

千禧一代

中国00后群体研究报告



# 核心发现

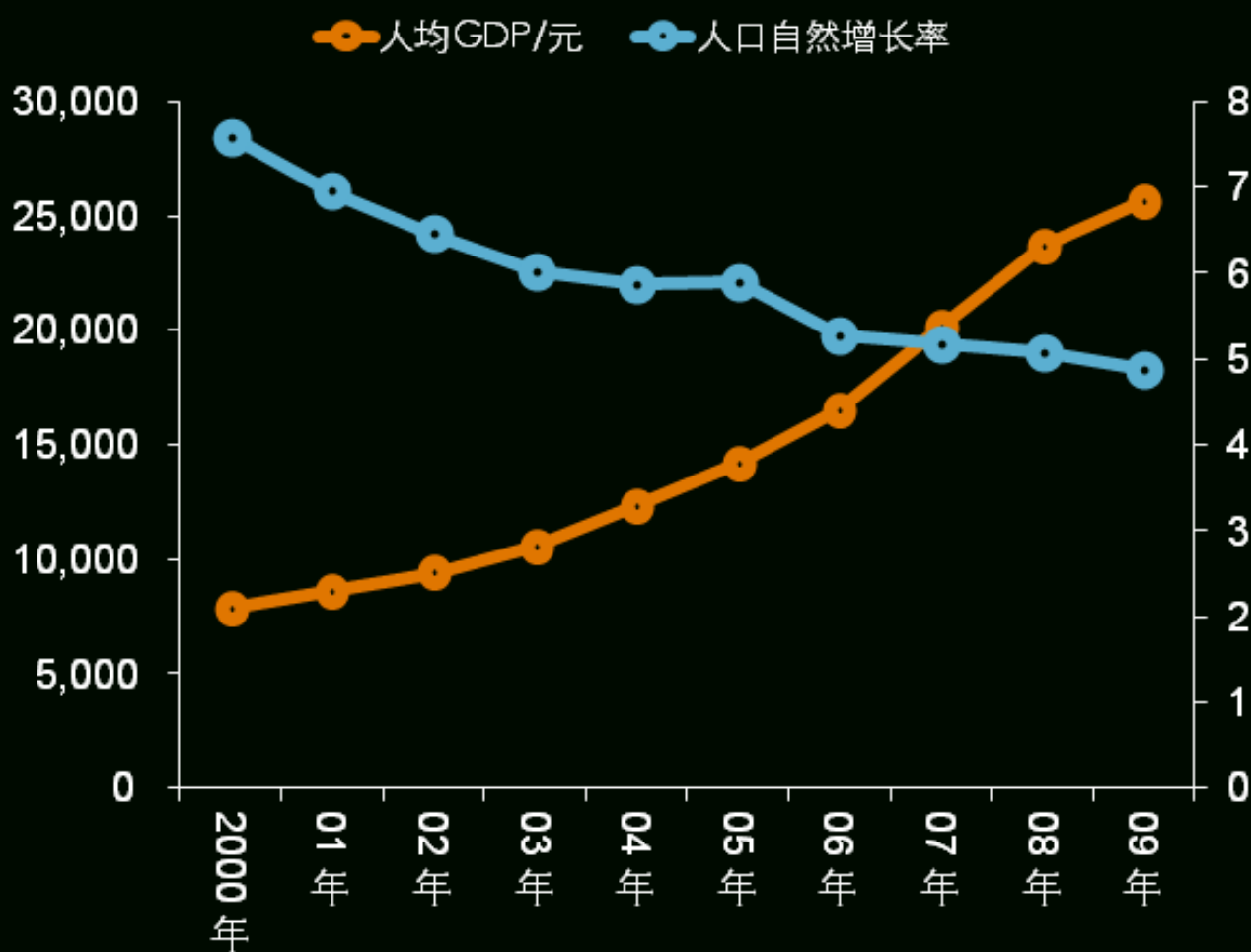
- 00后成长在鼓励创新和自由的环境中，这一代人的创造力将远超之前的任何世代
- 独生子女的成长环境使他们无论在性格上还是消费上都呈现专属特征
- 他们已形成独立自主的性格
- 受媒体和市场影响，00后开始与成人世界无缝对接
- 学习成绩已不是00后家长关注的重点，未来00后之间的竞争将是特长与眼界间的竞争
- 00后的性别归属意识非常强烈
- 00后父母的教养职责明确，父亲参与意识提升
- 00后虽衣食无忧但消费仍富理性，他们逐渐参与到家庭消费决策中来
- 他们的互联网基因与生俱来，但触网缺广度

