

育儿

喂养

新妈妈

四型养娃路

新生代妈妈科学育儿白皮书

CBNDATA

第一财经商业数据中心





一个宝宝两岁前
需要换

4,745片尿布



一个宝宝两岁前
需要喝

553,340毫升奶



新手妈妈
一年要丢掉

1,197小时的睡眠



学龄前的宝宝每天

需要**210**次
妈妈的关注

宝妈的付出，是一次次重复每一件小事。

每一个妈妈，都想为宝宝的发展倾尽全力。可这些在宝宝成长至关重要的前三年，我们倾注在宝宝身上的陪伴和关怀，是否真如我们自以为的这般“有效”和“正确”？



在这个既漫长又短暂的过程里，妈妈们面临职业和家庭平衡的焦虑、突发状况的手足无措、宝宝未来成长的“装备竞赛”等问题，应该如何不断学习和成长成为宝妈们的重要话题。对审美教育的要求、对科学育儿观念的推崇、对“成功”的全新定义，当代年轻宝妈的育儿观也随着时代的发展，产生了巨大的变化。

第一财经商业数据中心（CBNData）与亨氏联合发布《新生代妈妈科学育儿白皮书》，聚焦孩子年龄在0-3岁的90后年轻宝妈，通过大数据、问卷调研和深度访谈等研究方法，剖析这些新生代妈妈的育儿特点和实际遇到的育儿问题。从育儿风格的角度出发，总结归纳出四种类型的妈妈，并针对她们在喂养和教育等具象的方面进行差异解析，最后结合育儿专家大J的建议，倡导科学育儿和高质量陪伴的概念，引发妈妈们对育儿理念的深思和讨论。

目录

- 第一部分：新生代妈妈育儿现状：
什么都很“缺”
- 第二部分：新生代妈妈群像：
四大类型育儿方式面面观
- 第三部分：如何“让爱更真实”：
科学育儿与高质量陪伴



PART

01

新生代妈妈育儿现状：
什么都很“缺”

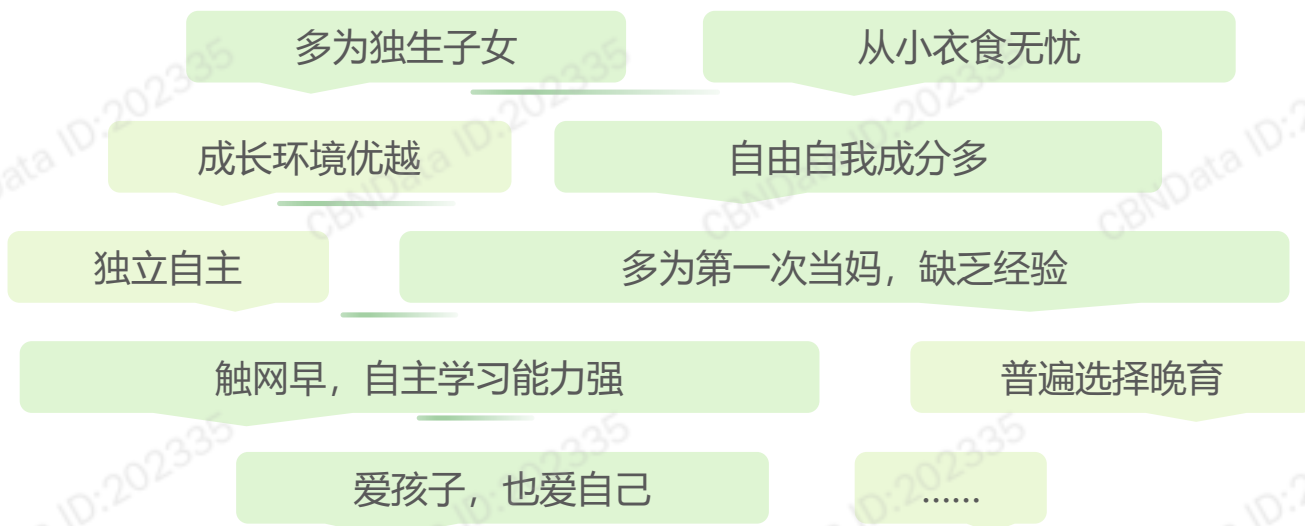
90后宝妈“萌新”报到，这一届妈妈个性大不同

90后女性数量约达到了9000万，她们之中有越来越多的人开始面对婚育问题。以该年龄段为代表的女性因孕育生命进入其第二人生，逐渐成为育儿的新生力军。相比上一代，多元的成长环境造就了新生代妈妈的个性和特点，开启了“双面人生”的她们诠释了这个时代“母亲”的新定义。



数据来源：国家统计局
数据说明：根据人口年龄、性别抽样数据推算

新生代妈妈之“新”



崇尚科学养育，新生代妈妈对于育儿有高期待

多元的成长环境造就了新生代妈妈大不相同的育儿观念和期待。她们对“少而精”的育儿理念较为推崇，重视专业知识，崇尚科学养育，对养育下一代有较高的期待，育儿投入颇丰，育儿标准不断升级。

新生代妈妈“为人母”的关键词

高学历



75%的90后妈妈受过高等教育¹

高收入



83%的90后妈妈的家庭年收入高于12万²

高期待



育儿成本已经占我国家庭平均收入的50%³

早武装



70%的90后妈妈在生育前就开始关注育儿知识⁴

不盲从



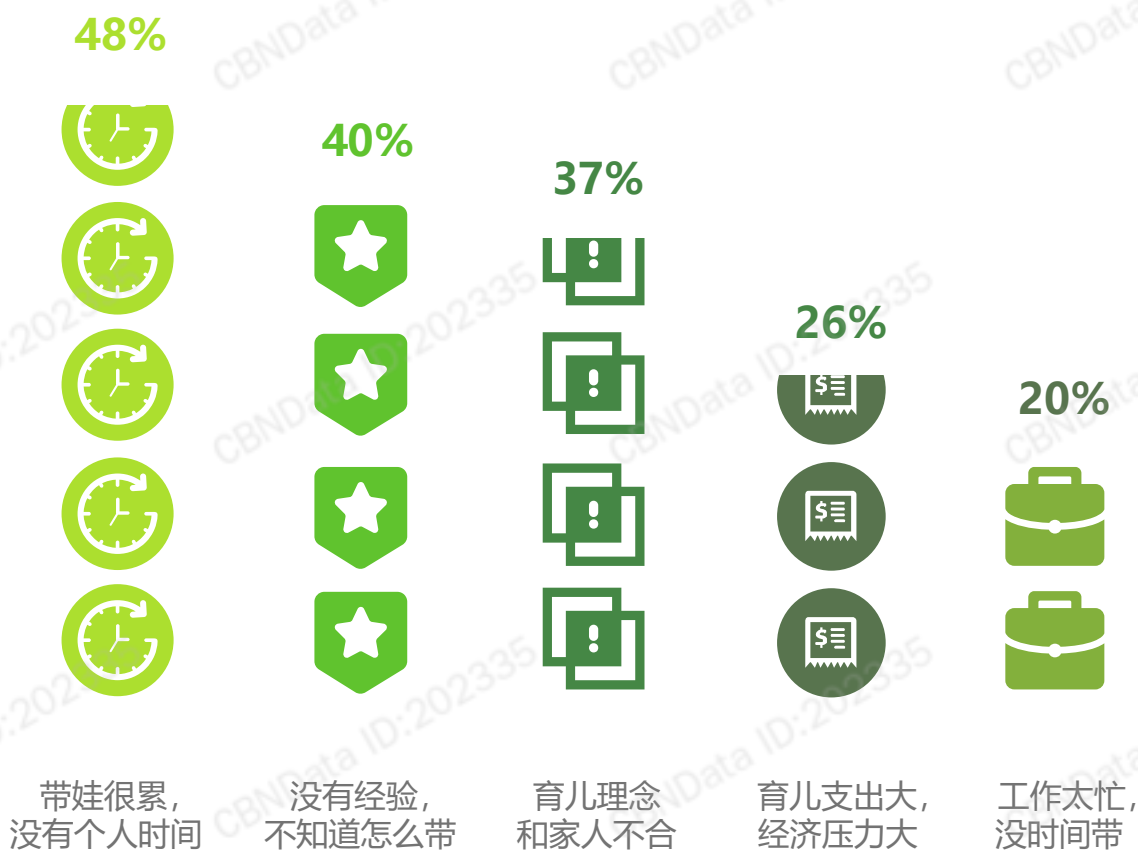
60%的年轻宝妈手机上安装了至少2个育儿App⁵

数据来源：[1]、[2]、[4] 2019年11月CBNDATA调研数据；[3] 网络公开信息；[5] 亲宝宝&艾瑞咨询

当梦想照进现实，育儿问题一箩筐

当理想和现实对对碰，育儿实际上问题百出，妈妈们的理论知识再丰富也难免在“骨感”的现实中碰壁。新生代妈妈虽然网罗各路养娃观，然而碰到了实际问题却无法用来对应和照搬，身体状况、家庭关系、经济支出、孩子状态等问题让新生代妈妈的育儿道路充满了波折和挑战。

新生代妈妈遇到的育儿烦恼



数据来源：2019年11月CBNDATA调研数据，N=806

养育不易，新生代妈妈面临四大育儿问题

新生代妈妈实际育儿问题



01 缺睡眠

当妈的十二时辰从不轻松，缺觉成为常态

02 缺时间

私人时间不断压缩，个人爱好为带娃让位

03 缺经验

没有参考和实战宛如“育儿小白”

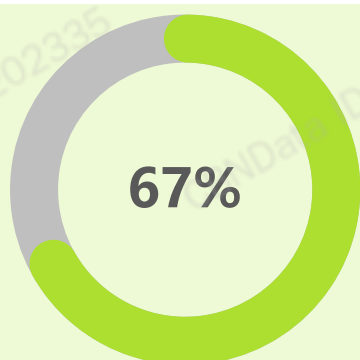
04 缺帮手

隔代育儿下，妈妈既感恩长辈又难避冲突

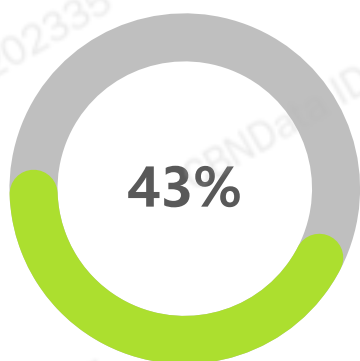
连轴转的务“家”生活跟休息绝缘 这届新妈妈“缺睡眠”

