

小成长 大精彩

育学园第二届育儿行为数据报告发布

暨育学园APP上线两周年庆典



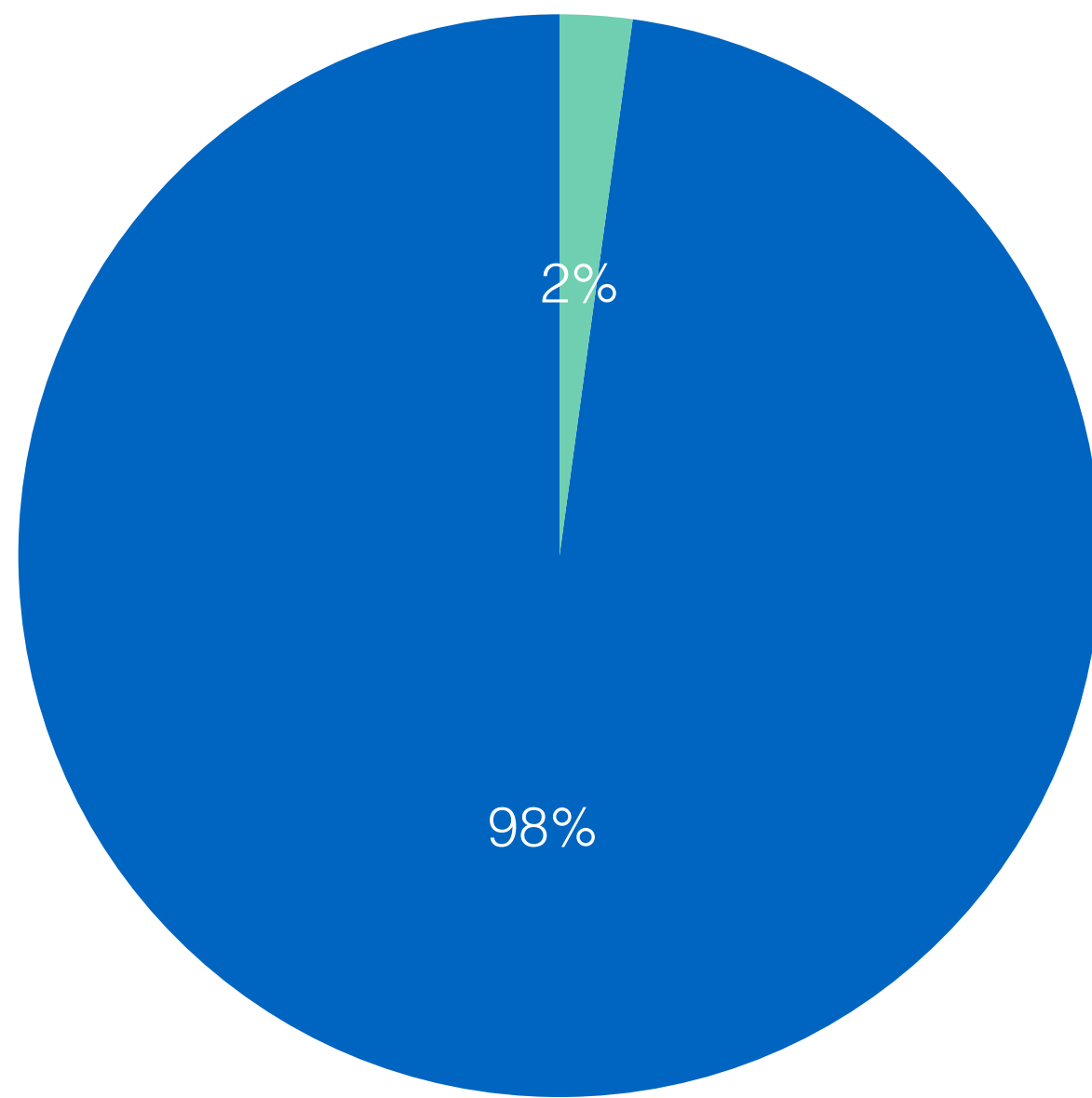
11410份用户调研问卷

本次报告数据来源

育学园数亿条育儿记录数据

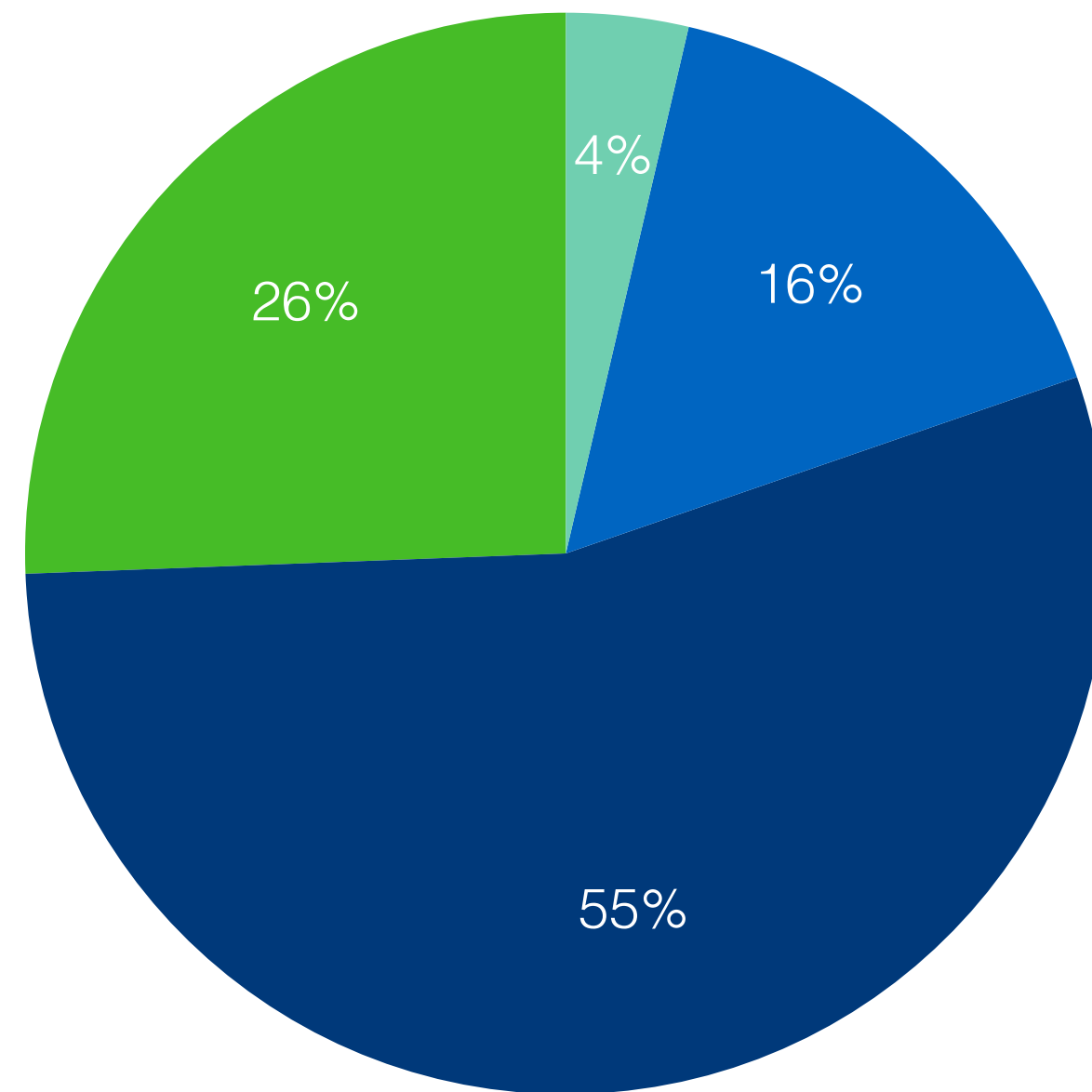
在参与调研的用户属性方面，在参与家长性别、宝宝性别、宝宝月龄方面，与2016年育儿记录数据特点基本相同，可支持后续的对比数据。

用户性别（家长）



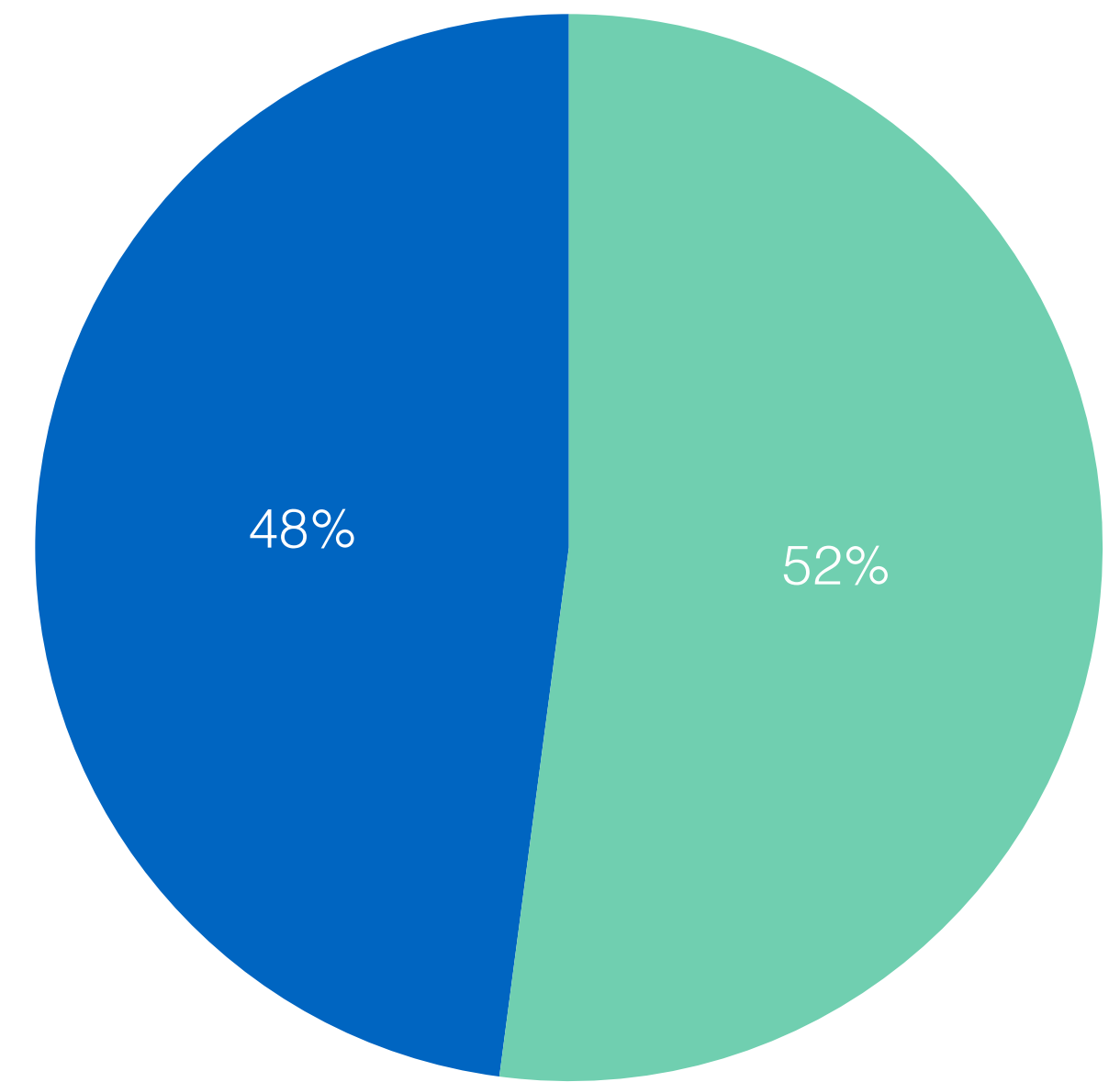
● 男 ● 女

家长年龄



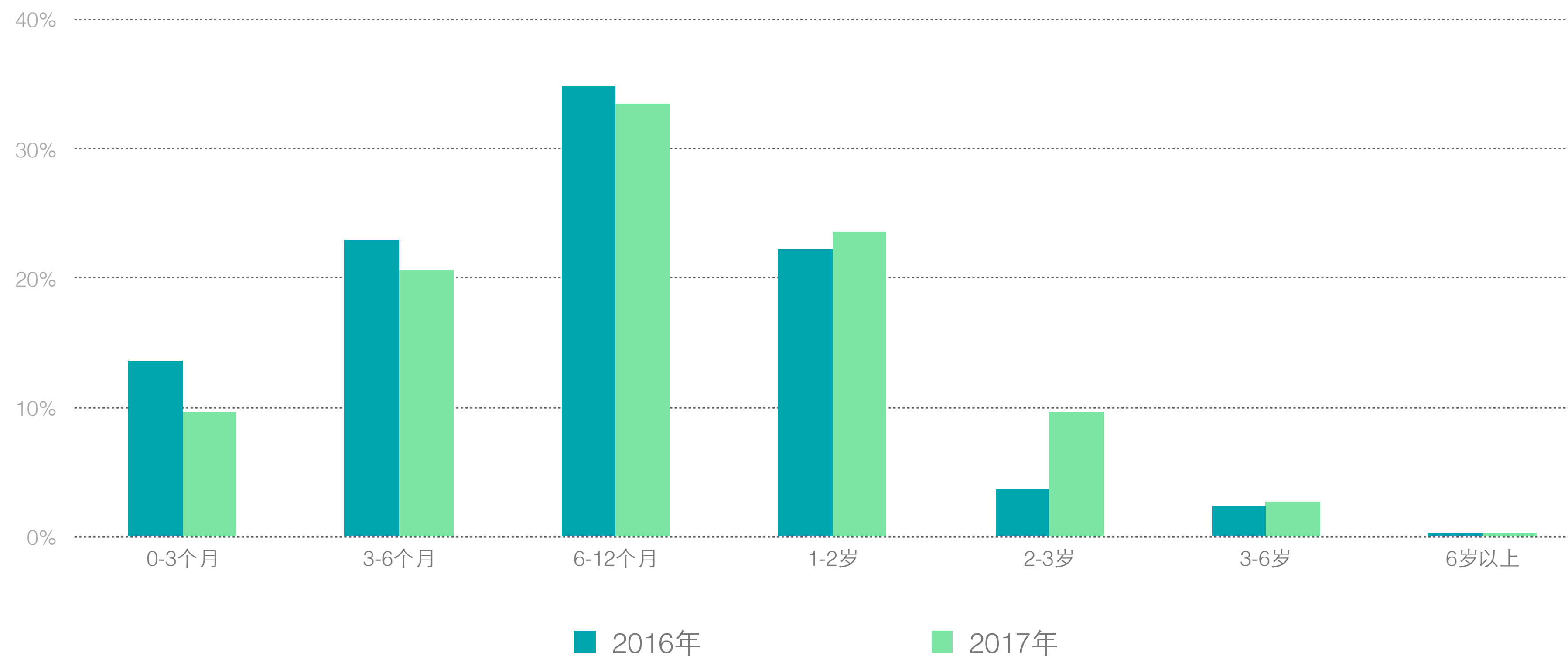
● 80年之前 ● 80年-84年 ● 85年-89年 ● 90后

宝宝性别



● 男 ● 女

宝宝月龄分布（与2016年对比）



1 育学园的育儿家庭

2 妈妈的事业和自我

3 育儿困惑与育儿知识学习

4 新洞察：知识付费

5 育儿行为

6 健康意识

育学园的育儿家庭

1

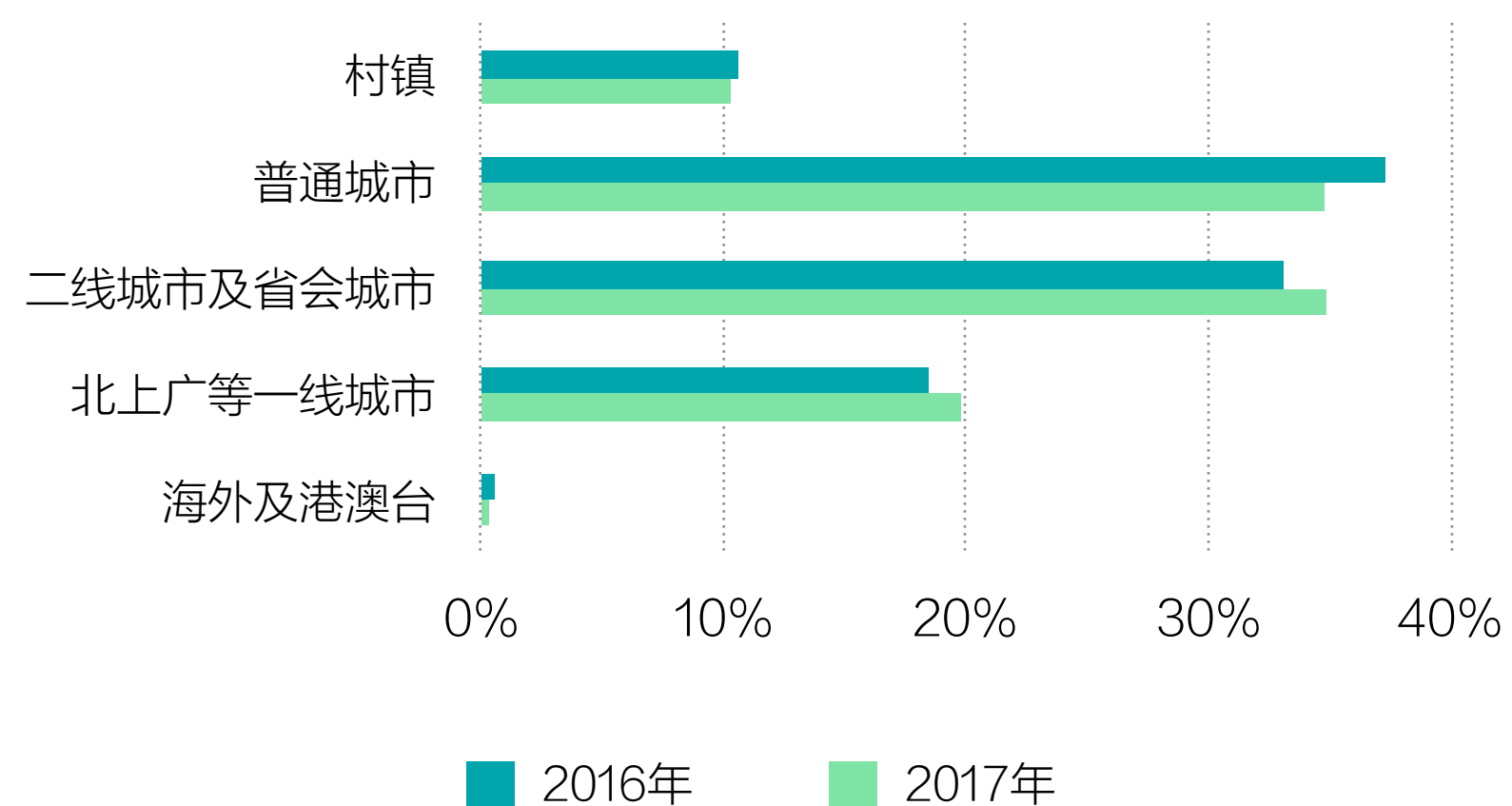


育学园用户的变化

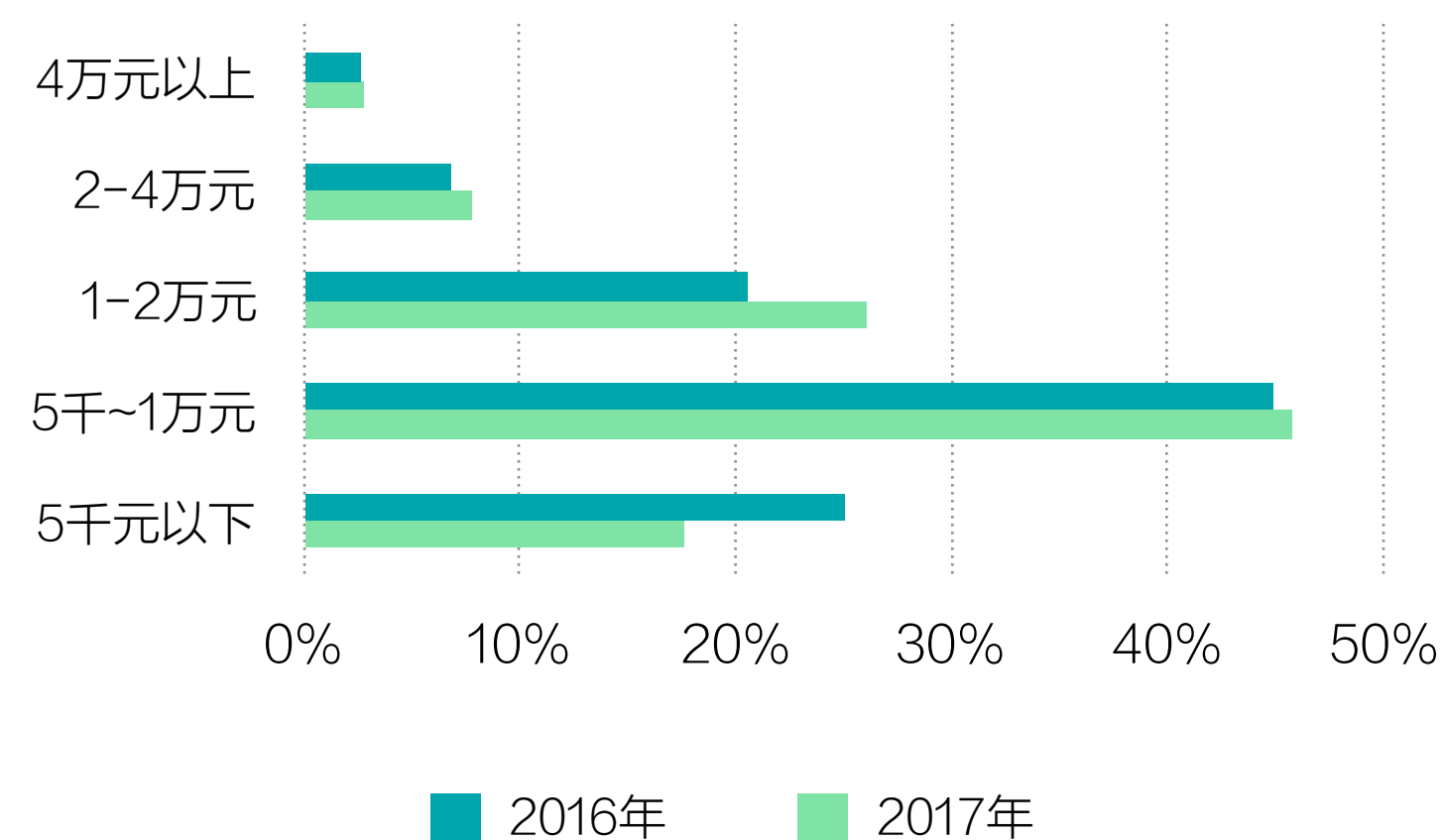
2 育学园的育儿家庭 用户画像变化



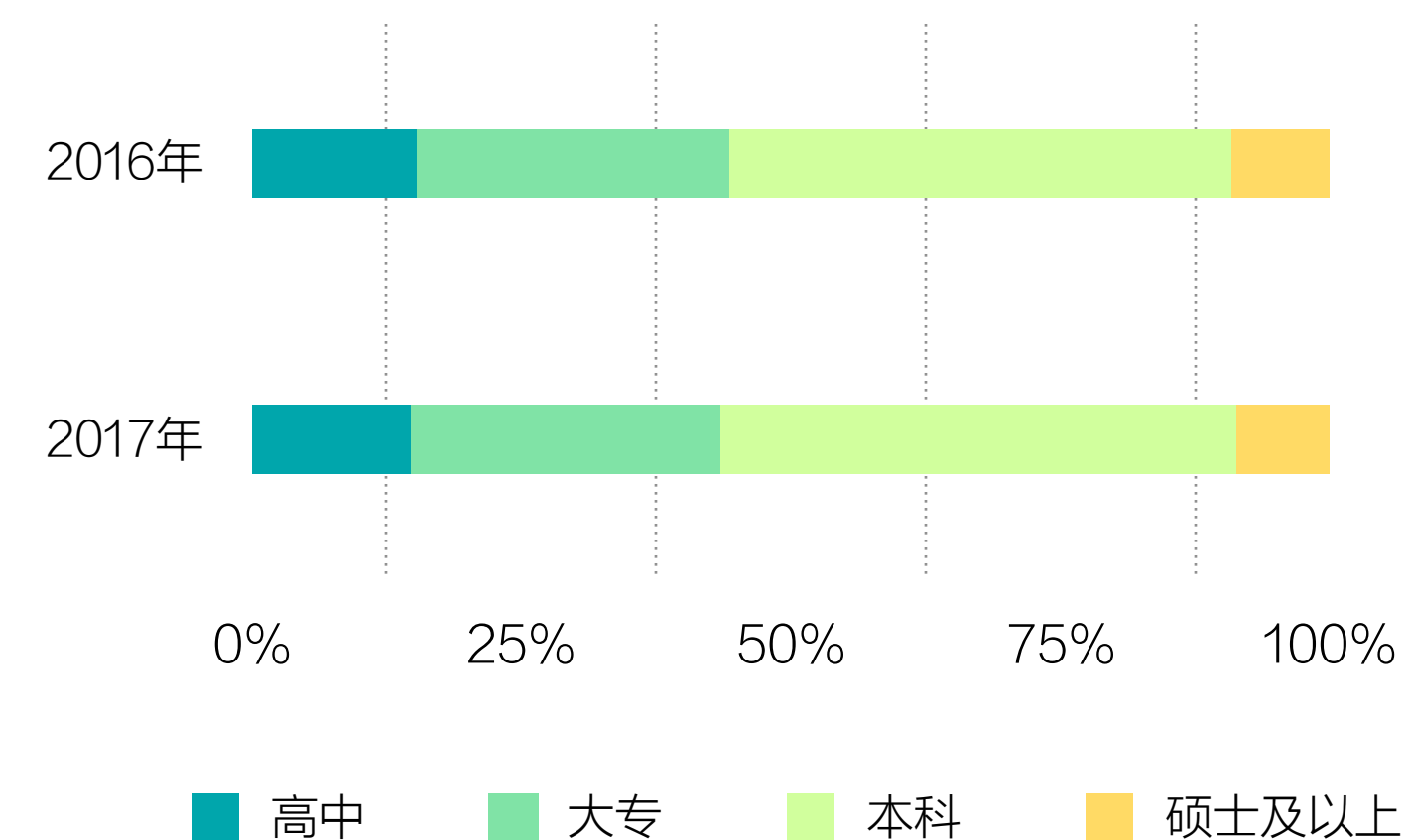
用户地区分布



用户家庭月收入 (宝爸宝妈收入总和)