# 零零后的 小时代

# 他们出生在人口红利时代



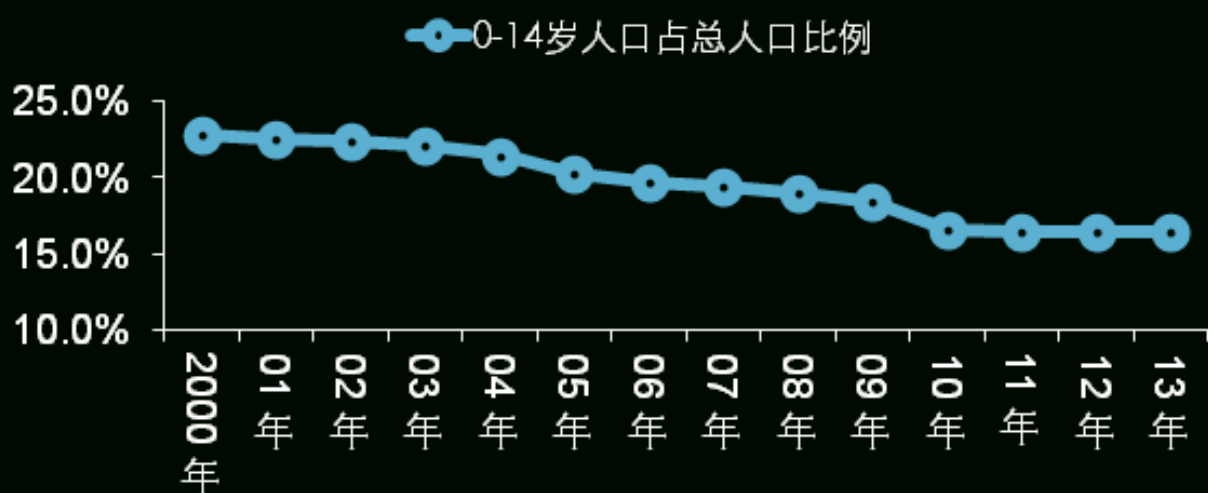
人均GDP逐年上升，人口增长率却逐年下降



数据来源：国家统计局

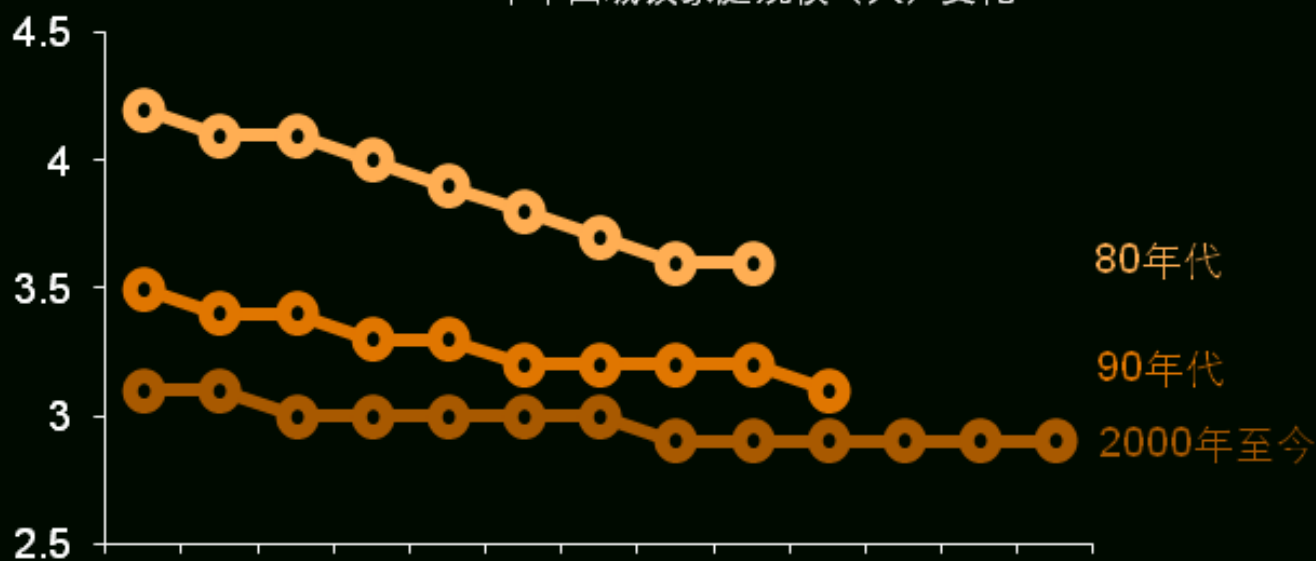
# 人口比例下降 家庭规模缩小

人口中儿童比例下降，00后一代个体所享有的资源较90后和80后有所增加



家庭规模持续缩小导致00后在家中的被关注度上升

1981-2012年中国城镇家庭规模（人）变化



数据来源：国家统计局

# 高关注度，高曝光率 待贴标签的一代

媒体关注度井喷



社会争议度不断

00后13岁当爹妈,专家称  
性早熟女孩比男孩多

半裸小萝莉上演福利胖次  
秀现在的00后都下海了

“00后”头戴熊猫帽盗  
窃强拉小学生入伙

世代标签尚未有定论



专家眼中的80后



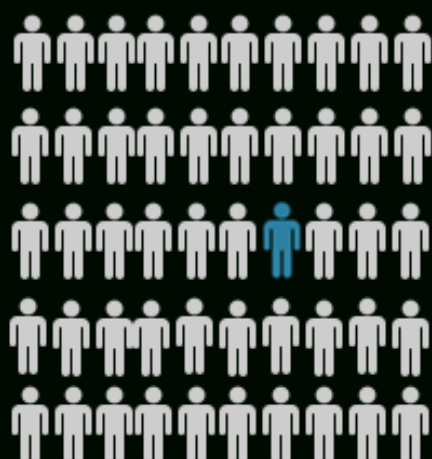
网民眼中的90后



公众眼中的00后

# 互联网低龄化时代到来

每50个网民中就有  
1个00后

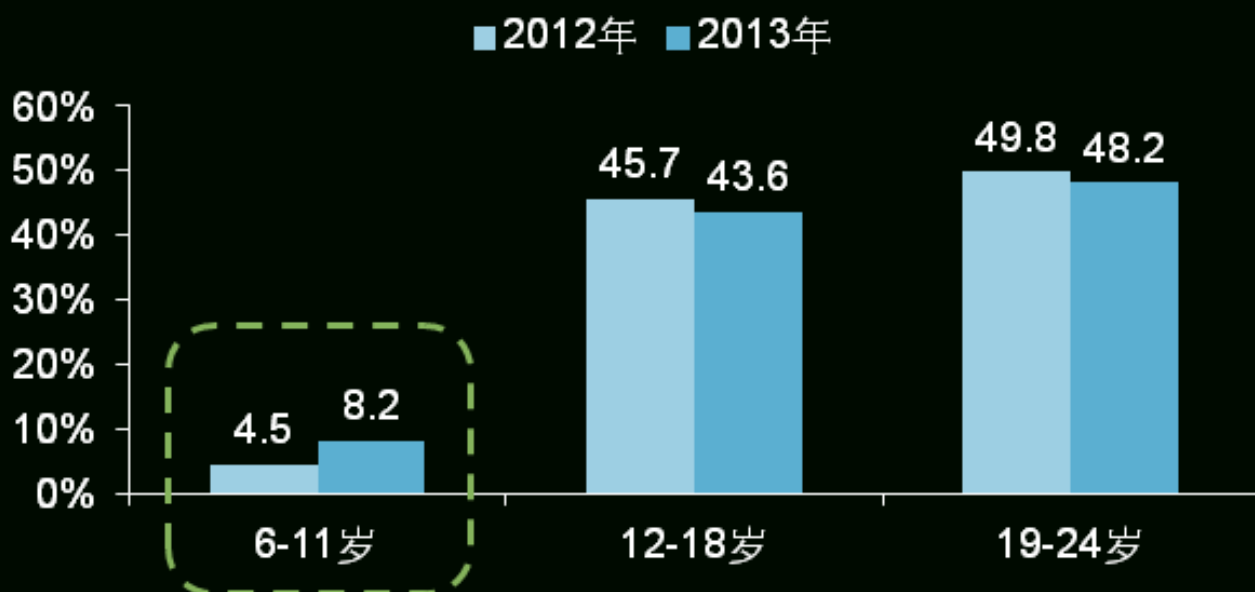


每10个QQ活跃用户中就有  
1个00后



6-11岁手机网民增速超过其他年龄段青少年网民

2012-2013年青少年手机网民年龄结构



数据来源：中国互联网络信息中心，2014年腾讯大数据

# 00后父母成社会中坚力量

90后的父母  
现实体面60后

- 职场的“成功人士”
- 有序有距的家庭结构
- 教育理念仍偏传统

00后的父母  
中坚力量70后

- 职场中高层，生存压力大
- 注重亲子间的交流
- 开明鼓励的教养方式

10后的父母  
奋斗打拼80后

- 职场“上升族”
- 教育理念新潮
