低线城市：针对年轻父母的营销 - 中国 - 2021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

- 儿童食品和日用品消费：品牌认知和品牌口碑的影响力崛起
- 儿童鞋服消费：追求品牌理念背后积极正面的生活方式价值观
- 儿童家居和奖励：实用主义理念下延伸美育启蒙需求
- 儿童休闲活动：知识性、文化性和公益性的场景化营销机会
- 收视内容和育儿理念：亲子互动娱乐和线上教育成为新触点

在孩子的吃穿用度上，低线城市的年轻父母为孩子提供专属关爱的意识并不亚于一、二线城市。面对比以往更加丰富的产品和品牌选择，他们正在以自己的方式快速建立起对国内外新老品牌的认知，力求为孩子提供更好的生活条件。

另一方面，低线城市的年轻父母也特别注重拓展孩子的知识面，期待孩子虽然生活在小城市，但依然可以通过各种体验来丰富见识。这也为品牌通过互动活动和场景营销吸引低线城市的年轻家庭创造了机会。

此外，关于品牌意识对孩子价值观方面的影响，低线城市的年轻父母相比一、二线城市却有着更多的担忧。他们期望孩子不要被诸如攀比或追赶潮流这些因素所影响，更注重孩子身心健康的发展。品牌可以在帮助低线城市年轻父母引导和培养孩子正确消费观的同时，有效地找到与低线城市父母建立沟通的新触点。

“低线城市年轻父母在孩子产品的购买和选择上，越来越趋同于大城市家长的选择，对品牌销量榜、口碑推荐，以及品牌知名度的敏感度也越来越高。同时，从奖励孩子到亲子旅行，新一代父母的带娃方式中融入了更多年轻人追求新鲜独特体验的生活理念。文化及公益主题等能够帮助引导和培养孩子正确消费观的元素，可以帮助品牌创造具有教育意义的跨界场景，从而与低线城市年轻父母建立起更长期的信赖关系和更深层次的情感连接。”

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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

低线城市：针对年轻父母的营销 - 中国 - 2021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.

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

- 儿童食品和日用品消费：新兴品牌认知快速建立

  数据 4: 关于儿童食品饮料购买行为及关注点的相关访谈节选，2021年

  数据 5: 关于儿童日用品品牌选择因素的相关访谈节选，2021年

  数据 6: 孩子专属的食品饮料和个护用品偏好（按最小孩子的年龄区分），2021年
- 儿童鞋服消费：品牌理念在价值观方面的宣传

  数据 7: 儿童鞋服饰品购买行为的相关访谈节选，2021 年

  数据 8: 童装的购买影响因素（按年龄区分），2020年
- 儿童家居和奖励：输出产品服务概念的机会

  数据 9: 关于儿童房家居设计的关注因素的相关访谈节选，2021年

  数据 10: 给孩子的奖励（按年龄区分），2021年
- 儿童休闲活动：知识教育和公益意识的增强

  数据 11: 关于带孩子外出休闲娱乐和就餐的关注点的相关访谈节选，2021年

  数据 12: 亲子旅游的原因——选择（按最小孩子的年龄区分），2021年
- 收视内容和育儿理念：创新互动亲子内容受欢迎

  数据 13: 关于亲子收视内容的相关访谈节选，2021年

  数据 14: 关于孩子线上教育内容的的相关访谈节选，2021年

  数据 15: 教育理念（按年龄区分），2021年
- 我们的观点

中国低线城市简介

- 消费信心回升快，消费承受能力加速

  数据16: 对未来财务状况信心，非常有信心-比较有信心（按城市线级区分），2020-2021年

  数据17: 消费信心与消费能力相关的专家访谈语录，2021年
- 性价比意识强烈，促销影响力大

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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

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.