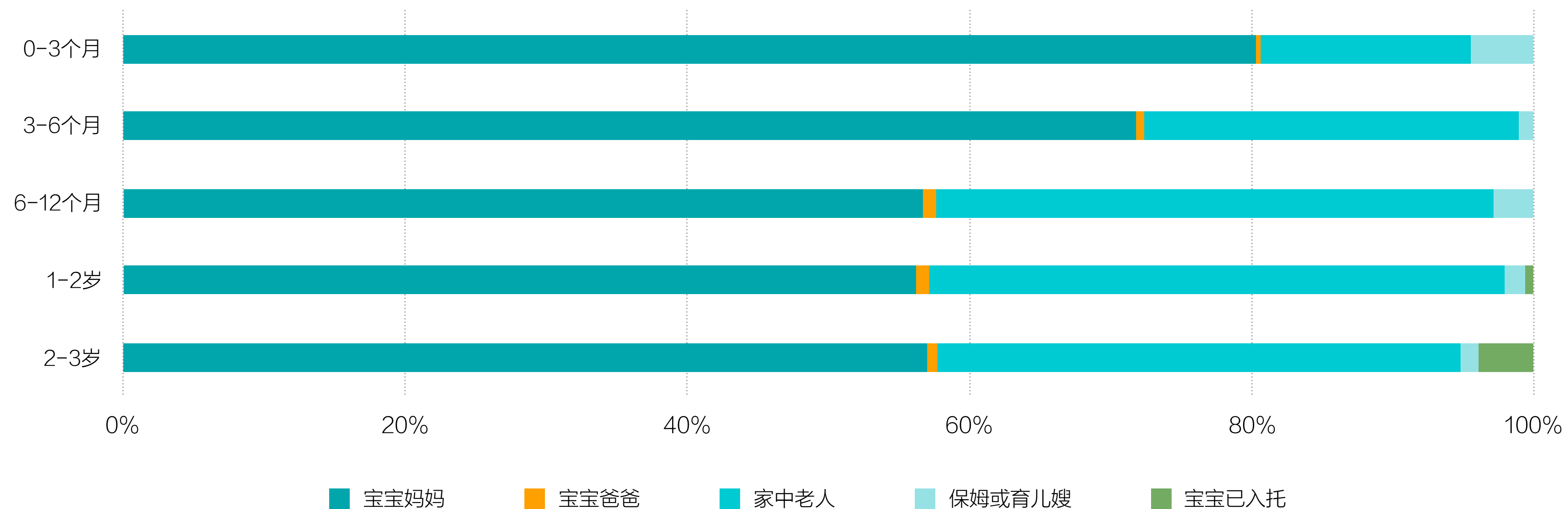


用户学历



- 相比2016年，育学园用户中，一线、二线城市用户有所增加；家庭收入有明显增加；学历略有提升。

白天照顾宝宝的主要人选

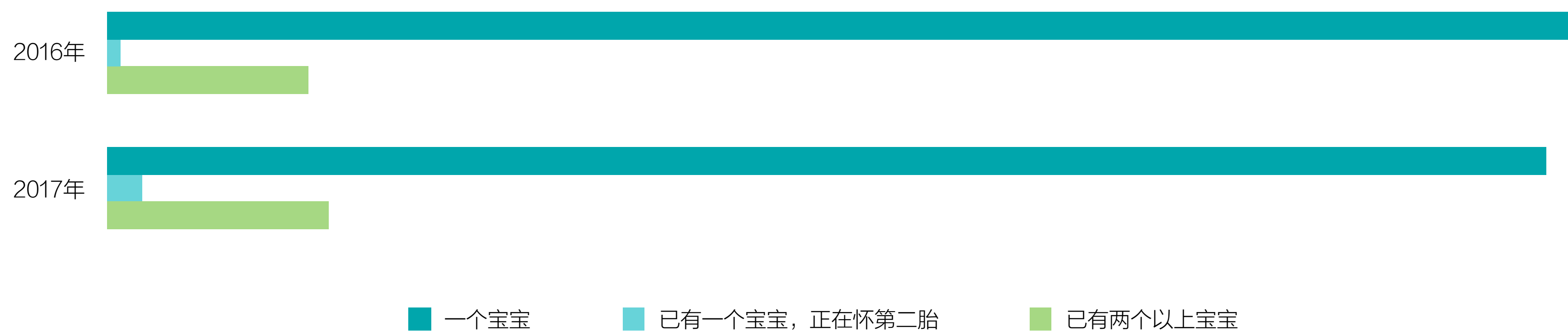


- 妈妈是白天照顾宝宝的主要人选，爸爸承担照顾重任的比例普遍很低。
- 6月龄后，家中老人成为照顾宝宝的另一主力，这与很多妈妈回归职场有关。
- 育儿嫂或保姆的需求主要集中在小月龄阶段。



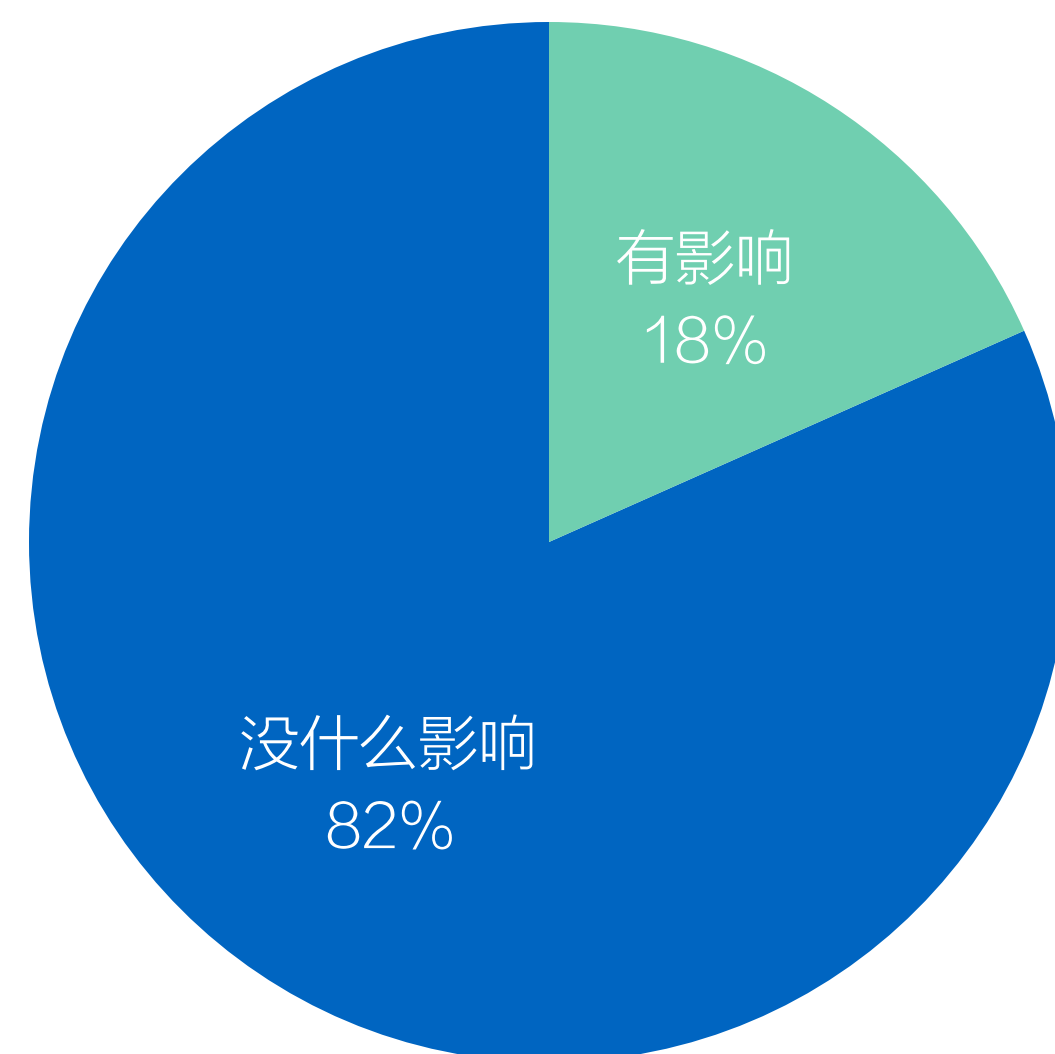
要不要二胎？为什么生二胎？

育学园用户的二胎情况

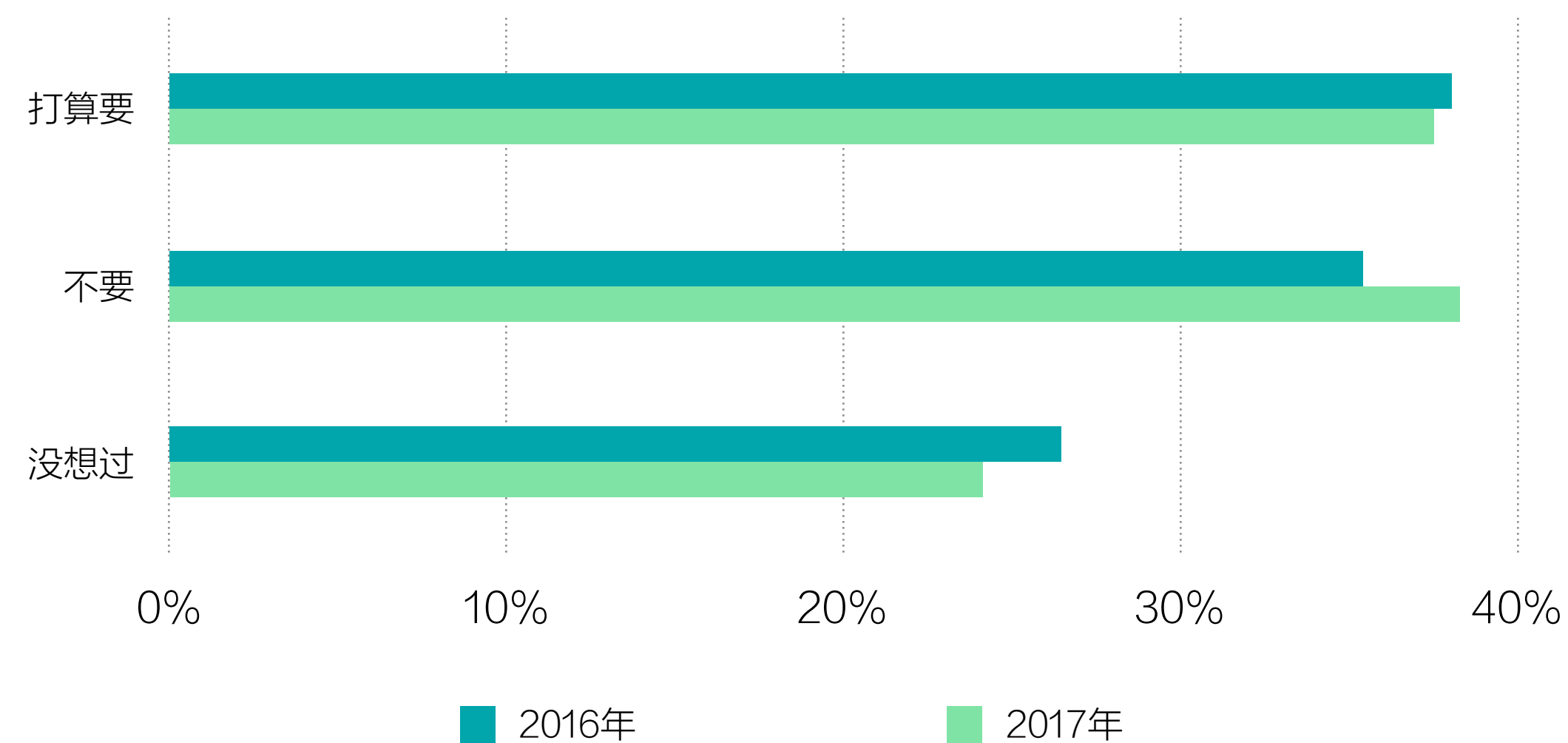


- 相比2016年，育学园的二胎比例有所增加，正在怀二胎的比例也有所增加。

二胎政策对家庭决策的影响

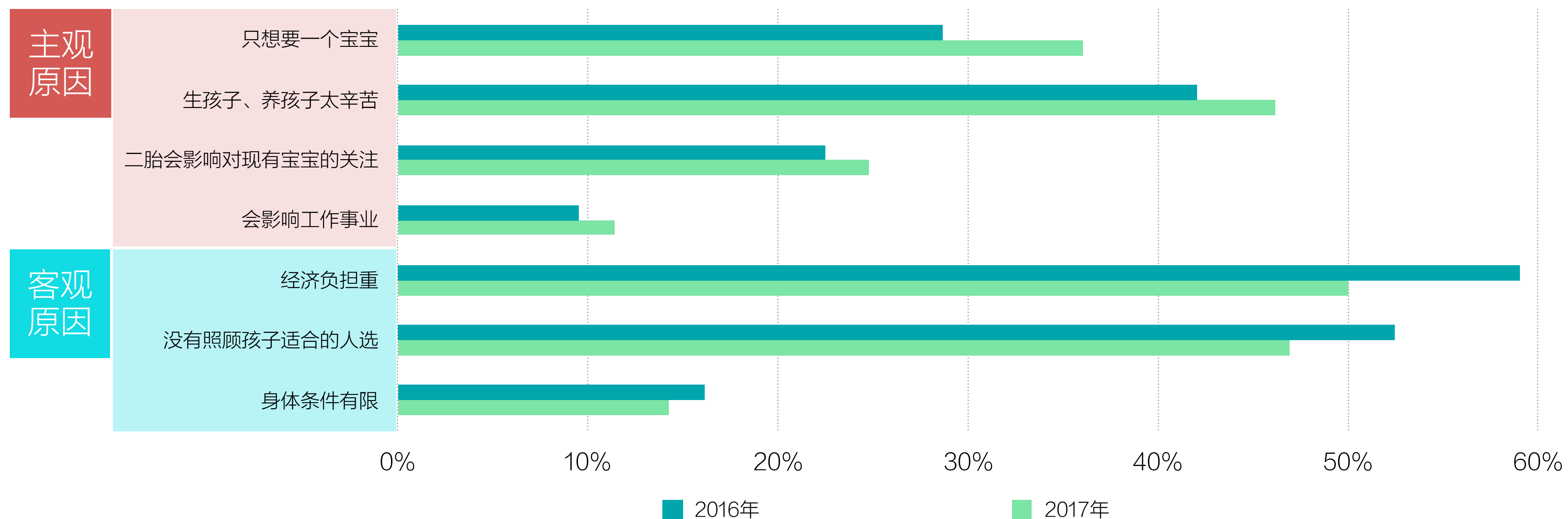


是否打算要二胎



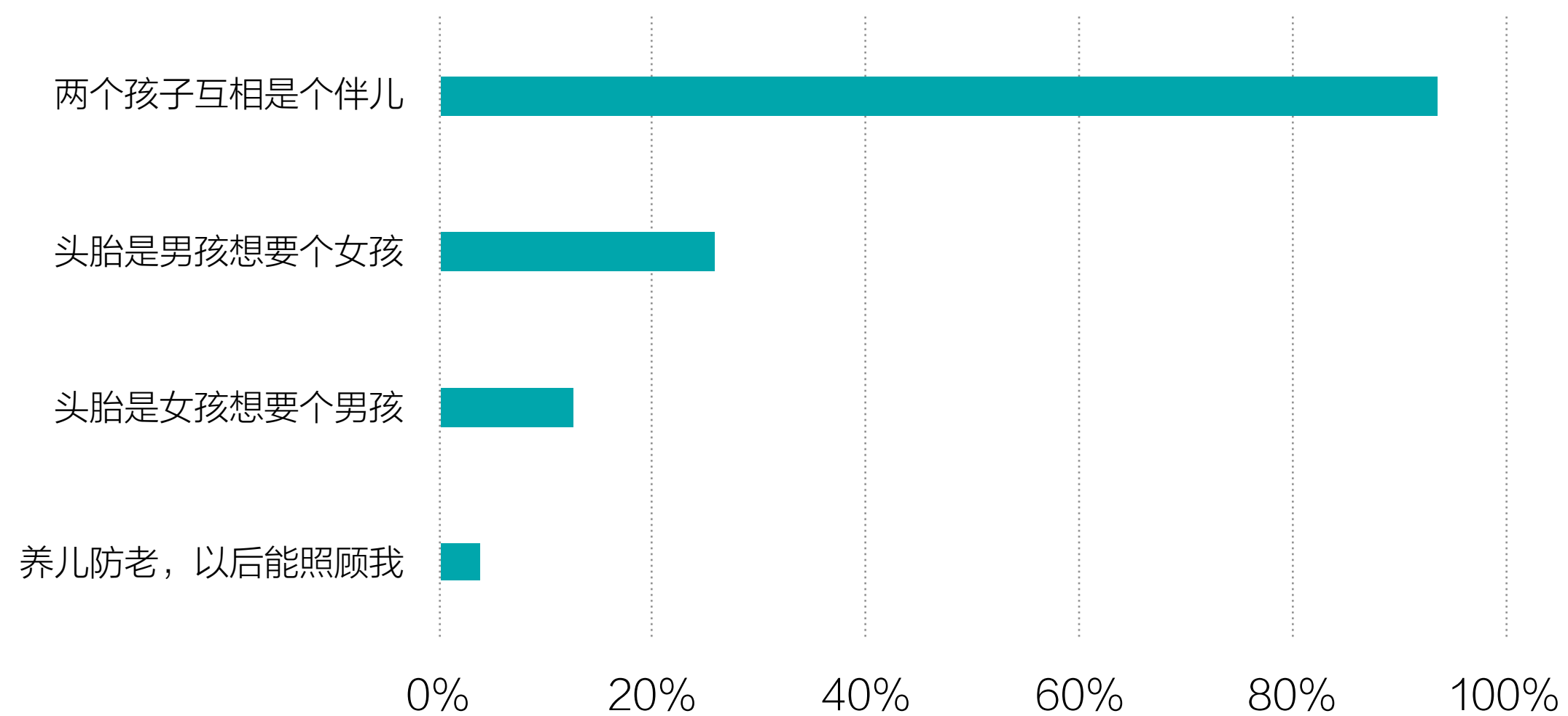
- 二胎政策全面放开，对家庭决策是否要二胎并无太大影响。
- 相比2016年，明确表示不想要二胎的比例有所增加。

不想要二胎的理由

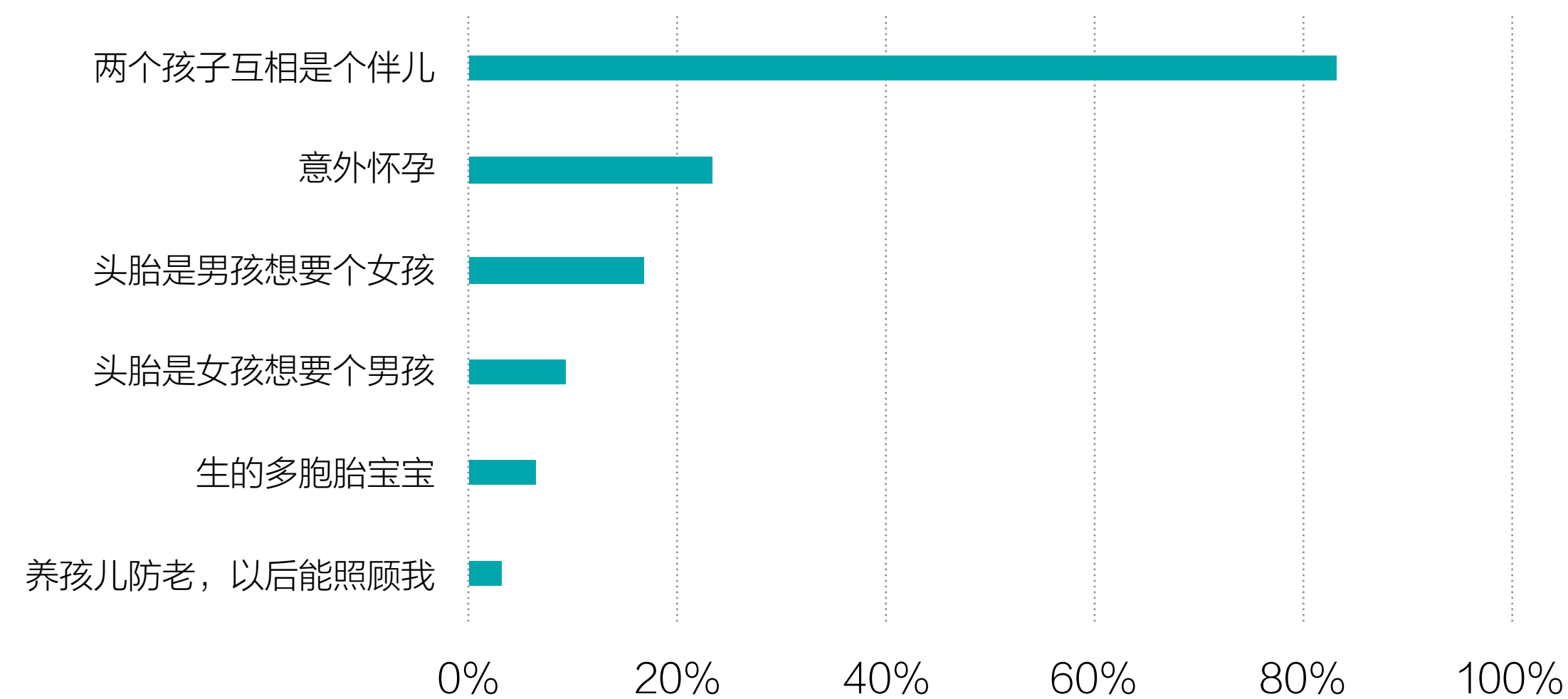


- 相比2016年，不要二胎的客观原因“身体条件、经济负担、照顾人选”的原因比例有所下降；
- 而主观原因“只想要一个宝宝、觉得太辛苦、怕影响现有宝宝关注、影响工作事业”的原因比例有所提高。

