



当代父亲的育儿真相

2021年已育男性人群洞察报告

极光 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

2021年6月



极光观点



这一届的爸爸“变了”：年轻一代的父亲，愈发意识到平等育儿的重要性，超八成的90后爸爸表示父母双方应投入同等的时间和精力来养儿育女



不同代际的父亲有着不一样的带娃“风格”，90后奶爸依赖互联网来获取育儿知识，同时也更崇尚科学育儿，对于孕育时期以及孩子在每个阶段的育儿相关知识关注度都相对较高



对于“鸡娃”，当代父亲的理念是：愿意付出时间和金钱给予孩子最好的资源，但不会强迫自己的孩子一定要比过别人家的孩子



养儿一百岁，长忧九十九：子女的问题是父亲人群除了经济问题以外的第二大烦恼来源，其中养育婴幼儿阶段的孩子最“费钱”，少儿阶段的孩子则最让老父亲“操心”



养娃的日子苦中带甜：虽然有了孩子之后，不少父亲表示精神和经济压力增大，个人时间减少，但也有父亲认为，孩子带来的幸福感无法替代

目录

CONTENTS

01 男性育儿观念

02 父亲人群情绪洞察

03 男性向app榜单

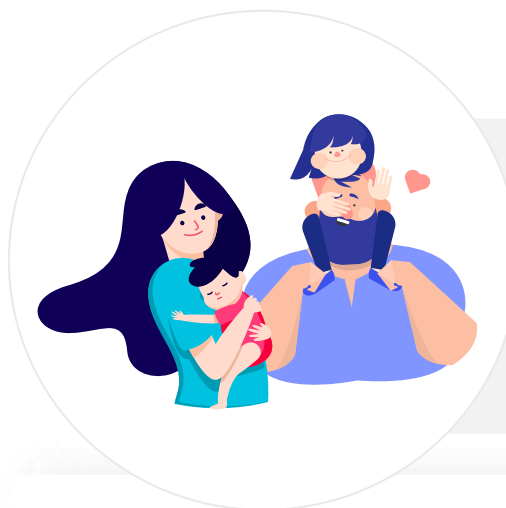
PART 01

男性育儿观念



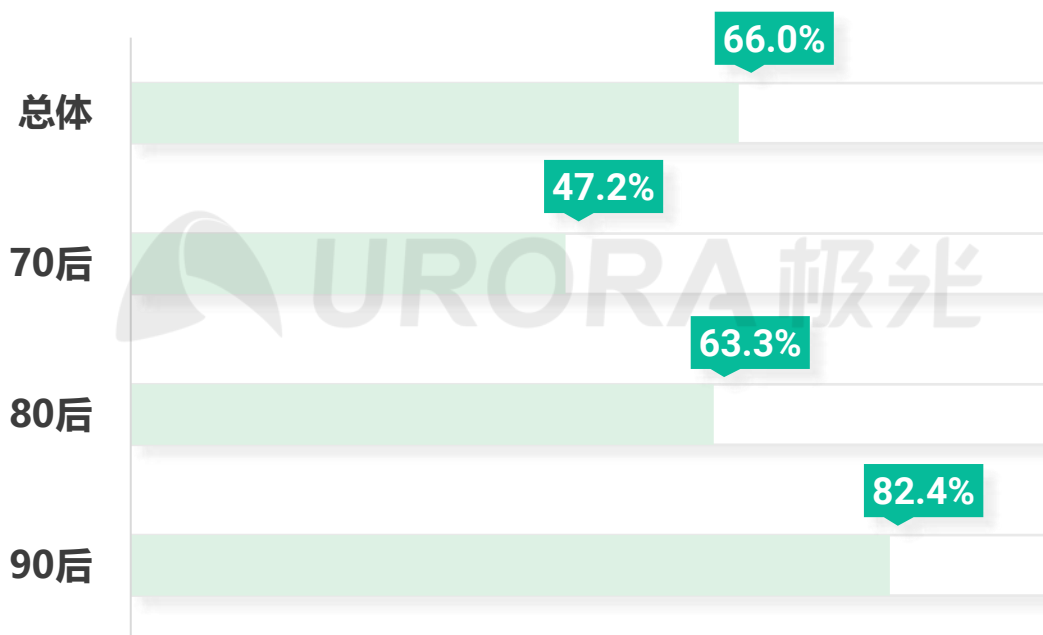
年轻男性育儿观念变化，AA制育儿模式成趋势

- 社会平等意识渐强，年轻一代的父亲，愈发意识到平等育儿的重要性，超六成的已育男性人群表示父母双方应投入同等的时间和精力来养儿育女，其中有超八成的90后爸爸对该看法表示同意



“育儿是两个人的事情，父母双方应投入同等的时间和精力”

不同代际已育男性人群对“AA制育儿”持支持态度的比例



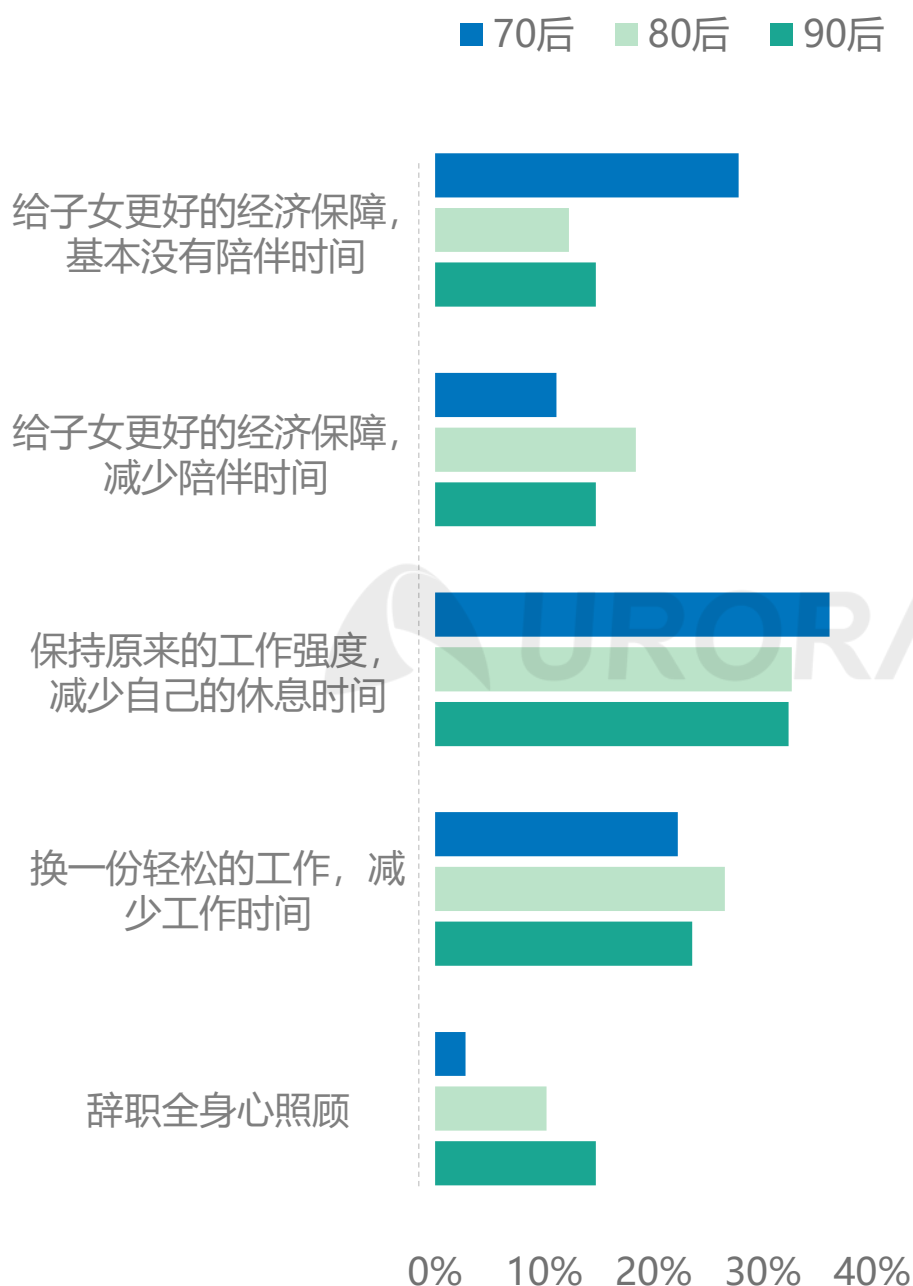
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2021.06