从辰时到子时，当妈的十二时辰从不轻松，孩子吃饭、睡觉、排泄、玩乐时常不规律，妈妈忙到飞起是常态。数据显示，在众多因素中，缺乏睡眠是新手妈妈在生育后感觉最辛苦的状况，四成妈妈每天睡眠时间不足6个小时，睡个好觉竟然成为了奢求。

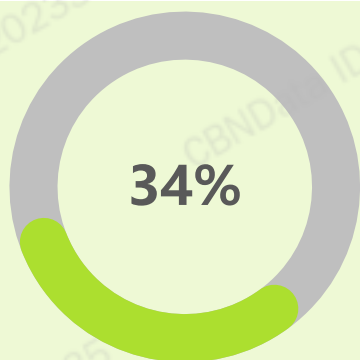
中国妈妈的睡眠情况



六成妈妈
深度睡眠不足



四成妈妈
每天睡眠小于6小时



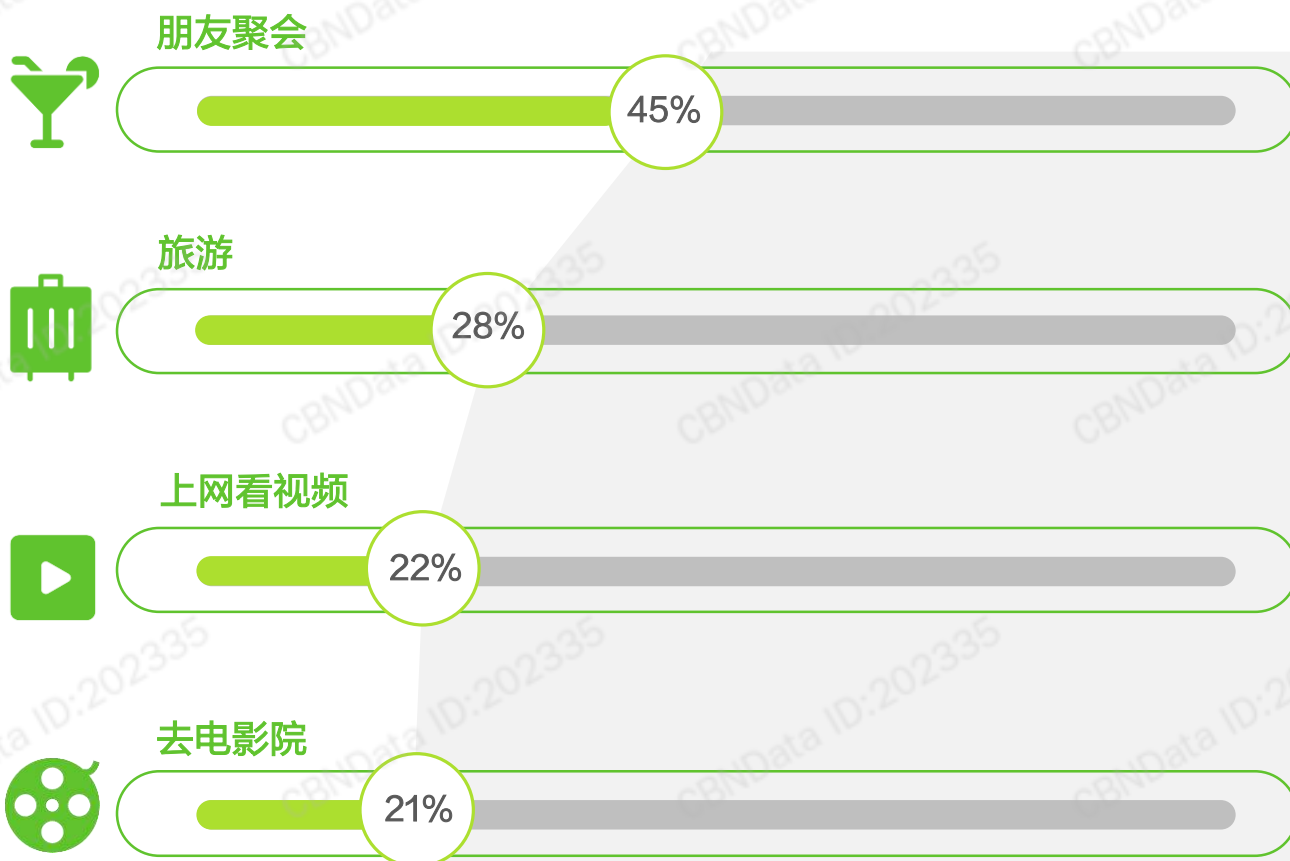
三成妈妈
没法一觉睡到天亮

数据来源：世界卫生组织

双面人生下的自我时空不断压缩 这届新妈妈“缺时间”

一边在工作岗位努力拼搏，一边挂心宝宝的一切。调研数据显示，尽管分身乏术，职场妈妈对育儿仍毫不含糊，近九成开启了上班工作下班带娃的无缝模式，非工作时间全留给孩子。但生活重心的转变使宝妈的私人时间不断被压缩，两成妈妈感觉生孩子后一切以孩子为中心，没有自己的生活，社交、娱乐等个人爱好不得不为带娃让位。

相比生育前，生育后的妈妈在个人社交、娱乐、爱好等方面缩减了花费或者时间

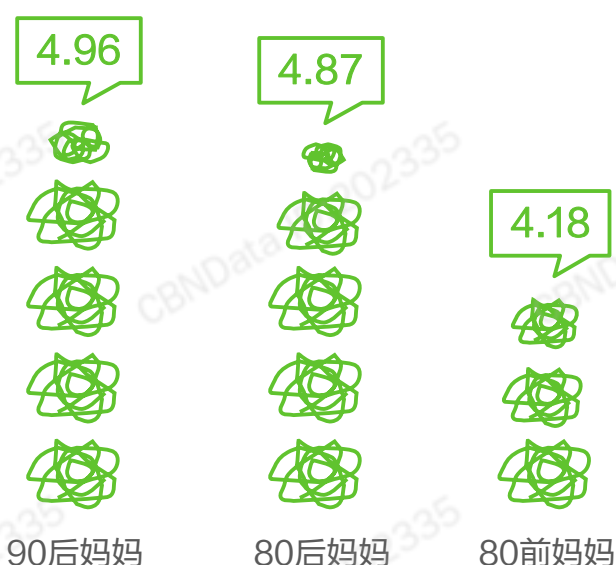


数据来源：极光大数据《2019年母亲节专题研究》，Q生育后的妈妈在哪些项目上缩减了花费或者时间

没有参考和实战秒变“育儿学渣” 这届新妈妈“缺经验”

对于多数新生代妈妈，育儿是人生的“新课题”，没有参考也缺乏经验，即便是生育二胎的宝妈，也会因为二宝的个性差异遇到无法掌控的养育难题。她们尽管始终在摸索和学习，关注了多样育儿渠道，但其焦虑度仍旧高于其他年龄段妈妈。

90后妈妈的焦虑程度最高



数据来源：2019年11月CBNData调研数据，Q请给您自己在育儿上的焦虑程度打分？
(10分为非常焦虑，1分为不焦虑)

“自己没经验，有的时候你看书，虽然说你看书可以学一些育儿知识，但是有很多时候每个宝宝的情况是不一样的。你看了以后你也不知道这个情况是正常还是不正常的”

——上海，2岁女宝宝妈妈

“自己是新手妈妈，有很多东西其实没有想到，虽然怀孕的时候也读了一些书，学了一些知识，但没有想到生下来以后有那么多事情，尤其是刚刚生下来那个阶段，还是挺焦虑的”

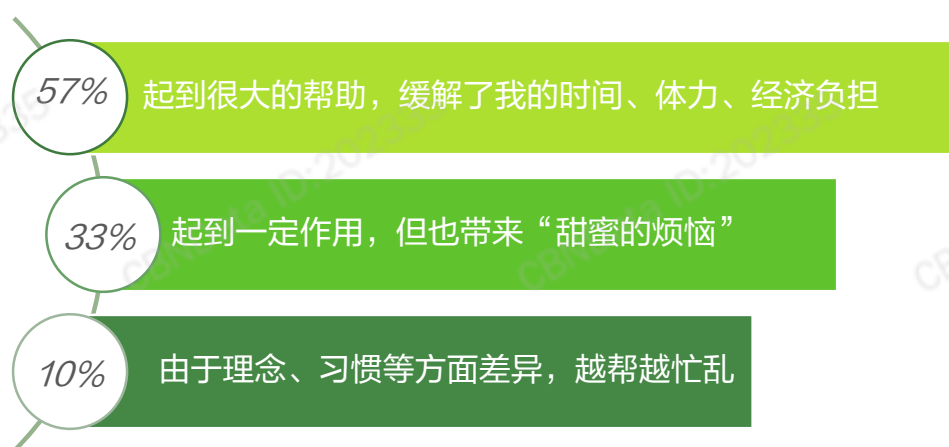
——北京，3岁男宝宝妈妈

资料来源：CBNData & 亨氏 & 育儿专家大J深访

隔代养育背景下的求同存异难实现 这届新妈妈“缺帮手”

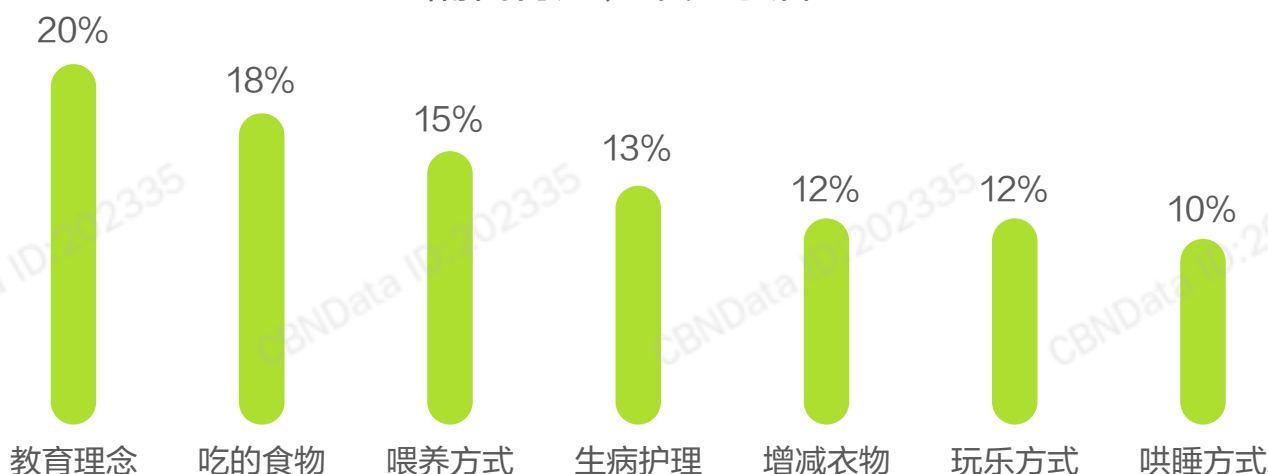
经济、精力受限使得新生代妈妈不得不求助他人帮忙育儿。调研显示，在需要人手帮忙育儿的家庭中，约九成会求助长辈。但由于生活习惯、育儿理念不同，宝妈们在感恩长辈缓解自身负担的同时，也难以避免与对方在育儿方式上产生冲突。

“喜忧参半”是妈妈们对隔代养育的主要感受



数据来源：艾瑞咨询&亲宝宝《中国年轻育儿家庭用户洞察报告》

隔代育儿，难免矛盾



数据来源：2019年11月CBNDATA调研数据，N=242，Q（针对隔代养育家庭）请问您和长辈在育儿的哪些方面发生过分歧或者冲突
数据说明：没有计入没有矛盾的人群

A warm, close-up photograph of a woman with dark hair, smiling and holding a young child. The woman is wearing a light blue long-sleeved shirt. The child is wearing a white short-sleeved shirt and is looking towards the camera with a happy expression. The background is a soft, out-of-focus light color.