想要二胎的理由



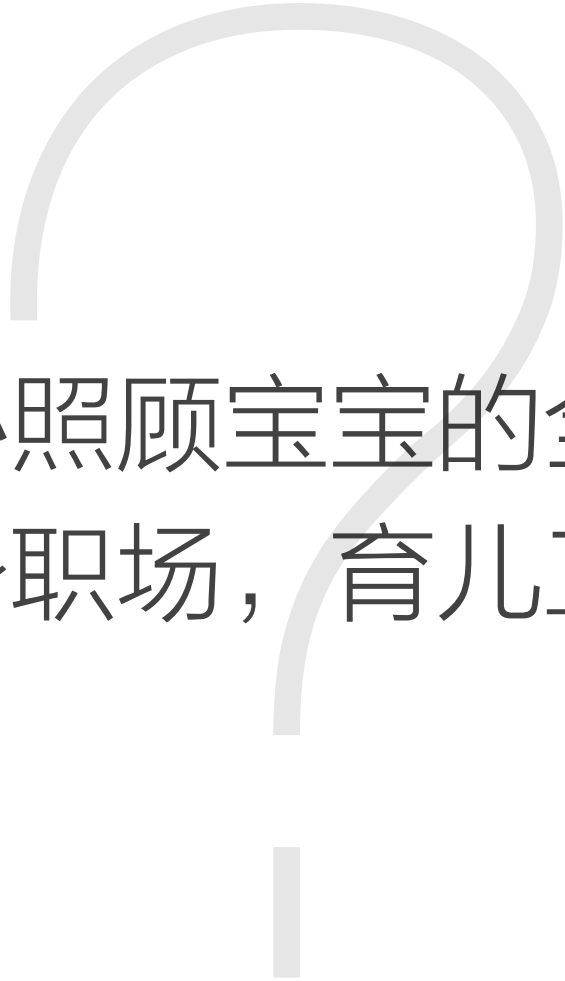
生二胎的原因



- 在选择要二胎的原因中，绝大多数家长都选择了“两个孩子互相是个伴儿”
- 相比之下，“养儿防老”的观念越来越淡化

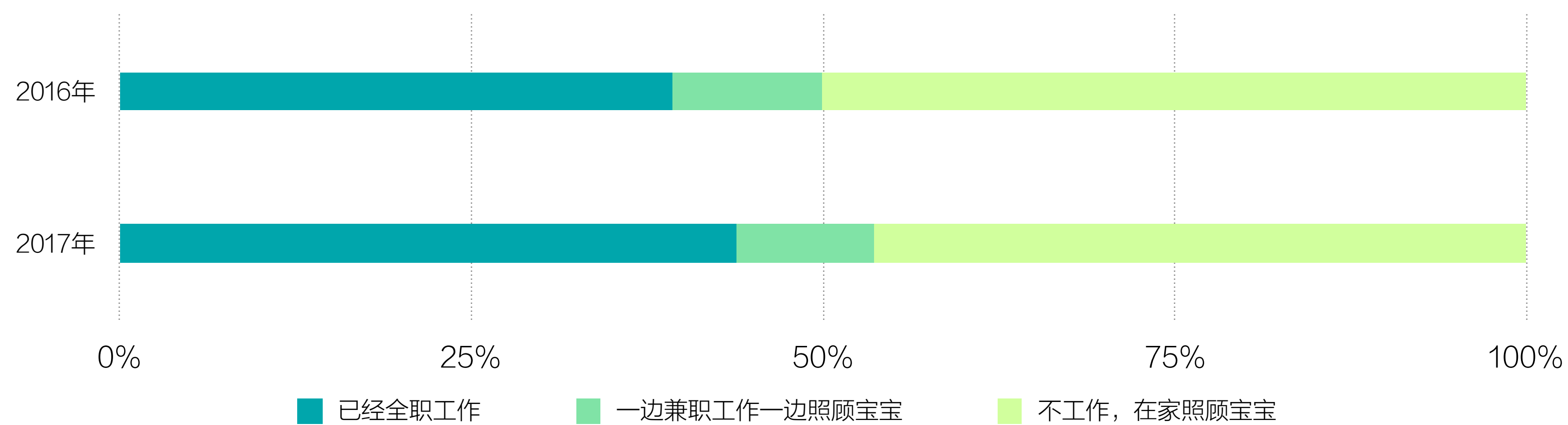
妈妈的事业和自我

2



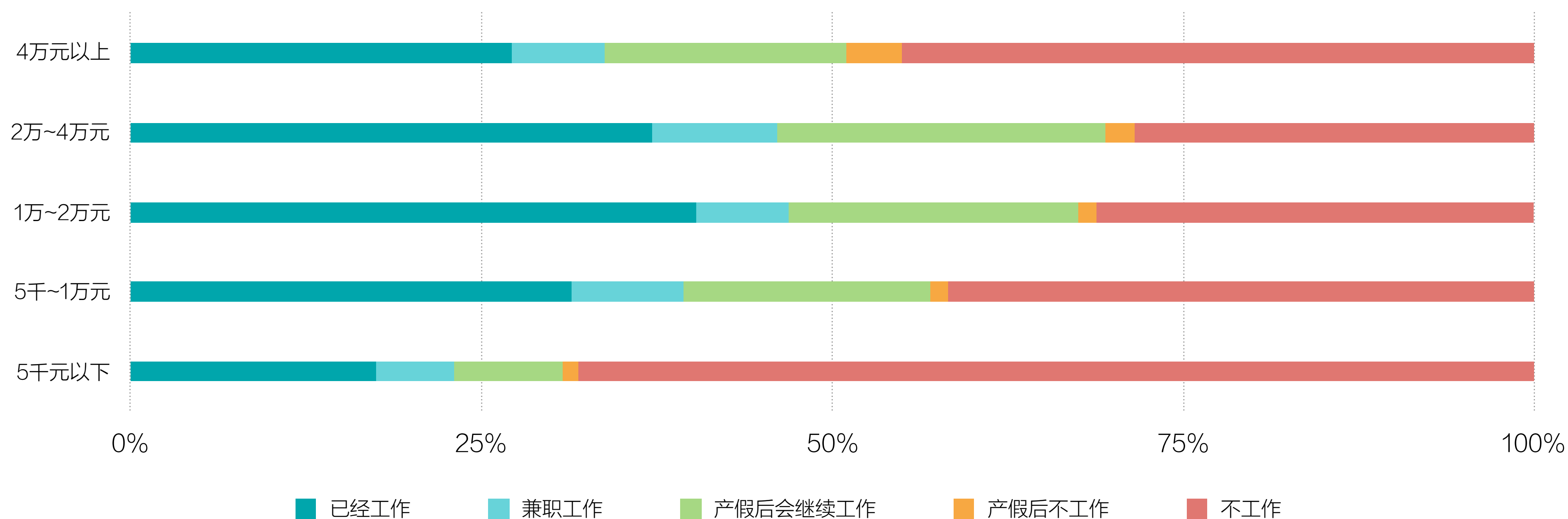
做个专心照顾宝宝的全职妈妈？
还是投身职场，育儿工作两不误？

2016-2017 职场妈妈变化



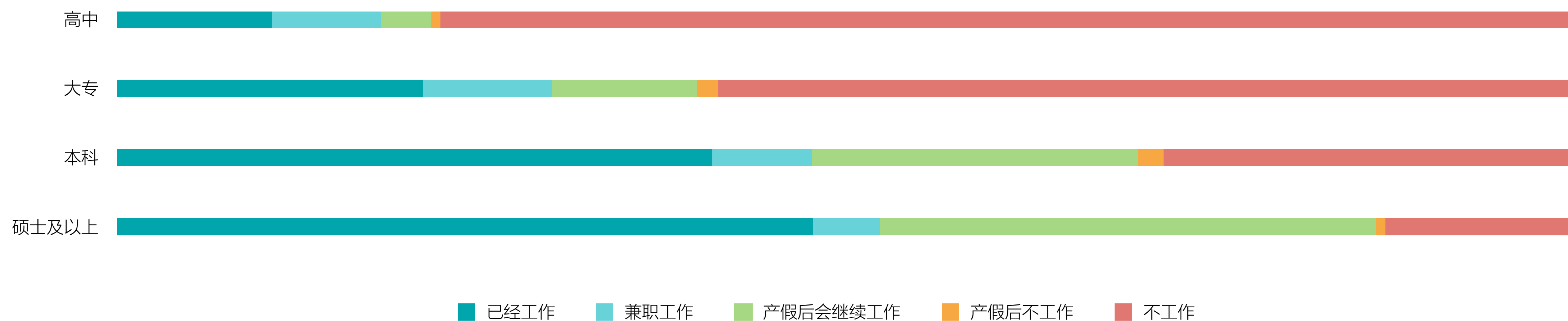
- 相比2016年, 1-2岁宝宝家庭中, 工作的妈妈比例有所增加。

家庭收入与妈妈的工作选择



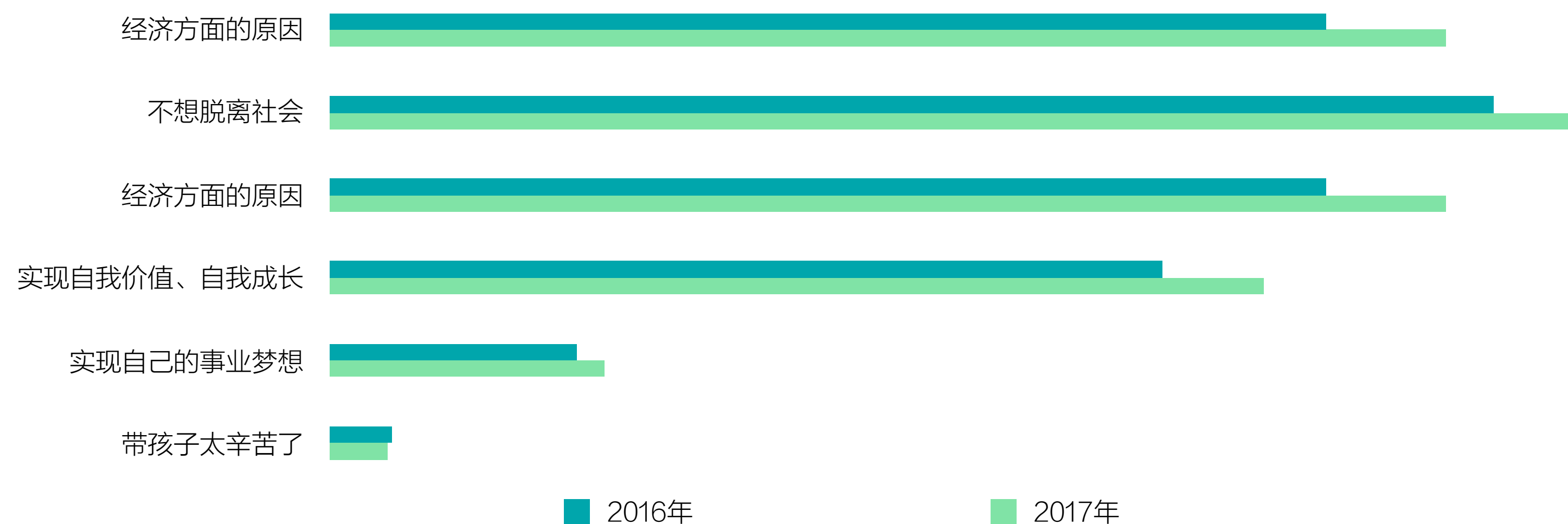
- 在0-3岁的家庭中，收入最高的群体和收入最低的群体，工作比例相对最低。

妈妈学历与工作选择



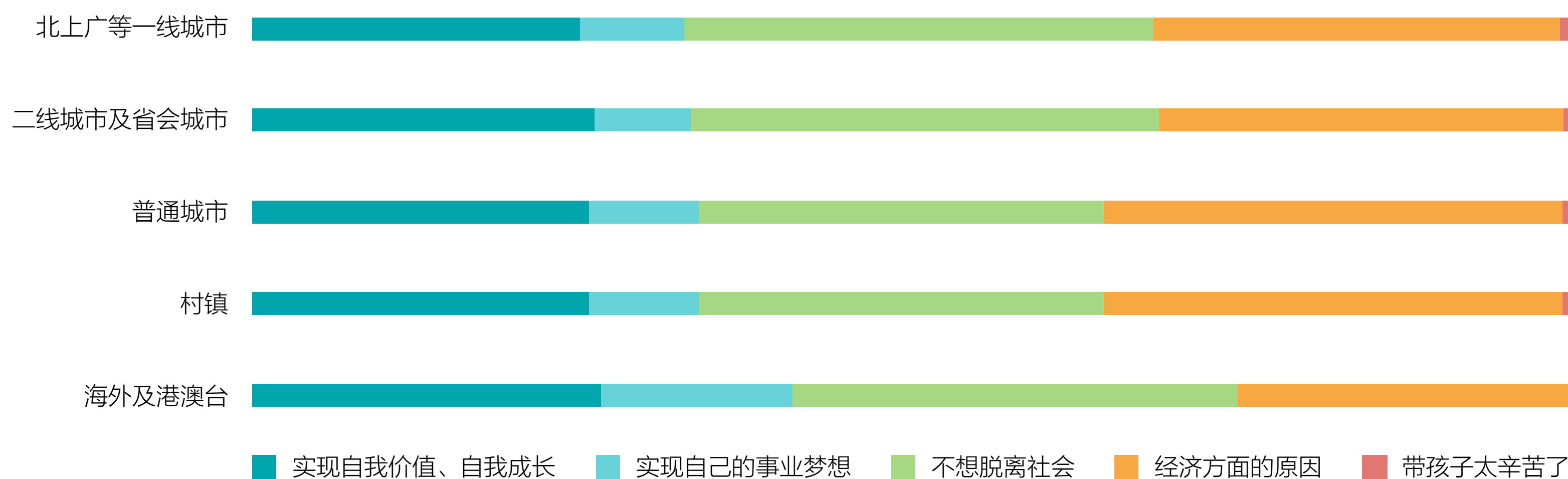
- 在0-3岁的家庭中，学历越高的妈妈，工作的比例越高。

选择工作的主要原因



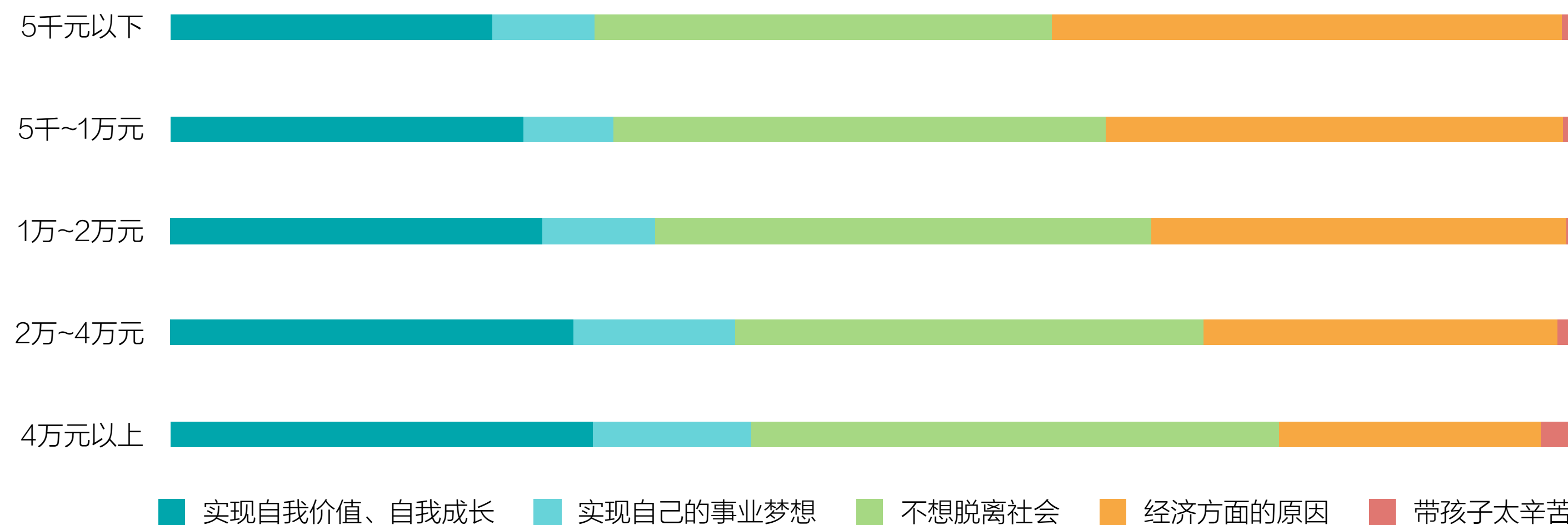
- 在所有已工作及有工作意向的家庭中，妈妈选择工作最主要的原因是“不想脱离社会”
- 和2016年相比，“实现自我价值、自我成长”“不想脱离社会”“经济原因”的因素有明显提升

居住地和妈妈工作的原因



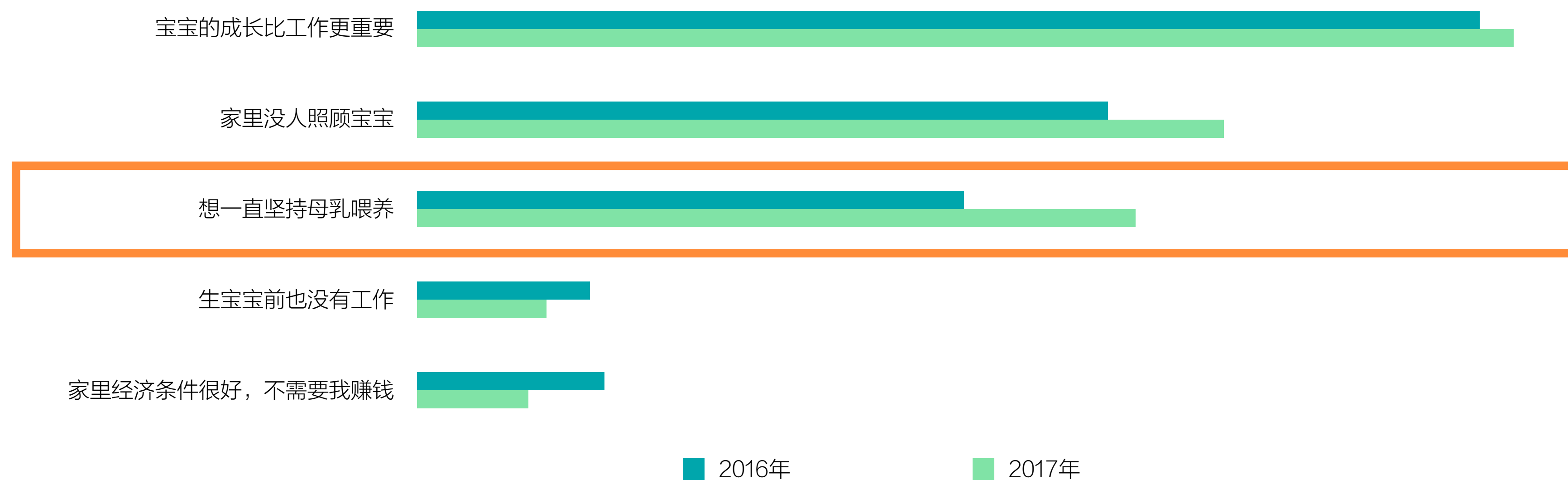
- 相比一二线城市，村镇、普通城市的在职妈妈的工作原因中，经济原因的比例更高。

家庭收入和妈妈工作的原因



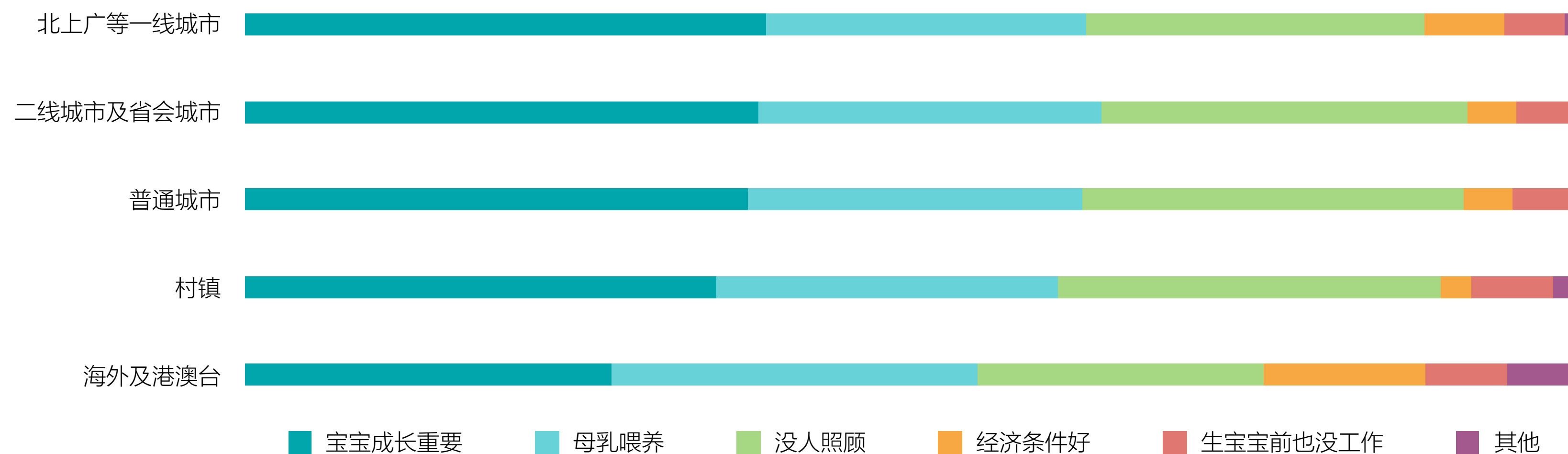
- 家庭收入低的家庭，在职妈妈工作的原因比例中“经济原因”更多；
- 家庭收入越高，在职妈妈工作原因中“实现自我价值、自我成长”和“事业梦想”的比例越高，
- 而且高收入家庭的妈妈觉得“带孩子太辛苦”的比例最高