陪娃挣钱两头难，父亲只能牺牲个人休息时间

- 对于养育子女，父母双方无非是要投入金钱与个人时间，而工作与陪伴时间的平衡往往是家庭育儿的大难题；面对“金钱”与“时间”的选择，不同代际的父亲，有着不一样的意向

不同代际父亲在养育子女上对“金钱”与“时间”的选择



总体上看，**超过30%**的父亲宁愿牺牲个人的休息时间，来达到“挣钱”与“陪伴”的平衡



38.9%的70后父亲更倾向于减少甚至牺牲陪伴时间，但增加工作时间为子女提供**坚实的经济保障**



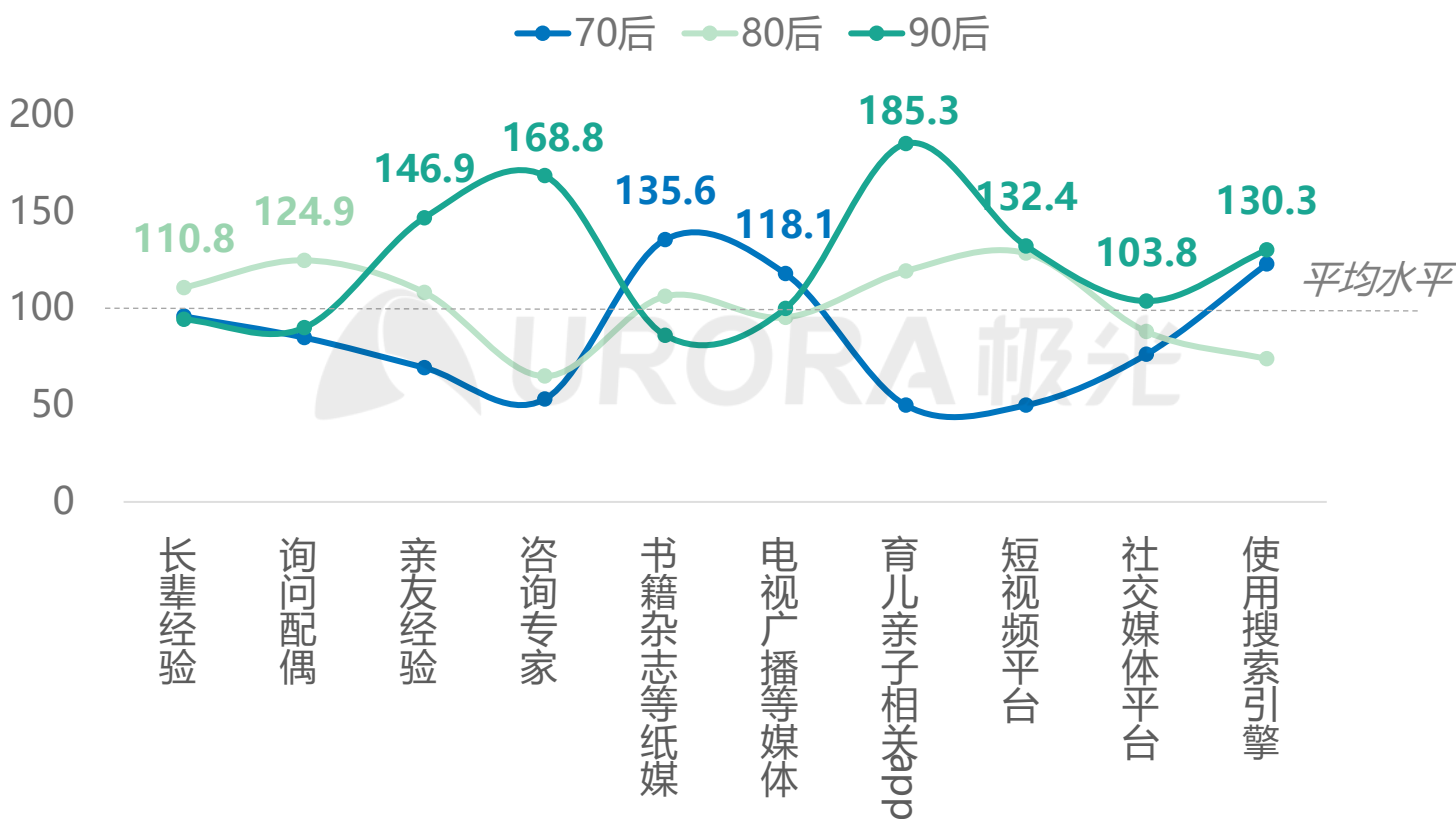
80后、90后父亲更注重**时间上的陪伴**，分别有**36.7%**的80后父亲和**38.2%**的90后父亲愿意换一份轻松的工作甚至是当全职爸爸来陪伴儿女

数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

育儿不易，父亲从多方渠道学习养育之道

- 从小在“网络海域”里“冲浪”的90后，当起了奶爸之后，依然非常依赖互联网来获取育儿知识，对于育儿，他们更相信专业知识，咨询育儿专家的偏好度明显高于其他代际
- 80后父亲，在养育儿子女时，则相对更倾向于向配偶以及长辈“取经”
- 70后父亲的育儿风格偏“old school”，对于从书籍、杂志、电视、广播等传统媒介上获取育儿知识的偏好度高于其他代际

不同代际父亲获取育儿知识的渠道偏好度 (TGI)



娃要怎么养?