- 注重平等有爱的互动



脑洞大开

天马行空

# 00后成长在鼓励创新和自由的环境中

自意涂鸦  
不管像不像



家长说  
孩子愿意画什么就画什么，也许在大人看来一点都不像，但你无法理解孩子的思维

自我打扮  
不管美或丑



著名主持人小S经常被嘲笑女儿穿着“俗爆”，她却表示女儿的衣服都是自己选的，目前不会干涉她们的审美

自由发言  
不管对或错



答案不再“标准”

以前  
你错了

现在  
告诉我你为什么这样回答？

问题不再“敏感”

以前  
Q:我是从哪来的？  
A:回避哄骗

现在  
Q:我是从哪来的？  
A:如实相告

# 他们“不切实际”却更加有趣

80后儿时愿望

成功导向

变得更聪明

见义勇为  
救死扶伤

自己当了  
家长

当  
国家领  
导人

长得  
更大一  
点

到世界各地  
去旅游

更加英  
俊漂亮

当影视歌星

90后儿时愿望

现实导向

当科学家

当明星

当  
军人

当老师

当高管

当大官

00后愿望

创意导向

变成铠甲  
勇士

让周围  
的人都  
晕倒

克隆  
高科技的  
东西

穿越时空看  
看未来我的  
游戏打到哪  
一关了

当汽车设  
计师



在正和岛创新大集·上海站“代际创新·没有成功的企业只有时代的企业”的主题论坛上，00后小创客王逸邈成为全场关注的焦点。他的项目是开源体感机械手。

# 自我意识

专 属 专 享

## 00后享有独一份儿的爱



# 15.9%

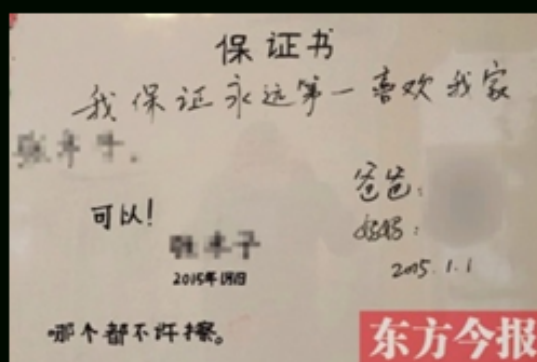
的00后妈妈因为“只想把爱都给一个孩子”而**拒绝生二胎**

### 00后抗拒二胎怕失爱

她/他会抢我的玩具!

她/他会抓我挠我!

我还要喂他吃饭，好麻烦!



不生二胎“保证书”

