

低线城市：针对年轻父母的营销 - 中国 - 2023年

报告价格: £3695.00 | \$4995.00 | €4400.00

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动

在这篇报告中我们探讨了以下议题

- 儿童饮食的精细化与便利性需求
- 日常与假期的亲子陪伴互动
- 儿童电子产品使用与育儿风格
- 育儿信息来源与培养重心变化

低线城市家长的育儿理念越来越开明，和一线、二线城市相比，更多三线或以下城市家长在各个方面都愿意给孩子更多的自由（一线、二线、三线或以下城市分别为56%、58%、61%）。他们希望能借此培养孩子独立自主能力，去探索和发展自己的兴趣所在。“自由放养式”育儿正在成为低线城市主流。

家长们更多地把自己定位为“支撑者”的角色，尽力为孩子提供良好的生活条件和陪伴。在生活饮食方面，精细化和儿童专属食品，以及儿童友好餐厅都备受青睐，且家长中通过全方位、不重样地更换食材和烹饪方法以及购买儿童保健品来为孩子补充营养的意识不断提升。

家庭陪伴正在随着育儿观念的转变而发生变化，和孩子一同玩游戏、看视频已成为现代家庭与时俱进的亲子活动。然而同时，低线城市家长们也面临着其负面影响的困扰，意识到孩子会产生沉迷短视频、注意力分散等问题。品牌可以更多思考在数字化时代下，通过IP融合的“玩+学”互动体验、地域联名的公益参与、提供儿童专属的产品和服务，帮助低线城市年轻家长解决数字化、精细化育儿的痛点，创造出更丰富、有益的家庭亲子互动体验。



“在连续三年的疫情影响和“双减”政策背景下，低线城市年轻家长对于家庭陪伴和休闲时光的价值观发生了显著转变。这也带来了他们育儿观念的转变，越来越多的家长开始积极探索“自由放养式”育儿，将独立自主能力和情商培养作为关键目标。不同于一线、二线城市，数字化教育能够突破时空限制、提供更广阔的教育资源，因此更受低线城市年轻家长的青睐。”

— 甘倩，高级研究分析师

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



目录

概述

- 您所需要了解的
- 报告关键议题
- 目标和研究方法
- 定量研究方法
数据 1: 每个城市的取样结构如下所示：
- 定性研究方法
数据 2: 定性研究采访城市
数据 3: 定性研究中的被访者属性一览

综述

- 市场
- 可持续发展及差异化需求显现
数据 4: 各产业占GDP比重（按城市线级区分），2019-2021年
- 收入增速放缓，消费动力趋弱
数据 5: 年人均工资（按城市线级区分），2019-2021年
数据 6: 社会消费品零售总额和同比增长率（按城市线级区分），2019-2021年
- 财务状况信心波动仍在持续
数据 7: 对未来财务状况信心（按城市线级区分），2020-2023年
- 消费者
- 儿童饮食的精细化与便利性需求
数据 8: 孩子的不良饮食习惯（按最小的孩子的年龄区分），2022年
- 日常与假期的亲子陪伴互动
数据 9: 有吸引力的的主题公园项目/服务/特色（按年龄区分）——选择，2022年
- 儿童电子产品使用与育儿风格
数据 10: 育儿风格与思维模式（按最小的孩子的年龄区分），2022年
- 育儿信息来源与培养重心变化
数据 11: 育儿关注点变化（按年龄区分）——选择，2020年 vs 2023年
- 我们的观点

中国低线城市简介

- 可持续发展及差异化需求显现
数据 12: 各产业占GDP比重（按城市线级区分），2019-2021年
- 收入增速放缓，消费动力趋弱
数据 13: 年人均工资（按城市线级区分），2019-2021年

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。

- 数据 14: 社会消费品零售总额和同比增长率（按城市线级区分），2019-2021年
- 都市圈经济的“拉动效应”受期待
- 数据 15: 境内公路里程（按城市线级区分），2020-2021年
- 灵活就业、移动办公的增多为低线城市发展带来新机会
- 数据 16: 职业类型（按城市线级区分），2020-2023年6月
- 数据 17: 工作公司机构性质，2020-2023年

