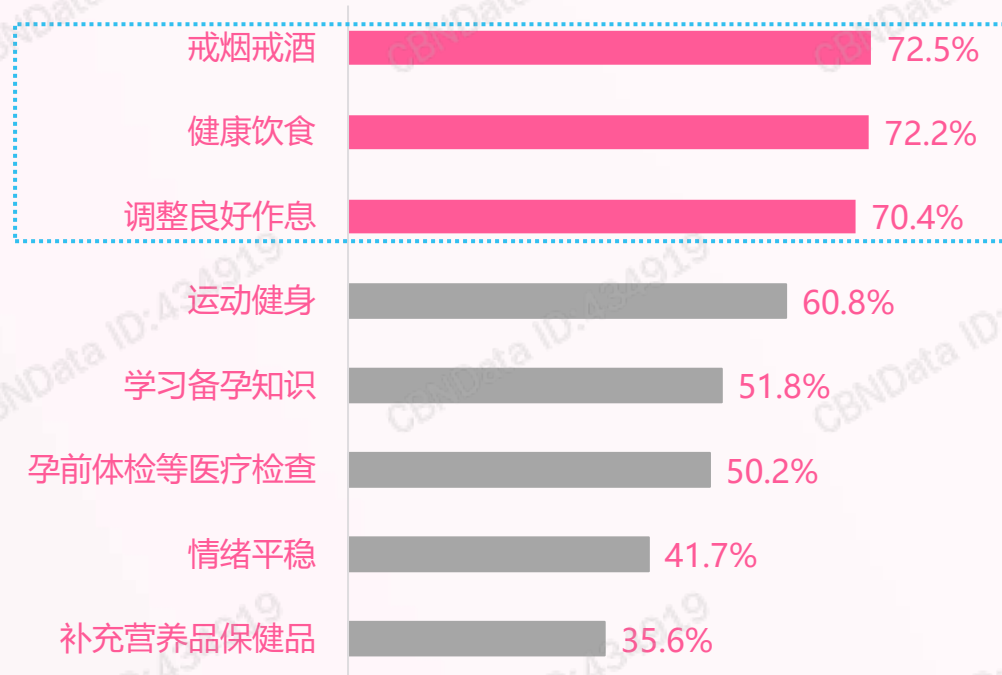


伴侣参与备孕的积极程度均分：**3.25**

数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调研

数据说明：请对您在备孕经历中伴侣参与的积极程度打分（由低到高：1-5分）（N=599）

期望伴侣在备孕中改善的方面



数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调研

数据说明：对于您伴侣参与备孕的情况您期望有哪些需要改善？（N=604，多选）

不孕不育现状堪忧，辅助生殖技术来帮忙

受到初育平均年龄不断上升、不健康的生活方式以及环境等因素影响，我国不孕不育发生率已达较高水平。辅助生殖成为治疗不孕不育症的主要选择。

我国21~49岁的适龄生育女性
约为**3.08亿人**



全国女性不孕症的发生率
12.5%~15%



国内的不孕不育夫妇
超过4800万对



不孕不育的主要原因

- 首次生育平均年龄上升
- 不健康生活方式
- 环境影响

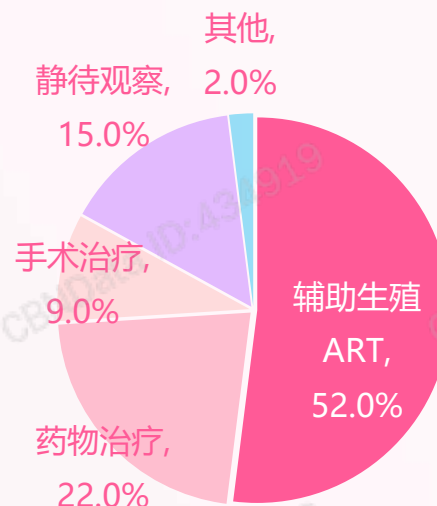
女性不孕的核心原因

- 排卵问题
(22-28岁是女性生育最佳年龄)
- 输卵管或子宫受损
- 子宫颈异常

男性不孕的核心原因

- 精子不足
- 精子功能异常
- 精子传送受到阻塞

国内医生不孕不育治疗 手段选择分布



辅助生殖技术类别

人工授精	夫精人工授精 (AIH)
	供精人工授精 (AID)
第一代试管婴儿	体外受精-胚胎移植 (IVF-ET)
第二代试管婴儿	卵泡浆内单精子显微注射技术 (ICSI)
第三代试管婴儿	胚胎植入前遗传学检查 (PGT)

数据来源：《2021辅助生殖行业研究报告》
数据说明：数据时间段为截止2019年年底。

资料来源：弗若斯特沙利文

资料来源：《Reproductive Biology and Endocrinology》

资料来源：公开资料整理

技术迭代满足不同患者需求，国内辅助生殖周期数已超130万例

随着辅助生殖技术的不断迭代和成熟，有望帮助更多患者解决不孕不育问题。截止2020年年底，国内辅助生殖服务总周期数为130.3 万例，CAGR 高达15%，未来发展空间广阔。