PART

02

新生代妈妈群像：
四大类型育儿方式面面观

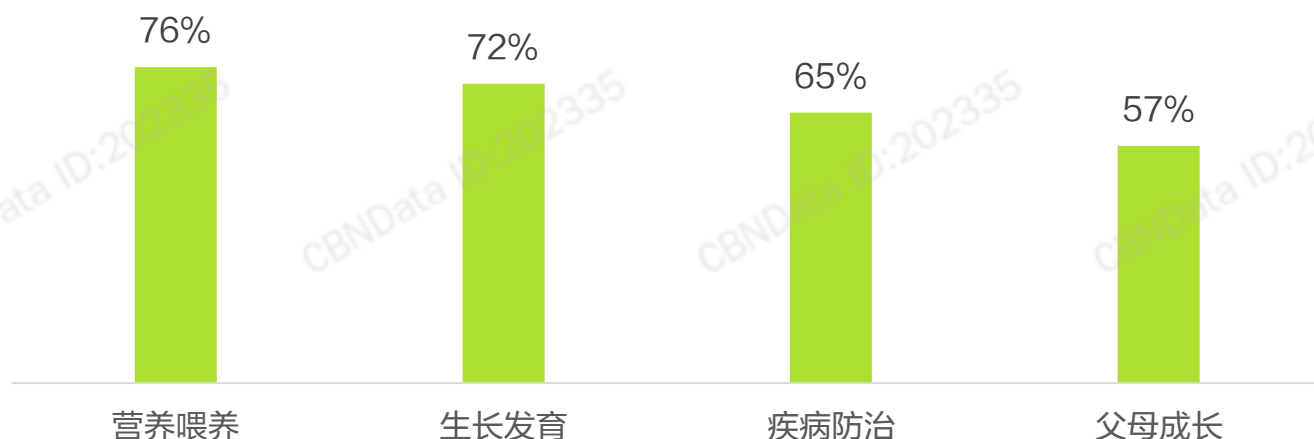
新生代妈妈个性大有不同

成长背景和原生教育等因素的差异，使得新生代妈妈们的性格大有不同。这些都会在妈妈们的育儿期待和理念里打上烙印，使之形成千差万别的育儿风格。在营养喂养、生长发育、教育理念等方面，新生代妈妈呈现出对立、多面、复杂和变通的心态。

造就妈妈们不同育儿风格的原因列举



0-3岁宝宝的家长重点关注的内容



数据来源：微博《2018微博母婴育儿家庭教育消费趋势洞察报告》

不同育儿风格全面开花

新生代妈妈，和而不同

“鸡血”妈妈

雄心勃勃，结果导向
追求竞争，渴望回报



“管家”妈妈

全心投入，亲力亲为
面面俱到，有备无患



“佛系”妈妈

不焦虑，不苛责
自我爱好不放松



“成长”妈妈

育儿先育己
相信言传身教的力量



“鸡血”妈妈

她们深知努力的重要性，不仅自己拼，也希望孩子在各方面都要拼要赢。基于内心的责任感和对孩子未来竞争的焦虑，在育儿方面“鸡血”妈妈既有明晰的规划，也有高额付出，她们希望孩子的各方面能产生与付出对等的回报。

育儿关键词

追逐成长KPI

“他现在虽然长得比较高，但是我也担心他以后的潜力（还有没有）。所以我也打算约个专家带他去照一个骨龄的B超，预测一下他未来能长多高，我对身高（这件事），还是比较纠结的”

——北京，3岁男宝宝妈

期望快人一步

“现在有在了解附近的一些幼儿园，包括看会不会提前去上学。虽然现在三岁才能上幼儿园，但是我觉得还是要再早一点，现在小孩子他的一些脑部发育成熟度都会比以前提前，如果等到三岁再去接受这些教育，我觉得有点晚了”

——广东，1岁女宝宝妈

立志培养“精英”

“（对于孩子今后的学业发展）我的目标是一定是藤校毕业。我们可能怀在肚子里的时候，就已经开始去了解，到底要有一个什么样的途径（才能实现未来去藤校）”

——北京，3岁男宝宝妈

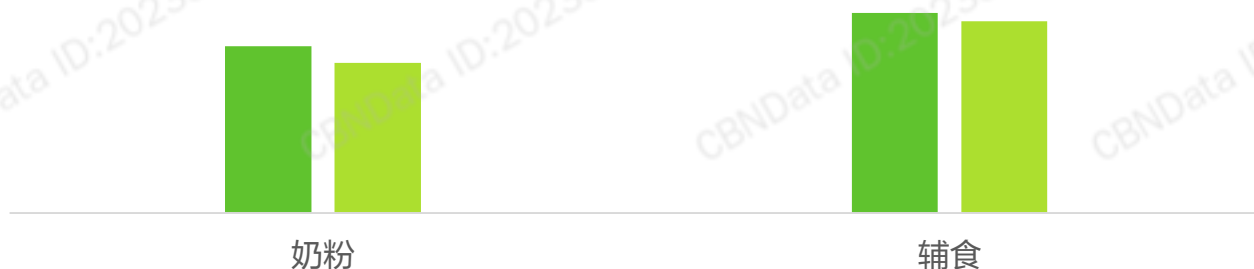
资料来源：CBNDATA & 亨氏 & 育儿专家大J采访

追逐成长KPI，“鸡血”妈妈对孩子吃饭、成长有要求

“鸡血”妈妈的爱贯穿于宝宝的“全面竞争”之中。她们认为竞争无处不在，所以要尽力提供给孩子最贵、最优质的成长辅助。在孩子的成长发育方面，她们期望自己的努力付出能带来对等的“回报”。“鸡血”妈妈的幸福感和成就感源于实际和规划的高度一致，她们希望孩子的营养和成长都在自己的掌控内。

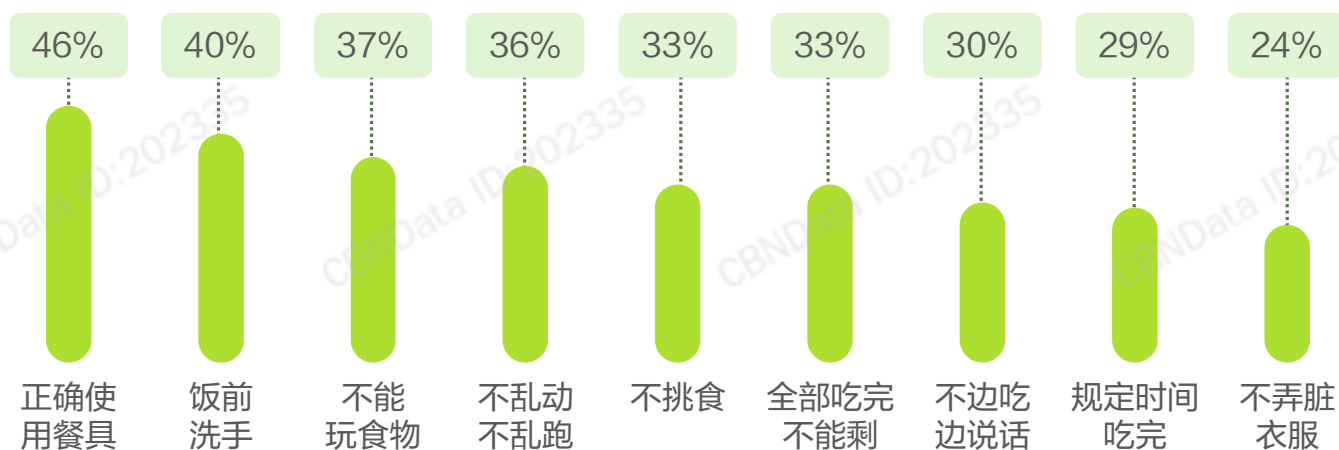
高端婴幼儿消费品，90后妈妈更“买账”

■ 90后妈妈 ■ 90前妈妈



数据来源：天猫母婴、凯度消费者指数、CBNData《母婴消费新升级趋势洞察报告》
数据说明：2017年不同年龄段妈妈购买母婴高端消费品的金额占比

“鸡血”妈妈对于孩子吃饭习惯有了更多“贵族”式进阶要求

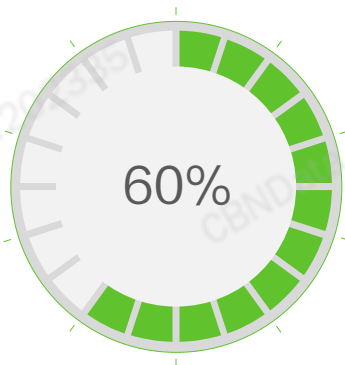


数据来源：2019年11月CBNData调研数据，N=636；
数据说明：“鸡血”妈妈为非常认同或者较为认同“鸡血”妈妈关键词的90后妈妈

不能输在起跑线，“鸡血”妈妈要求快人一步

“不能输在起跑线上”成为“鸡血”妈妈头上的紧箍咒，她们时刻担心自己的孩子落后于他人，于是主动或被迫怀着“人无我有，人有我优”的心态，要求自己提前筹谋以确保孩子的每一步都有先发优势。线上数据显示新生代妈妈更倾向在孩子不到一岁时就购买外文儿童读物。