### 家长说

给孩子独一份是最好的，如果别的孩子有了我的孩子也有了，那就不是独一份了。现在生活条件好了，我不会让孩子用别人用过的东西，更不会跟风消费。

## 他们有了自己的专属

**94.3%**的00后有自己专属的数码产品



**60.8%**的00后中学生有自己专用的手机



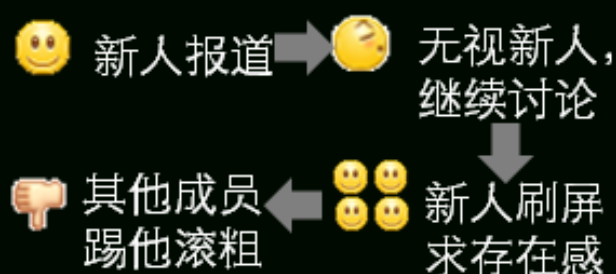
## 他们的自我圈层意识更强烈

网络表现很自我

80后的QQ群是这样迎新



00后的QQ群是这样迎新

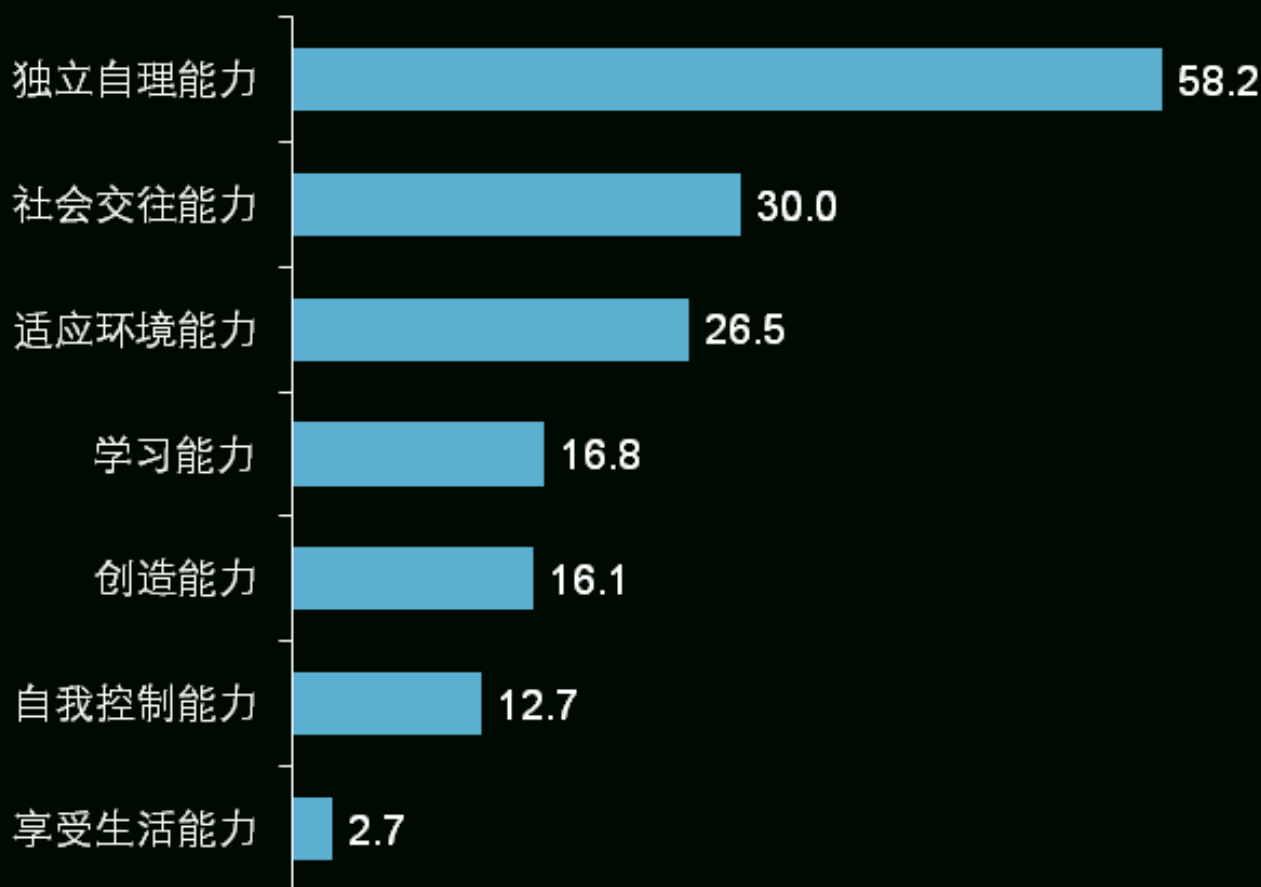


人小鬼大

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| 独 | 立 | 自 | 主 |
|---|---|---|---|

# 从小被培养独立自理能力

00后父母最看重孩子哪方面能力的培养 (%)



山东一名追求航海梦想的**35岁**的翟峰和妻子宏岩这个普通的工薪家庭，做出了一件令人惊诧的举动——放弃工作，孩子休学，买条帆船，举家航海。航海环球旅行塑造了**9岁**的女儿不同于一般孩子的独立、勇敢性格。她和父母一起学习天气、地理知识，驾驶帆船；她跟随大人一起去采购并学习做饭；她在妈妈受伤时，照顾妈妈的生活起居。



# 有想法，有行动，很独立



12岁的小文有时早一些回来的话就会帮妈妈做饭

住在寄宿学校的9岁的甜甜返校前自己收拾行李



## 家长说

现在基本上买衣服她自己挑，我也是希望培养她自己的一些自主能力和她自己的一些想法。比如买东西的时候跟她说你进去你看吧，你喜欢哪个衣服就买哪个。

## 家长说

当时想着要把那个房间打扮得一看就是孩子的房间，也是想给她一个独立的空间。



日前，邯郸一名九岁女童刘子墨度过了令人震惊的暑假，近一个月旅行，她和父亲用徒步搭乘陌生人“顺风车”的方式，游览了河南、湖北等7个省市，行程4000余公里。沿途问路、求搭车、买车票全部独立完成，父亲仅充当了“保镖”的角色。