数据18: 全国居民消费价格，2021年
数据19: 对物价变化的态度（按城市线级区分），2021年
数据20: 消费习惯相关的专家访谈语录，2021年

- 本土品牌接受度高，新兴品牌市场潜力大

数据21: 本土高端化品牌与国外品牌的形象对比（按城市线级区分），2020年
数据22: 品牌选择相关的专家访谈语录，2021年

- 视频直播带货向“品效合一”转变

数据23: 对直播买货的态度，非常同意-比较同意（按城市线级区分），2020年
数据24: 直播带货相关的专家访谈语录，2021年

儿童食品和日用品消费：新兴品牌认知快速建立

- 品牌价值被高度重视

数据 25: 关于孩子食品饮料购买行为及关注点的相关访谈节选，2021年
数据 26: 关于儿童日用品品牌选择因素的相关访谈节选，2021年

- 品牌口碑的影响力赶超品牌国籍

数据 27: 关于在儿童产品上对国产和进口品牌偏好的相关访谈节选，2021年

- 为孩子购买儿童专属产品成为主流意识

数据 28: 为孩子提供的专属关爱（按最小孩子的年龄区分），2021年

- 本土高端品牌被各年龄层家庭接受

数据 29: 孩子专属的食品饮料和个护用品偏好（按最小孩子的年龄区分），2021年

- 提供父母解忧服务打造口碑，结合育儿概念和独创设计建立差异化品牌认知

数据 30: 哆猫猫微信公众号推送，2021年
数据 31: 启初儿童感官启蒙概念和产品设计

儿童鞋服消费：品牌理念在价值观方面的宣传

- 对儿童鞋服的品牌意识崛起

数据 32: 儿童鞋服饰品购买行为的相关访谈节选，2021 年

- 关于品牌理念对孩子价值观影响存在忧虑

数据 33: 关于孩子品牌意识的担忧的相关访谈节选，2021年
数据 34: 关于孩子品牌意识的看法的相关访谈节选，2021年
数据 35: 山东聊城本地服饰品牌的旧衣回收和捐赠活动，2021年

- 审美偏好改变，20岁家长更青睐运动休闲的童装品牌

数据 36: 为别人的孩子购买的服饰鞋帽品牌（按年龄区分），2021年

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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

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.

数据 37: 为自己的孩子购买的服饰鞋帽品牌（按年龄区分），2021年

- 工艺和环保理念成为**30**岁家长购买童装的重要考量因素

数据 38: 童装的购买影响因素（按年龄区分），2020年

- 环保技术和健康理念并举，用互动活动传递品牌生活方式价值观

数据 39: 安踏儿童教育部"十三五"课题子课题研究支持产品，2021年

数据 40: 儿童原创品牌papa/爬爬品牌理念和品牌活动，2021年

儿童家居和奖励：输出产品服务概念的机会

- 对儿童房家居设计的需求停留在功能实用性

数据 41: 关于儿童房家居设计的关注因素的相关访谈节选，2021年

- 孩子提需求作为教育契机，传递"物必有用"的生活方式价值观

数据 42: 关于孩子提出需求时亲子沟通方法的相关访谈节选，2021年

- **20**岁父母更愿意为孩子提供新鲜独特体验作为奖励

数据 43: 给孩子的奖励（按年龄区分），2021年

- 创意产品突出趣味和实用功能，探索亲子美育的互动机会

数据 44: 木匠生活儿童叠叠乐衣柜

数据 45: 江西吉安面向儿童的美学体验馆，2021年

儿童休闲活动：知识教育和公益意识的增强

- 知识型场景和舒适环境备受重视

数据 46: 关于带孩子外出休闲娱乐和就餐的关注点的相关访谈节选，2021年

- 产品包装和线上平台成为品牌公益活动触点

数据 47: 关于孩子道德教育和实践参与的相关访谈节选，2021年

- 寓教于乐和责任意识培养在亲子旅游中的价值被重视

数据 48: 亲子旅游的原因——选择（按最小孩子的年龄区分），2021年

- 带娃方式改变，小众景点更吸引**20**岁年轻父母

数据 49: 亲子旅游偏好（按年龄区分），2021年

- 跨界联名连接"文化课堂"场景，公益包装和"盲盒"助力产品推广

数据 50: 肯德基和荆州博物馆合作推出荆楚文化主题餐厅，2021年

数据 51: 奈雪的茶爱心公益活动，2021年

收视内容和育儿理念：创新互动亲子内容受欢迎

- 亲子娱乐互动及线上教育增加

数据 52: 关于亲子收视内容的相关访谈节选，2021年

数据 53: 关于孩子线上教育内容的的相关访谈节选，2021年

- 进行文化方面"宽度培养"的意识增强

数据 54: 对孩子的期望和培养相关访谈节选，2021年

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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

低线城市：针对年轻父母的营销 - 中国 - 2021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.

- 新一代父母对孩子抱有更自由的就业观念
  数据 55: 教育理念（按年龄区分），2021年
- 创造具有文化教育和生活教育意义的沉浸式亲子互动体验
  数据 56: VIPKID推出的非遗双语文化素养课，2021年
  数据 57: 西贝莜面村亲子莜面体验营，2021年

附录

- 缩写
- 低线城市走访照片
- 走访城市1：山东聊城
- 走访城市2：黑龙江齐齐哈尔
- 走访城市3：安徽蚌埠
- 走访城市4：江西吉安

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

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

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.** 。

© 2022 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有