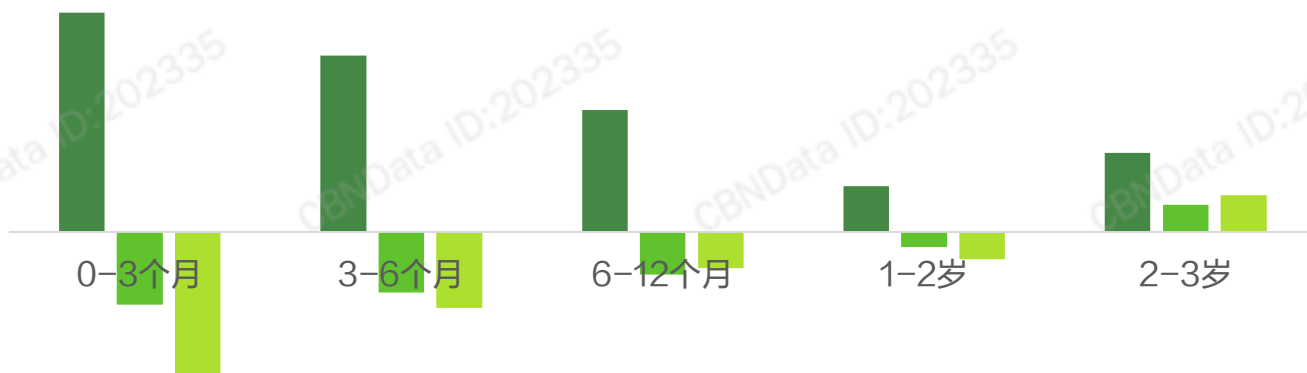
中国妈妈每10个中就有6个希望孩子早点使用新技术产品



数据来源：MullenLowe Group 《Frank about Woman》

90后妈妈更倾向在孩子不到1岁时就购买外文儿童读物

■ 90后妈妈 ■ 80后妈妈 ■ 80前妈妈



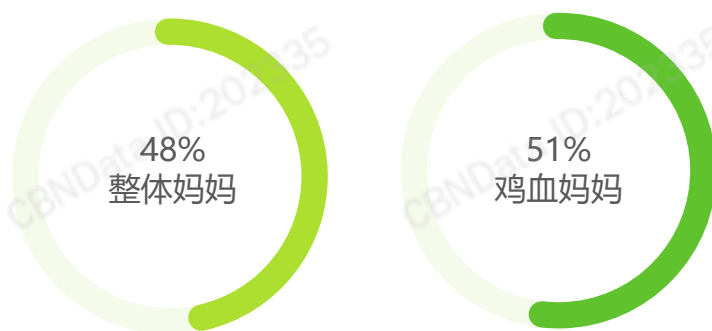
数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：购买倾向根据TGI计算得出， $TGI = \frac{\text{2018年10月到2019年9月某月龄孩子不同年龄段妈妈的消费金额占比}}{\text{该年龄段妈妈的总消费比例}} - 1$ ；大于0代表倾向购买，小于0代表不倾向购买

立志培养精英，“鸡血”妈妈早教意识强

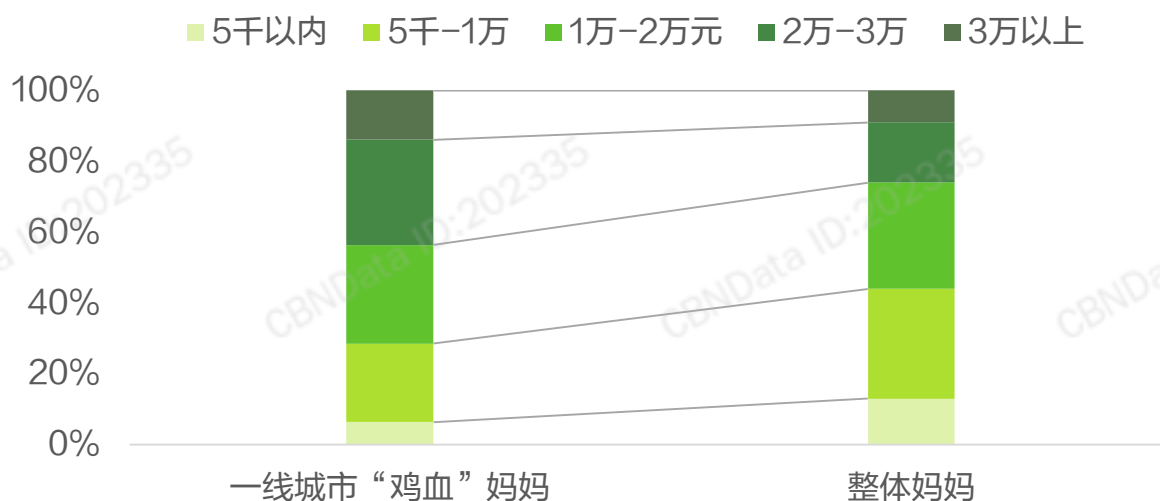
“鸡血”妈妈认为启蒙期是孩子发展的机会之窗，是获取多项技能的最佳时机。为了应对竞争越来越激烈的大环境，她们希望能全力帮孩子尽早建立优势，因而对早教非常重视。尤其身处竞争更激烈且压力更大的一线城市的“鸡血”妈妈，她们的早教意识更强，且在早教的花费毫不手软。

“鸡血”妈妈给孩子报名早教机构的比例高于整体



数据来源：2019年11月CBNData调研数据

一线城市“鸡血”妈妈在早教的年花费约为整体的1.2倍



数据来源：2019年11月CBNData调研数据，Q请问您每年在早教上大概花多少钱
数据说明：年花费根据金额粗略计算

“管家”妈妈

她们努力追求做自己心中的“好妈妈”，“管家”是她们表达爱的方式。在育儿方面，宝宝的每一顿饭她们都要亲自操刀，每一件衣服都要亲自挑选，吃喝玩乐、衣食住行的各方面她们都尽量亲力亲为，把自己亲手做的最好的都给孩子。她们对孩子的关爱无微不至，极致呵护为孩子撑起保护伞。

育儿关键词

亲力亲为

“给宝宝做的食物，一般像水果、菜、肉这些，我都是要当天买新鲜的，会特别去买那种绿色无添加的食材，只要我有时间我愿意（每天花一个小时给宝宝做饭），主要（周中）有工作就没空，但周末一般都会的”

——广西，1岁男宝宝妈

极致细节控

“主要（担心的问题）是男孩比较好动吧，出去玩的时候总怕他磕着碰着，他还不让家长拉着手，总喜欢自己跑。所以每次一出去，我都是提心吊胆的，我就经常站在他后面，看到快摔倒了赶紧上去‘抢救’”

——北京，2岁男宝宝妈

面面俱到，有备无患

“我们家的客厅里面的所有的危险源我都搬离了。然后给他弄出来一块特别安全的地方让他去活动，像桌子肯定是要包软的包脚的，茶几我都放到阳台上去。基本上他能接触的范围都没有什么危险”

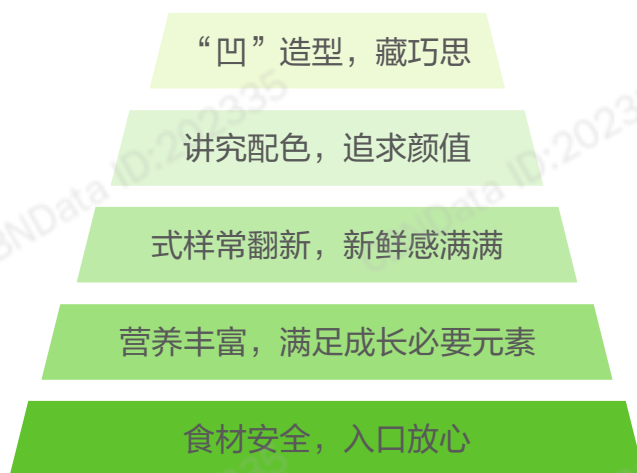
——广西，1岁男宝宝妈

资料来源：CBNDATA & 亨氏 & 育儿专家大J深访

参与度满分，“管家”妈妈的爱浓缩于亲力亲为的每顿羹汤

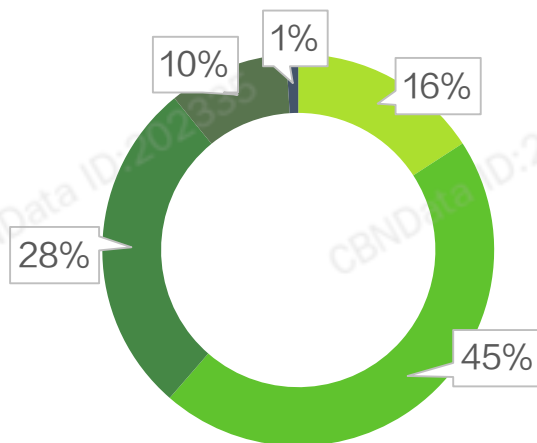
宝宝的事是“管家”妈妈日常生活的全部，亲力亲为是她们表达爱的方式。她们将几乎所有的精力和时间倾注在孩子身上，基本包办了孩子衣食住行玩的一切。特别在喂养方面，为了安全和营养，她们愿意花大量的时间亲自为孩子下厨，只为让孩子吃得开心、吃得健康。

“管家”妈妈对孩子食物的多重要求



四成“管家”妈妈每顿饭耗时在1小时以上

■ <0.5小时 ■ 0.5-1小时 ■ 1-1.5小时 ■ 1.5-2小时 ■ >2小时



数据来源：2019年11月CBNData调研数据，N=450

数据说明：“管家”妈妈为非常认同或者较为认同“管家”妈妈关键词的人群

全天候开启警报，“管家”妈妈变身细节控

“上帝无法照顾每个人，于是创造了母亲”——成长道路不平坦，“担心”和“害怕”是贯穿“管家”妈妈育儿过程的重要关键词，她们有着细致入微的观察力，一方面对比孩子的发育生长情况，担心孩子成长的滞后和掉队，另一方面她们会对不同环境预想可能的安全隐患，随时拉响危险的“警报”。

“管家”妈妈的担心和害怕

生长发育有没有滞后 怕接触火
出门怕车流多，车速快 玩闹怕受伤害
营养是否全面 怕走路跌倒、撞头
外出吃饭怕烫伤 怕柜子倾倒 睡觉怕翻滚下床
吃的干不干净，卫不卫生 冬天怕吹风感冒
怕接触电 外出怕丢、怕人贩子
怕指甲刮伤自己 夏天怕蚊子叮咬

“我们小区有一个宝宝，比他小一个月，却比他高，这个我比较着急。所以我一直在督促我妈妈，每天有没有按时让他吃D3，晒太阳，有需要在后面补上来”

——广西，1岁男宝宝妈

“比如说交通方面，出门车比较多，他自己不可控的情况下的这种安全意识，我会比较担心一点，会特别注意这些”