# 与成人社会 无缝对接

# 受平等对待，早早领悟成人世界规则

**家长说**

我们有时候会给她讲一些这些东西买了之后不好的一方面，会给她讲道理，我们是把她放在一个平等的位置去说她，孩子还是比较容易接受的。

**家长说**

她说我喜欢这个东西，妈妈你可不可以买给我啊？我说可以啊，那你拿什么来交换？我现在就要让她知道，她想要一些东西她就要得付出。



2015中国顶尖少儿模特大赛在杭州举办。参赛选手中最大的才7岁，T型台对他们而言并不陌生。



目前，儿童职业体验中心层出不穷。大部分体验项目针对5-12岁的00后，让孩子在小时候就能体验长大后的职业理想。体验项目包括：机场，大使馆，银行、股票、服装设计、食品制作、建筑设计、魔术学校、剧场、电台、广播

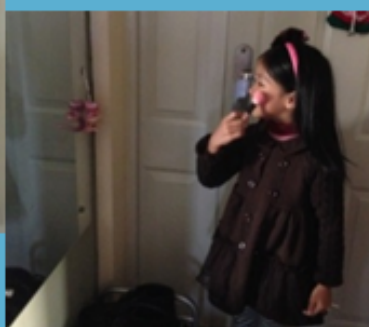
# 生活方式和喜好初现“拟成人化”