选择不工作的原因



- 和2016年相比，因为想坚持母乳喂养儿选择暂时不工作的妈妈明显增加。

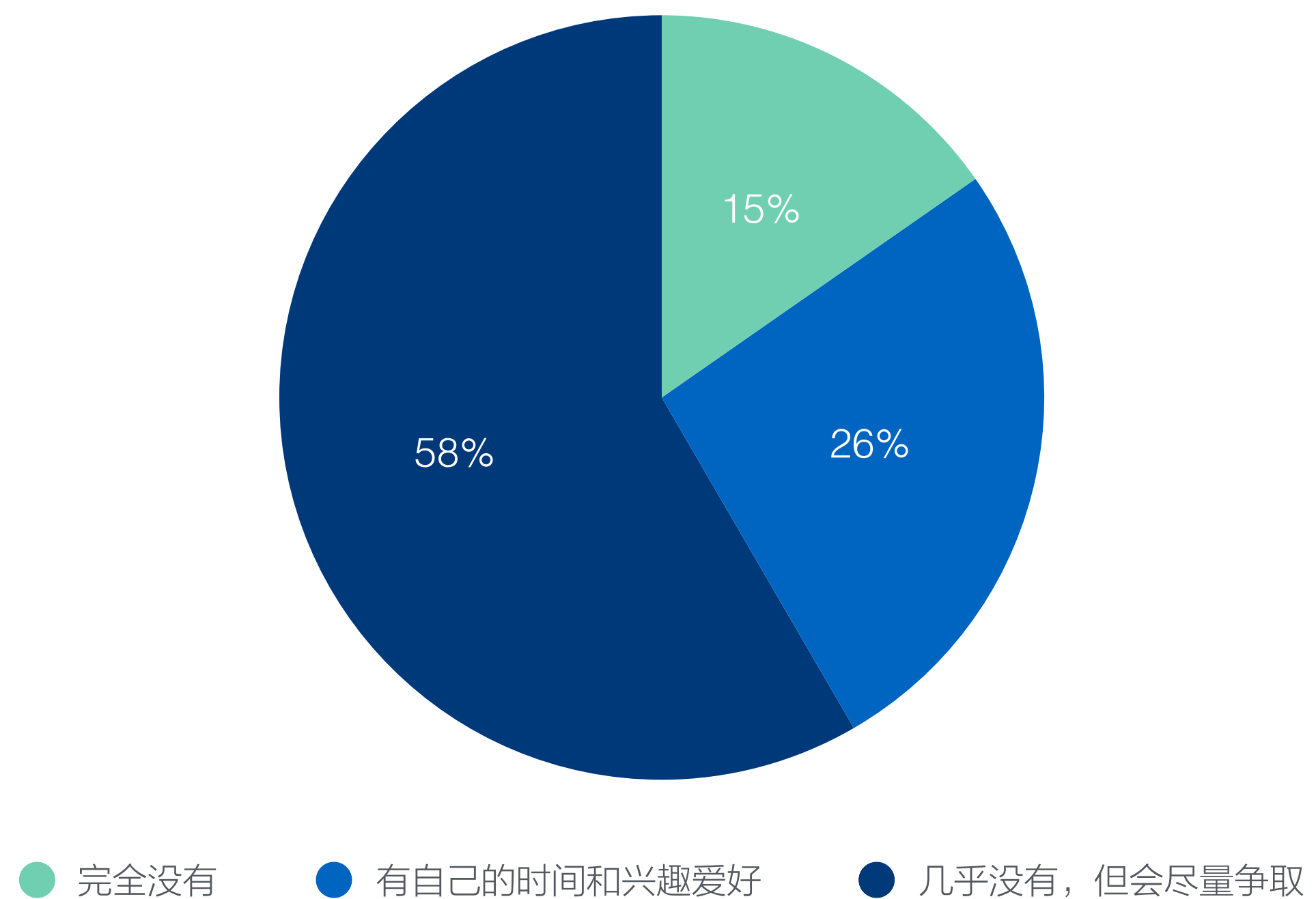
居住地和不开工作的原因



- 一二线城市的全职妈妈，认为“宝宝成长比工作更重要”的比例更高

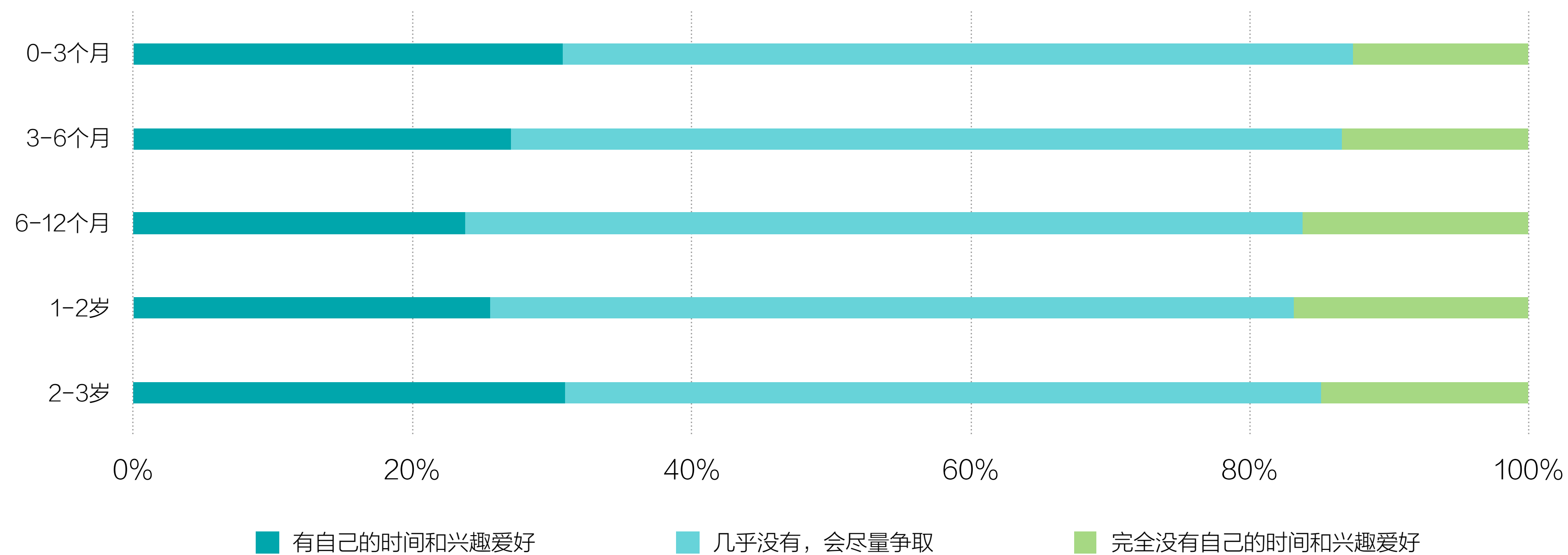
当了妈，还有自我吗？

妈妈的自由时间和兴趣爱好



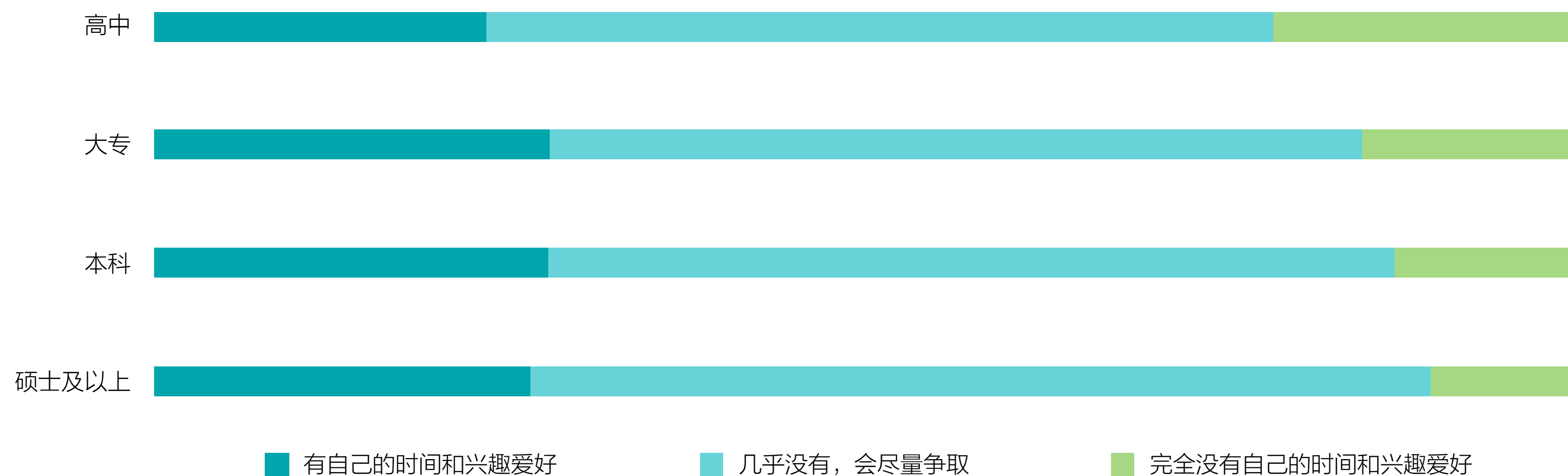
- 近60%的妈妈几乎没有个人时间，但会尽量争取；
- 15%的妈妈完全没有个人自由时间和兴趣爱好，照顾孩子家庭、做好本职工作，就已经占据了所有精力和时间。
- 只有26%的妈妈在育儿生活中，有自己的时间和兴趣爱好。

宝宝月龄和自我时间



- 6-12月龄宝宝妈妈自由时间最少, 相比之下, 3月龄内、2岁以上的宝宝妈妈相比有更多的自由时间。

妈妈学历与自由时间



- 学历越高的妈妈，越会努力争取属于自己的自由时间，
- 相对而言，学历低的妈妈，被育儿和基本工作占据所有精力时间的比例更高。

育儿困惑与育儿知识学习

3

”

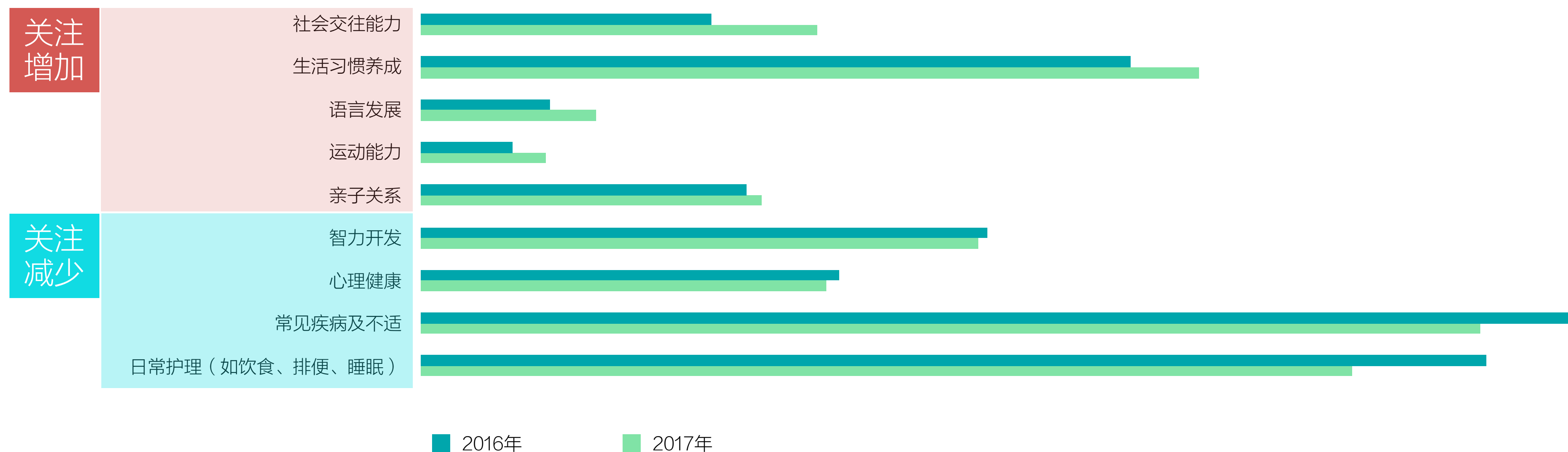
时代在变，父母关注的育儿问题也在变。

3

育儿困惑与育儿知识学习 关注的育儿问题



2016-2017关注的育儿问题变化



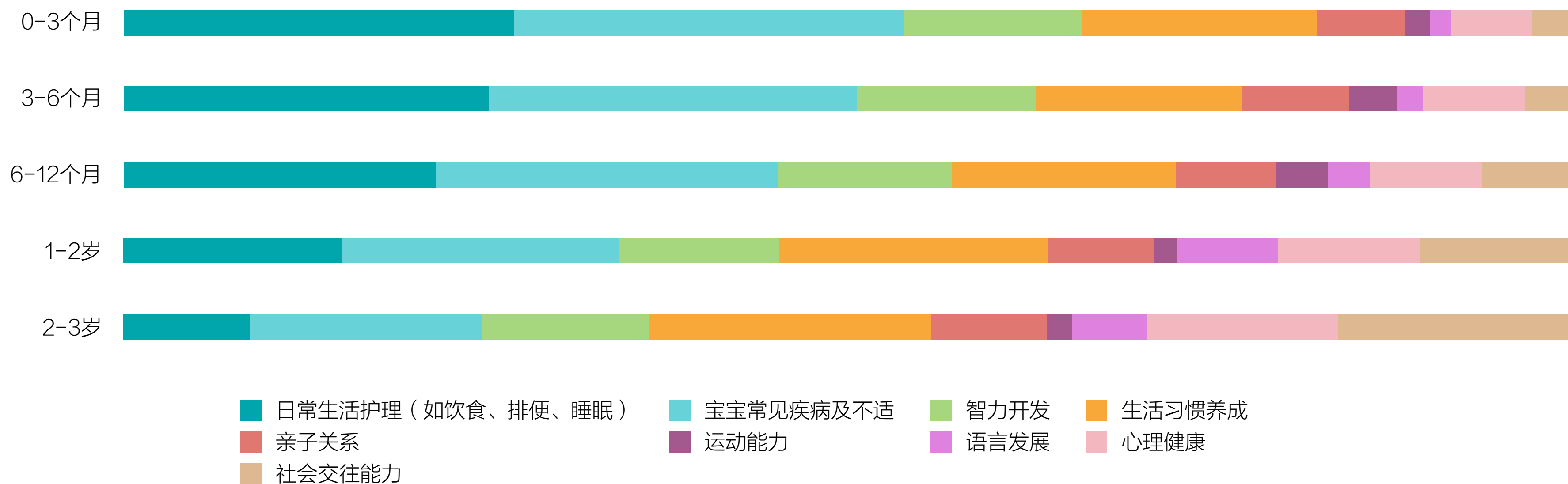
- 相比2016年，家长对“社会交往能力”“生活习惯”等问题的关注比例有所增加，对“常见疾病不适”“日常护理”的关注比例有所下降。

3

育儿困惑与育儿知识学习 关注的育儿问题



月龄和关注的问题



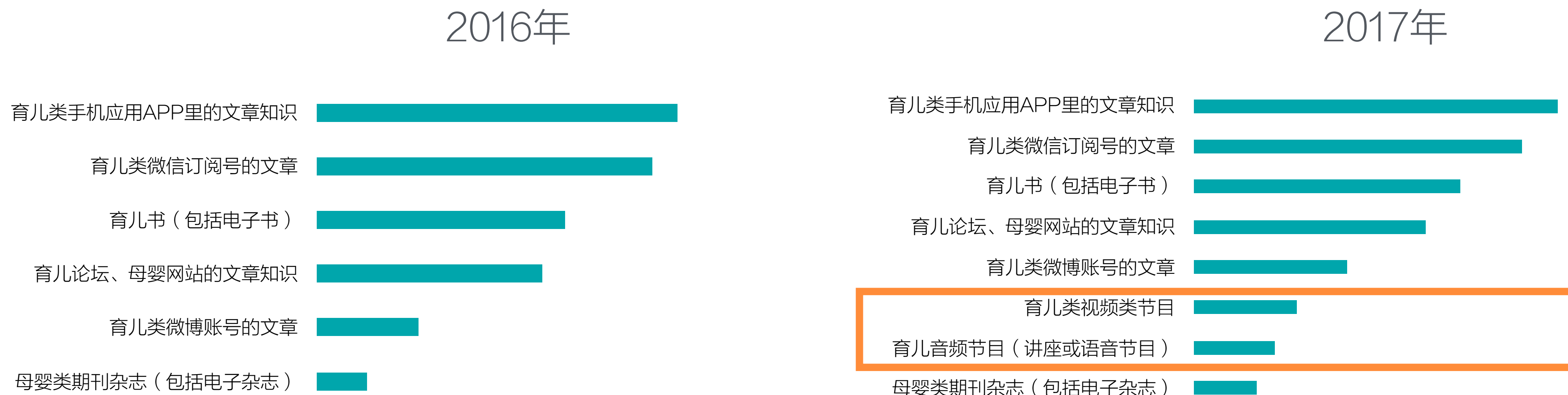
- 虽然在整体上育儿问题的关注与2016年有所不同，但月龄段的关注点差异仍然明显存在；
- 宝宝月龄月小，家长越关注日常护理和疾病不适；
- 随着宝宝月龄增长，家长对心理健康、社会交往能力、语言发展等问题的关注比例上升。

3

育儿困惑与育儿知识学习 关注的育儿问题



学习育儿知识途径的变化



- 与2016年相比，学习育儿知识的途径排序基本没有变化；
- 新的媒体形式（如育儿视频、音频类节目）的比例高于传统母婴期刊。

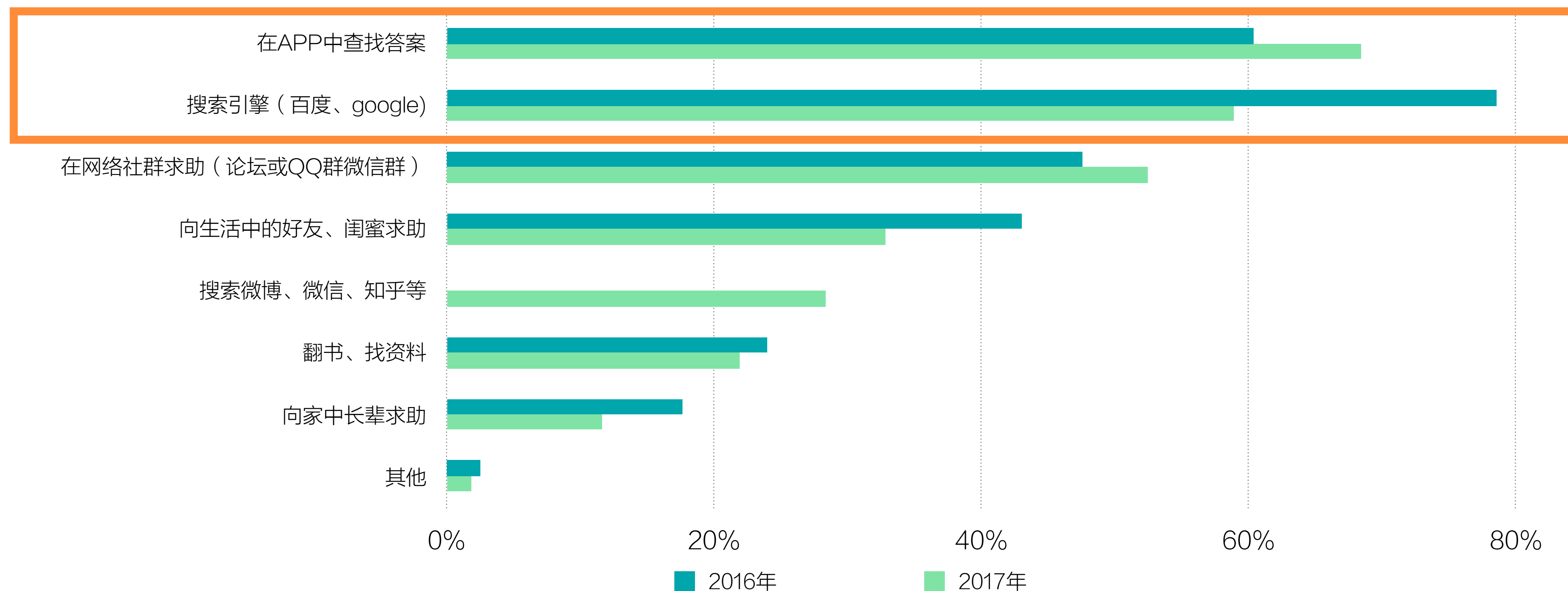
育儿的困惑千千万，到底为什么而困扰？

3

育儿困惑与育儿知识学习 如何解决育儿困惑

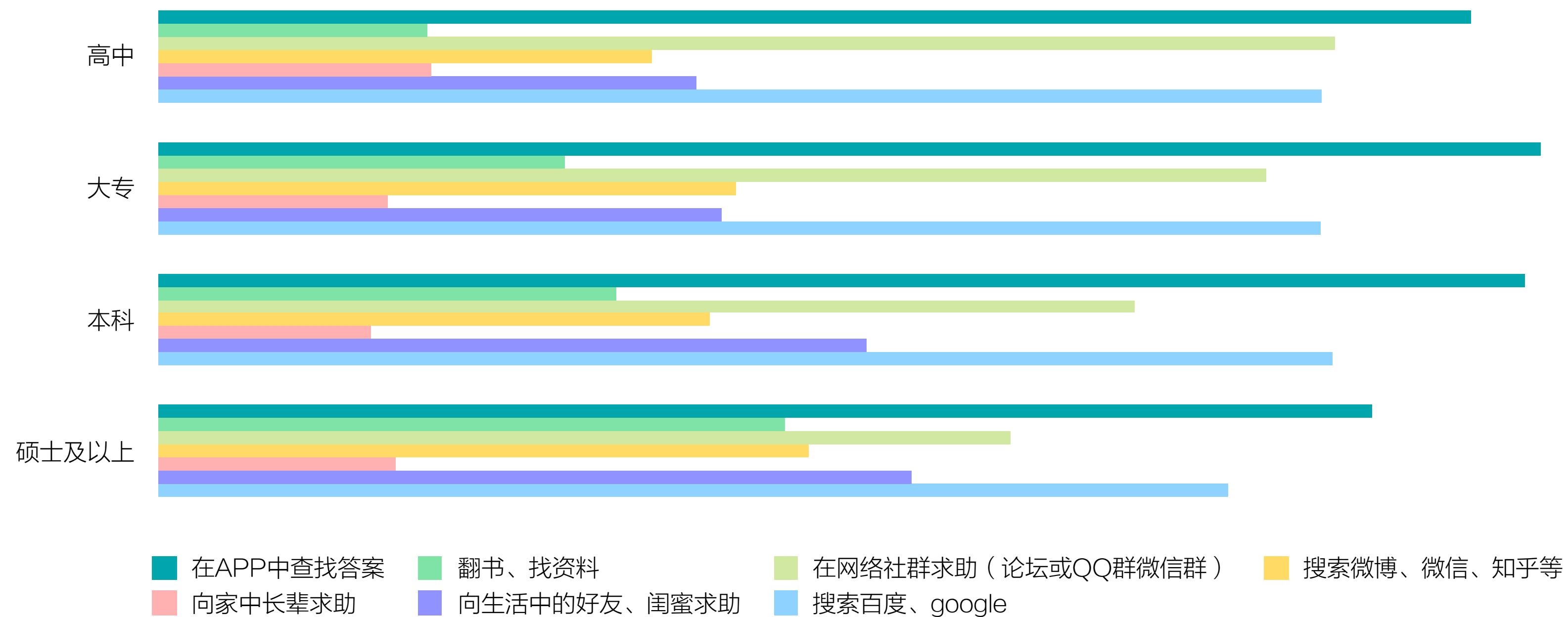


2016-2017解决育儿困惑的变化



- 相比2016年，通过APP查找育儿困惑的答案比例有所增加，通过搜索引擎搜索的比例有所下降；
- 向好友、长辈求助的比例有所下降，但向社群网络求助的比例反而增加；
- 搜索微博、微信、知乎等新媒体的比例高于翻书等传统学习途径。