市场动因

- 财务状况信心波动仍在持续
- 数据 18: 对未来财务状况信心（按城市线级区分），2020-2023年
- 升级意愿有所下降，高端消费趋于谨慎
- 数据 19: 消费升级/降级（三线或以下城市），2022Q1 vs 2023Q1
- 数据 20: 消费升级/降级（三线或以下城市），2022Q1 vs 2023Q1
- 连锁服务品牌掘金低线城市，带动消费体验的创新与品质提升
- 数据 21: 海伦司、名创优品、海底捞在不同等级城市门店数量变化（按城市线级区分），2021 vs 2022年
- 数据 22: 便利店购物频率——每天1次或更多（按城市线级区分），2019 vs 2023年
- 短视频影响力扩大，加速了流量价值向用户价值转化
- 数据 23: 短视频使用情况变化（按城市线级区分）——“每天”，2021年上半年-2023年上半年
- 国内游强势复苏，本地特色文旅资源和商业的结合受关注
- 数据 24: “淄博”在社交媒体上的声量变化、渠道分布、情感分布与类型分布，2023年1月-6月
- 教育政策新规更加强调综合体育素质培养
- AI赋能儿童教育、母婴零售服务领域
- 数据 25: AI在线上教育领域和母婴零售服务领域的应用案例

行业专家访谈

- 通过门店、设备、菜单调整小镇模式的性价比优势
- 数据 26: 低线城市市场及消费者理解方面的专家访谈语录，2023年
- 关注家庭消费习惯和物流网络的搭建
- 数据 27: 低线城市市场及消费者理解方面的专家访谈语录，2023年
- 结合“本地特征”的消费场景展开对话
- 数据 28: 低线城市消费场景与营销方式相关的专家访谈语录，2023年
- 探索“接地气”的沟通方式和渠道

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



数据 29: 低线城市市场及消费者理解方面的专家访谈语录，2023年

儿童饮食的精细化与便利性需求

- “全方位”“不重样”营养补充的意识提升
数据 30: 关于孩子的饮食生活习惯方面的相关访谈节选，2023年
数据 31: 关于为孩子购买食品饮料时的关注点的相关访谈节选，2023年
- 儿童专属食品和餐厅的“精细化”趋势
数据 32: 关于对儿童专属饮食和餐厅的相关访谈节选，2023年
数据 33: 英敏特走访湖北十堰拍摄的儿童友好餐厅的相关照片，2023年
数据 34: 英敏特走访湖北十堰拍摄的儿童餐厅的相关照片，2023年
- 健康饮食的风味改善或有助于解决4-6岁儿童的不良饮食习惯
数据 35: 孩子的不良饮食习惯（按最小的孩子的年龄区分），2022年
- 外出饮食和精细化、便捷化的专属食品需求旺盛
数据 36: 家长为孩子购买食品饮料时的需求（按年龄区分）——选择“是”，2022年
- 把孩子不爱吃的健康食材“藏起来”
数据 37: Kidfresh官网及其产品宣称，2023年
- 提供“选择指南”，搭配好套餐
数据 38: 亨氏宝宝的不同品类产品的细分定位及其推广的“亨氏6力科学营养体系”，2023年

日常与假期的亲子陪伴互动

- 工作日玩游戏陪伴，周末外出休闲
数据 39: 关于工作日与孩子的互动相关访谈节选，2023年
数据 40: 关于周末的亲子活动相关访谈节选，2023年
数据 41: 英敏特走访低线城市时拍摄的商场儿童友好服务照片，2023年
数据 42: 英敏特走访低线城市时拍摄的商场儿童专门理发馆的照片，2023年
- 有地域特色主题和体验的假期亲子游受青睐
数据 43: 关于曾参与的亲子旅游和未来亲子旅行计划的相关访谈节选，2023年
数据 44: 关于对主题乐园的看法的相关访谈节选，2023年
- 让孩子玩手机游戏“不再是情不得已”
数据 45: 疫情后与孩子的部分互动变化（按年龄区分），2022年
- 主题乐园融合节日和IP主题更吸引年轻家长