找书看看

70后爸爸



向老婆取经

80后爸爸



上网查查

90后爸爸

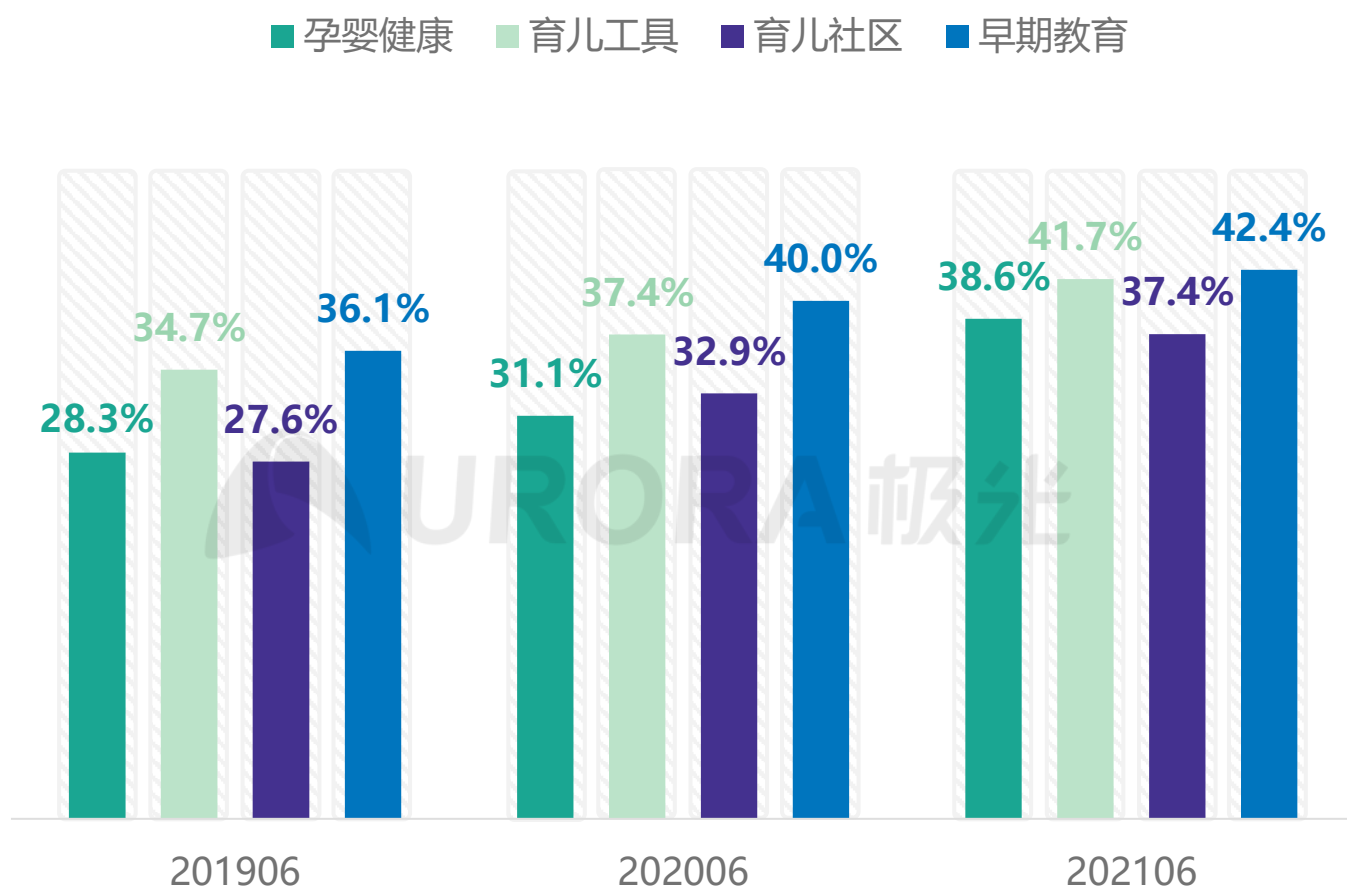
数据来源: 极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期: 2021.06

TGI: 不同代际的父亲中选择此项的人群占比/全体父亲选择此项的人群占比*100

移动互联网的发展丰富了奶爸们获取育儿知识的渠道

- 极光大数据显示，近几年来，孕婴健康、育儿工具、育儿社区、早期教育等育儿相关的app男性用户占比呈现不断增长的趋势，其中育儿工具和早期教育类app男性用户占比已分别达到41.7%和42.4%；说明年轻一代的父亲对于育儿工作的关注度以及参与度越来越高

育儿相关app男性用户占比变化



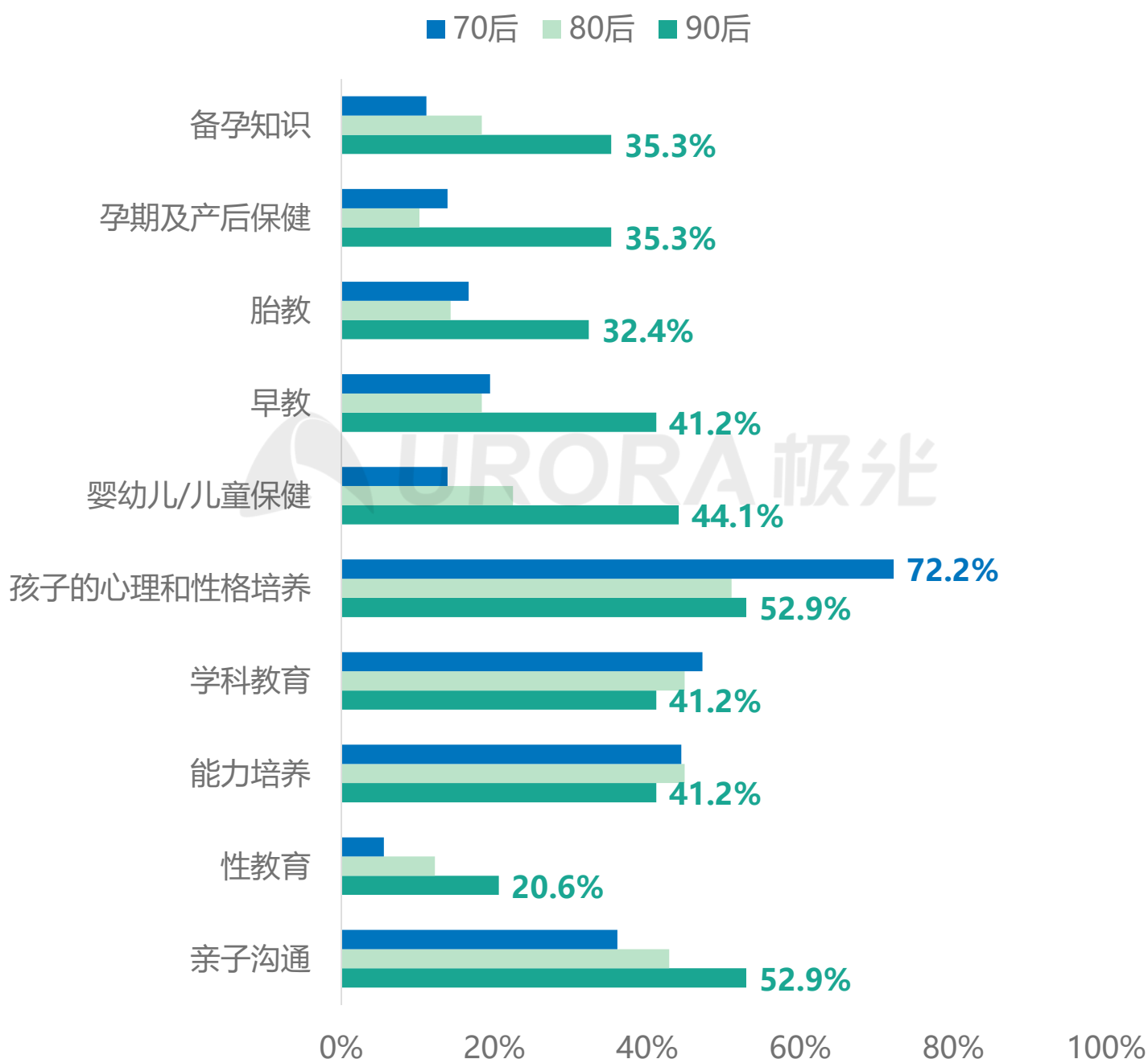
数据来源：极光大数据 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2019.06, 2020.06, 2021.06