不同学历家长在解决困惑时的喜好差别



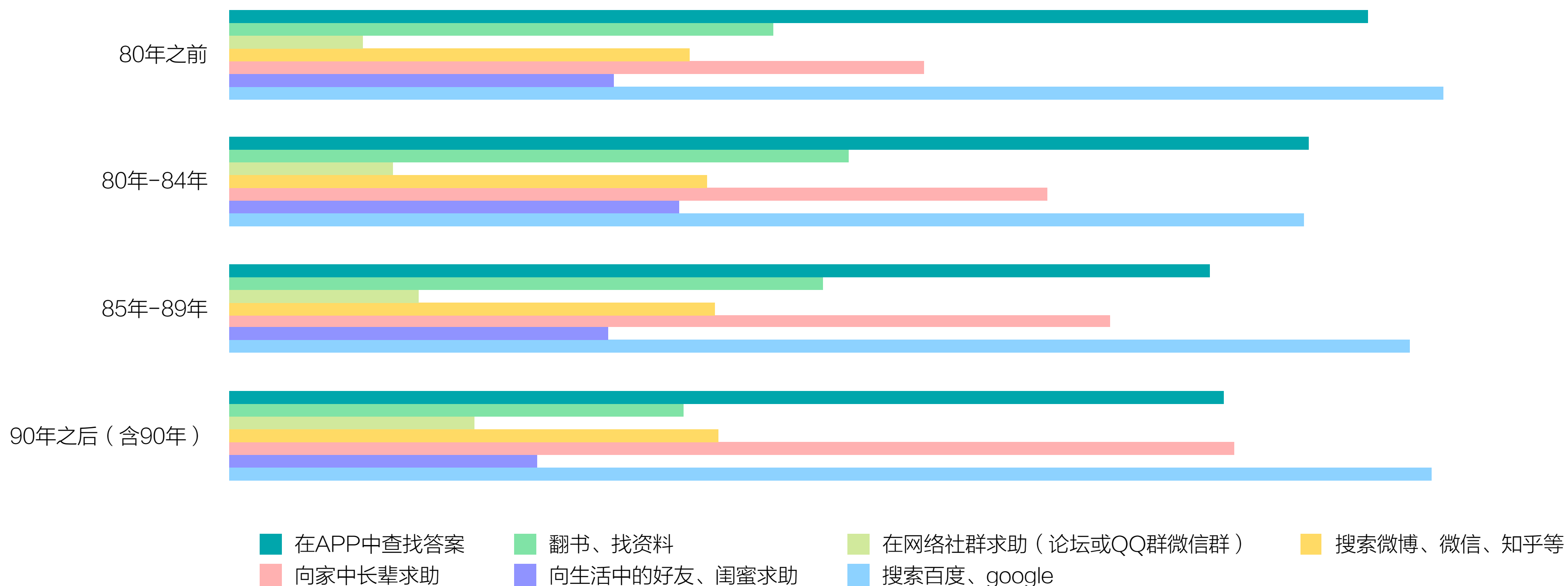
- 相比之下，高学历家长中，通过翻书找资料、搜索引擎的方式比例更高；
- 学历偏低的家长，在网络社群中求助的比例更高。

3

育儿困惑与育儿知识学习 如何解决育儿困惑

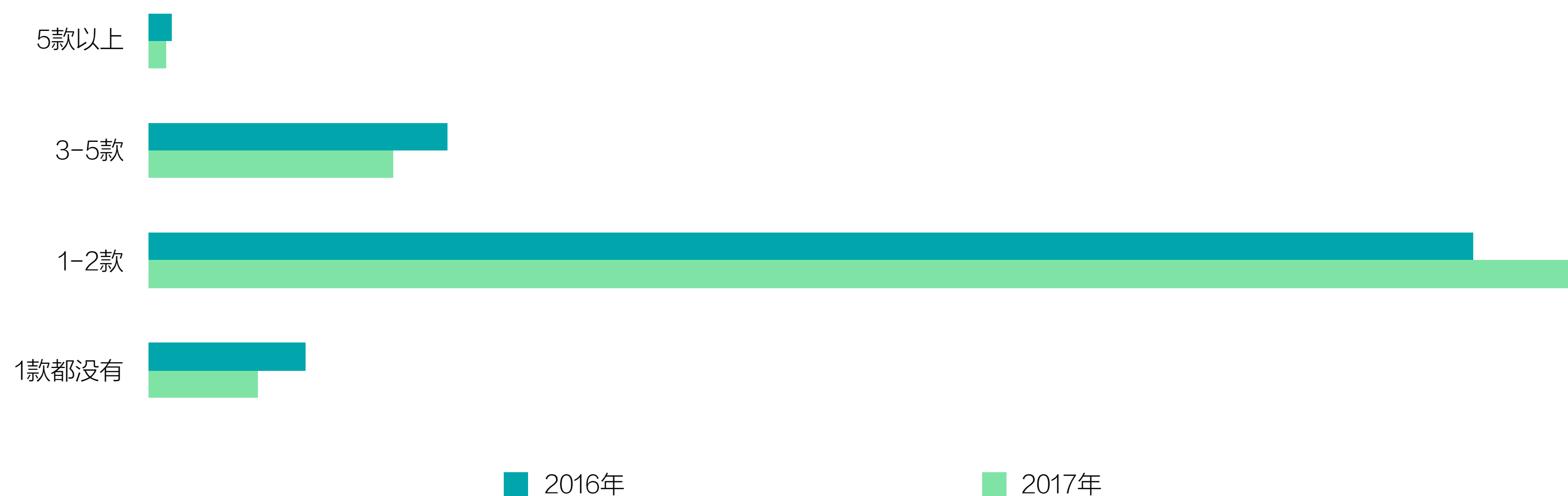


不同年龄家长的解决方式



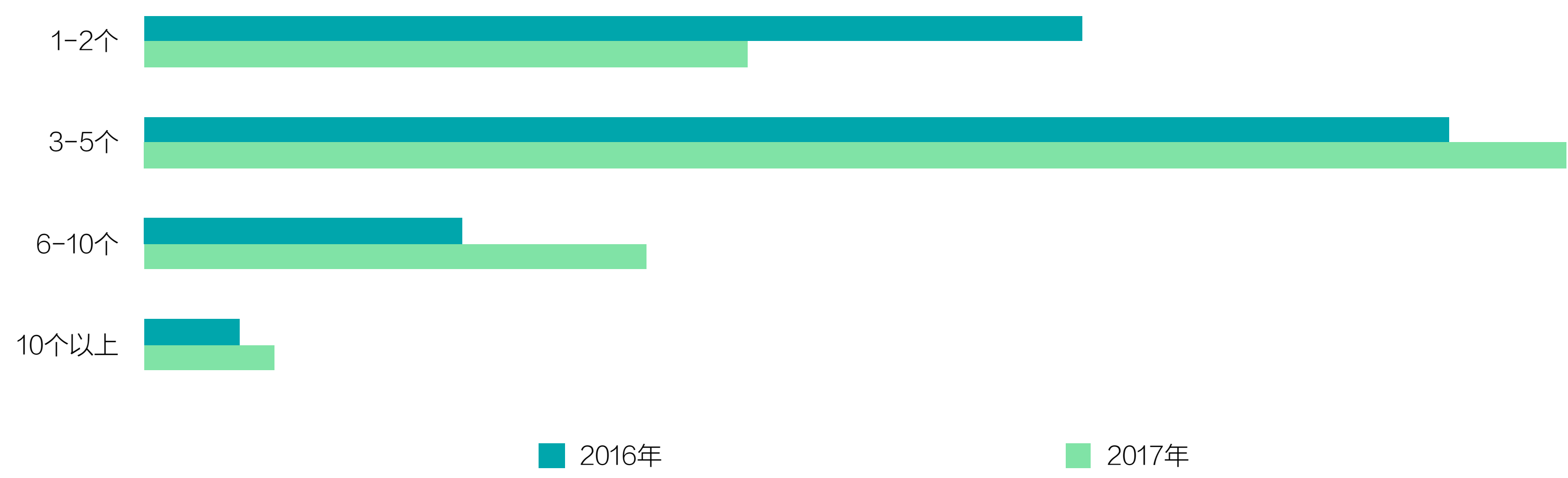
- 85后、90后的家长更喜欢在网络社群中向其他家长求助；
- 相比之下，70后的家长使用搜索引擎、APP搜索的比例更高。

每天使用的育儿类手机应用及App数量



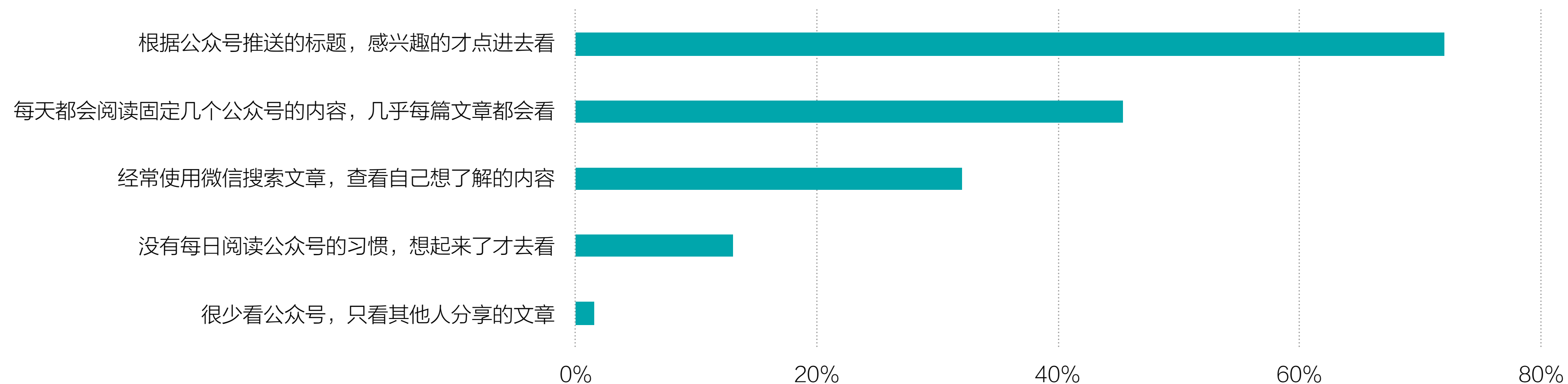
- 和2016年相比，家长每天使用手机应用的数量更加集中，趋向于每日使用1-2款App。

公众号数量



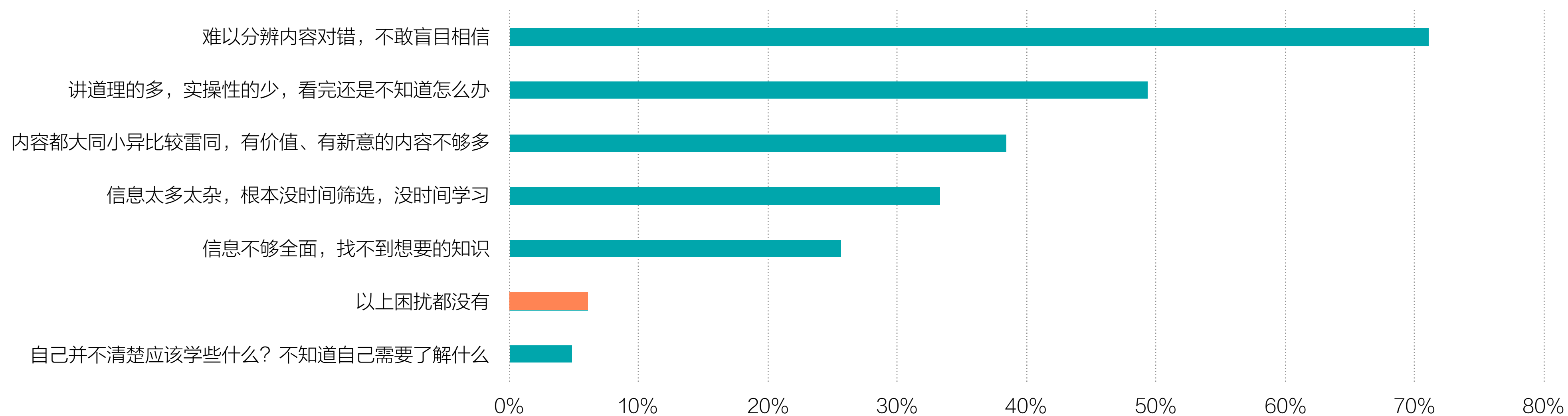
• 和2016年相比，家长关注的微信公众号数量有明显提高。

公众号阅读习惯



- 面对大量的育儿类公众号信息，大多数用户会根据推送有选择地阅读；
- 近50%的家长，有固定阅读公众号的习惯，对于优秀而的公众号有一定黏性。
- 通过微信搜索的比例有所增加，微信也成为新媒体环境下的主动获取信息的渠道之一。

对网络知识的困扰



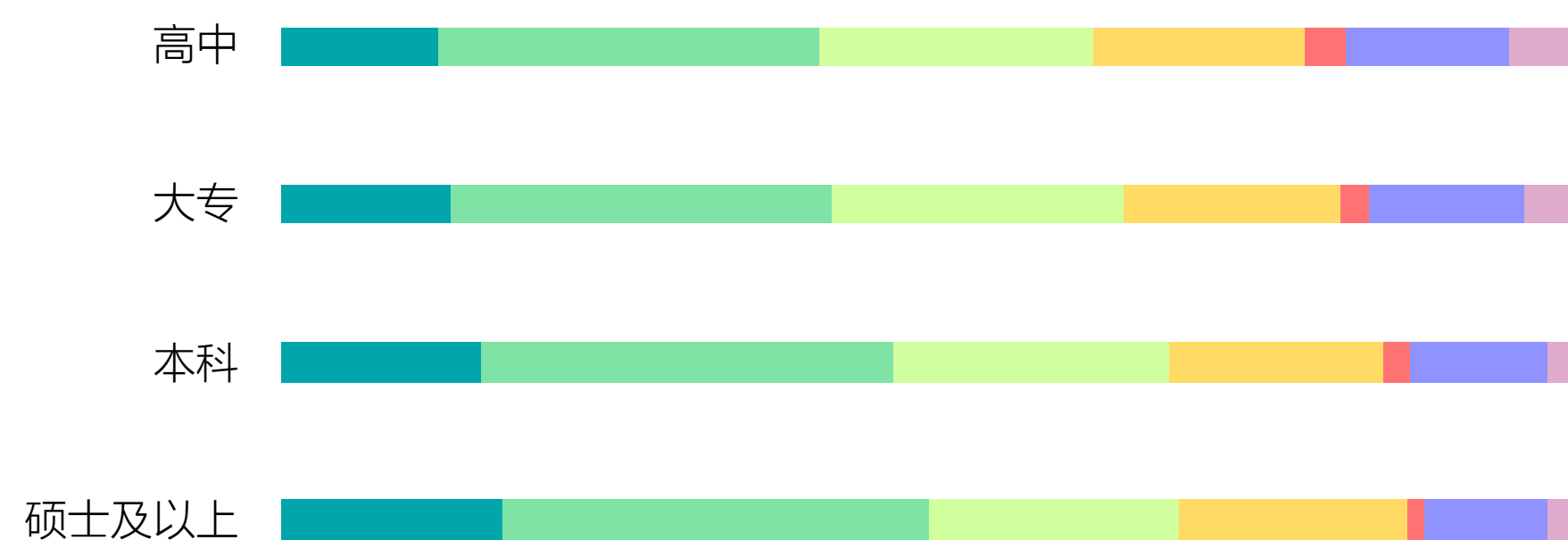
- 只有6%的用户明确表示对互联网上的育儿知识没有困扰；
- 用户对互联网知识的困扰，主要集中在“正确性”、“实操性”、“太雷同”、“太多太杂”。

3

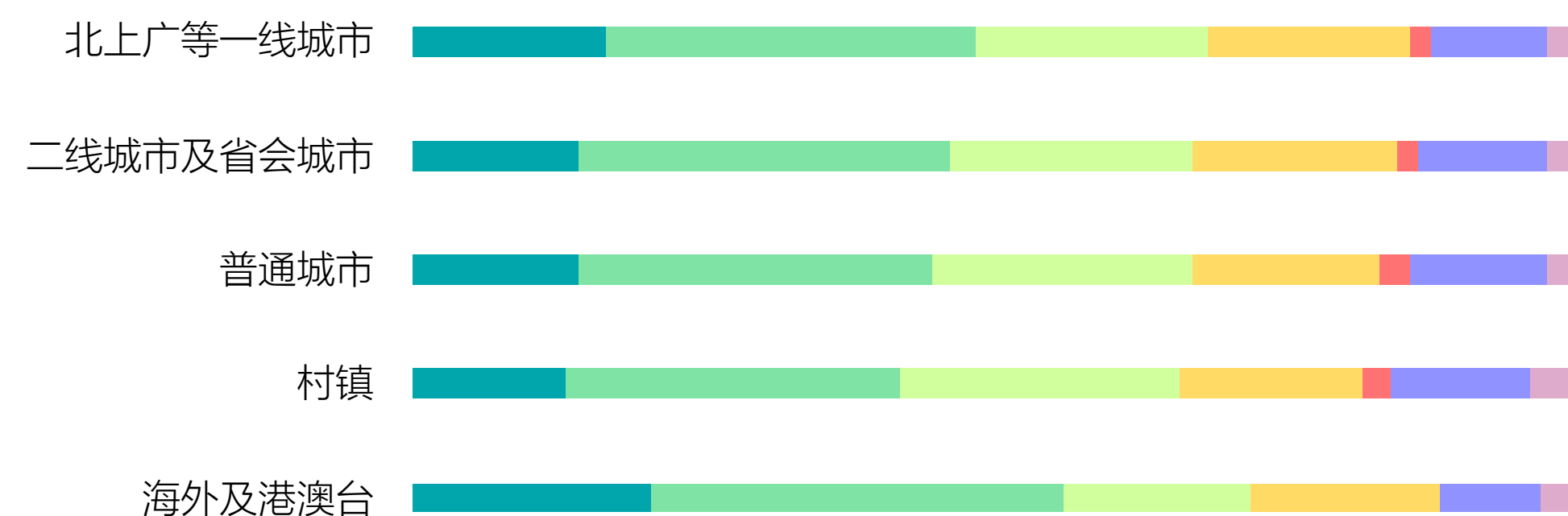
育儿困惑与育儿知识学习 网络知识的困扰



学历和困扰



城市和网络知识的困扰



■ 信息太多太杂，没时间选 ■ 难以分辨对错，不敢盲目相信 ■ 实操性的少 ■ 内容都大同小异比较雷同 ■ 不知道自己需要什么 ■ 信息不够全面 ■ 没有困扰

- 学历越高的用户，对互联网信息的繁杂越困扰，学历低的用户，没有困扰的比例更高；
- 海外、一二线城市的用户，对互联网信息的繁杂更困扰，对整体互联网知识的困惑更多。