## 模仿成人的生活方式



模仿妈妈平时化妆的样子

穿妈妈的衣服



家长说  
她有一天放学了回来说，妈妈你和爸爸都有手机，我也要手机。

家长说  
他说想要买一个跟大人式的那种表，不要那种电子表。就一定要我们大人戴的那种有指针的。

## 看成年人看的影视剧



武侠、爱情、选秀都不放过

## 成人化的儿童杂志



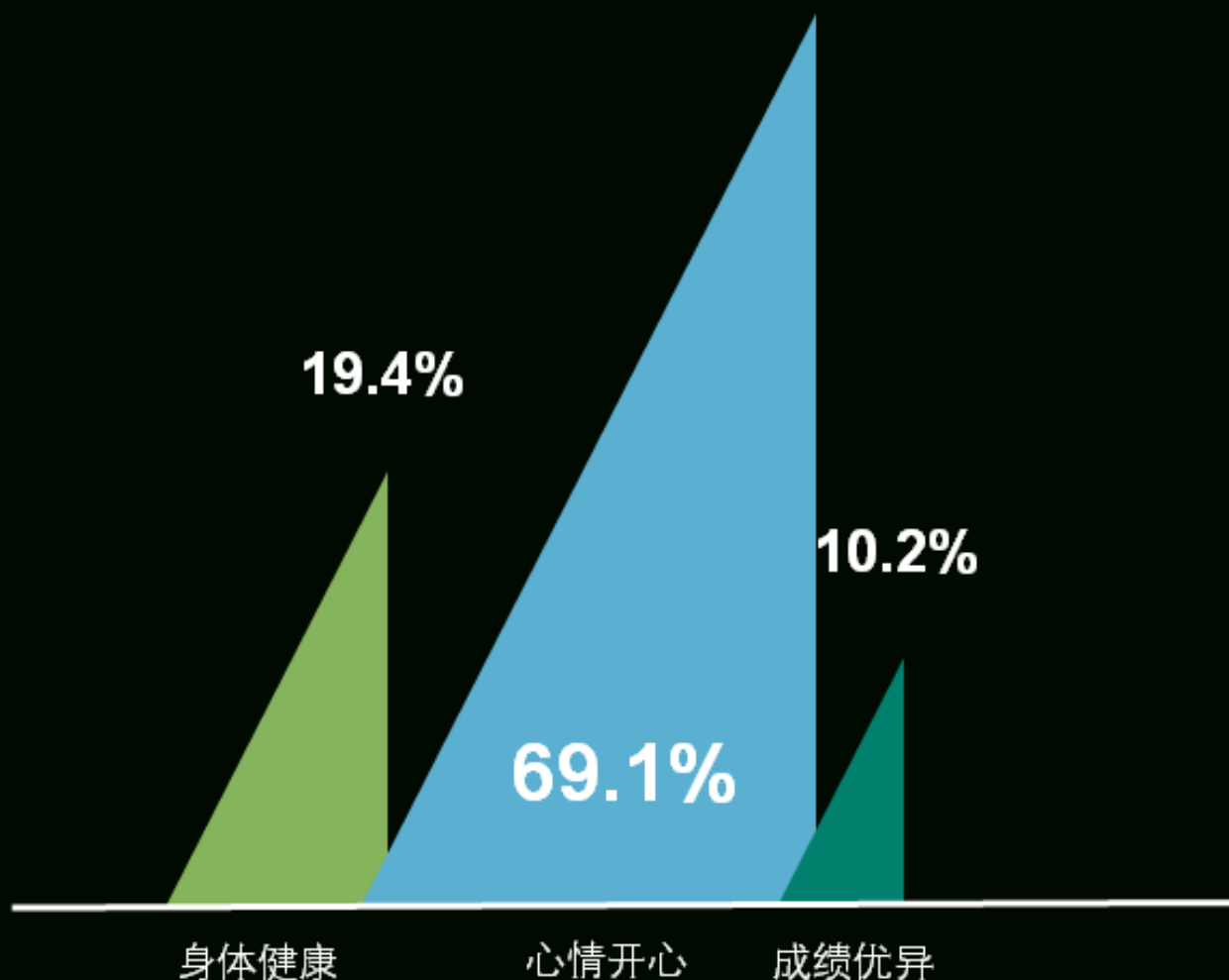