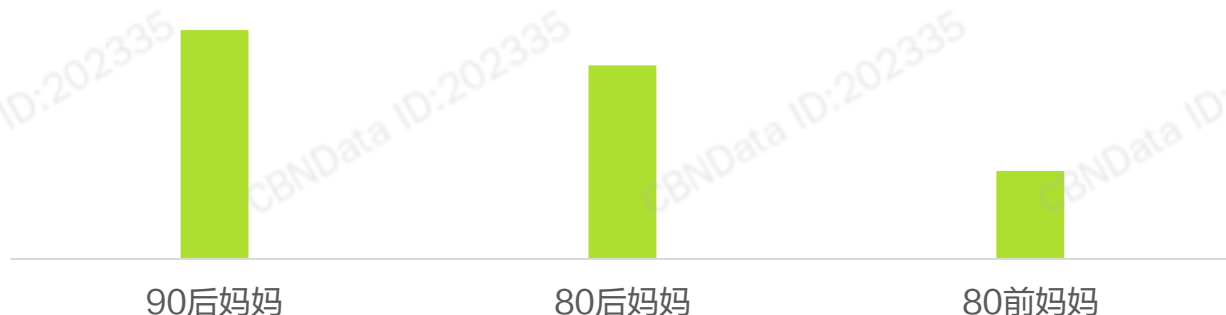
——陕西，2岁男宝宝妈

资料来源：CBNData & 亨氏 & 育儿专家大J深访

面面俱到有备无患，细节控织起全方位安全网

“管家”妈妈总是认为孩子还小，安全意识尚浅，极易容易发生意外和安全事故，因此安全防护的措施一定要十分谨慎周到，有备无患总好过江心补漏。数据显示，新生代宝妈在婴童防护用品的人均花费最高，在日常生活中的每一个细节中为孩子编织起全方位的“安全防护网”。

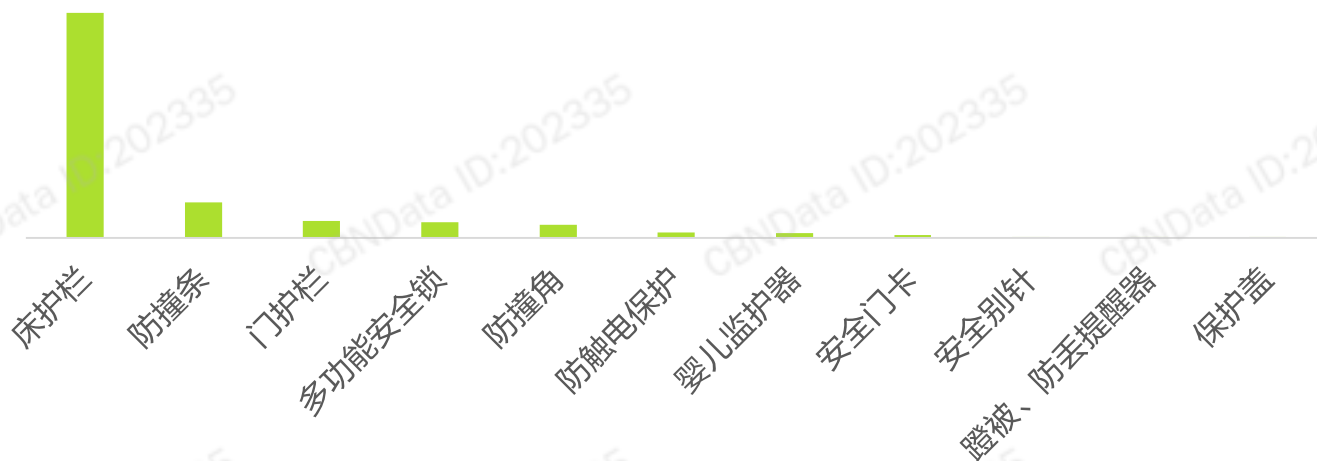
90后妈妈在淘系婴童防护用品的人均消费金额最高



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：2018年10月到2019年9月淘系婴童防护用品不同年龄妈妈的人均消费金额

90后妈妈在淘系不同婴童防护用品的花费



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：2018年10月到2019年9月90后妈妈在淘系不同婴童防护用品的消费金额

“佛系”妈妈

她们的幸福感不仅来自家庭，更多是对自己生活的满足感。她们的育儿压力较小，在日常生活中较少主动参与到养育的过程中，对宝宝的各方面发展不过分追求精细和细致，认为孩子“总会长大的”。

育儿关键词

云淡风轻

“（和老人）基本上没这种问题（育儿矛盾），我们都比较心大。基本上我们会在事前把规则跟老人一起评估一下，我们也没有什么矛盾冲突之类的”

——河北，2岁男宝宝妈

举重若轻

“我做饭不是很好看，基本上就算是黑暗料理，我不太会关注造型，比较浪费时间。只要能吃就好了，基本上就是大锅炒，菜肉都炒到一起，怎么简单怎么做”

——陕西，2岁男宝宝妈

更多以自己为中心

“（在生孩子之前）会经常给自己买东西，现在也买，我给自己的甚至有时候比例会比他（孩子）多一点”

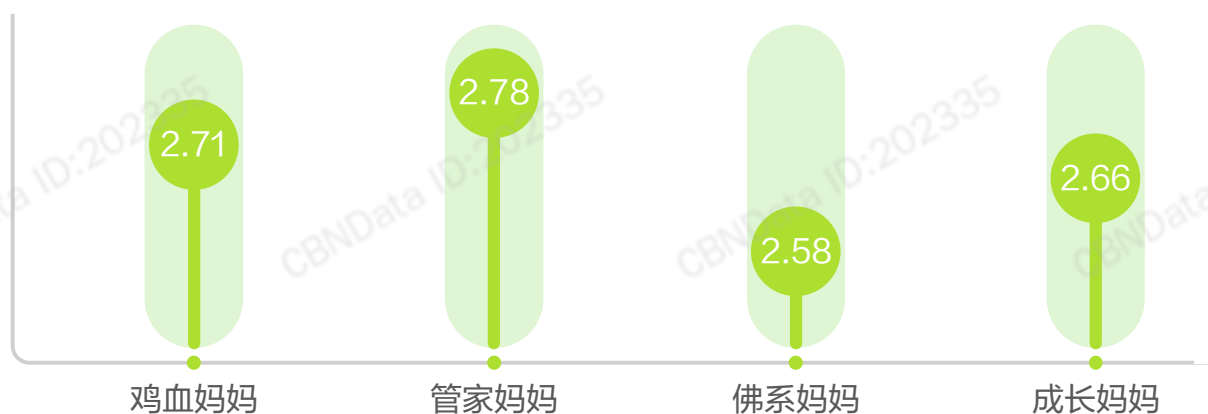
——河北，2岁男宝宝妈

资料来源：CBNDATA & 亨氏 & 育儿专家大J深访

云淡风轻，“佛系”妈妈认为成长“自有缘法”

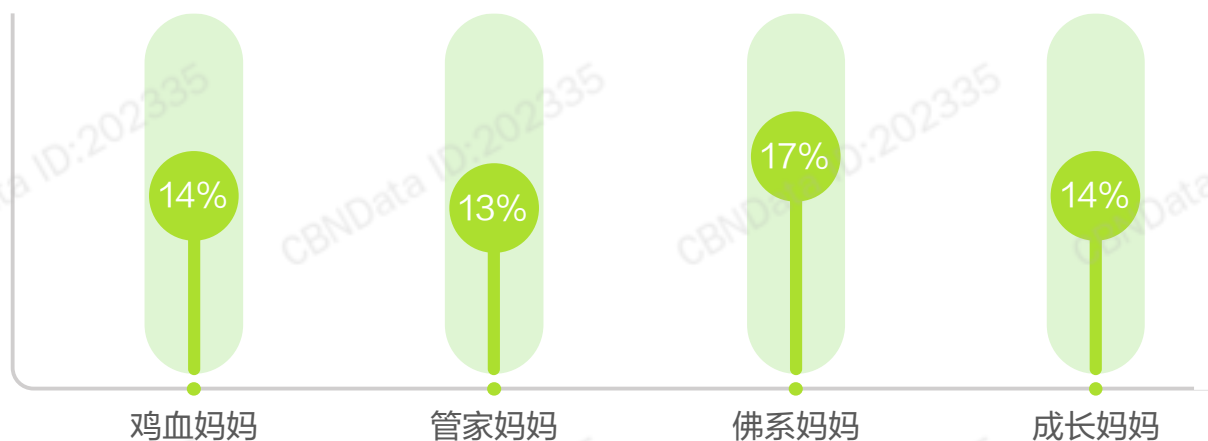
也许是有长辈帮衬，也许是天性使然，“佛系”妈妈在育儿上看起来“心很大”。不同于“鸡血”妈妈的笃定和“管家”妈妈的面面俱到，“佛系”妈妈的内心淡定从容，学习育儿知识的途径不求多，主要依赖同辈人的经验。和整体妈妈群体相比，她们对他人帮带孩子的要求较低，由此产生的育儿矛盾最少。

“佛系”妈妈学习育儿知识的渠道数量最少



数据来源：2019年11月CBNData调研数据，Q请问您平时会通过哪些渠道获取育儿相关资讯？
数据说明：佛系妈妈为非常认同或者较为认同佛系妈妈关键词的人群

“佛系”妈妈中没有和长辈发生过育儿矛盾的比例最高



数据来源：2019年11月CBNData调研数据，Q请问你和带孩子的亲友在育儿的哪些方面发生过分歧或者冲突？

无所谓、不比较、轻焦虑，“佛系”妈妈育儿顺其自然

“佛系”妈妈崇尚顺其自然，认为养娃无需太精细。每个孩子都有自己的成长路径，不用刻意去和其他孩子或相关标准进行比较，即便偶有落后同龄人也无需焦虑或苛责，相信孩子的发展潜能，毕竟“长大”只是早晚的问题。

营养喂养

- 不追求精致，能吃就行
- 不追喂，偶尔饿着也没事

“（宝宝）就是自己吃饭，我不太会刻意去喂他饭，如果他不想吃的话，我也不太会去强迫喂他，追着他，我不太管他这个方面，（毕竟孩子）饿了就会多吃的”

——陕西，2岁男宝宝妈

生长发育

- 不比较，崇尚自由生长
- 小磕小碰不在意

“（在生长发育方面，孩子有没有出现过让你担心或者焦虑的情况）这个没有，因为他各方面我感觉长的还可以，只要在那个标准区间我觉得没什么问题。即使低于标准，我有时候也会觉得先等等看，没准很快就追上来了”