年轻一代的父亲更崇尚科学养娃

- 对比不同代际父亲对于育儿知识的关注度可以看出，90后的父亲更讲究科学育儿，从早期的备孕、孕产期保健、早教，到性格培养、学科教育、亲子沟通等不同阶段的育儿知识齐补，对于孩子的“性教育”关注度也高于其他代际的父亲；而对于孩子大多已成长至青少年或青年阶段的70后父亲来说，他们相对更加关注孩子的心理和性格养成

不同代际父亲对各类育儿知识的关注度



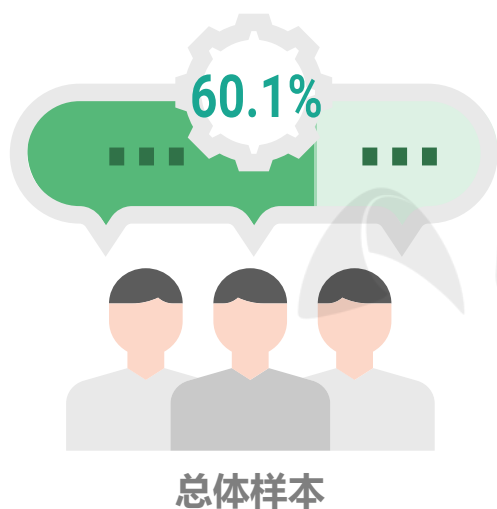
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2021.06

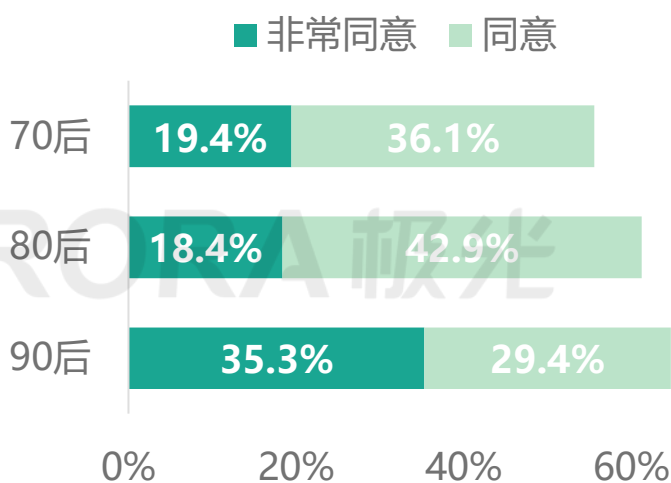
当代父亲的“躺平”育儿学：「鸡娃不如鸡自己」

- 关于教育和培养孩子的问题，大多数的父亲一方面希望孩子能有机会学习和接触更多东西，另一方面又放平心态：如果孩子是“神童”就最好，如果不是，也能够接受自己的孩子成为“大概率的普通人”；对此，从小“被鸡娃”长大的90后爸爸，表示更加强烈的赞同

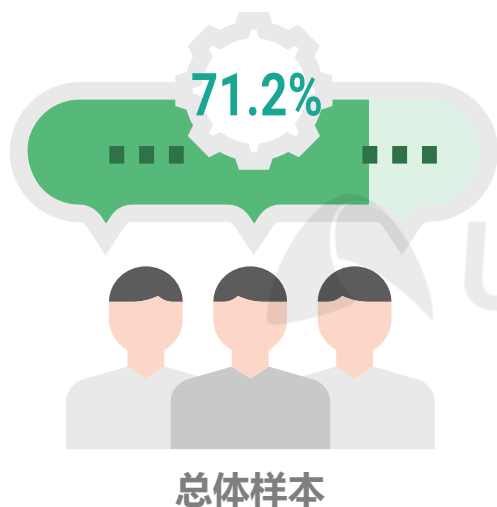
“愿意花钱和花精力从小培养孩子各方面的能力”



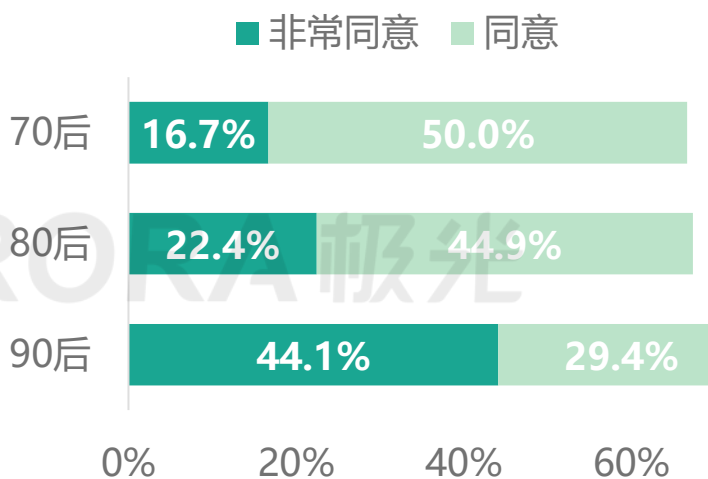
不同代际父亲持同意态度的比例



“不跟别人家的孩子对比，能接受自己孩子是个普通人”