辅助生殖主流技术方法及适用对象

技术类别	方法	适用人群
夫精人工授精	将精子通过非性交方式注入女性生殖道内，使其受孕	男方为轻度少、弱精子
供精人工授精		男方无精或有遗传病
第一代试管婴儿	将卵子在体外与精子受精，培养发育至胚胎后移植入宫腔内，以成功怀孕	女方卵子运送障碍、排卵障碍、子宫内膜异位症等
第二代试管婴儿	采用显微操作设备将单一精子注射到卵子内以辅助受精	男方少弱畸精子症、不可逆梗阻性无精子症、生精功能障碍等
第三代试管婴儿	将体外受精发育成的胚胎进行一系列筛选，将没有遗传病基因的胚胎移植到子宫里	患有遗传病、染色体异常等

数据来源：《2021辅助生殖行业研究报告》、公开资料整理

国内辅助生殖服务总周期数（万例）



数据来源：Frost & Sullivan
数据说明：周期数表示从前期体检、建档、制定促排方案、打促排针、到取卵手术为一个取卵周期。



以锦欣生殖为例，2021年上半年取卵周期数：

13164↑

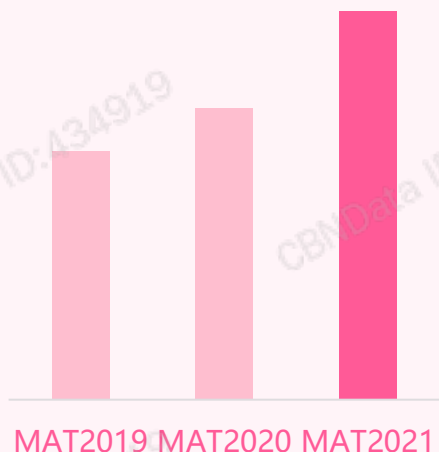
锦欣生殖集团旗下拥有遍布中国、美国、老挝的八大辅助生殖中心。

资料来源：锦欣生殖数据

讨论热度攀升，但大众对辅助生殖基础知识仍一知半解

辅助生殖在大姨妈App中讨论热度逐年攀升，但大众目前对于辅助生殖的了解程度仍处于较低水平，近六成女性表示听说过但不是很了解，16.7%的女性完全不了解。

大姨妈App辅助生殖
日均讨论热度趋势



对于辅助生殖的了解程度

很了解或非常了解
辅助生殖, 4.1%

完全不了解,
16.7%

大概了解辅助
生殖的过程,
20.1%

曾听说过, 但并不是很
了解, 59.1%

数据来源: CBNDATA×大姨妈 问卷调查

数据说明: 您对于辅助生育(人工授精、第一代试管婴儿、第二代试管婴儿、第三代试管婴儿)的了解程度更符合以下哪项?
(N=1058)

大姨妈App辅助生殖讨论热门话题及专家意见

Q: 人工授精和试管婴儿是一回事吗?

人工授精是指经B超排卵后, 将优选的精子注入到宫腔, 这个过程是需要输卵管伞端自然的去抓卵, 同时输卵管通畅, 在输卵管中与精子相遇完成结合。

试管婴儿则是指双侧输卵管不通或者盆腔环境不好, 只能在体外结合, 体外结合成胚胎后再植入宫腔内。

Q: 哪些因素影响试管婴儿成功?

- ①年龄: 女方年龄在35岁以下, 成功率较高。
- ②不孕因素: 夫妻双方均有影响怀孕的因素, 试管婴儿的成功率会偏低。
- ③胚胎质量: 优质胚胎更容易成功。
- ④染色体: 染色体存在变异型, 失败率和流产率较高。
- ⑤子宫内膜环境: 内膜息肉、炎症、粘连等疾病都不利于胚胎着床。
- ⑥心理因素: 过度的紧张容易导致内分泌失调, 胚胎不容易着床。

李媛, 锦欣生殖首席医疗官, 全国著名生殖医学专家, 主任医师, 博士生导师。国内首例未成熟卵试管婴儿技术创始人, 国内首例玻璃化冷冻卵子试管婴儿技术创始人, 主编书籍《人类辅助生殖实验室技术》和科普书《早点遇见你》。

更多女性能接受辅助生殖，其中85后接受度更高

37%的调研女性表示能够接受辅助生殖，高于不能接受的人群。从代际来看，85后的接受程度达44%，高于整体水平。接受的主要原因中，除了帮助解决不孕不育问题外，帮助优生优育、增加生育机会也占比较高。

对于辅助生育的接受程度

■ 完全不接受 ■ 不太能接受 ■ 保持中立 ■ 比较能接受 ■ 完全能接受



数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调研
数据说明：您对于辅助生育的接受程度更符合以下哪项？(N=980)