——陕西，2岁男宝宝妈

教育学习

- 低期待，轻焦虑
- 不苛责，不强求

“我不会对孩子（的未来）抱太大期待，希望孩子怎样怎样，（毕竟）普通人其实还蛮多的，我觉得现在大环境大家都比较焦虑，但我不希望弄得自己和孩子都很紧张”

——河北，2岁男宝宝妈

资料来源：CBNDData & 亨氏 & 育儿专家大J深访

角色转变，但爱好未变，“佛系”妈妈开启隐藏身份

“佛系”妈妈认同宝宝很重要，但也强调孩子不是生活的唯一。和上一辈“为孩子倾尽所有”的想法有所不同，她们会在哄睡之余、带娃间隙寻找自己的生活空间，开启“隐藏身份”，不放弃对个人爱好的追求。

“佛系”妈妈的隐藏身份

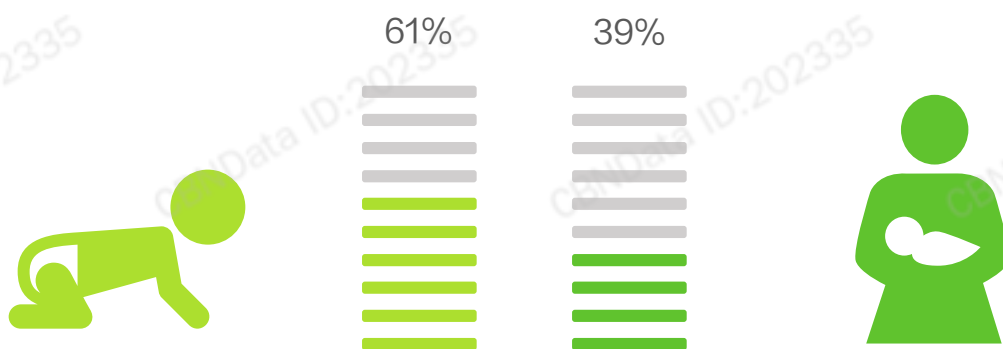


爱孩子，但“佛系”妈妈也关爱自我

“佛系”妈妈认同即使当了妈妈，女人还要有独立的空间和自我的追求。数据显示，尽管有了孩子，但新生代的“佛系”妈妈在为宝宝付出之余，也注重自己的日常的消费和活动，她们对个人的支出不缩减，对美丽精致的要求不降低。

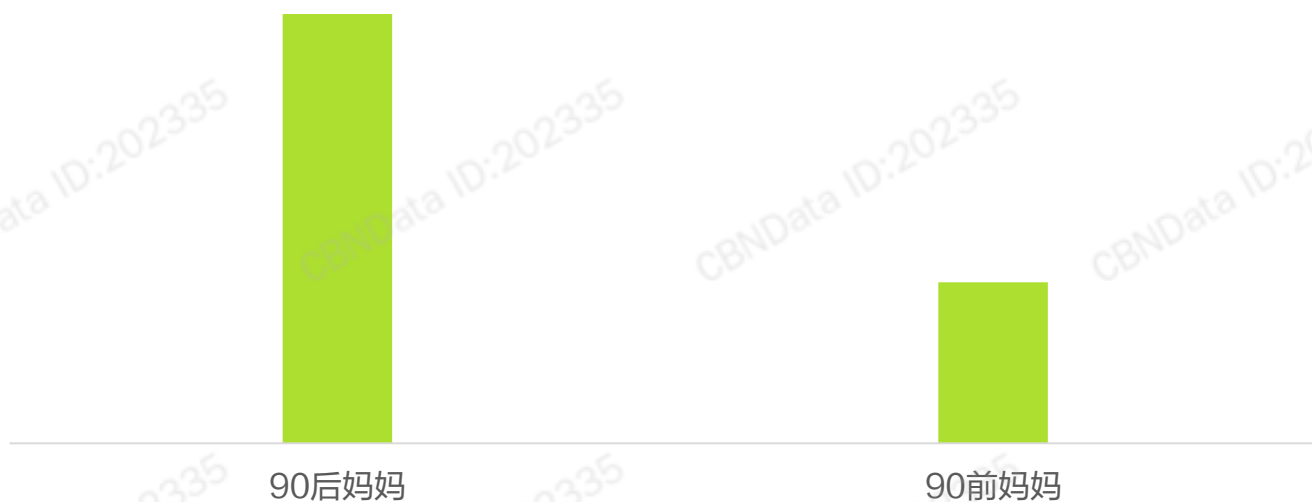
除去其它日常支出，宝宝和新生代妈妈的支出比例较为接近，比例约为

3:2



数据来源：Ipsos&宝宝树《2018年中国新生代妈妈母婴市场趋势洞察》

90后妈妈在淘系彩妆的人均消费金额高于其它妈妈



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：2018年10月到2019年9月不同年龄段妈妈在淘系彩妆品类的人均消费金额

“成长”妈妈

她们愿意用更理性的眼光来看待各种各样的育儿烦恼和困惑，并且通过不断地学习让自己做得更好。她们的幸福感不仅来自宝宝的每一个“里程碑”，也通过宝宝的成长实现自我突破。对“成长”妈妈来说，指标不重要，和宝宝一起往前走才更有意义。

育儿关键词

育儿先育己

“（从孩子出生到现在）很多地方是在不停的调整自己，或者是觉得说这事情就要怎么样，会改一下，不断的反思自己，对孩子教养问题真的是在不断的调整”

——上海，1岁女宝宝妈妈

坚信言传身教的力量

“我觉得（孩子）要学的话，他是从你周围的人或者环境去学习，所以我觉得最主要还是你父母怎么去做，比如说你想让孩子看书的话，你得自己看书。不然你自己不看书而强迫小孩子看，也没有什么效果的”

——陕西，2岁男宝宝妈

资料来源：CBNData & 亨氏 & 育儿专家大J深访

你我皆凡人，育儿先育己

“成长”妈妈在育儿道路上也有焦虑和困惑，但她们会用理性的眼光来看待育儿困难。她们坚持“育儿先育己”的理念，愿意不断学习来提升自我。她们走在“做得更好”的路上，时常自我反思，以寻求一个更科学的带娃方式，与孩子共同成长。

90后妈妈在线上购买育儿书籍的比例更高

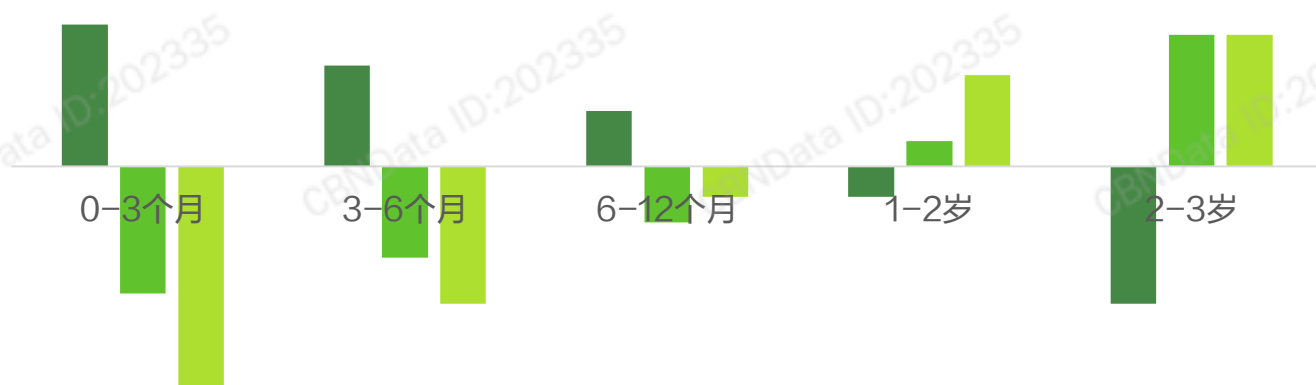


数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：根据渗透率计算，某年龄段妈妈（孩子在0-3岁）的渗透率=2018年10月到2019年9月该年龄段妈妈购买了育儿书籍的人数/该年龄段妈妈购买了书籍/杂志/报纸大类的总人数

90后妈妈更倾向在孩子不到1岁时就购买育儿书籍

■ 90后妈妈 ■ 80后妈妈 ■ 80前妈妈



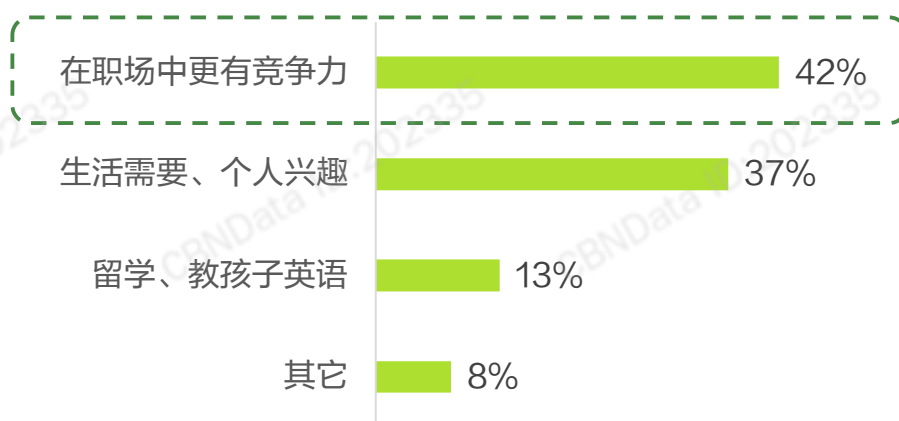
数据来源：CBNData消费大数据

数据说明：购买倾向根据TGI计算得出，TGI=2018年10月到2019年9月某月龄孩子不同年龄段妈妈的育儿书籍消费金额占比/该年龄段妈妈的总消费比例-1；大于0代表偏好，小于0代表不偏好