不同代际父亲持同意态度的比例



数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

PART 02

父亲人群情绪洞察

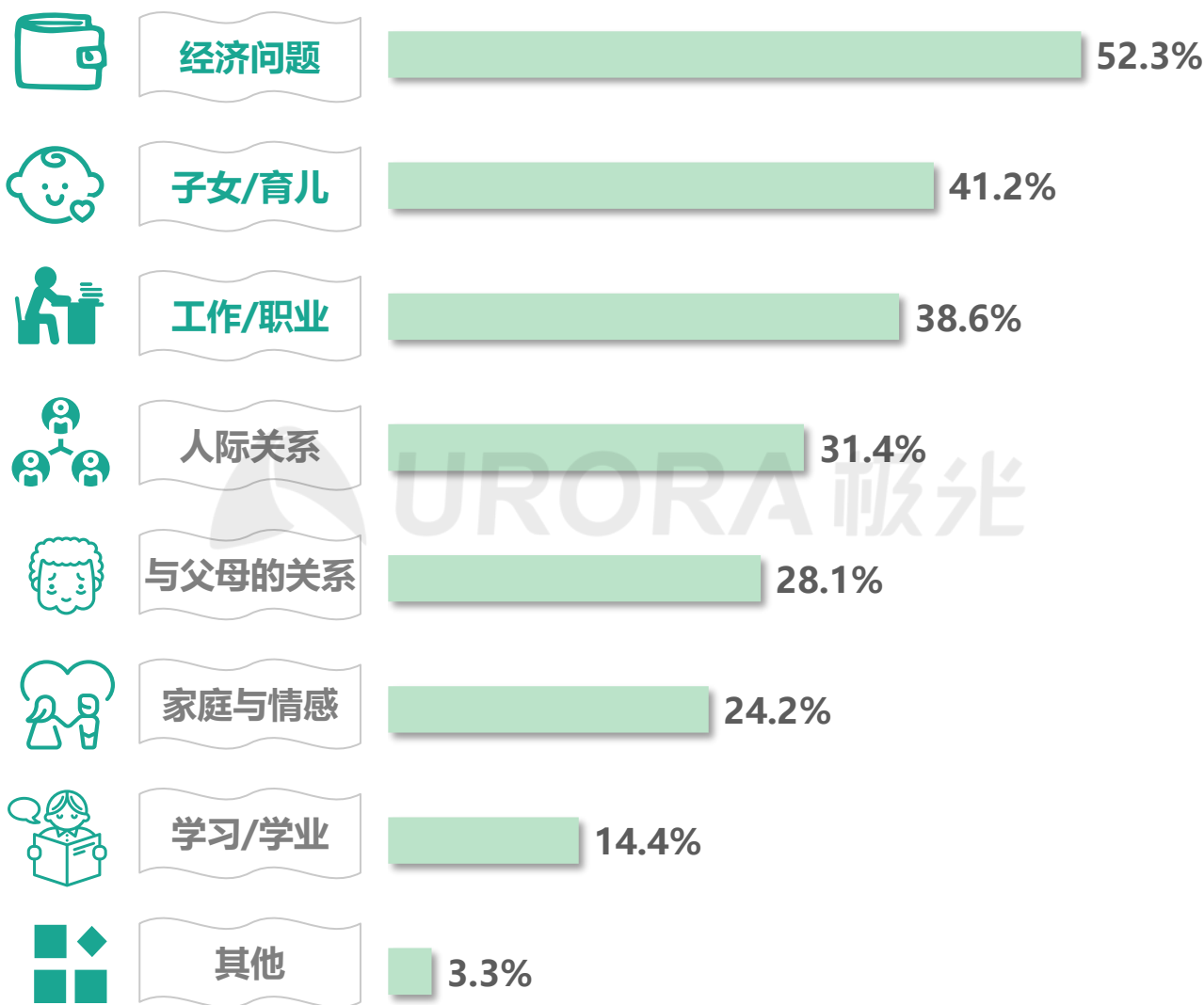


老父亲的烦恼，子女排位第二

- 对于已经生儿育女的男性人群，他们在日常生活中最烦恼的是自身的经济和收入问题，其次是与子女或者是育儿相关的问题，再者是工作和职业上的问题

当代父亲的烦恼有哪些？

已育男性人群日常的情绪压力来源



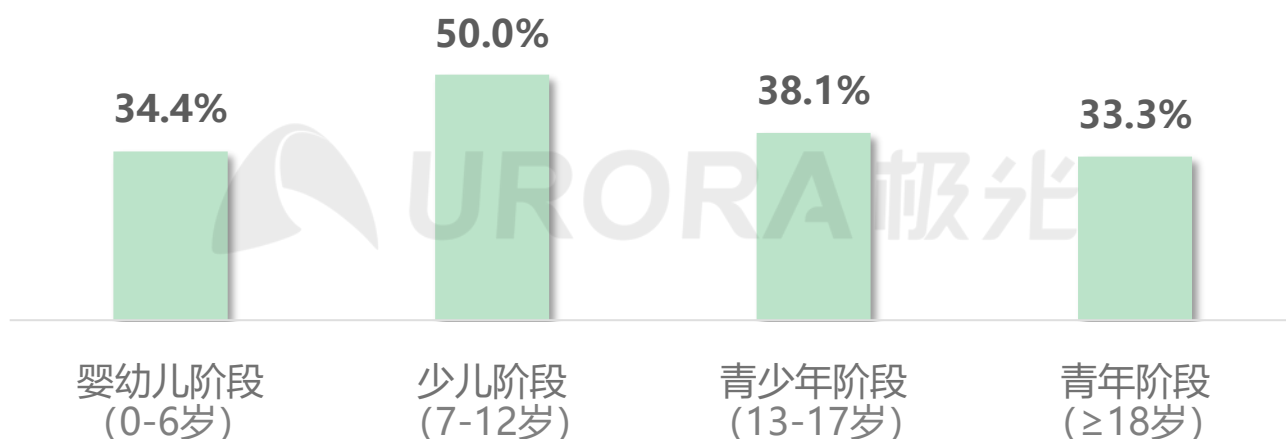
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2021.06

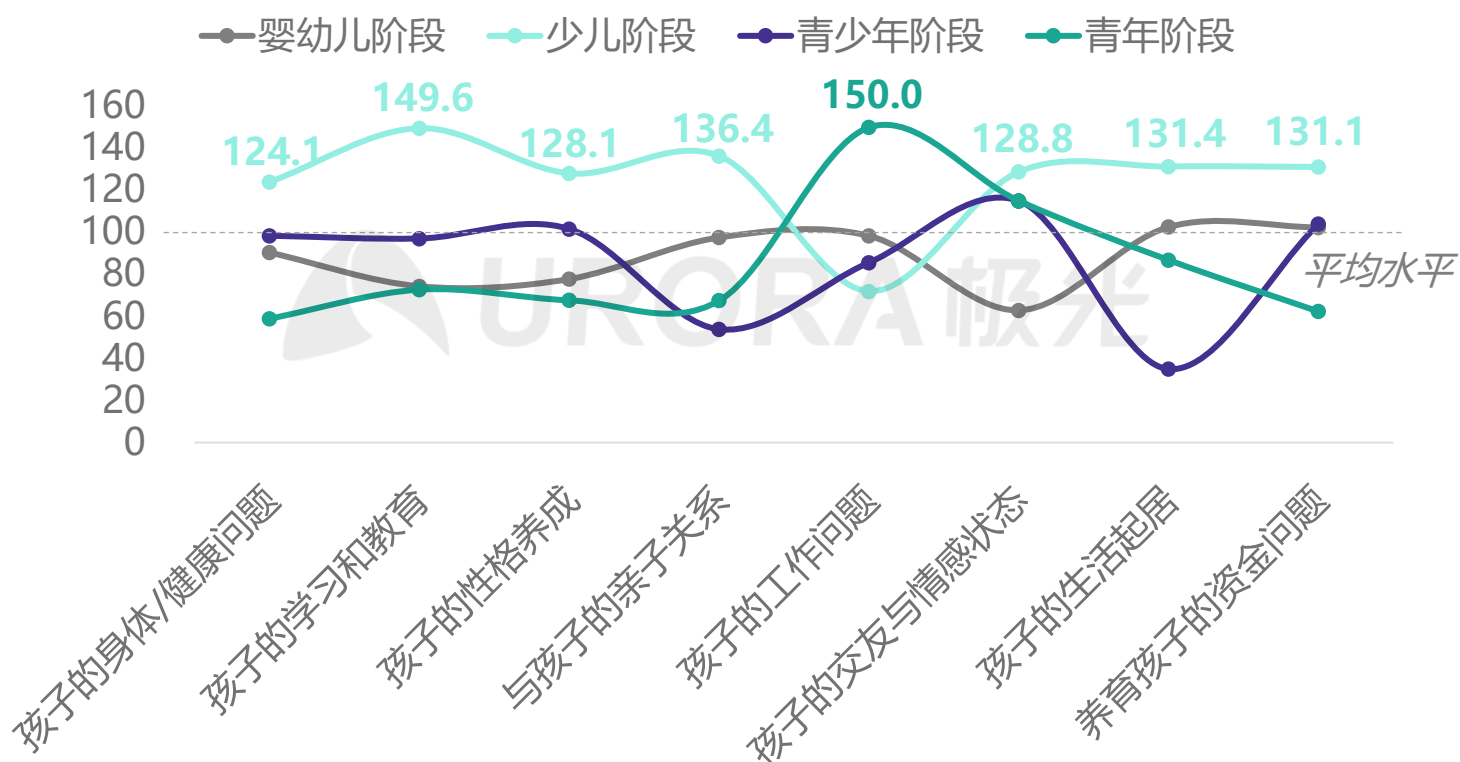
当爹不易，父亲在孩子的各个阶段有着不一样的担忧

- 从婴幼儿阶段开始，父亲担忧孩子“吃穿”的问题；少儿阶段的孩子则最让老父亲“头疼”，除了关注孩子的身体成长与健康，还要担心孩子学习教育、性格养成、亲子关系、交友与情感等各方面的的问题；到了青年阶段，父亲则开始焦虑孩子的工作与个人发展的问题