新洞察:知识付费

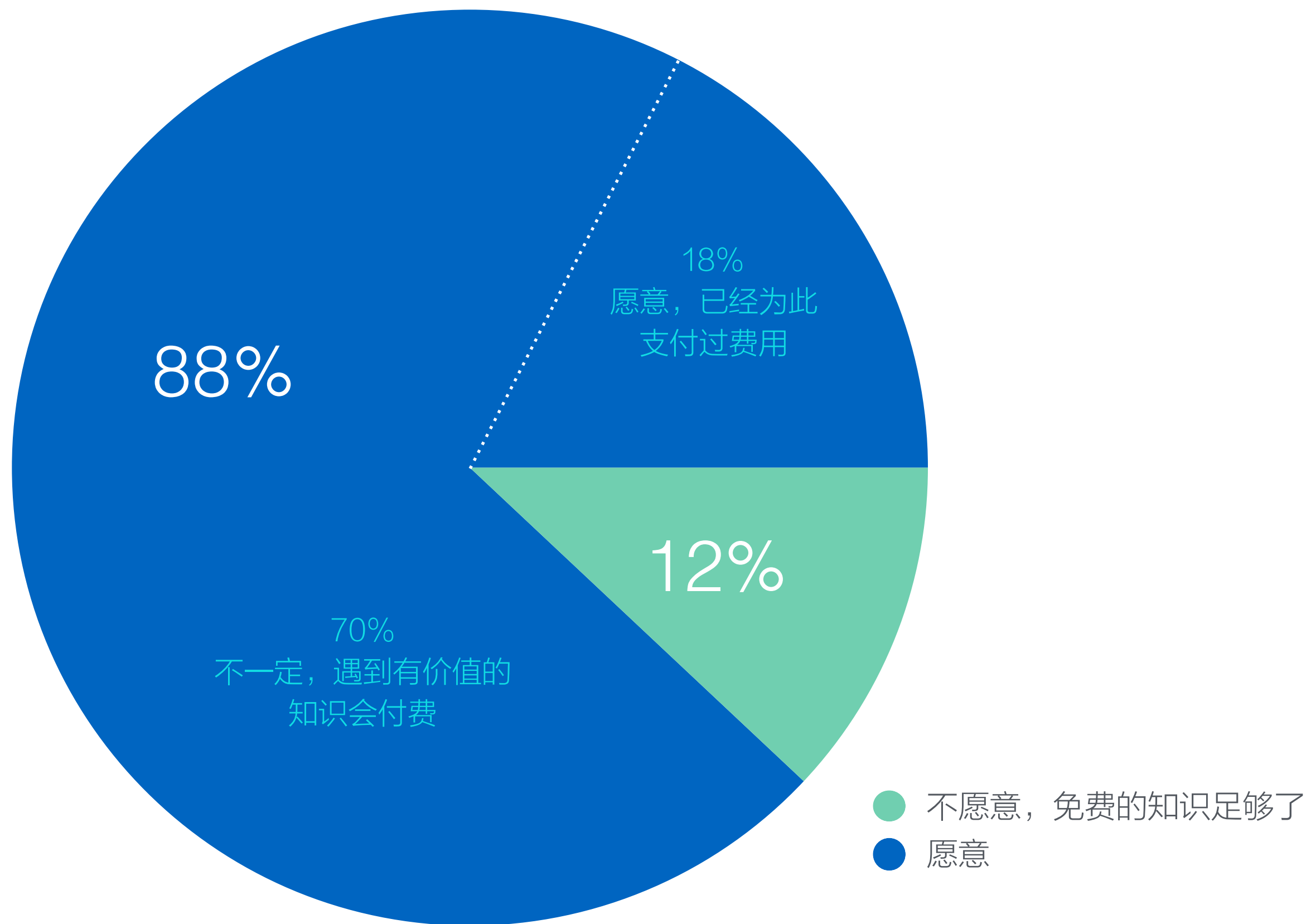
4

知识付费的时代到来了吗？

4

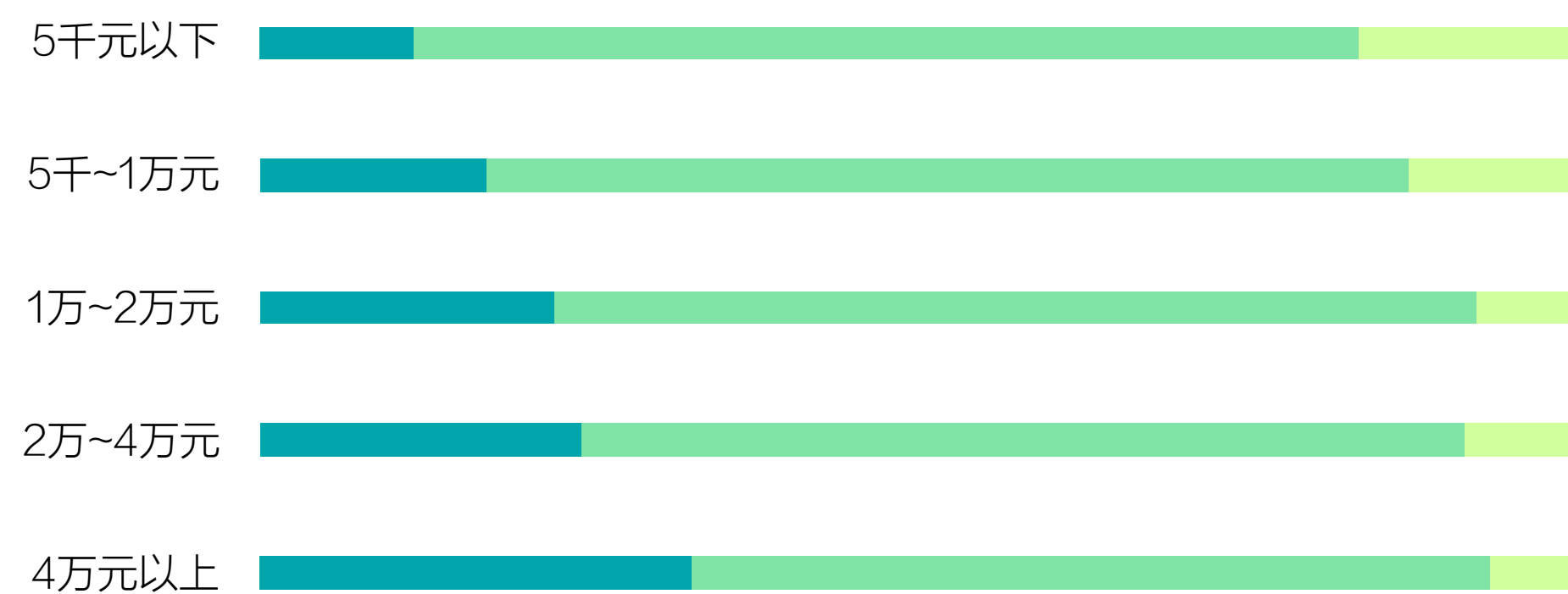
新洞察-知识付费

家长是否愿意为学习育儿知识而付费



- 88%的用户表示，愿意为育儿知识付费，其中18%的用户已经支付过费用，另外70%的用户表示遇到有价值的知识愿意付费。

家庭月收入与知识收费意愿

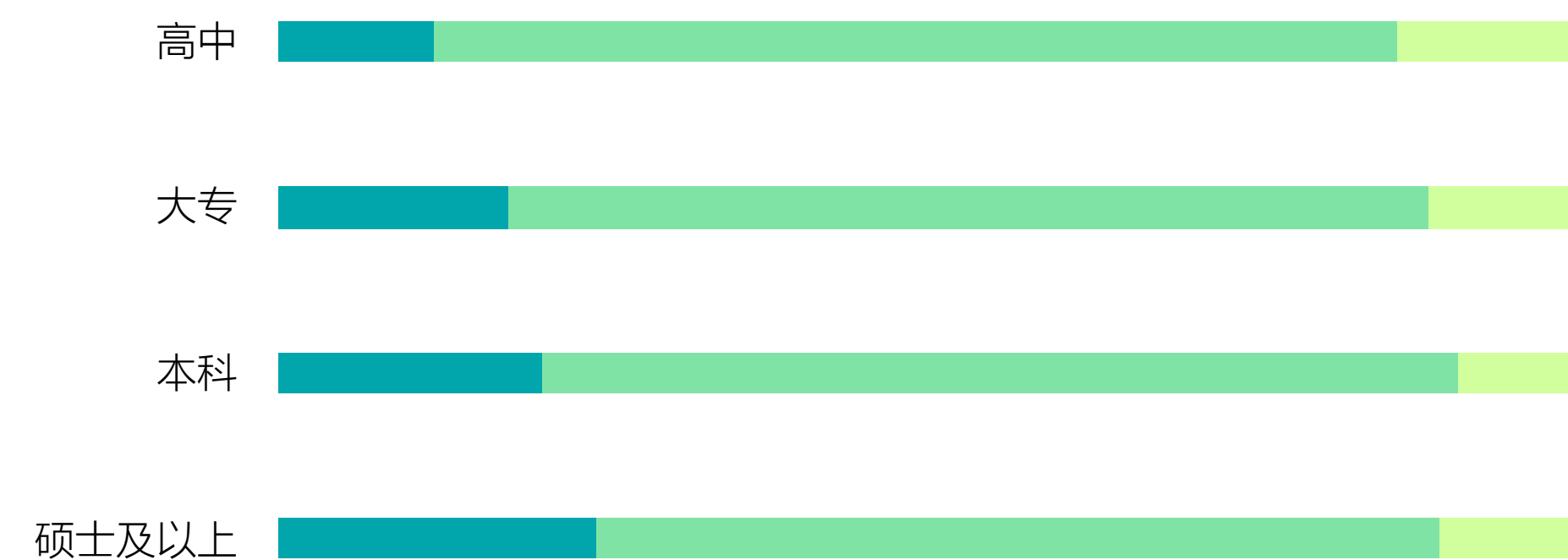


■ 愿意, 已经为此支付过费用

■ 不一定, 遇到有价值的知识会付费

■ 不愿意, 免费的知识足够了

学历与知识收费意愿



- 家庭月收入越高, 愿意付费的用户比例越高; 反之, 家庭月收入越低, 不愿意付费的比例越高;
- 相比之下, 一二线城市、高收入、高学历人群, 更愿意为有价值的知识付费, 并且已经付费的人群比例更高。

4

新洞察-知识付费

为什么而“付费”

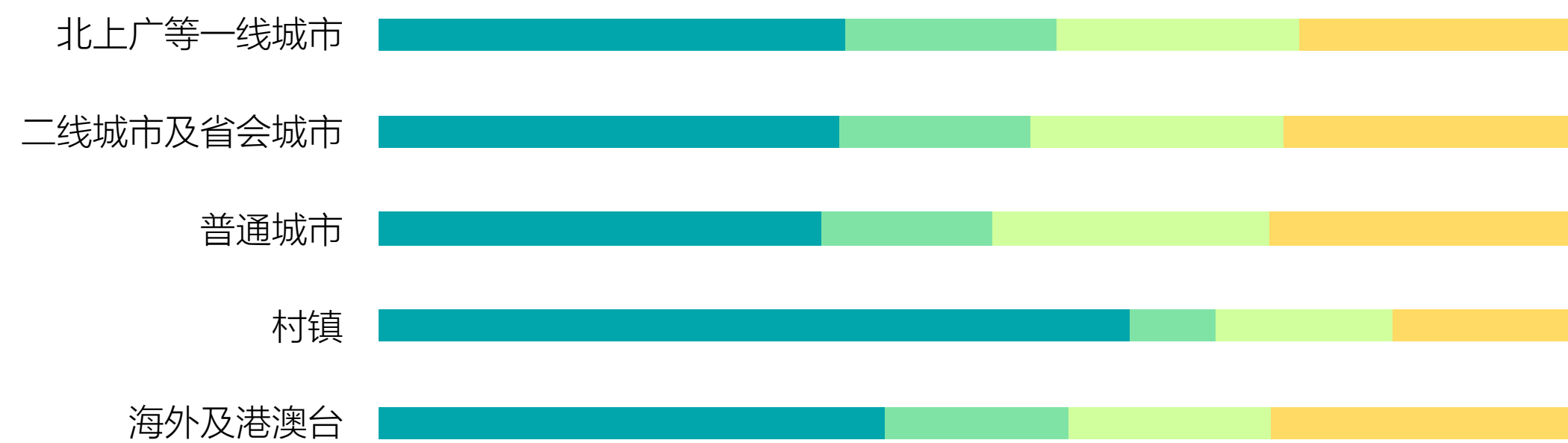


付费的原因

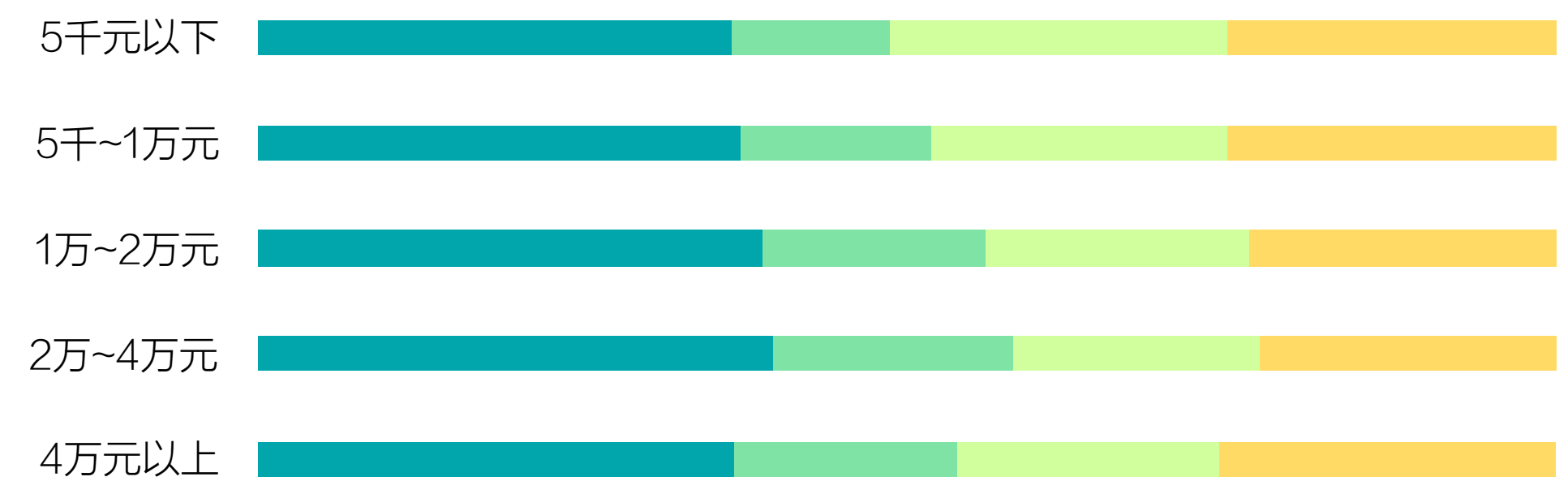


- 在付费原因方面，超过76%的用户都选择了为“专业性”付费。

城市与付费原因



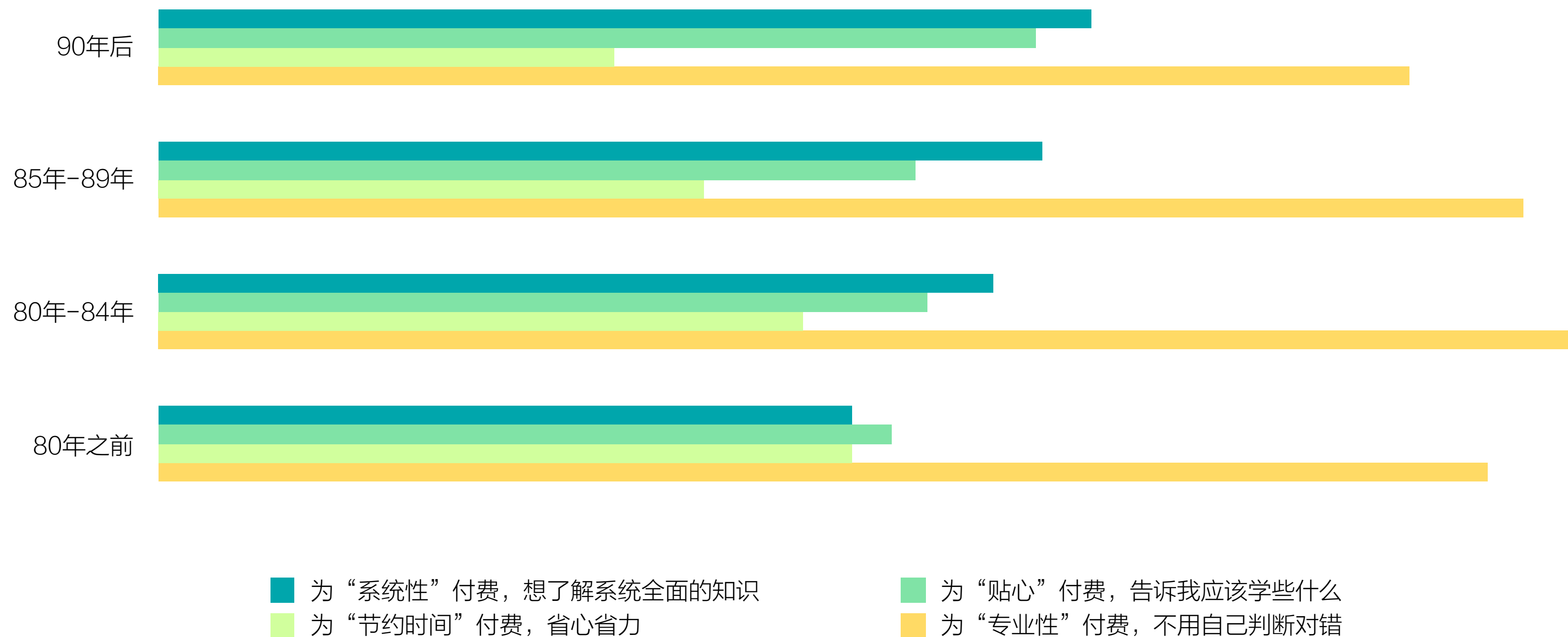
月收入与付费原因



■ 为“专业性”付费，不用自己判断对错 ■ 为“节约时间”付费，省心省力 ■ 为“贴心”付费，告诉我应该学些什么 ■ 为“系统性”付费，想了解系统全面的知识

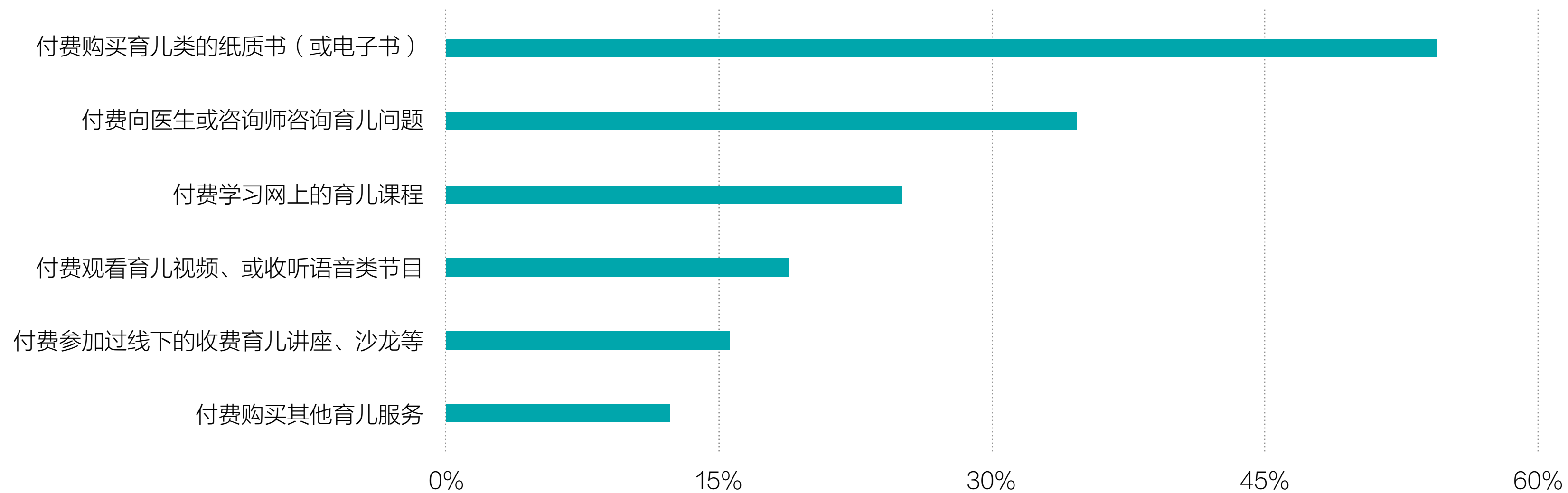
- 从用户居住地来看，村镇用户更愿意为知识的“专业性”付费；
- 从家庭月收入来看，无论收入高低，“专业性”都是最主要的付费原因；高收入的家庭更愿意为“节约时间”付费。

家长年龄与付费原因



- 为“节约时间”付费的原因中，70后的家长比例更高，为“贴心”付费的原因中，90后的比例更高。

已付费购买的服务



- 在已经产生付费行为的家长中，近55%的家长都付费购买过育儿类；
- 其次是35%的家长向医生或咨询师付费咨询育儿问题。

育儿行为

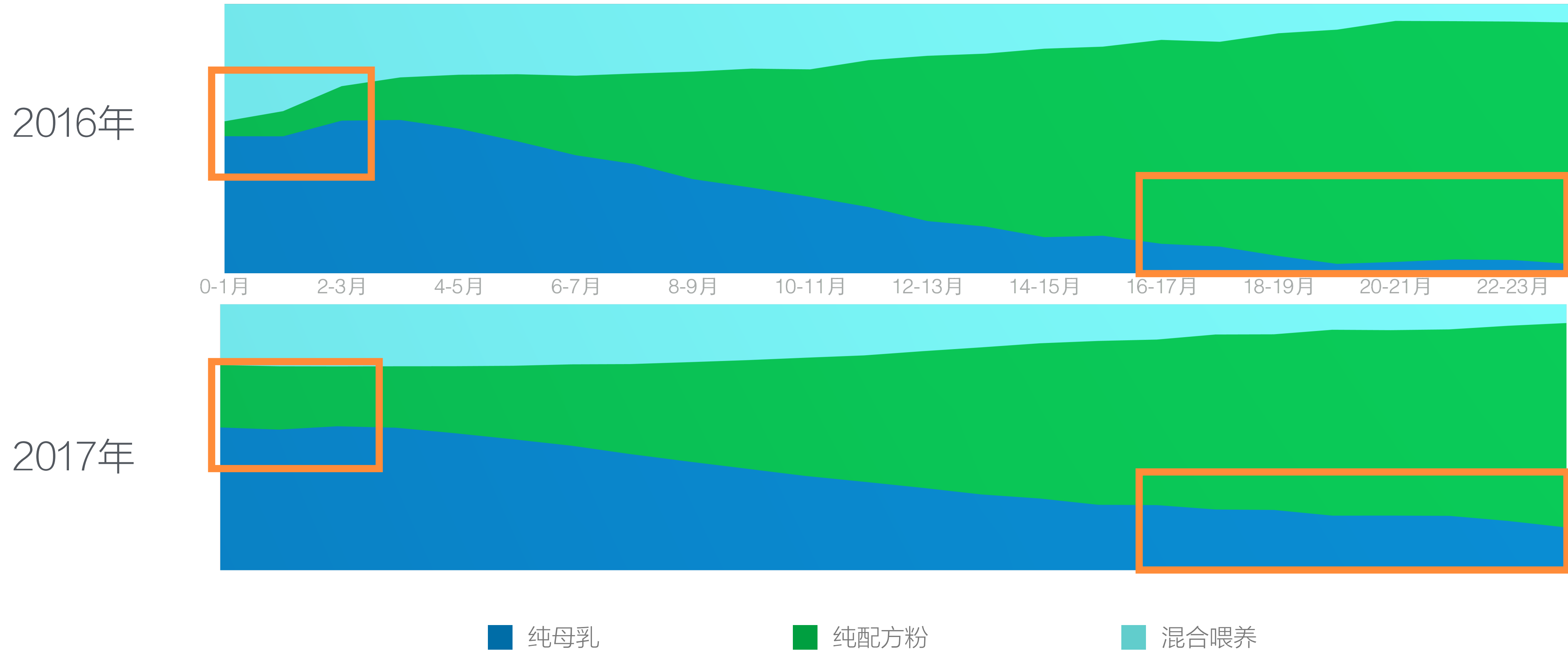
5

”