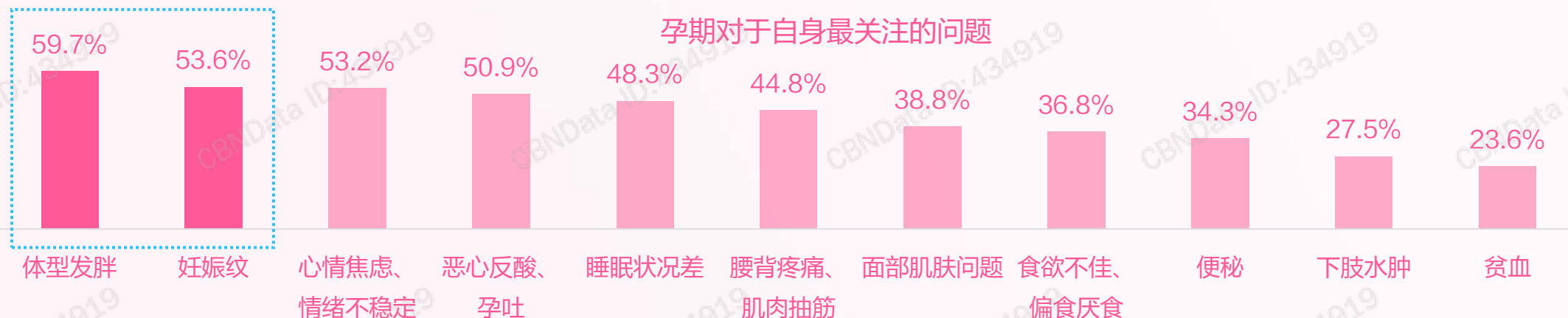
对于辅助生殖接受/不接受的原因

接受的原因	自然怀孕有困难，帮助解决不孕不育问题	67.0%
	优生优育，规避胎儿基因缺陷、遗传疾病问题	50.1%
	即使错过最佳生育期还能有生育的机会	44.3%
	没有合适的伴侣，但希望能生育自己的孩子	17.5%
	提高生双胞胎的几率	15.6%
不接受的原因	可以自然怀孕，不需要辅助生育	88.5%
	辅助生育存在风险，可能影响自身的身心健康	27.5%
	辅助生育费用昂贵	25.4%
	担心辅助生殖技术出生婴儿的身心健康问题	24.2%
	辅助生育技术尚不够成熟	12.7%

数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调研
数据说明：您接受辅助生育的主要原因有哪些？(N=736，多选)
您不接受辅助生育的主要原因有哪些？(N=244，多选)

孕期女性面临多方面的健康问题，“体型”与“妊娠纹”最受关注

除体型、妊娠纹的问题外，超半数有孕期经历的女性存在心情焦虑、孕吐的困扰。



孕期知识小提示

- **孕早期 (怀孕1-12周)**：定期孕检并建立孕检记录；合理安排饮食，不宜剧烈运动，补充叶酸、锌、铜、铁等微量元素；使用孕产妇专用的妊娠纹产品预防妊娠纹；注意心情焦虑，防止情绪波动大，伴侣需要给予心理支持与行动关怀。
- **孕中期 (怀孕13-27周)**：常规产前检查，13~20周期间检查1~2次，20~28周期间每2周检查1次；饮食营养均衡，此阶段身体腹部隆起容易腰酸背痛，缺钙时通过饮食及钙剂进行补充。还需要注意便秘易引发的痔疮问题，以及若出现贫血状况需补充铁剂。
- **孕晚期 (怀孕28-40周)**：产前检查每2周一次；孕妈此阶段变化非常大，子宫迅速增大，腹部隆起，身体变得笨拙，行动不便；容易疲劳、脚腿水肿；孕晚期需要注意蛋白质等食物摄取，同时注意阵痛警示，备齐孕妈和宝宝住院用品安心待产。

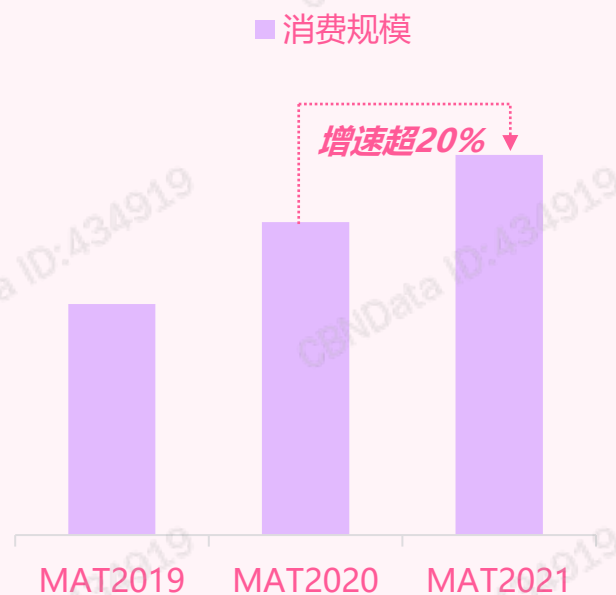
上图数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调查；数据说明：请问您在孕期对于您自身最关注哪些问题？（N=513，多选）

下图资料来源：大姨妈平台整理

对症下药，孕期女性在运动和个人护理消费上更有针对性

孕期女性个人美护用品的消费逐年上涨，其中妊娠纹护理和胸部护理增速较高。此外，健身器材和瑜伽用品的消费近年来也稳步上升。

MAT2019-2021线上孕期人群
个人美护消费趋势



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：个人美护包含美容护肤、美发护发、美容美体仪器、身体洗护清洁。