已育男性在不同育儿阶段有焦虑问题的占比



已育男性在不同育儿阶段所焦虑的问题 (TGI)



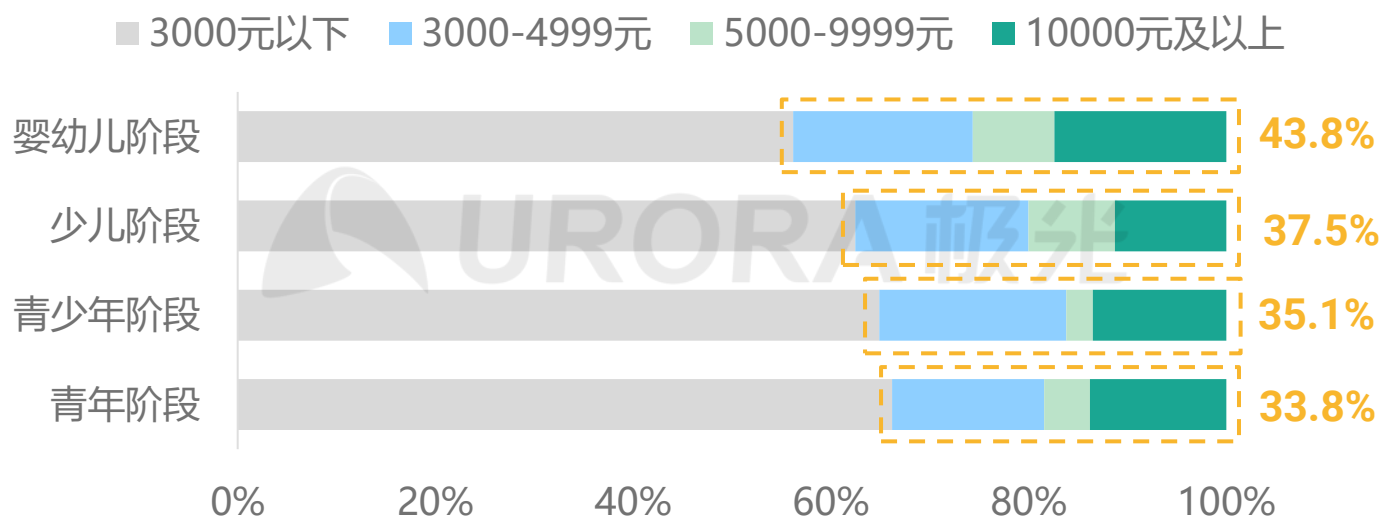
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

TGI：孩子处于不同年龄段的父亲中选择此项的人群占比/全体父亲选择此项的人群占比*100

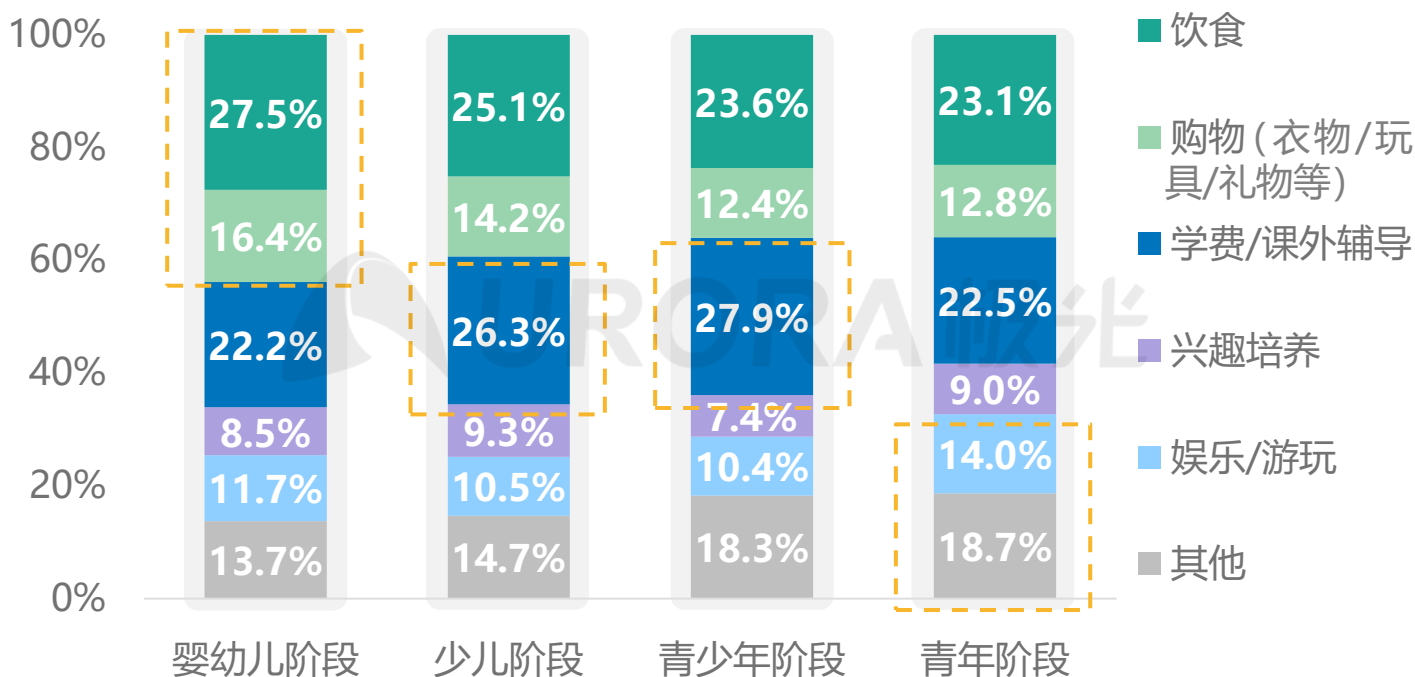
养育婴幼儿阶段的孩子最“费钱”

- 孩子处于婴幼儿时期的家庭，有43.8%每月在养育子女方面的支出在3000元以上，相对孩子处于其他年龄阶段的家庭来说花费更多
- 随着孩子的成长，父母在养育孩子方面的支出项目分配也在不断变化：在婴幼儿阶段，父母想办法让自己的孩子吃好穿好用好；到了少儿阶段和青少年阶段，孩子在教育和课外辅导方面的花费增多；孩子成年之后，父母会把更多的费用拿来让孩子玩乐或者自由分配