这一年，家长们育儿行为的变化。

5

育儿行为 喂养现状



- 在2017年和2016年，0-24月龄喂养方式的数据差比较中可以看出，小月龄宝宝的纯配方粉喂养比例上升，长期坚持母乳的比例大幅度提高。

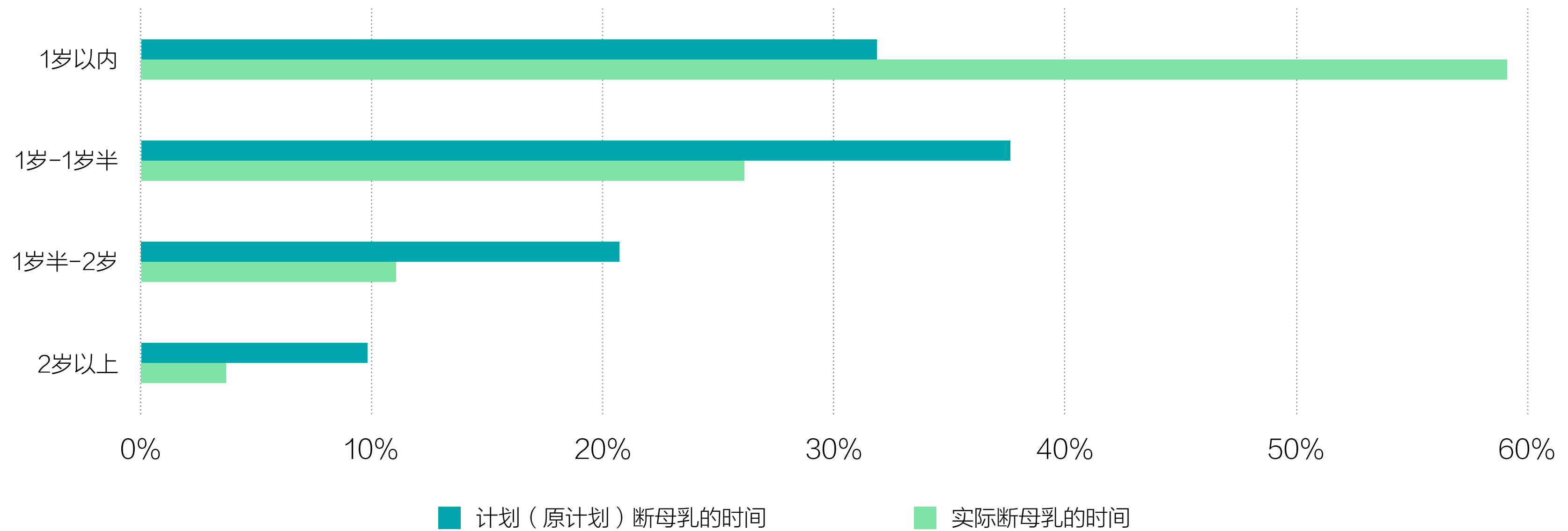
5

育儿行为

断奶，理想与现实仍有差距



断奶时间



- 虽然妈妈们都希望能更久地坚持母乳喂养，但实际断奶的时间仍然和预计有很大距离。

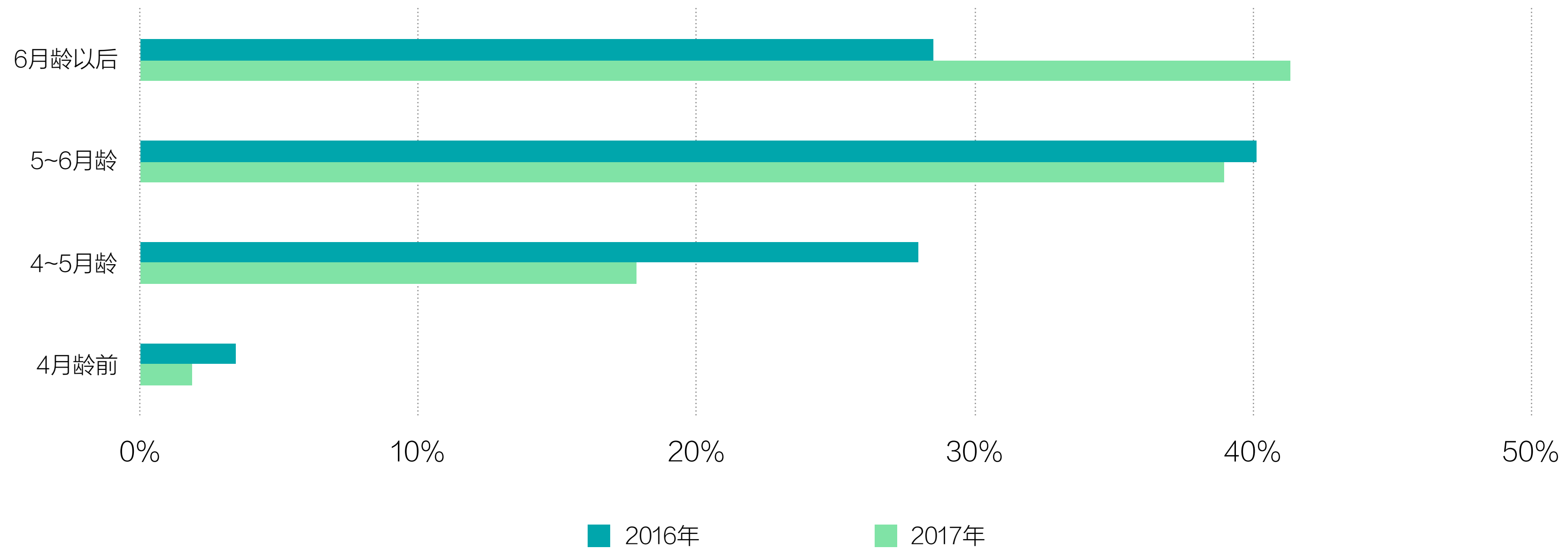
5

育儿行为

6月龄前添加辅食的变少了



辅食添加



- 相比2016年，首次给宝宝添加辅食的时间均有所变化，6月龄后添加的比例明显增加，小于5月龄添加的比例明显减少。

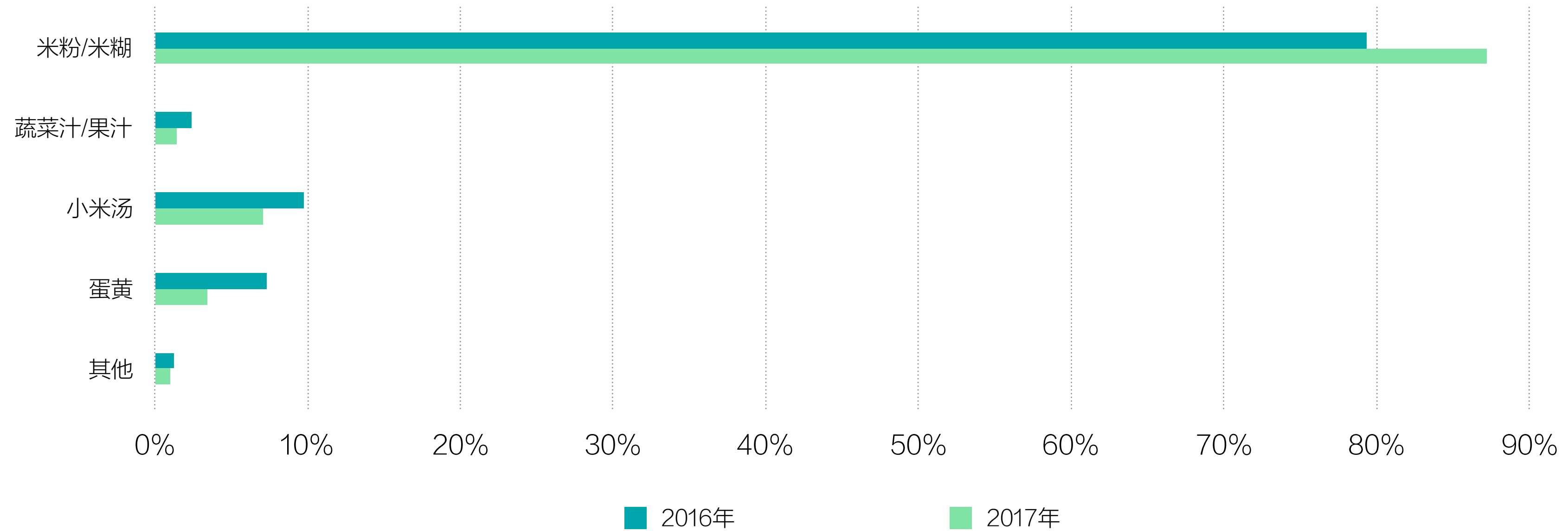
5

育儿行为

首次添加辅食更科学了



首次添加



- 相比2016年，宝宝的第一口辅食添加中，米粉/米糊比例有明显增加，已接近90%；
- 蛋黄、小米汤、果蔬汁等不适合首次添加的食物比例均有所下降。

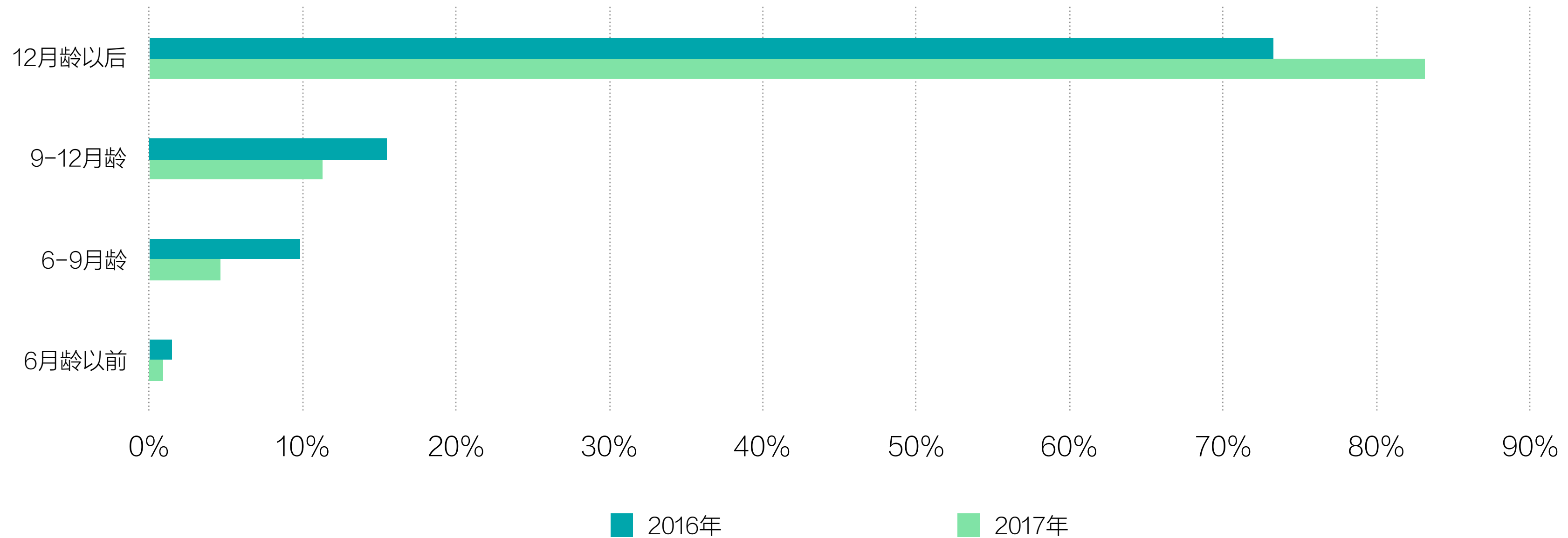
5

育儿行为

主动添加调味料的时间延后啦



调味料添加



- 相比2016年，主动在辅食中添加调味品的时间点有所延后，12月龄后主动添加调味品的比例明显增加。

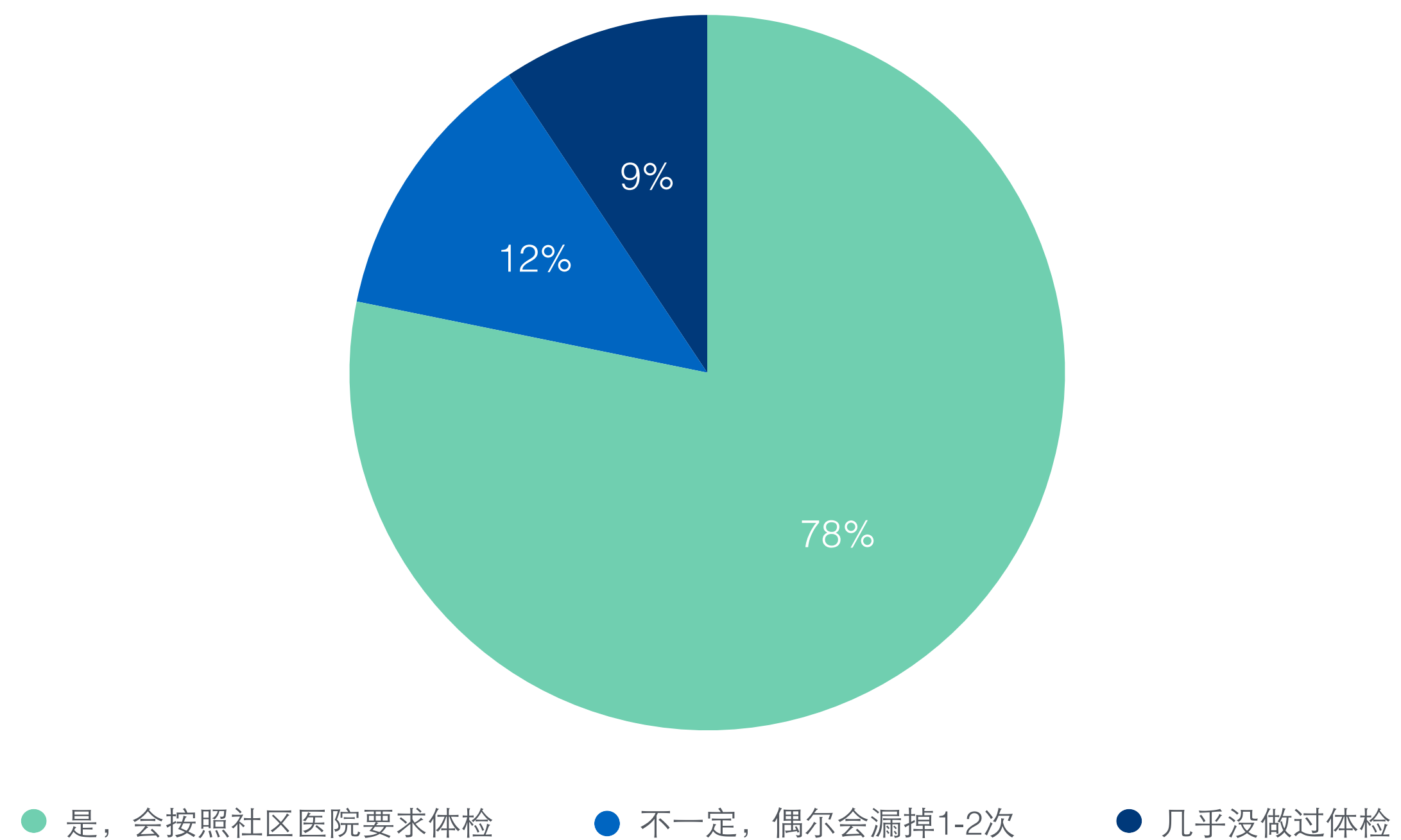
健康意识

6

”

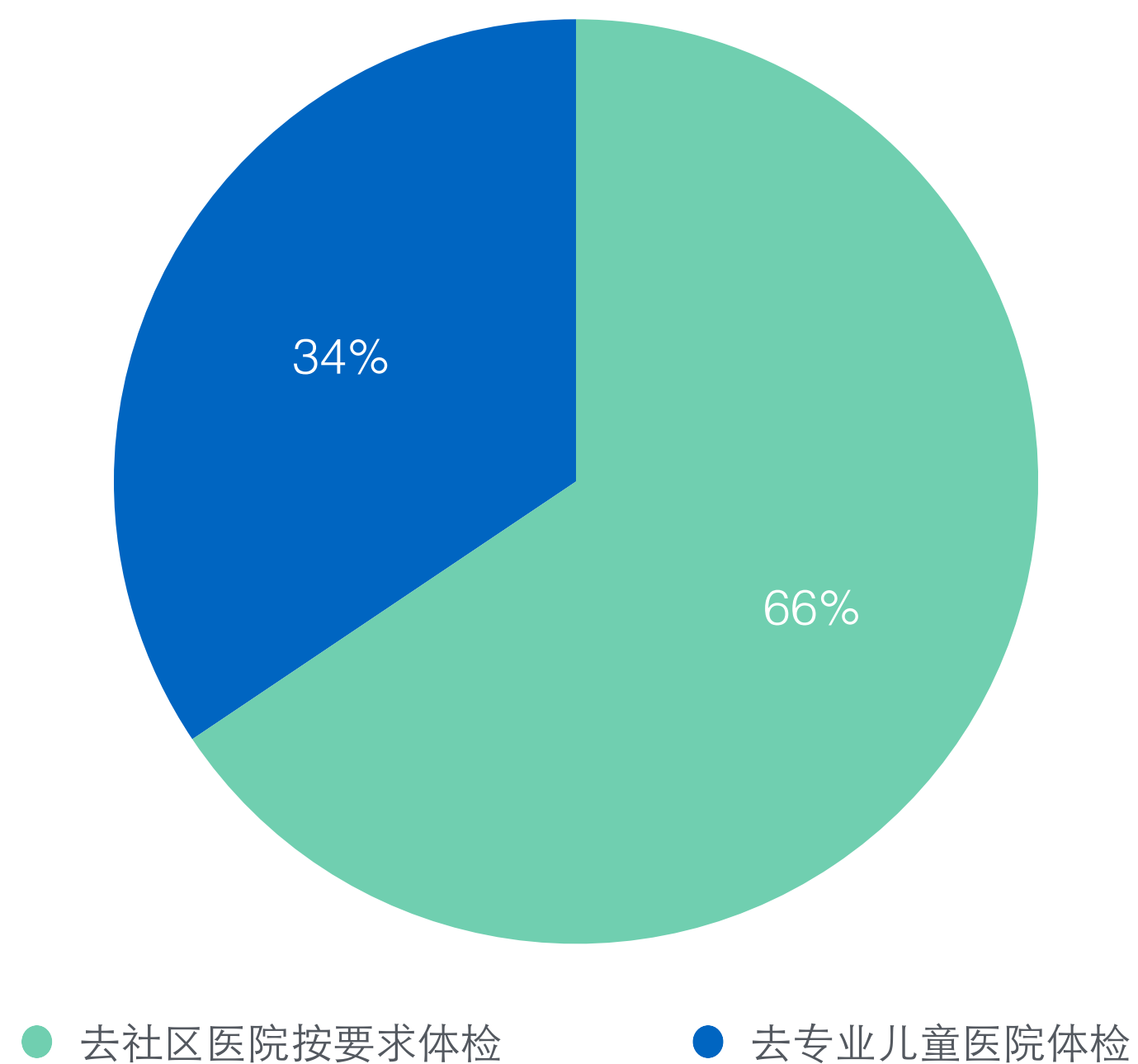
让全中国的父母更有健康意识，
我们还有很长的路要走。

是否会带宝宝定时体检



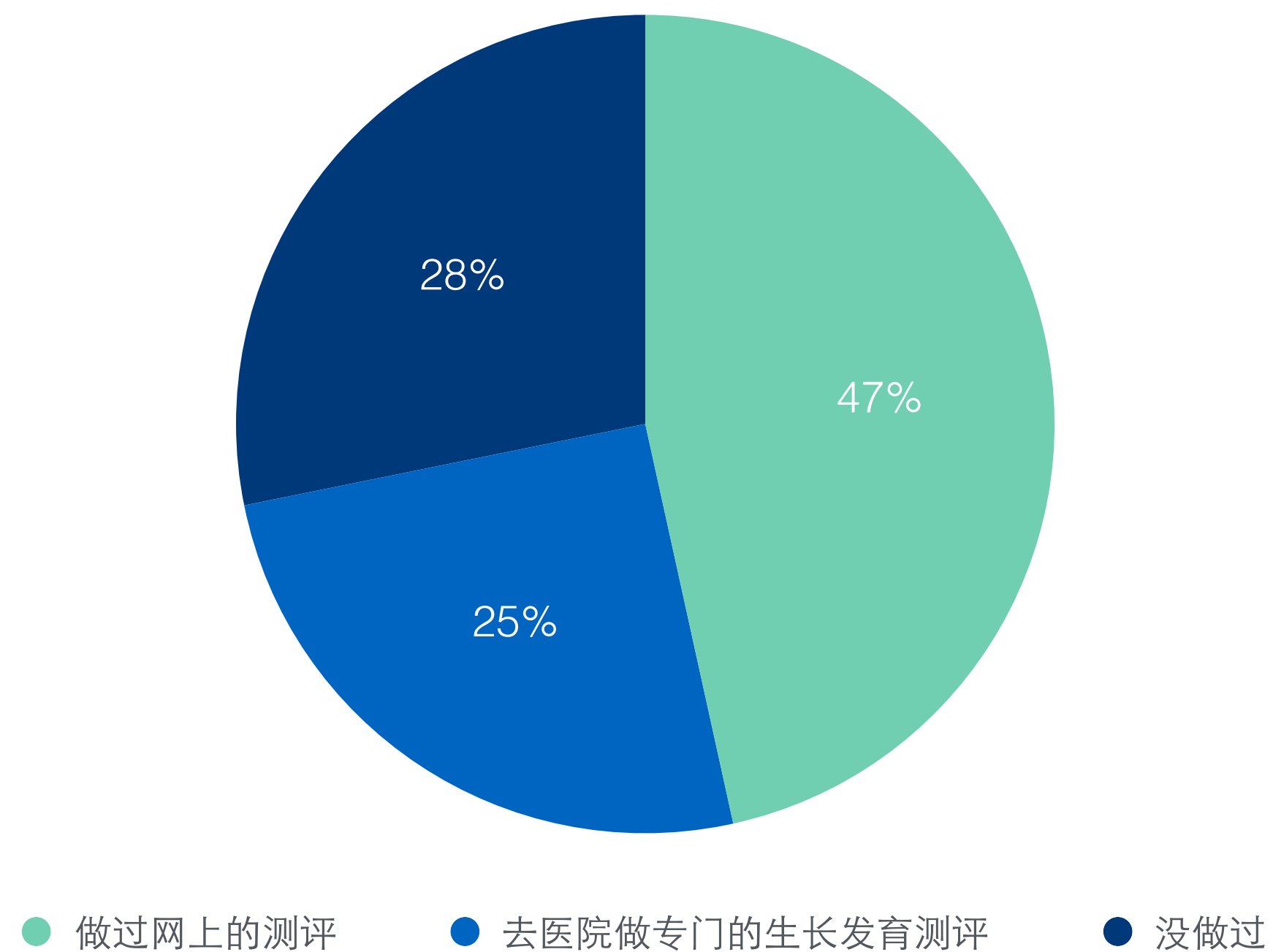
- 有近80%的家长会按照社区医院要求给宝宝定期体检，但有近10%的家长几乎从未给宝宝做过体检。

去什么地方给宝宝体检



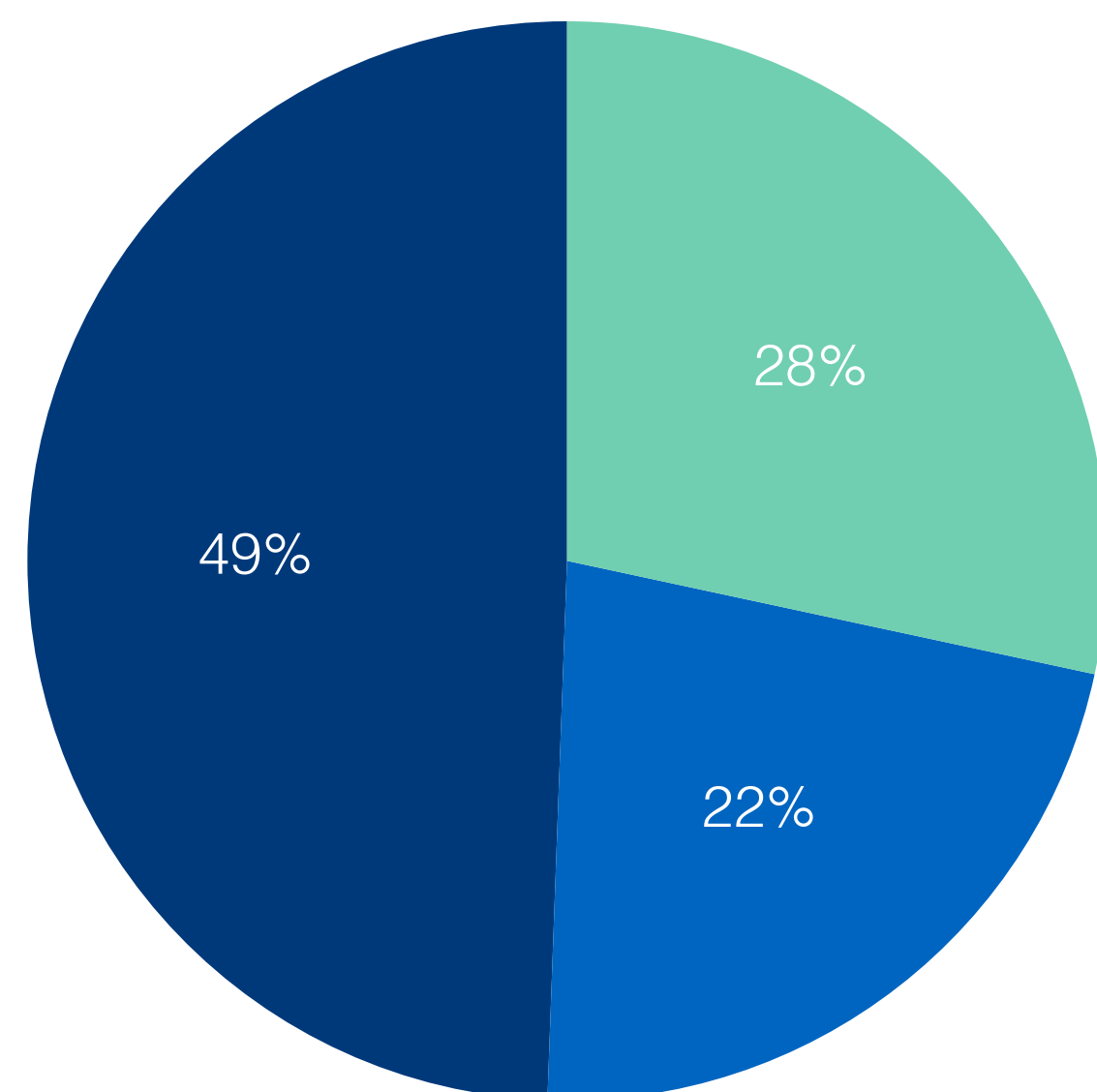
- 社区医院仍然是家长给宝宝做体检的主要渠道，近2/3的家长会去社区医院做体检。