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
交互式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100

数据 46: 有吸引力的的主题公园项目/服务/特色（按年龄区分）——选择，2022年

- 古城+游园会“低成本高互动”促进亲子互动

数据 47: WahahaKids童装在良渚举办的春日游园会，2023年

- 创新主题IP融合“玩+学”的乐趣

数据 48: 徐州方特乐园的多个IP主题游玩项目，2023年

儿童电子产品使用与育儿风格

- “短视频育儿”成常态，管控意识和有效方法未跟进

数据 49: 关于儿童电子产品使用情况的相关访谈节选，2023年

数据 50: 关于对儿童看短视频的看法的相关访谈节选，2023年

- 培养自主能力的“自由放养式”成为主流

数据 51: 关于育儿风格的相关访谈节选，2023年

- 六成10-12岁儿童使用智能手机学习

数据 52: 儿童电子产品使用情况（按最小的孩子的年龄区分），2022年

- 低线城市父母更倾向于“自由放养式”育儿

数据 53: 育儿风格与思维模式（按最小的孩子的年龄区分），2022年

- 强调“放养”≠“放手”，而是一同成长

数据 54: Babycare联合周轶君推出的短片《我的第二次童年》，2023年

- 从“沉迷”到“沉浸”，活用“堵”与“疏”

数据 55: 腾讯游戏《未来战队成长营》活动及推出的家长服务助手功能，2022-2023年

育儿信息来源与培养重心变化

- 在线上寻求更具实操性、维度更宽泛的育儿信息

数据 56: 关于关注的育儿/儿童主播的相关访谈节选，2023年

数据 57: 关于育儿信息来源的相关访谈节选，2023年

- 情商培养在“强人情社会”的中的重要性

数据 58: 关于对培养孩子情商和智商的看法的相关访谈节选，2023年

数据 59: 关于对“双减”的看法的相关访谈节选，2023年

- 对家庭陪伴和休闲时光的重视度相比疫情前大幅提升

数据 60: 育儿关注点变化（按年龄区分）——选择，2020年vs 2023年

- 早教时期更看重现代化方式的益智培养

数据 61: 儿童课程/产品的消费变化（按最小的孩子的年龄区分）——“花得更多”，2022年

- 陪伴型线上互动增进品牌亲近感

报告内容

综述

PDF格式完整报告

演示文稿

互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址 store.mintel.com

欧洲 +44 (0) 20 7606 4533

巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250

中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100

以上是报告发表时的价格，可能受汇率波动影响而有变动。



- 数据 62: 天猫母婴亲子推出的“陪你当妈”活动和淘宝上线的“陪你当妈小课堂”，2023年
- 品牌公益活动与“地域”联名
- 数据 63: 安踏儿童与WWF世界自然基金会合作推出的“守护江豚 与自然同行”活动，2023年

附录

- 缩写
- 被访者照片

报告内容

综述
PDF格式完整报告
演示文稿
互动式数据手册

想要了解更多内容？

该报告是系列报告中的一篇，旨在为您提供对该市场更全面的了解。

英敏特2020年报告均包含专门针对新冠疫情的研究和预测。世界领先品牌依靠英敏特报告获取最全面、客观和可操作的市场情报。

购买此报告

网址	store.mintel.com
欧洲	+44 (0) 20 7606 4533
巴西	0800 095 9094
美洲	+1 (312) 943 5250
中国	+86 (21) 6032 7300
亚洲	+61 (0) 2 8284 8100



关于英敏特

英敏特是洞悉消费者需求、熟谙背后原因的专家。作为世界领先的市场情报公司，我们对消费者、市场、产品创新和竞争形势进行分析，提供关于全球和各国经济的独特视角。自1972年起，英敏特通过预测分析和专家推荐，让客户更快做出更优的商业决策。

我们的目标是助力企业与人的成长。要了解我们如何实现这一目标，请点击[mintel.com](https://www.mintel.com)。