孩子处于不同年龄段的家庭在养育子女方面的月支出比例



孩子处于不同年龄段的家庭在养育子女方面的支出分配



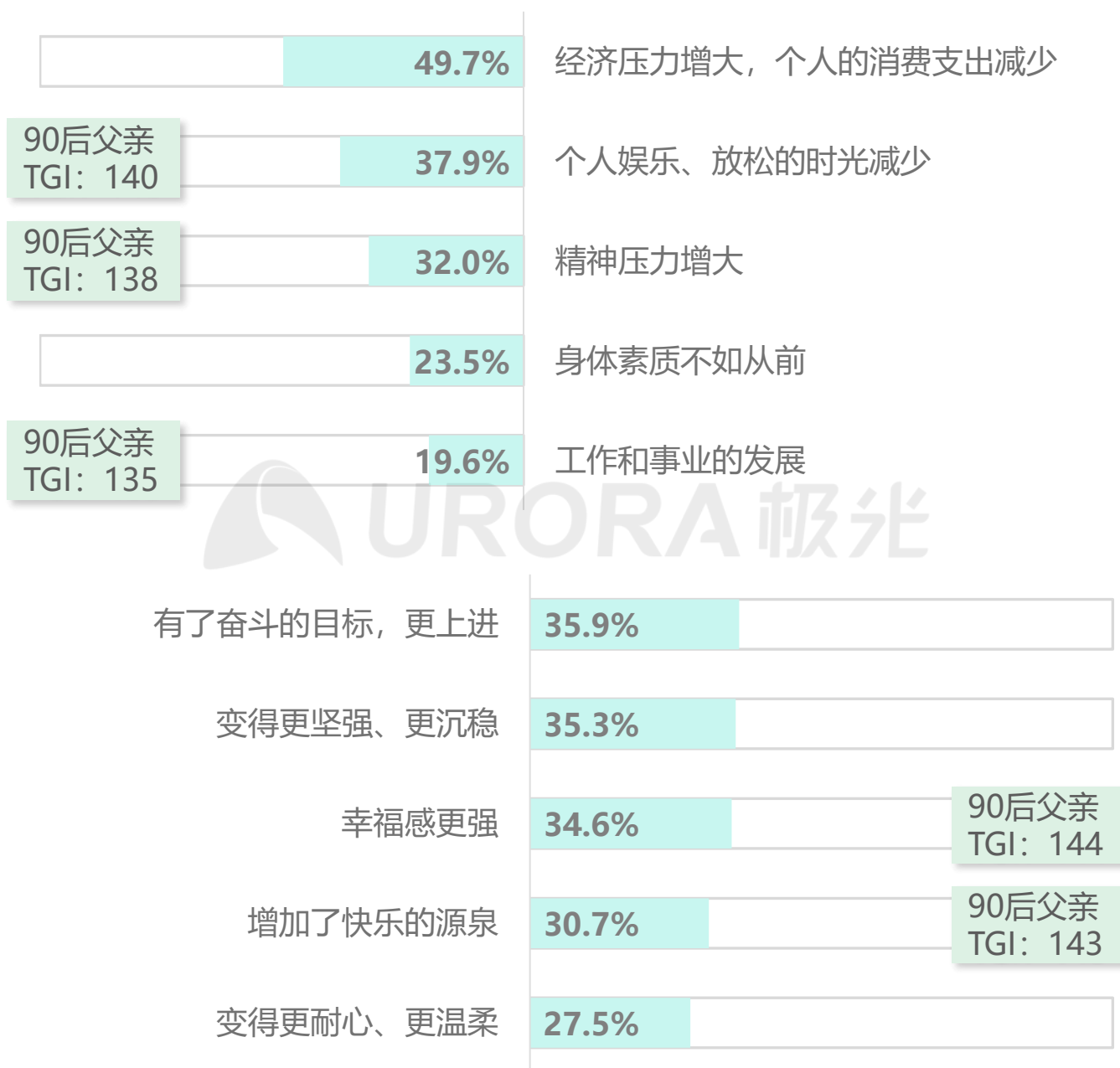
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

注：图表内的百分比数据由于小数点四舍五入相加可能不等于100%

养娃的日子苦中带甜

- 有了娃之后，男性最大的感悟是：钱包缩得更紧，放松时光更少，头发掉得更多，但是也变得更加上进和沉稳，更加幸福和快乐；90后父亲对此感受更深

已育男性人群认为有了孩子以后对个人的影响



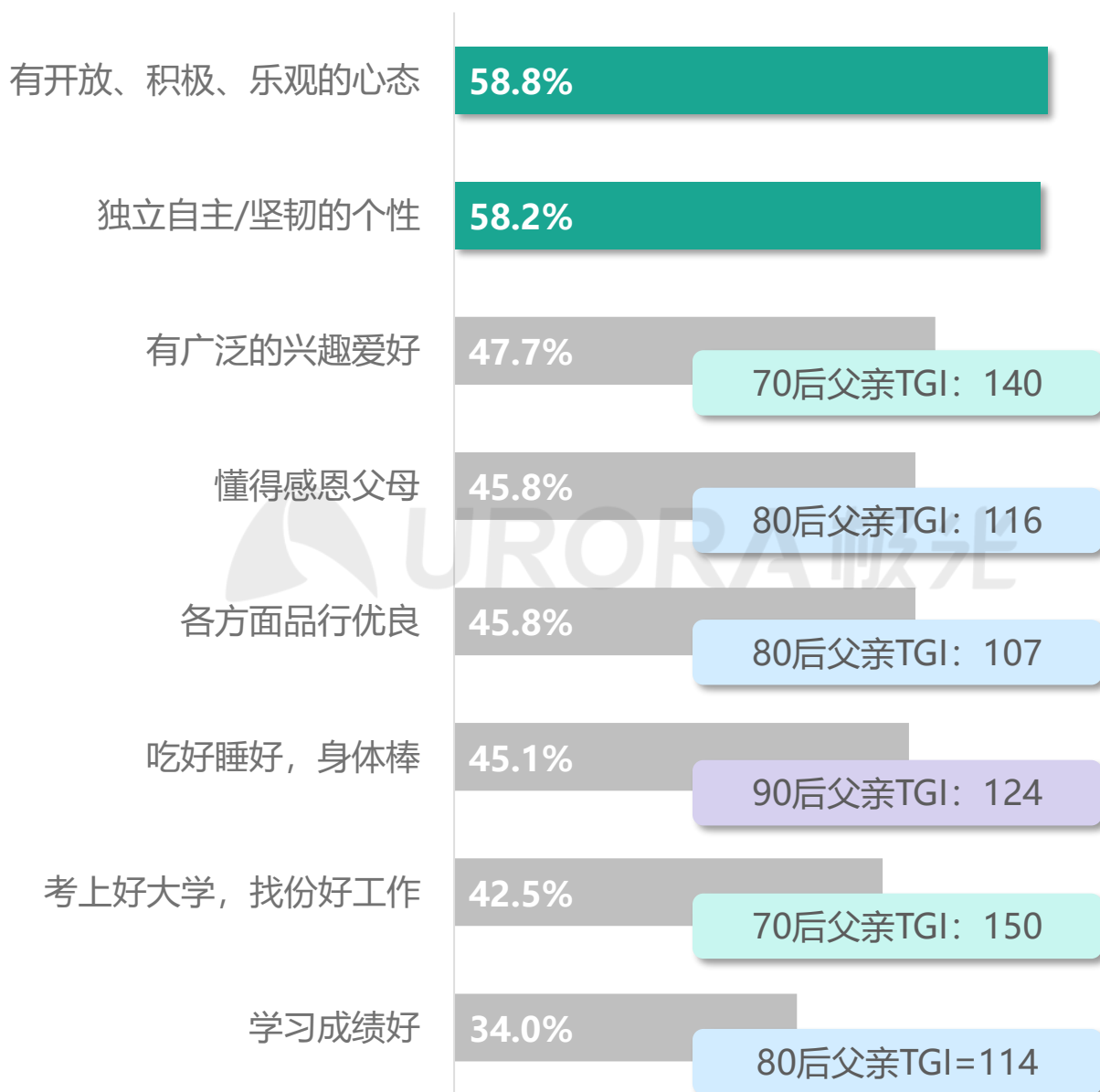
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