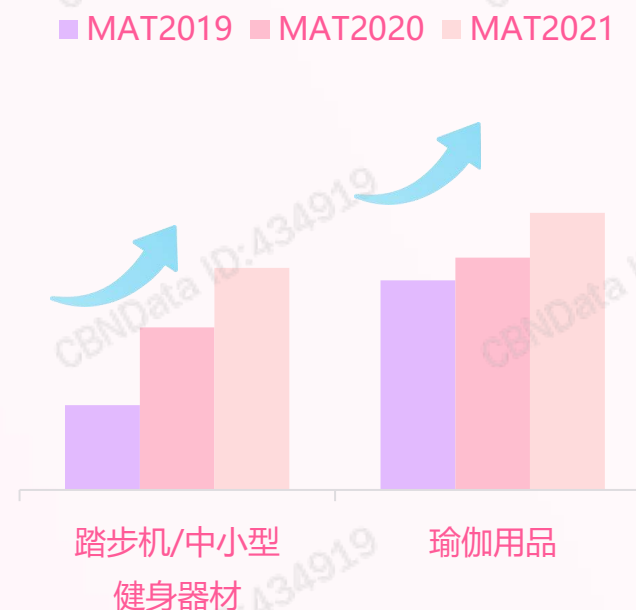
MAT2021线上孕期人群个人美护
分类型消费规模与增速



数据来源：CBNData消费大数据

大数据·全洞察

MAT2019-2021线上孕期人群
购买健身及瑜伽用品消费趋势

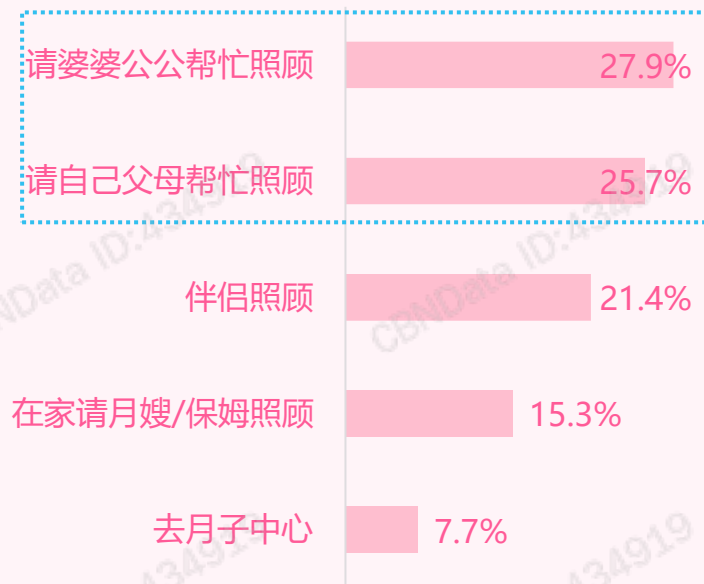


数据来源：CBNData消费大数据

产后坐月子主要由家里老人照顾，经济条件成为选择月子方式的首要考虑因素

超五成女性产后坐月子主要由家里的老人帮忙照顾，但是“担心和家人观念不一致易发生矛盾”的人群占比也达到了50%。近九成家庭月子期间花费不足2万元。

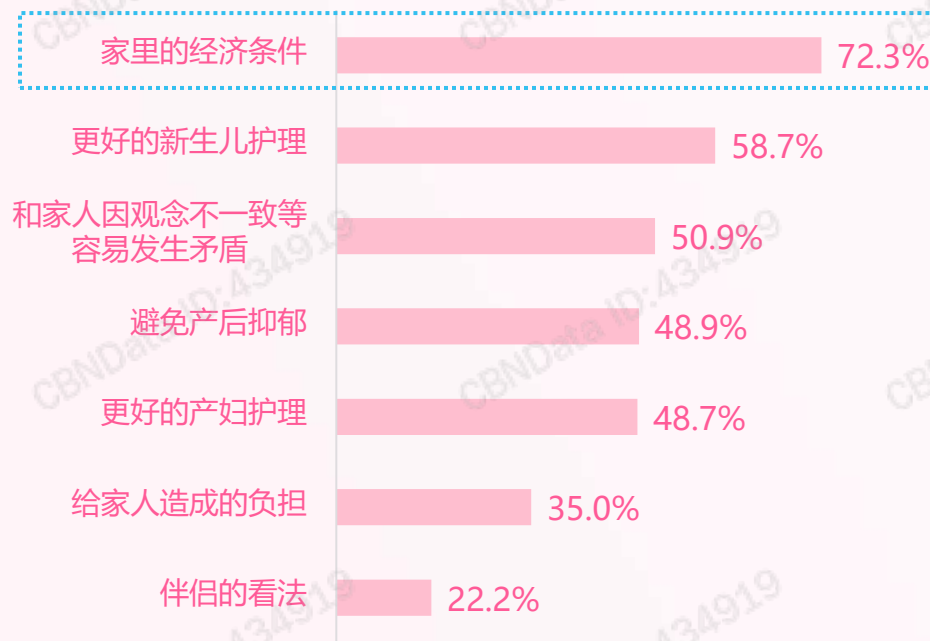
产后选择坐月子的方式



数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调查

数据说明：请问您在产后选择坐月子的方式主要是哪项？(N=491)