教孩子如何打扮和搭配的儿童时尚杂志



成绩不重要但  
发条仍上紧

# 学习成绩不被强求

00后成长过程中，家长最关心的事



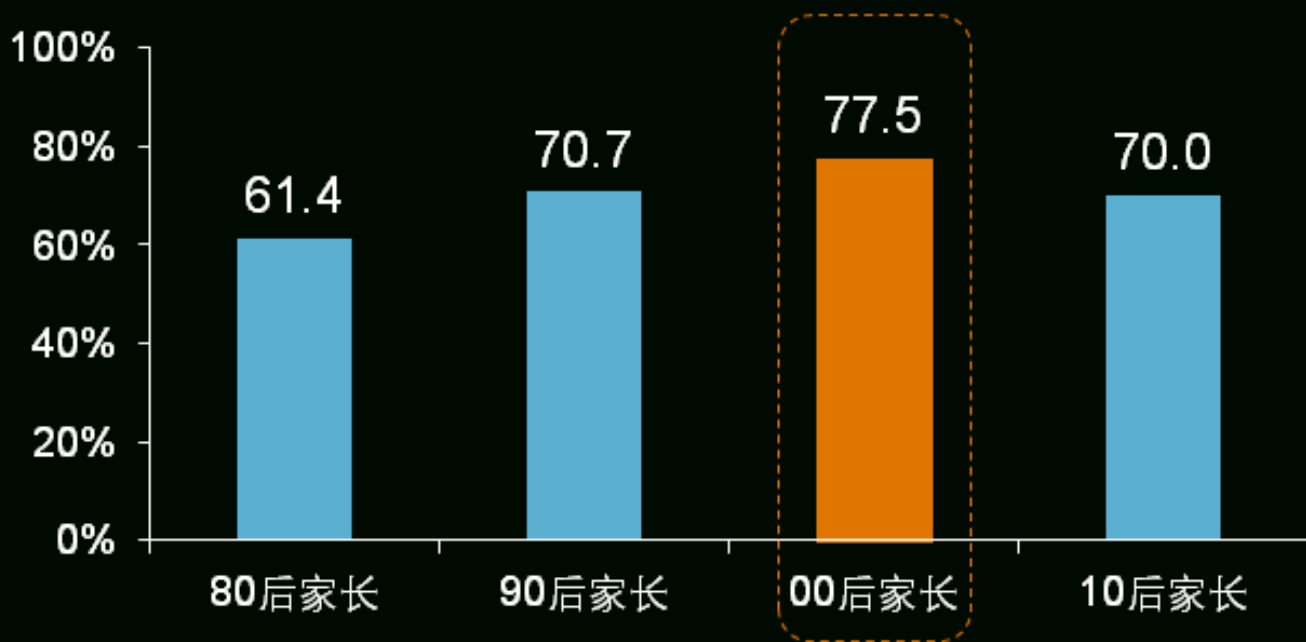
## 家长说

其实我就是有点放牛吃草的那种，就顺其自然的去塑造她的性格，在学习方面我也没有给她过分的要  
求，她就是尽自己的努力去做。

## 但接触新式教育与素质培养

00后家长最愿让孩子“开眼界”