TGI：不同代际的父亲中选择此项的人群占比/全体父亲选择此项的人群占比*100

父亲对孩子的期望各不同，「开心就好」是首要

- 不同代际的父亲对孩子共同的期望是，“拥有开放乐观的心态”以及“独立自主的个性”；除此之外，90后奶爸最大的心愿是孩子能够“吃嘛嘛香，身体倍棒”，80后爸爸更希望孩子“会感恩孝敬父母”以及“学习和品行优良”，70后爸爸则最希望孩子能够“拥有理想的人生前程”以及“广泛的兴趣爱好”

父亲对于自己子女的期望



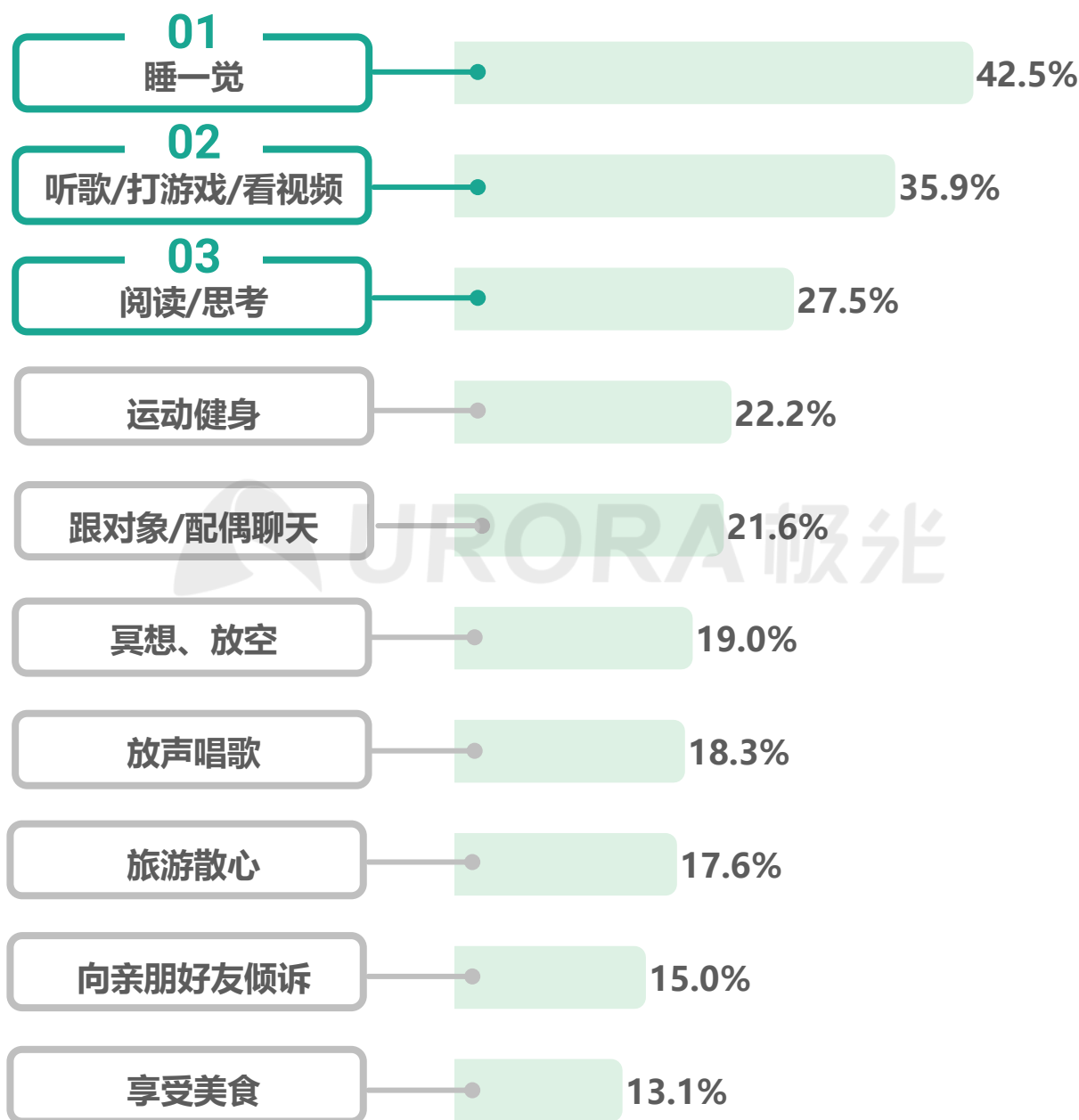
数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

TGI：不同代际的父亲中选择此项的人群占比/全体父亲选择此项的人群占比*100

不打扰，是让父亲短暂放松的最佳“礼物”

- 面对压力和负面情绪时，大多数的父亲更倾向于通过自己消化来缓解情绪；例如“睡一觉”、“玩手机自娱自乐”、“阅读和沉入沉思”等，是当代父亲暂时放松心情和缓解压力最主要的方式

面对负面情绪时父亲的解决方案



数据来源：极光调研 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)

数据周期：2021.06

PART 03

男性向app榜单



不同年龄阶段的男士们各有各的“忙”

- 18-25岁的“大男孩”还在玩乐和学习，26-35岁的男性已经开始在忙着工作和兼职，挣钱养家和养娃；36-45岁的男性则在为自家娃的学习和作业“发愁”；好不容易等到娃长大，46+的男性在工作之余，又开始投身于自己的兴趣爱好当中，看新闻、刷短视频、拍视频一件也不落

不同年龄层男性app使用偏好度排行

18-25岁男性



26-35岁男性



36-45岁男性



46岁及以上男性



数据来源：极光大数据 (Aurora Mobile, NASDAQ: JG); 数据周期：2021.06

报告说明

1. 数据来源

1) 极光 (Aurora Mobile, NASDAQ:JG), 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; 2) 极光调研数据, 通过极光调研平台进行网络调研; 3) 其他合法收集的数据。以上均系依据相关法律法规, 经用户合法授权采集数据, 同时经过对数据脱敏后形成大数据分析报告。

2. 数据周期

报告整体时间段: 2019年6月-2021年6月。

3. 数据指标说明

具体数据指标请参考各页标注。

4. 免责声明

极光JIGUANG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。由于统计分析领域中的任何数据来源和技术方法均存在局限性, 极光JIGUANG也不例外。极光JIGUANG依据上述方法所估算、分析得出的数据信息仅供参考, 极光JIGUANG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JIGUANG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。

6. 版权声明

本报告为极光JIGUANG所作, 报告中所有的文字、图片、表格均受相关的商标和著作权的法律所保护, 部分内容采集于公开信息, 所有权为原著作者所有。未经本公司书面许可, 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》和其他法律法规的规定。

关于极光

极光（Aurora Mobile，纳斯达克股票代码：JG）成立于2011年，是中国领先的开发者服务提供商，专注于为开发者提供稳定高效的消息推送、一键认证以及流量变现等服务，助力开发者的运营、增长与变现。同时，极光的行业应用已经拓展至市场洞察、金融风控与商业地理服务，助力各行各业优化决策、提升效率。



极光数据引用及咨询
marketing@jiguang.cn



For developers , by developers