选择坐月子方式的主要考虑因素

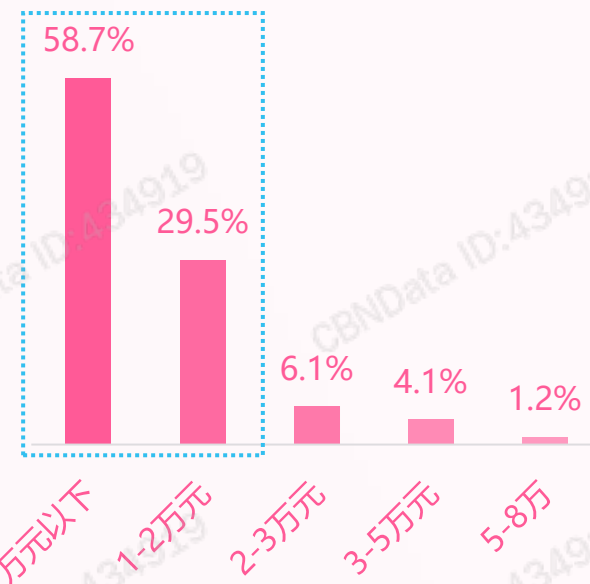


数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调查

数据说明：对于产后坐月子方式的选择，您主要考虑的因素包含以下哪项？(N=491，多选)

大数据·全洞察

产后在坐月子上花费



数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调查

数据说明：请问您的家庭在坐月子上花费状况更符合以下哪项？(N=491)

产后修复困扰多，身材走形成核心焦虑

除身材走形焦虑外，妊娠纹、胸部松弛下垂也是困扰近六成女性的产后修复问题。

产后遇到的困扰

身材变形、腹部赘肉等身材问题	76.2%
妊娠纹、疤痕等	60.9%
胸部松弛下垂	59.7%
胯骨变宽，臀部松弛下垂	49.9%
肌肤暗沉、长斑等面部肌肤问题	45.6%
子宫脱垂、漏尿、阴部松弛等私处问题	42.4%
失眠、烦躁、情绪波动大、抑郁	42.2%
发冷发寒、关节痛	33.0%

产后修复方法小提示

- **产后塑形：**产后6个月是形体恢复的黄金期，可以做产后瑜伽、健身操等。
- **妊娠纹修复：**通过运动增加新陈代谢、紧致肌肤。使用孕产妇专用的淡化和消除妊娠纹的产品来修复。
- **胸部松弛下垂：**补充身体所需的蛋白质，哺乳期也要正确地穿戴胸罩，给胸部进行按摩，同时通过扩胸运动等有针对性的运动加强胸部肌肉。
- **盆底肌修复：**产后复查，去医院做盆底功能测试，当测试肌力≤3级就需要做治疗修复，可以进行盆底肌康复训练，或者到正规医院进行生物理疗、电刺激等；
- **产后子宫恢复：**可以按摩子宫，服用促进子宫收缩的药物能快速恢复盆底，促进子宫收缩，减少产后出血。

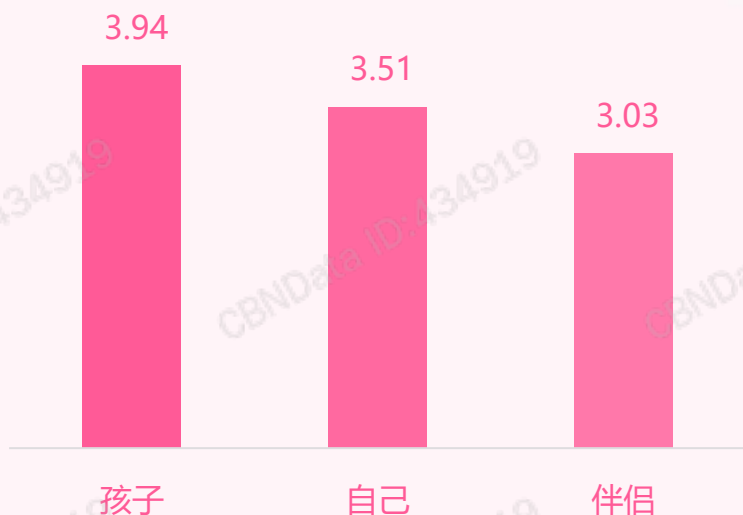
数据来源：CBNData×大姨妈 问卷调研
数据说明：请问您在产后遇到了哪些困扰？（N=491，多选）