“成长”妈妈相信言传身教的力量

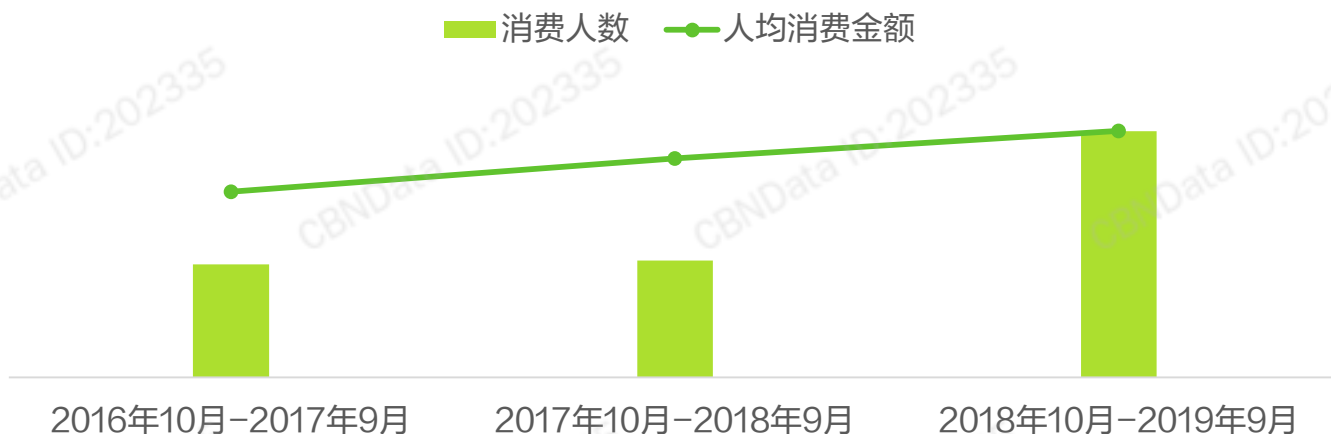
“成长”妈妈认为好的教育是用自己的行动去影响孩子，“父母是孩子最好的榜样”。她们坚持在自我增值的道路上不断前行，身体力行去实现自己不断进取的理想。数据显示，近年来新生代妈妈在自我提升上不断努力，近四成在线学习的妈妈是为了增强自身的竞争力，她们为自我增值的花费不断提高。

近四成妈妈在线学习是为了增强职场竞争力



数据来源：CBNData《中国不同年龄阶段妈妈线上消费&行为观察》
数据说明：妈妈们在在线平台学习的目的

90后妈妈在线上职业资格类书籍的消费人数和人均消费金额不断提高



数据来源：CBNData消费大数据
数据说明：职业资格品类参考中国人力资源和社会保障部2019年1月公布的国家职业资格目录

PART

03

如何“让爱更真实”：
科学育儿与高质量陪伴

爱是“双刃剑”，以爱之名可能带来负反馈

母爱原本无可挑剔，拥有最好的出发点，可是以爱的名义也可能带来育儿的负面反馈。在育儿的道路上，母爱也可能引发许多育儿问题。

“你的儿女，其实不是你的儿女。他们是生命对于自身渴望而诞生的孩子。他们借助你来到这世界，却非因你而来，他们在你身旁，却并不属于你。你可以给予他们的是你的爱，却不是你的想法，因为他们有自己的思想”

——纪伯伦《你的儿女其实不是你的》

**过于严格的教育，可能让要强的孩子
面对挫折时情绪失控**

“就发现我的孩子很重视竞争这个东西，所以他如果真的感受到他自己不如别人，他会生气、发脾气，那可能你用平常的安抚方法是安抚不好的。我不知道是他天生性格是这样的，还是说我们教育有影响，我觉得可能两方面原因都有”

——北京，3岁男宝宝妈

**过于周全的保护，可能会剥夺孩子
表达自我需求的机会**

“我觉得我对孩子保护的太好了以至于出现了一些问题，比如说孩子有什么需求，在他还没有表达出来的情况下我已经猜到了，然后就可能替他做了，这可能就导致了孩子现在在交流上依赖性特别强，他自己不会主动去交流和表达，都让我猜。我觉得这以后可能也是需要我改进的地方”

——北京，2岁男宝宝妈

资料来源：CBNData & 亨氏 & 育儿专家大J深访

育儿无标准答案，但不同育儿风格可能引发迥异的育儿问题

育儿没有标准答案，但新生代妈妈们迥异的育儿理念落地到具体的行为上，可能会对孩子未来的心理发展和性格塑造产生不同的影响。

强势的爱

- 低自尊的状态，没得到父母肯定的孩子也无法肯定自己
- 高叛逆状态，不再喜欢这样不断学习的状态，出现严重抵触情绪

极致的爱

- 产生很强的依赖性，失去独立处理问题的能力
- 易被溺爱，易怒易发脾气，性格不完善

放飞的爱

- 不清楚自己的行为标准，无法建立一个稳定的是非观
- 感觉不受重视，缺乏关爱，性格不完善

资料来源：育儿专家大J

为母爱“发声”，育儿专家大J帮助妈妈成为更好的自己



大J

百万粉丝公众号“大J小D”创始人
成长型家庭教育引领者
国际融合教育专家
亲子教育畅销书作家
资深阅读推广人

拒绝专制

- 时刻监控自己的焦虑程度，防止过度焦虑的传导
- 找机会体验失败，体会自我否定、自我怀疑、彻底失望的感受，然后梳理情绪，再次出发

摆脱窒息

- 懂得适时后退，放手让孩子自己尝试，培养孩子独立的精神
- 找到一两个自己的精神乐趣，从管家变成孩子的榜样

不要敷衍

- 在底线和大原则上必须要“在意”，规范孩子的行为
- 提防“假佛系”，需要了解孩子的早期养育知识和早期认知启蒙，建立育儿全局观

资料来源：育儿专家大J

让爱更真实：日常点滴都是珍贵的教养时刻

对于年轻的妈妈而言，生活的方方面面都是可以培养孩子的学校，她们会在日常生活中寻找和探索教育的意义，从各方面获得学习。

“责任心、性格这些可能是归爸爸培养，我觉得我衡量他爸爸的陪伴是不是高质量，我就会说，这段时间陪儿子去游乐园玩，是不是做到了让他更勇敢，就是这样的一些衡量标准”

——北京，3岁男宝宝妈

“天气好就带她出去玩。因为我觉得户外运动蛮重要，而且她也很喜欢小动物。有时到外面去看看花草草，看看蚂蚁都很高兴。到外面有时候遇到遛猫遛狗的或者流浪猫之类的，远远的看着，她都很高兴。我会花很多时间陪她在外面玩”

——上海，2岁女宝宝妈

“高质量的陪伴，就是跟宝宝在一起肯定是手机不能看的了，让宝宝能够感受到他可以被关注。不是简单地盯着他看，而是你要看宝宝的反应，通过宝宝的反应来给他一系列的互动”

——广西，1岁男宝宝妈

“我觉得让彼此都能够赋能，然后能够享受这段时光的陪伴，就是高质量的陪伴。小孩在下棋，大人就呆呆的坐在旁边看着他玩，觉得累。小孩也没有说得到特别多的话，我觉得这个不算，所以我的定义会是在亲子关系上维度的”

——浙江，2岁女宝宝妈

资料来源：CBNDATA & 亨氏 & 育儿专家大J深访

让爱更真实：高质量陪伴，助力孩子健康成长

大J认为，高效育儿除了科学喂养外，更重要的是高质量陪伴。孩子真正需要的首先是父母的“爱”与“懂”，这不是单纯物理空间意义上的同处一室，也不只是关注重大里程碑的精彩，高质量的陪伴是关注宝宝的需求，舍得付出时间和精力，懂得如何去爱，在成长中亲身陪伴和鼓励，为细节喝彩。

不是打卡
通关

“高质量的陪伴不是‘清单式’地完成任务，今天读了绘本、做了手工就算通过，如果你和孩子任意一方在这个过程中是煎熬的，那么哪怕打完这些卡都不是高质量陪伴”

情感流动

“高质量陪伴的关键需要是情感的流动，也就是说这个过程中，我们和孩子都是享受的，我们能够感受到彼此的爱，这很关键”

双向陪伴

“高质量陪伴是双方的，我们陪伴孩子，有时候也可以是孩子陪伴我们。任何滋养、赋能的陪伴才能长久，才是真正的高质量陪伴”

尽力但
不强求

“全然地过好当下，尽力但不强求，然后时不时抬头看路，告诉自己，即使暂时不够好，也没关系，通过努力和行动，至少‘今天比昨天更好’，这样就能越来越好”

资料来源：育儿专家大J

排列优先级，抓大放小，不做全能超人

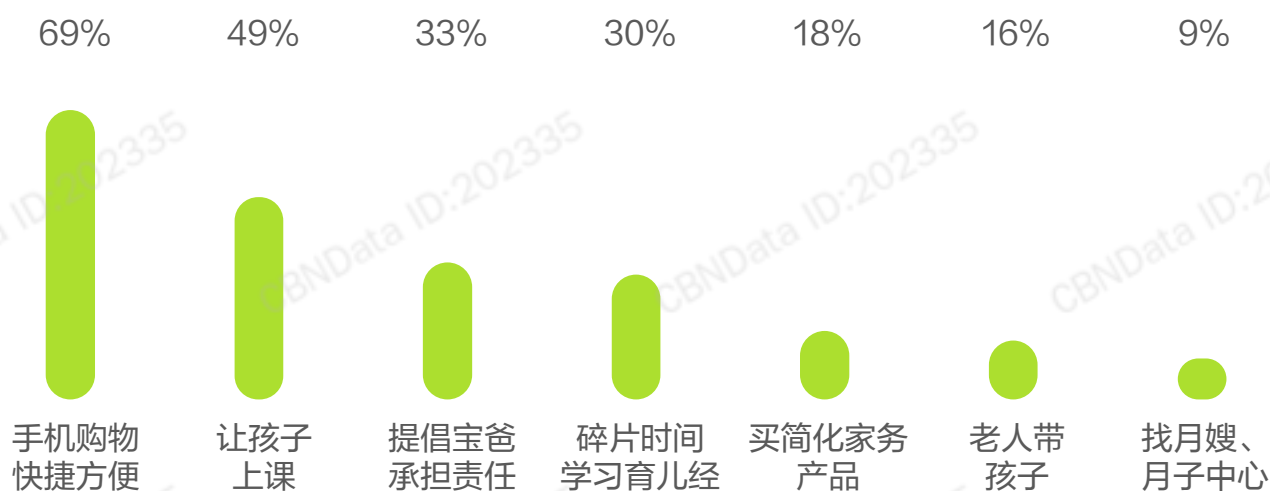
无论具备四型妈妈的哪些特质，新生代妈妈共同诉求是时间和帮手。大J鼓励妈妈们勇敢表达自己的困境，有勇气求助他人、借助工具，并将所有育儿的事宜按优先级排序，将次优级“外包”，进而用更好的状态迎接“最优级”事项。数据显示，能帮助减少育儿时间和精力“外包”工具得到年轻妈妈的认同。