是否做过生长发育测评



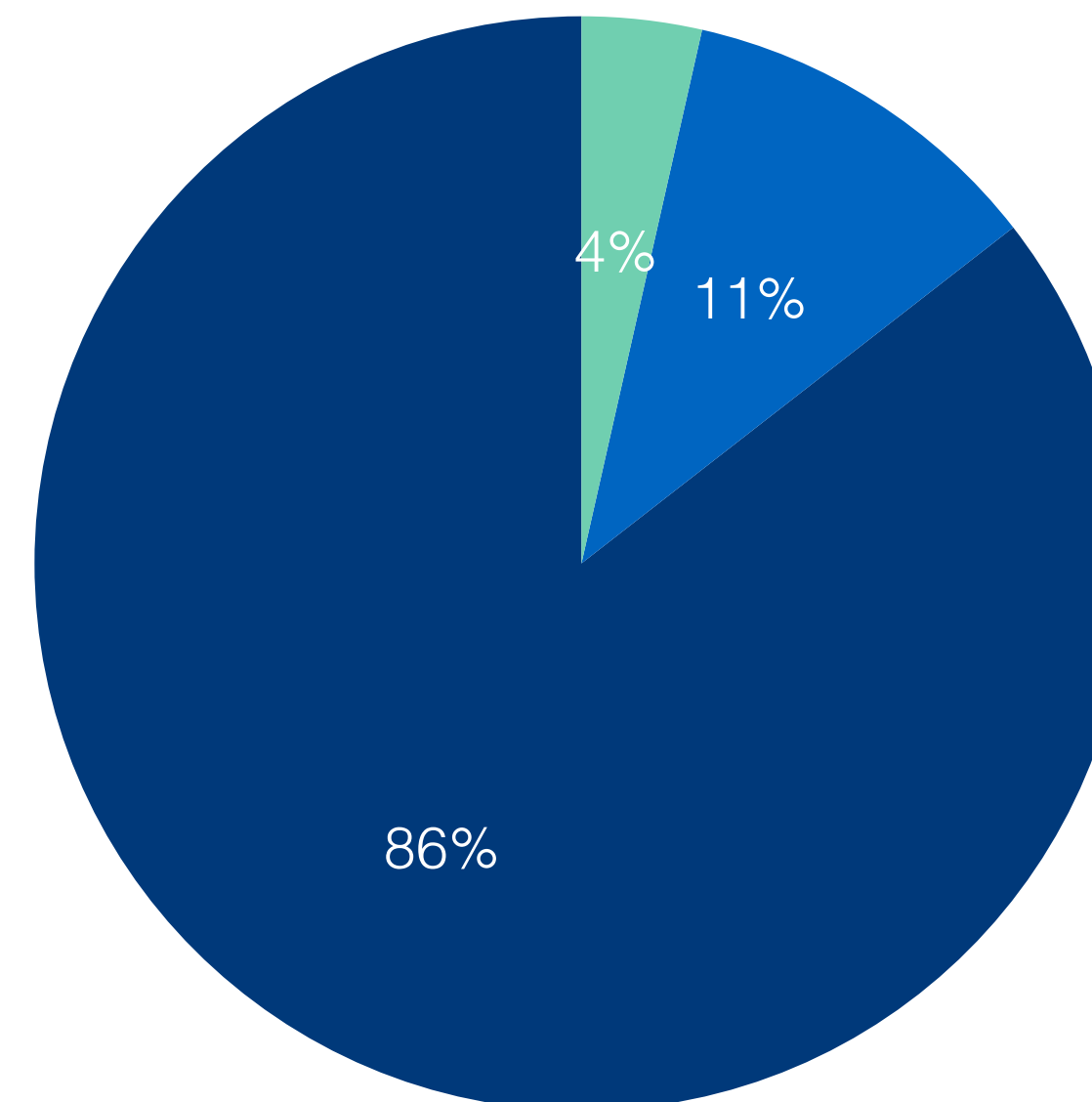
- 有28%的用户完全没有给宝宝做过任何形式的生长发育测评，有47%的用户通过互联网、App等形式给宝宝做过在线测评，只有25%的用户会带宝宝去医院做专门的发育测评。

刷牙



- 每天都会定时刷牙
- 经常给宝宝刷牙
- 宝宝已经出牙，但几乎没刷过

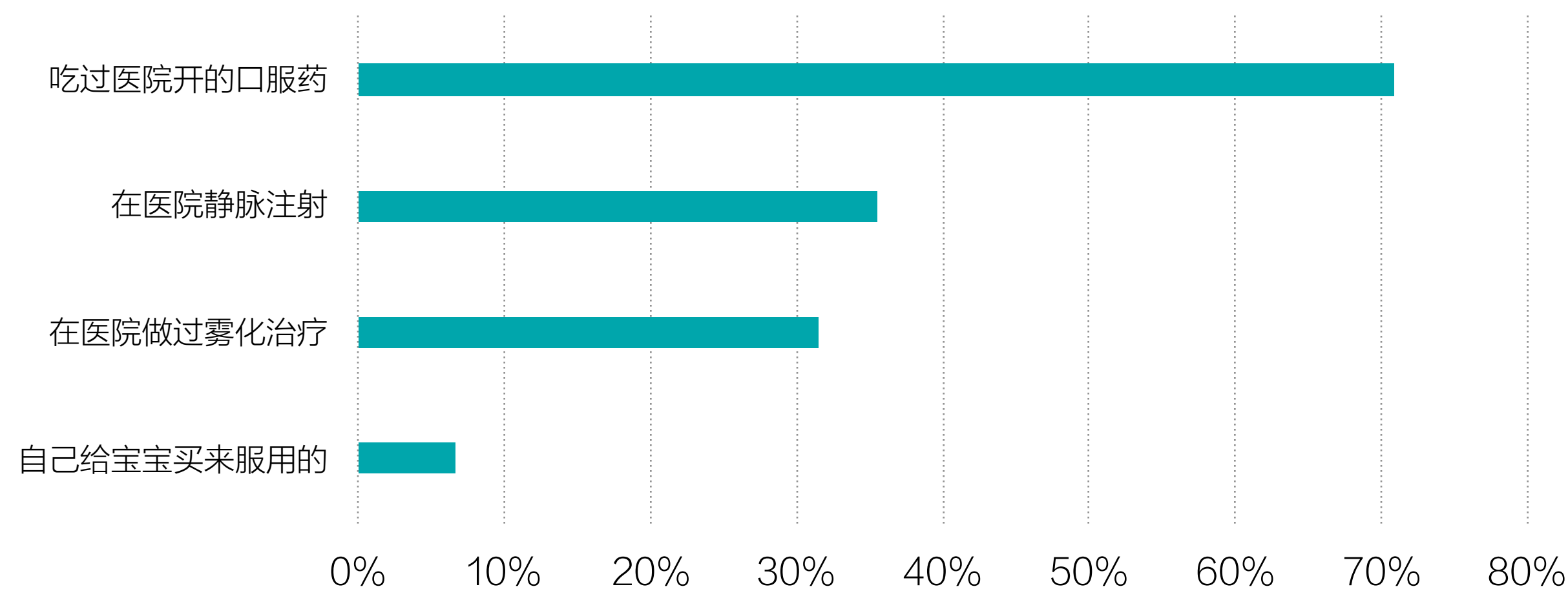
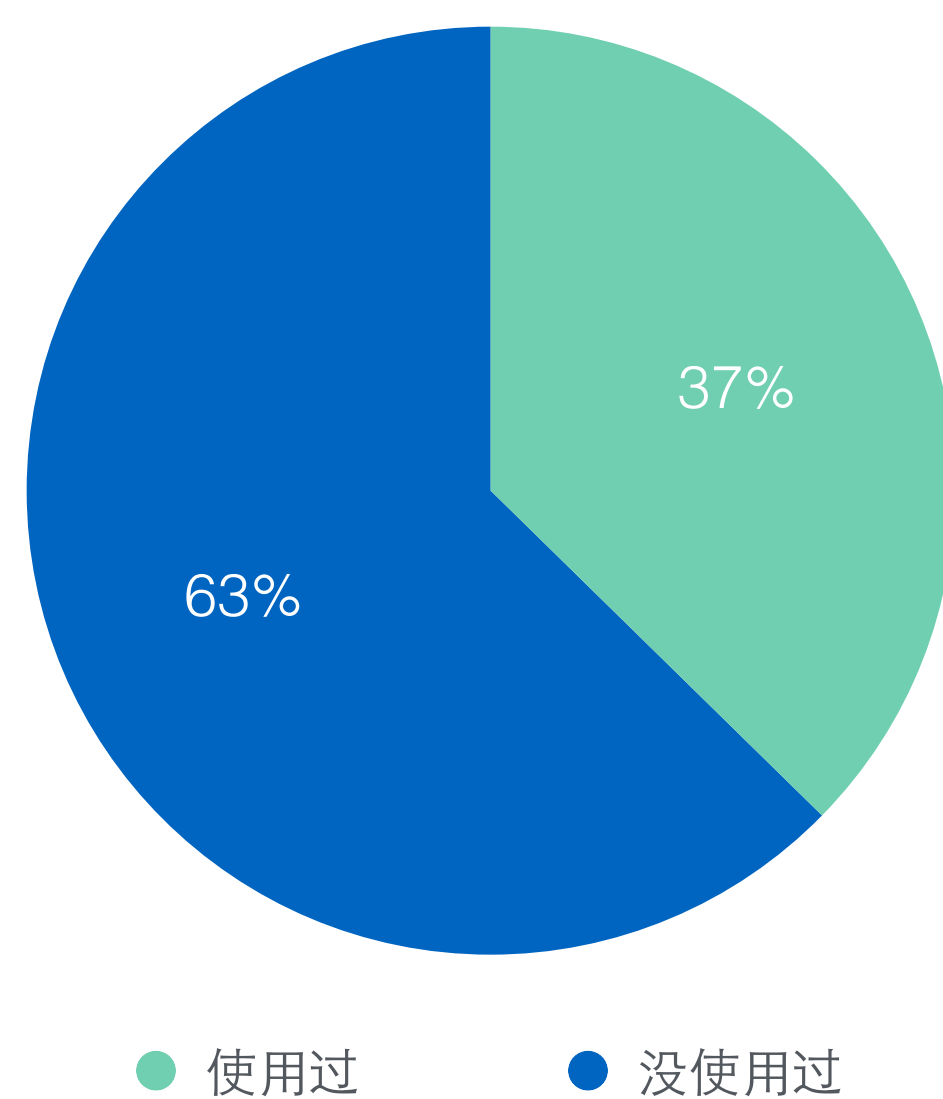
齿科检查



- 是，宝宝有龋齿或其他问题，专门去检查治疗
- 是，宝宝没有任何不适，只是做常规检查
- 没有做过

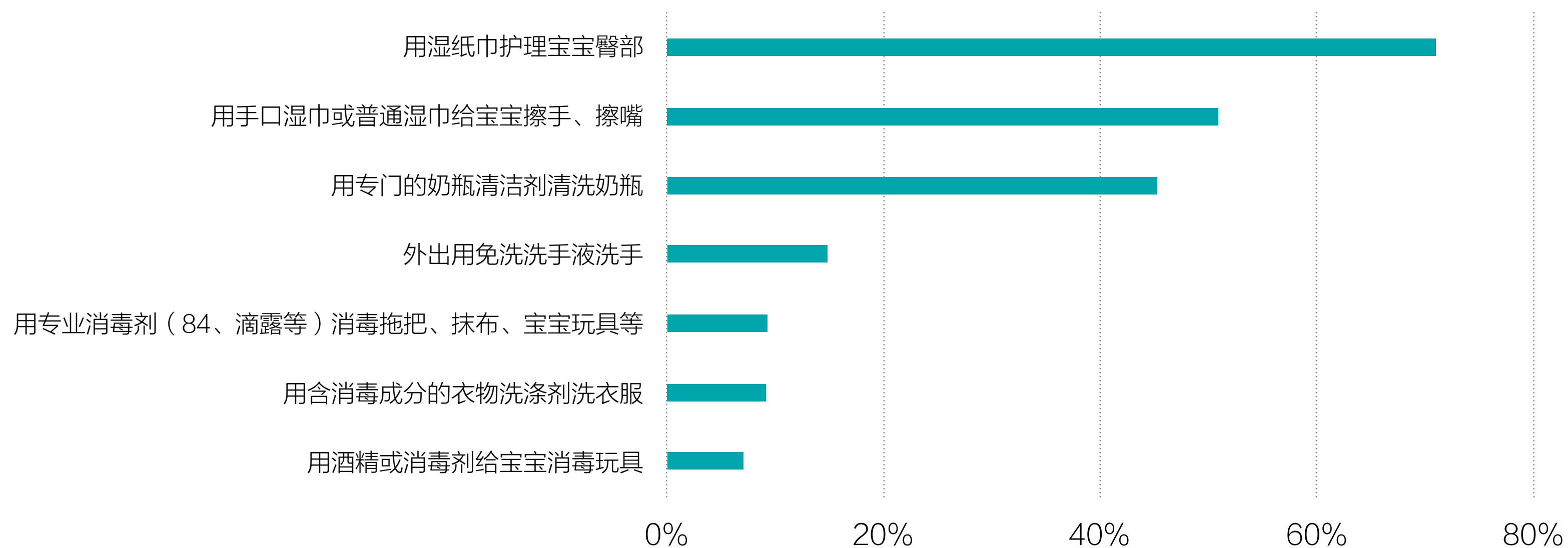
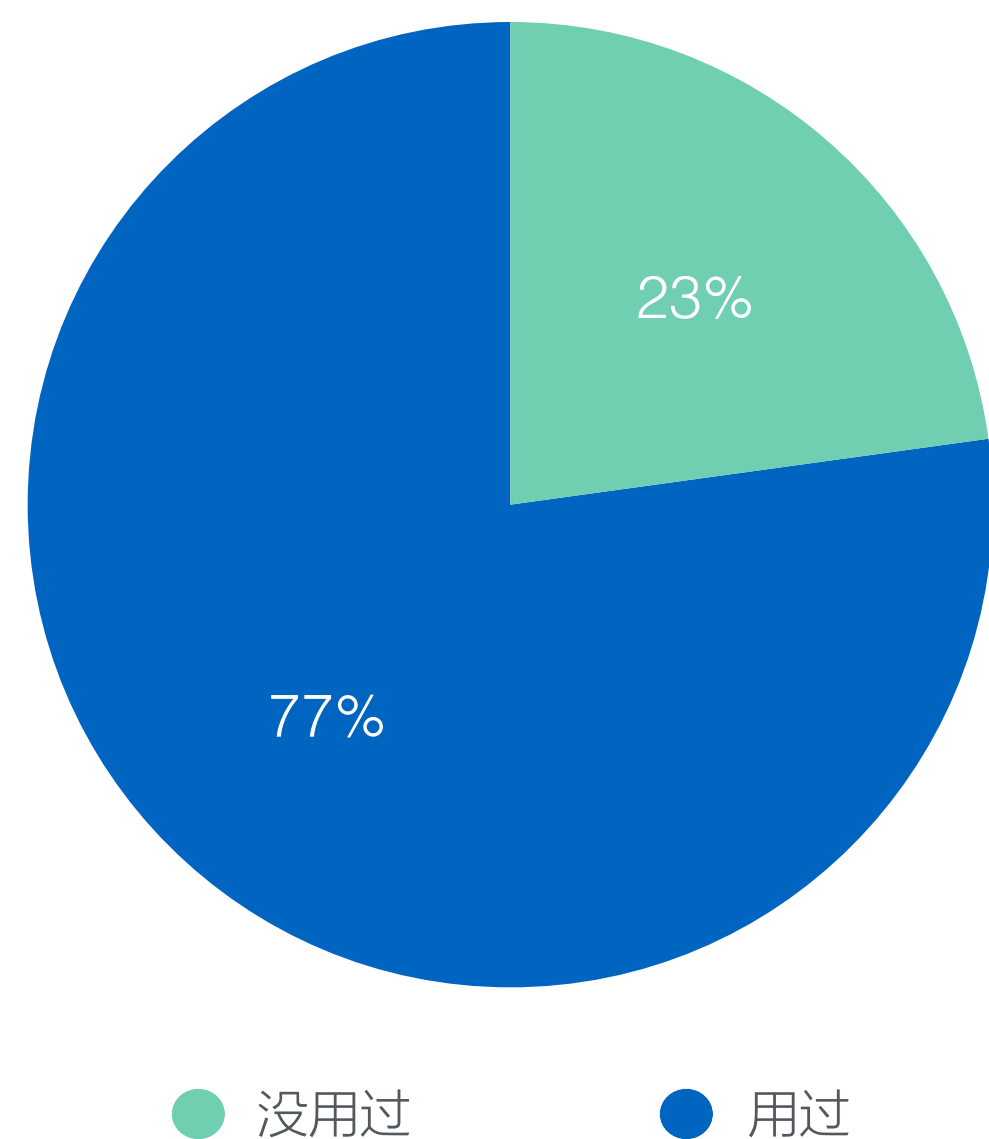
- 在所有出牙宝宝中，有一半家长几乎没有给宝宝刷过牙，只有28%的家长每天给宝宝刷牙；
- 86%的家长没有带宝宝做过口腔检查。

半年内使用抗生素的情况



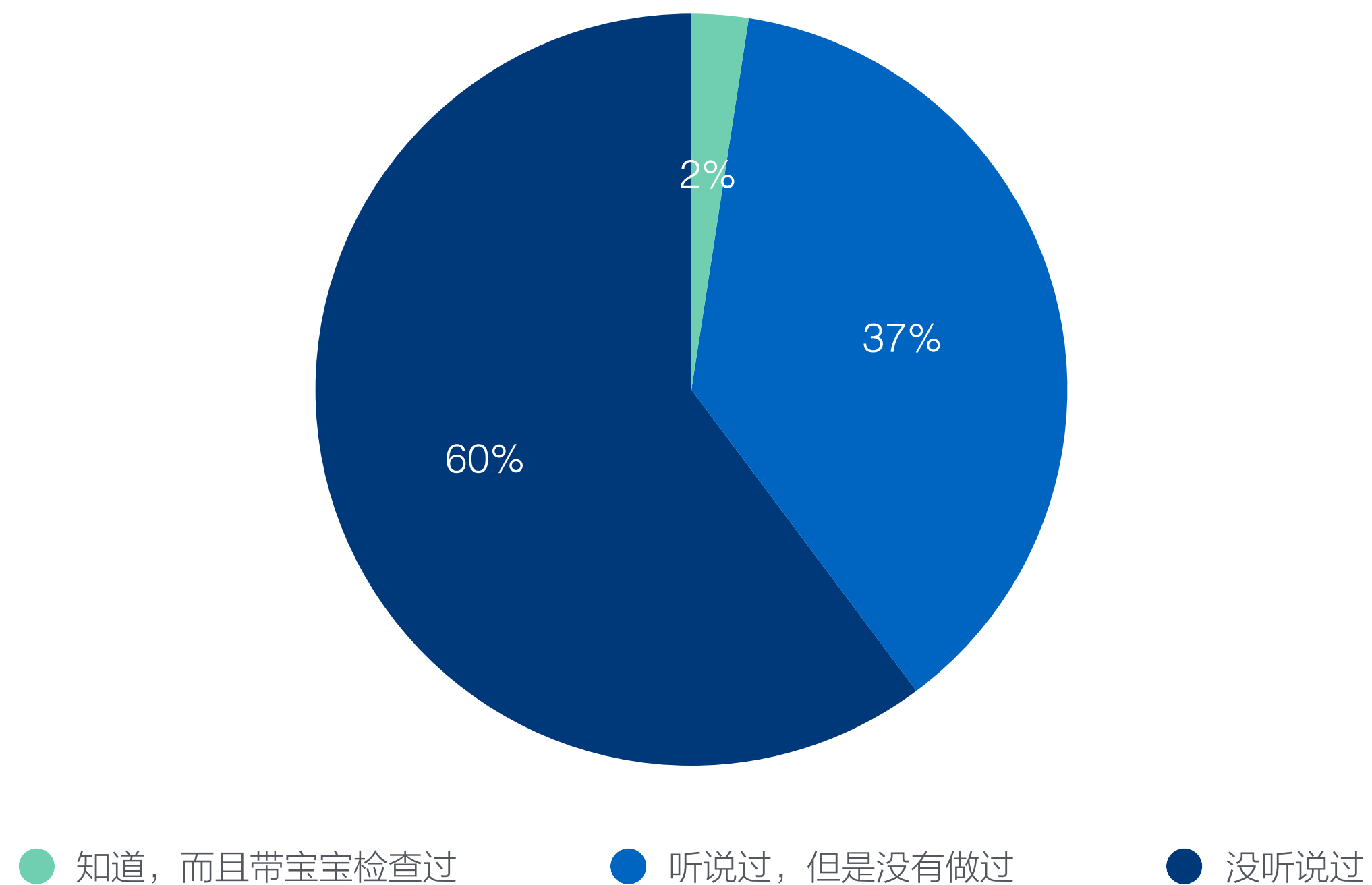
- 在过去半年内，有超过37%的宝宝使用过抗生素。
- 在使用过抗生素的数据中，口服药的比例最高，其次是静脉注射和雾化治疗。

消毒制剂使用情况



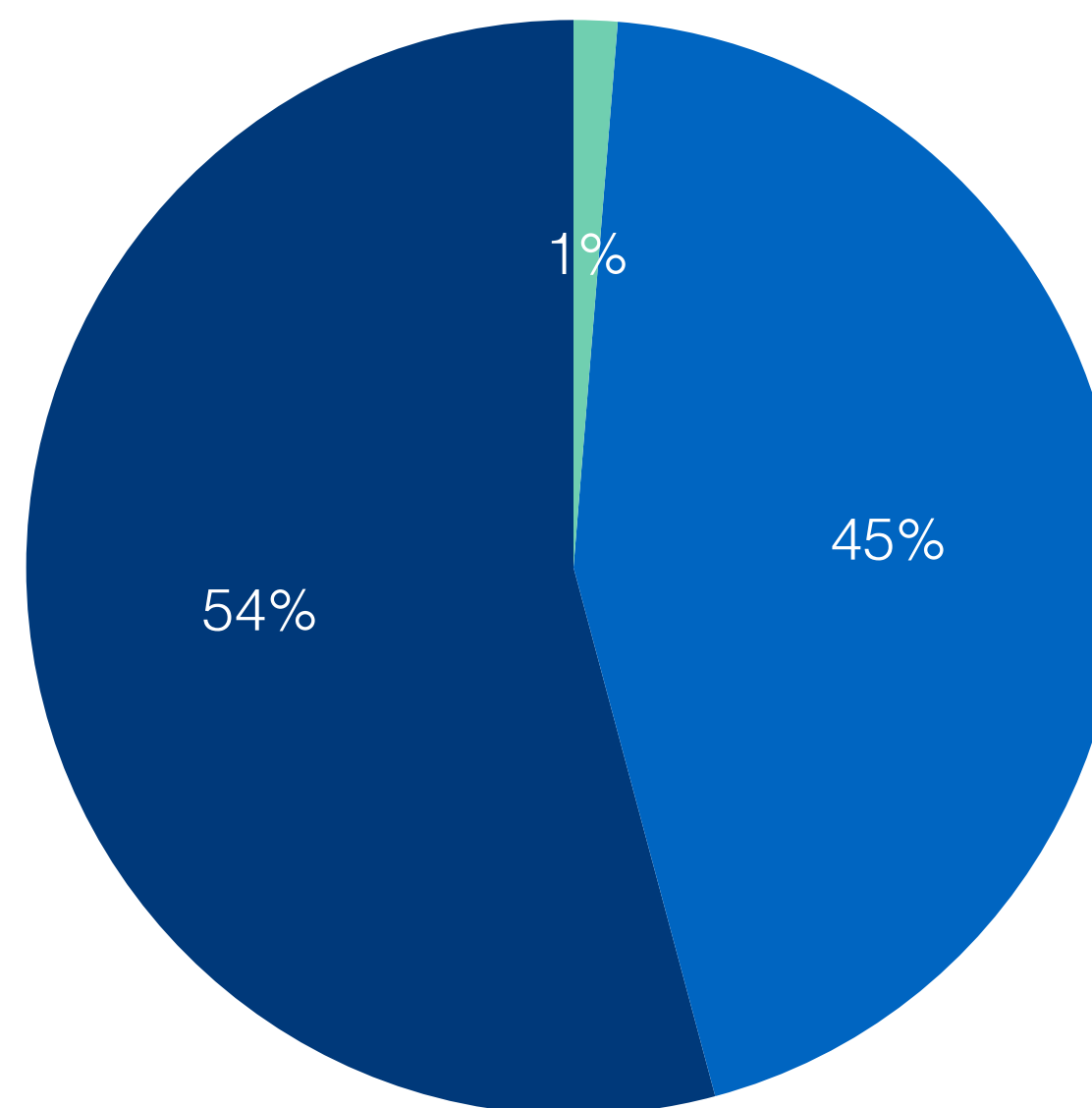
- 有超过77%的家长，会在家中使用含有消毒、杀菌成分的制剂。
- 在消毒、杀菌成分的制剂使用中，比例最高的是用湿纸巾护理臀部，其次是用手口湿巾给宝宝擦手擦嘴、用专门的清洁剂清洗奶瓶。

针对性病毒检测（甲流、乙流检测等）



- 超过60%的家长没听说过针对性的病毒检测，只有40%左右的家长听说过，其中有3%的家长带宝宝检查过。

肠道菌群检测了解情况



● 了解，已经给宝宝或家人检测过了 ● 大概了解，但没做过 ● 不了解

- 有超过46%的家长对肠道菌群环境的概念有一定了解，其中有1%的用户已经给宝宝和家人检测过肠道菌群环境。

”

每一年，

育学园都会通过海量的用户数据、调研分析，
探究新一代父母的育儿行为和育儿观念，发现新趋势、新问题。

这是一个让更多人了解当今千万育儿家庭的机会，
也是育学园不断为之努力的方向。



育学园

我们一起长大