资料来源：大姨妈平台整理

生育后回归职场，期望在工作和照顾孩子间找到平衡

生育后孩子对于妈妈的重要性不言而喻，因此在对工作的看法上，选择同时兼顾好照顾孩子和工作的女性超过六成。

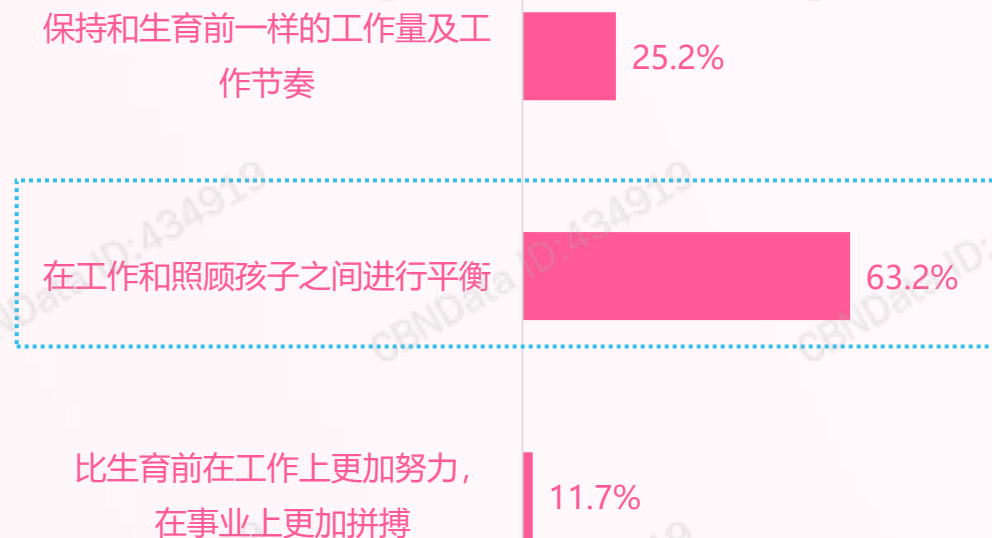
生育后家庭成员的重要性排序



数据来源：CBNDataX大姨妈 问卷调研

数据说明：您认为生育后（如果生育后）家庭成员在您心中的重要性应当如何排序？（N=1058），该分值为排序的平均综合得分。

职场妈妈生育后对于工作的看法



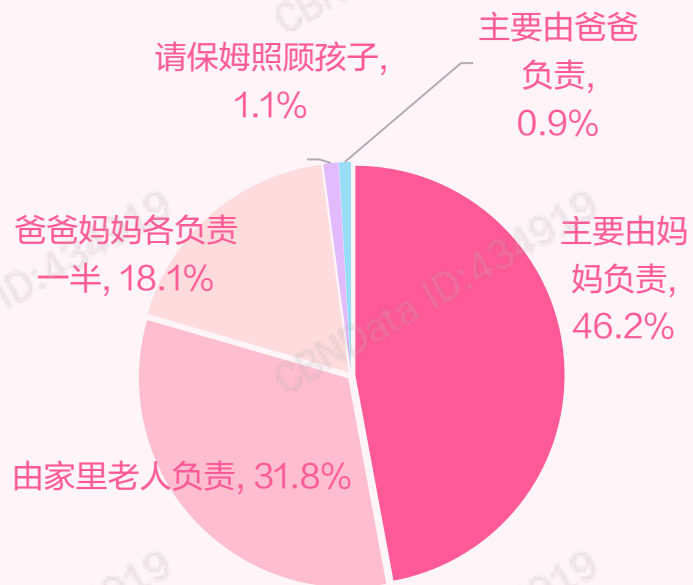
数据来源：CBNDataX大姨妈 问卷调研

数据说明：请问您生育后对于工作的看法更符合以下哪项？（N=437）

育儿需要伴侣共担，奶爸作用要提升

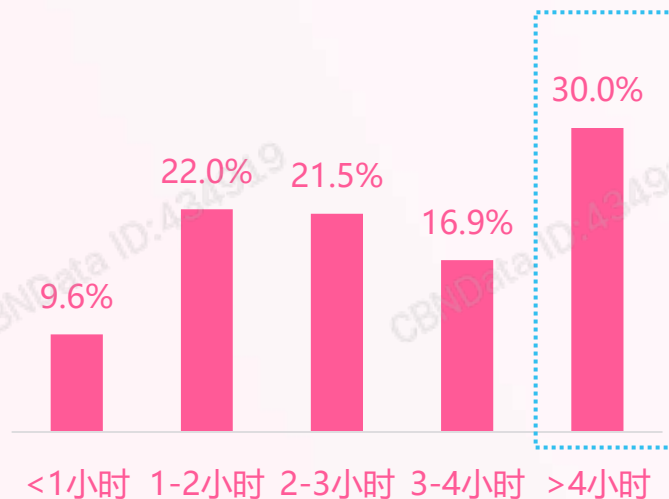
抚养孩子方面，由妈妈主要负责的比例近五成。三成妈妈在工作日每天投入时间超过4小时，而超四成的伴侣投入的时间在1小时以下。

家中谁主要负责抚养照顾孩子



数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调研
数据说明：请问在您家中谁主要负责抚养照顾孩子？
(N=437)

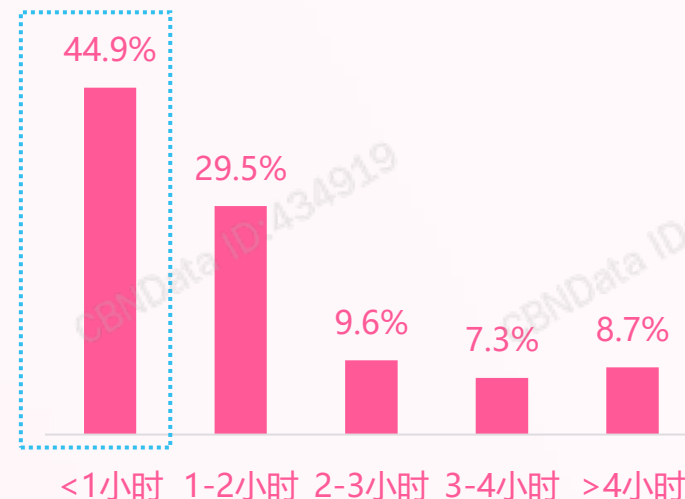
职场妈妈在工作日每天投入孩子抚养或教育的时间



数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调研
数据说明：请问您在工作日每天投入家庭（孩子抚养和教育）的时间有多少？
(N=437)