排列育儿事宜优先级，抓大放小，适当借力

事宜类型	建议
1.重要且紧急	适当借助他人、工具
2.重要不紧急	借助他人、工具
3.不重要但紧急	
4.既不重要也不紧急	减少，删除

资料来源：育儿专家大J

各类减少育儿时间和精力的方式得到新生代妈妈的认可

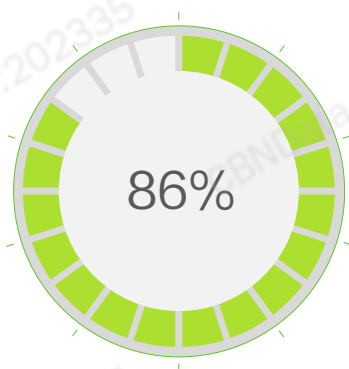


数据来源：CBME《2019时尚育儿“消费新力量”调查报告》，Q你认同的能减少时间/精力的举措

花钱买时间：育儿“神器”让妈妈更自在

近九成新生代妈妈认可花钱买时间的理念，希望借助工具让自己从繁琐的育儿事宜中解放出来。以围绕着宝宝的吃、玩、睡、学等方面的“育儿神器”为例，这些工具能成为吸引宝宝注意力的法宝，大幅降低带孩子所耗精力、体力，有效帮助妈妈获得“喘息”时间，让育儿更轻松自在。

86%的新生代妈妈认可
“我愿意尝试高效便捷的母婴产品，让自己过得更舒适”



数据来源：Ipsos&宝宝树《2018年中国新生代妈妈母婴市场趋势洞察》

省力省时的“育儿神器”列举

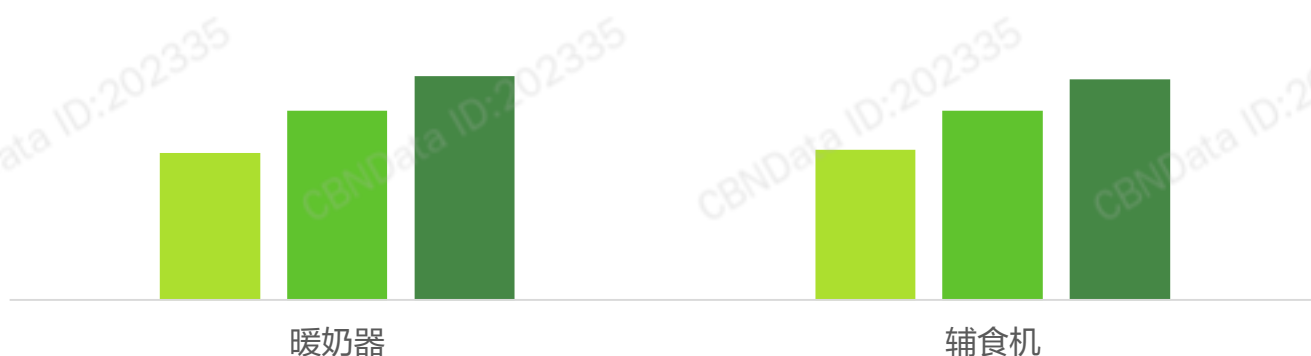


术业有专攻：专业工具提高育儿效率，专业人士提供精细呵护

越来越多的新手妈妈选择暖奶器、辅食制作机等专业工具辅助育儿日常喂养，另外她们也会选择信赖专业人士，帮助自己简化养育步骤。这些育儿帮手极大地解放了妈妈的人力和精力，其必要性不断凸显。

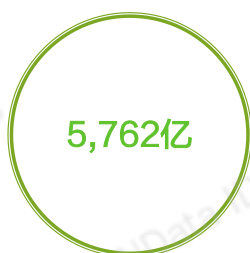
90后妈妈在线上暖奶器、辅食机的消费占比逐年提高

■ 2016年10月-2017年9月 ■ 2017年10月-2018年9月 ■ 2018年10月-2019年9月



数据来源：CBNDATA消费大数据
数据说明：过去三年淘系暖奶器和辅食机的消费人群中90后妈妈的占比

国内家政服务产业稳步增长



2018年家政服务
产业规模



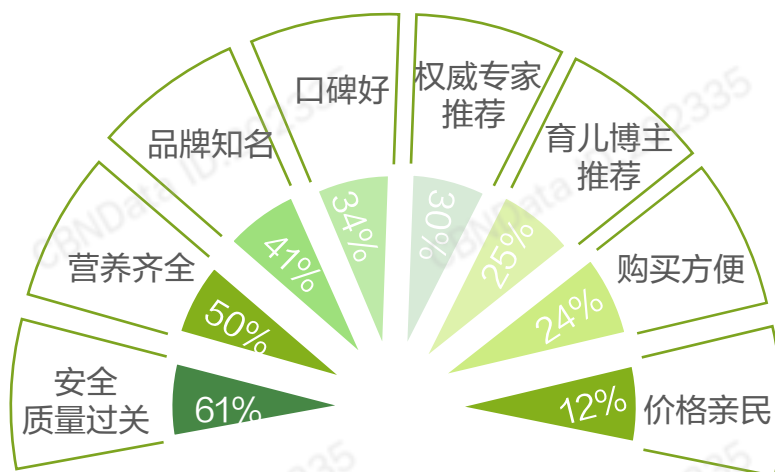
2018年家政服务
同比增长率

数据来源：国家发改委2019《关于促进家政服务业提质扩容的意见》

喂养要专业：新生代妈妈青睐安全营养、大品牌

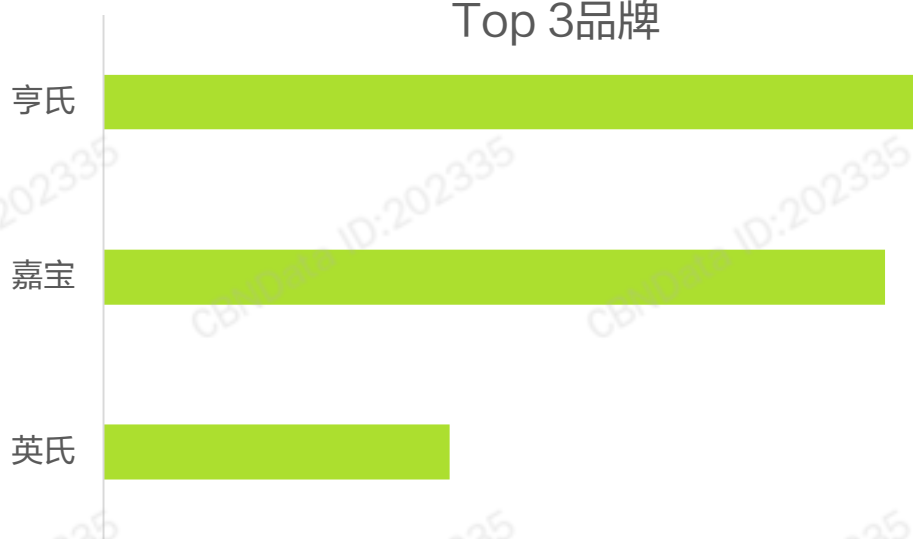
营养安全、口味上佳和操作便利等优势使成品辅食成为新生代妈妈喂养的新选择，数据显示，随着孩子月龄上升，新生代妈妈对成品辅食的认可度不断提高。在购买辅食时，新生代妈妈不仅注重产品的安全、营养，也信赖知名品牌和口碑的力量。线上数据显示，亨氏是新生代妈妈信赖的辅食的头部品牌。

安全、营养和大品牌是90后妈妈购买成品辅食的关键考虑因素



数据来源：2019年11月CBNData调研数据，N=806

2018年10月-2019年9月 淘系90后妈妈辅食消费量 Top 3品牌



数据来源：CBNData消费大数据



尾声

随着科学的发展和时代的进步，妈妈们的育儿观念也在不断更迭和进阶。新生代妈妈追求科学育儿观，主张更自主、更符合时代潮流的育儿理念和方法。爱本无错，“鸡血”、“管家”、“佛系”、“成长”这四种类型的育儿特征，折射出了她们传递“母爱”背后的环境、个体、心理等多方面因素的差异。而正是这种和而不同的差异，造就了“母爱”的成千上万种美丽的表达。

出于没时间、没帮手、没经验等多方面的原因，越来越多的新妈妈开始选择专业工具和专业人士来帮助提升育儿效率，而成品辅食也以其在专业、营养、便捷等多方面的优势正在成为新生代妈妈科学喂养的好帮手。



数十年来，亨氏用专业的婴幼儿辅食产品，见证了一代代中国妈妈初为人母，陪伴宝宝成长过程中的挑战、进步与新生。一天天长大的，不仅是每个降临世界的小生命，也是每个第一次当妈妈的中国女性。2019年岁末，亨氏联合第一财经商业数据中心（CBNData）发布《新生代妈妈科学育儿白皮书》，希望我们不仅仅在每一餐的喂哺上给宝宝放心和美味的选择，陪伴宝宝的点滴成长，更希望用这份白皮书，支持每一个新妈妈的成长，在经历“母亲”这个身份挑战后，最终遇见更好的自己。

每一口都是爱，每一步我都在。母爱没有标准答案，在这个每个人都要面临多重身份挑战的时代，新时代的爱，是否还是对鸡血KPI的追求？还是时时刻刻的亲力亲为？爱的方式没有完美，但或许有往前一步的答案。每个女性，是妈妈，也首先是自己。只有当自己保持平衡的心态和生活，才有更好的状态和精神，来陪伴和滋养眼前充满好奇和渴望的小生命。每一天的成长之路上，去注重情感共鸣的质，而不仅仅是时间的量，在可以选择的时候借助专业的辅助方案，让宝宝和自己双向赋能，最终实现高质量的亲子关系和爱。亨氏和CBNData，愿每个家有宝贝的女性，都能享受这充满挑战和惊喜，每一天都值得的新身份——妈妈。

DATA COVERAGE

数据说明

数据来源：

数据来源：

1) 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: 2016.10.1-2019.9.30

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。

2) 调研问卷数据

2019年11月针对孩子年龄在0-3岁的妈妈进行育儿相关问题的问卷调研

调研有效样本数量：N=1,000

为保证调研结果不会因样本结构而产生偏差，我们对受访者的年龄、城市设置了配额

3) 深访

2019年11月针对育儿风格迥异的90后妈妈（孩子年龄在0-3岁）进行了育儿相关问题的深访

深访有效样本数量：N=9

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

第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的商业数据研究机构和内容运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大的消费数据库和中国最大的财经全媒体集群。「CBNData数据服务」以数据培训、数据咨询、数据整合营销为核心，构建了跨领域的商业数据库和面向不同商业场景的数据服务体系及数据工具产品；「CBNData内容服务」主要面向金融领域等商业场景，为客户提供金融场景一站式资讯解决方案。CBNData始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

报告作者：康倩

视觉设计：庄聪婷

联系我们：Data@dtcj.com

商务合作：BD@dtcj.com

加入我们：JOB@dtcj.com

FOLLOW
US

关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号

CBNDATA

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察