大数据·全洞察

伴侣在工作日每天投入孩子抚养或教育的时间

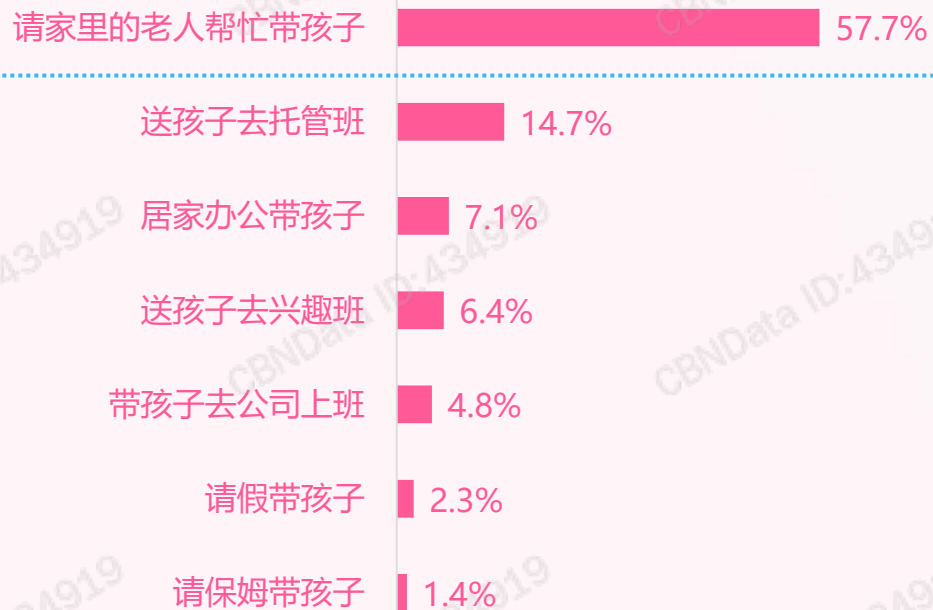


数据来源：CBNDATA×大姨妈 问卷调研
数据说明：请问您的伴侣在工作日每天投入家庭（孩子抚养和教育）的时间有多少？
(N=437)

孩子放假请老人来帮忙，开学后妈妈压力值减轻

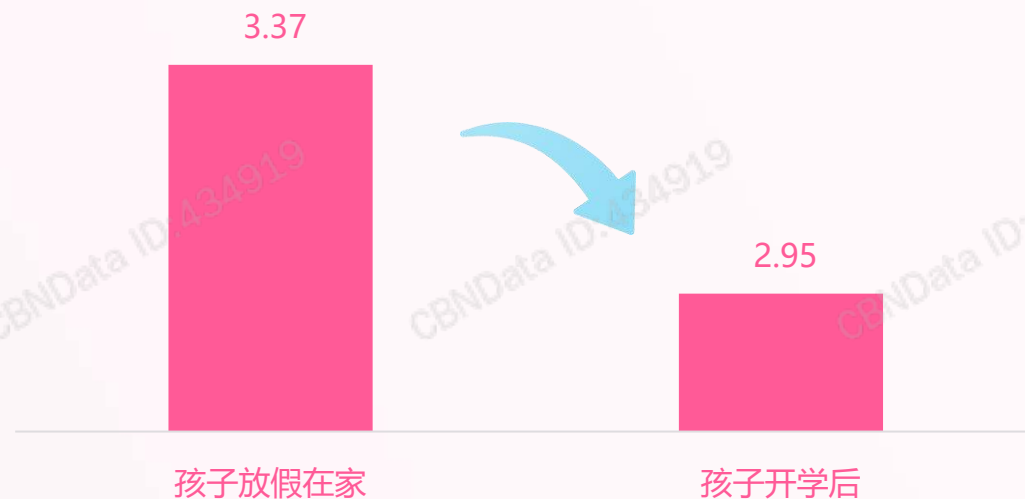
对于家中老人无法帮忙的职场妈妈，孩子放假后的看管成为难题，解决方式主要为送托管所、居家办公和送兴趣班。

职场妈妈在孩子（幼儿园阶段）放假期间照看的方式



数据来源：CBNData×大姨妈 问卷调研
数据说明：请问您在孩子（幼儿园阶段）放假期间如何照看孩子？（N=437）

职场妈妈面对孩子放假在家Vs.孩子开学后的压力值

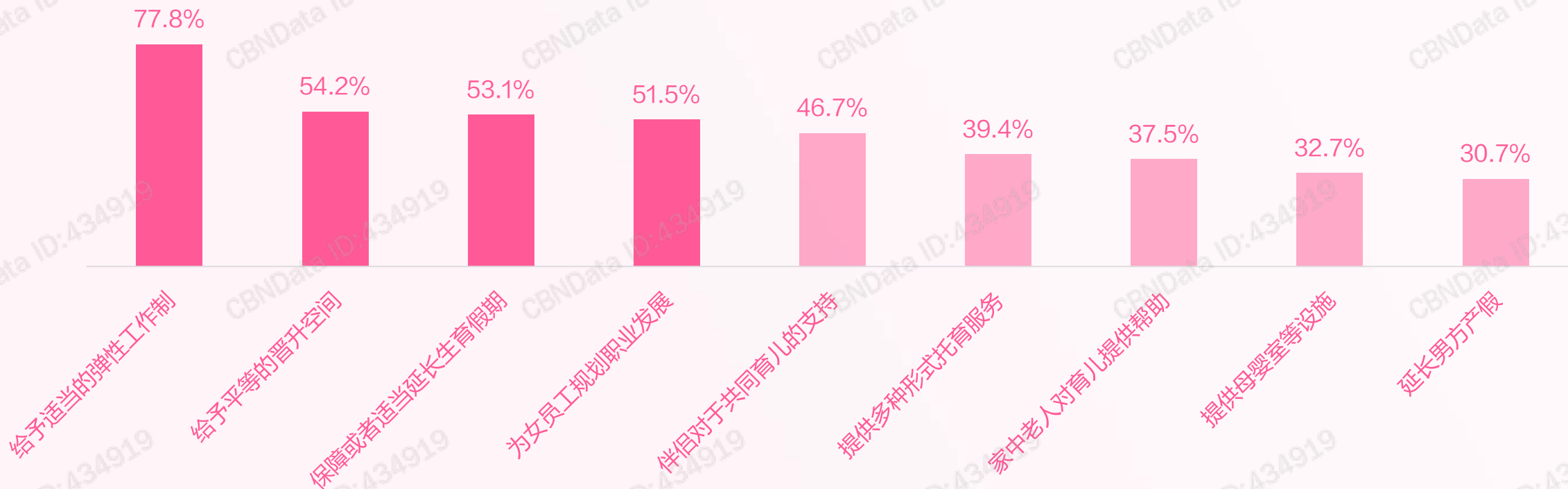


数据来源：CBNData×大姨妈 问卷调研
数据说明：请您分别对孩子放假在家Vs.孩子开学后的压力值打分（由低到高：1-5分）（N=437）

职场妈妈在家庭和事业间两者兼顾，需要社会、企业、家庭的共同协助

适当的弹性工作制、平等的晋升空间、有保障的生育假期和针对女性员工的职业发展规划成为职场妈妈期望较高的外界支持。

职场妈妈最希望得到的支持



数据来源：CBNData×大姨妈 问卷调研
数据说明：作为职场妈妈，请问您最希望得到的支持来自哪个方面？（N=437，多选）

CHAPTER
FOUR

女性健康趋势展望



精致悦己

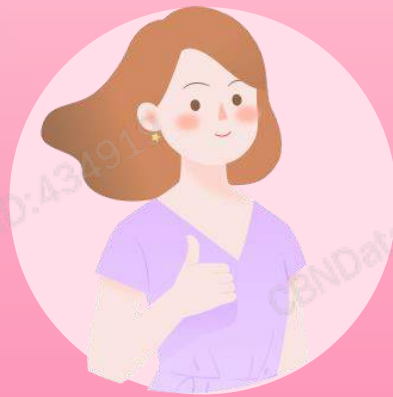


悦己”成为女性 做选择的重要出发点

女性悦己时代已经到来。悦己不仅表现在对身体的精致养护，也表现在新时代女性重视自我感受，自我投资和自我成长。

同时，女性对于特殊时期如生理期、孕期、产后的护理也更加全面细致，悦己不止于美，而是更加健康舒适的生活方式。

自我意识



自我意识的觉醒 是女性掌控人生主动权的开端

自我意识的觉醒是不可逆的。女性对于自我的追寻不仅是在婚恋、在两性关系中掌握更多的主动权，同时也是掌握自己人生的主动权。

摆脱种种标签与束缚，每个女性的人生叙事由她们自己来定义。

社会角色



不仅是妈妈， 还是勇于承担， 勇敢成就事业的自己

新的时代，女性的社会角色不仅仅是成为妈妈，更是想要有更多的担当，更多的创造，承担更大的社会责任，在成就事业中成就自我。

而这需要社会、家庭以及企业的共同支持。

COPYRIGHT DECLARATION 版权声明



本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US 关于我们

报告作者：庞琪、刘一璇

视觉设计：王胜楠

联系我们：Data@cbndata.com

商务合作：BD@cbndata.com

加入我们：JOB@cbndata.com

■ 第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）隶属于上海文化广播影视集团（SMG），是国内领先的消费研究机构及数字化增长服务商，致力于洞察消费行业前沿动态，提升企业品牌的运营及决策效率。

CBNData以跨领域数据库为核心竞争优势，充分发挥全媒体势能，以AI技术为驱动，以多元场景为延展，面向品牌企业全面输出数据应用、内容运营、整合营销、销售转化等数字化增长服务。业务场景已覆盖传统零售与电商、互联网消费、内容社交、医疗教育、金融理财等多领域。

FOLLOW
US
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号

CBN DATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察