不同年龄段公众送孩子出国留学的意愿



社会实践活动热情高涨



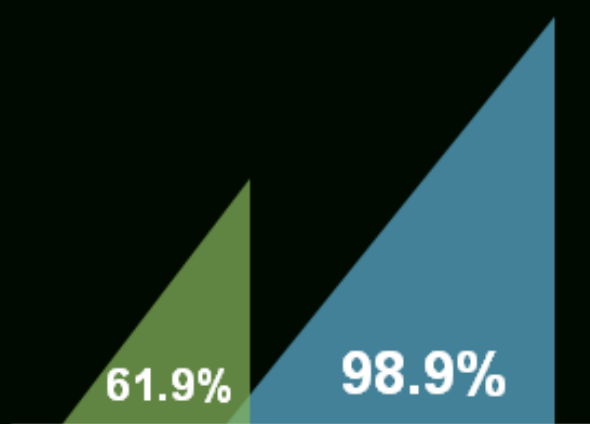
# 25000

2011-2012年，每年约25000名18岁以下的中国学生到英国参加夏立营。较2009年相比增加了3.8倍。

# 兴趣变负担，“富”养变“负”养？

## 00后兴趣特长培养负担越来越重

90后小学时和00后上兴趣班的比例



90后小学时和00后每周上兴趣班的时长



数据来源：零点研究咨询集团2007年城市生活调查

## 00后平均每周需参加**2**个兴趣班





强烈性别意识

角色统一

# 00后被期待并刻意培养社会性别

00后女孩家长最希望孩子具有的特质

有责任感 可爱 淑女 温柔 善良 坚强 智慧 勇敢 活泼 文静



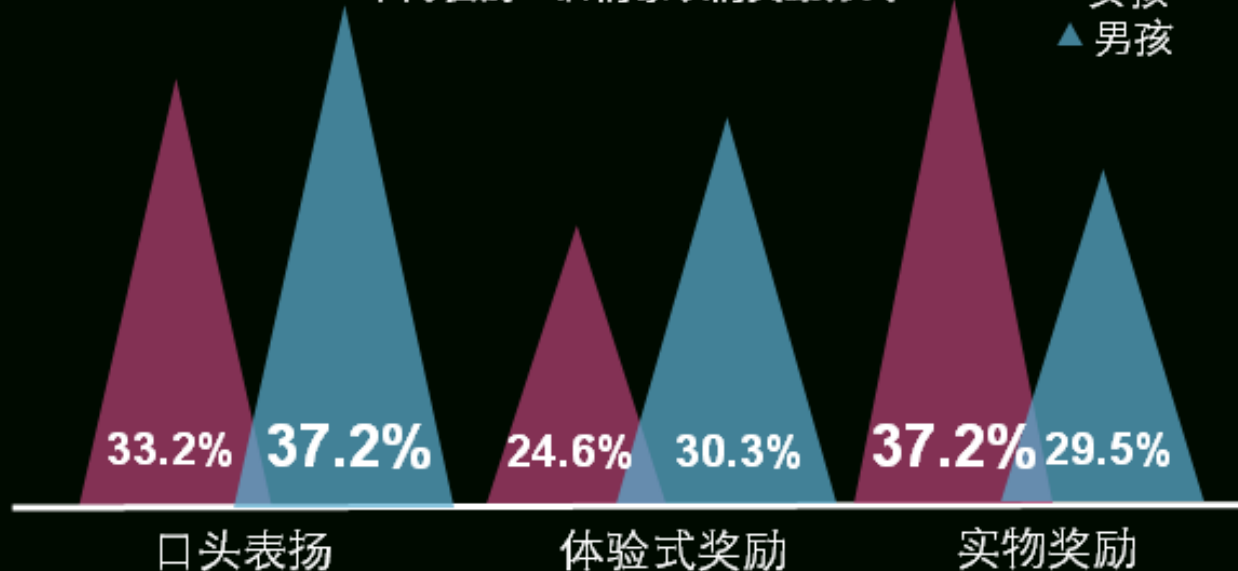
00后男孩家长最希望孩子具有的特质

有责任感 善良 勇敢 坚强 绅士风度 可爱 活泼 善于思考 文静 温柔

女要“富养”，男要“鼓励”

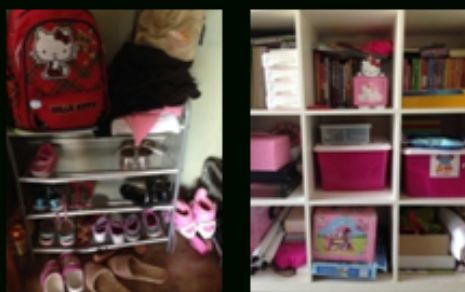
不同性别00后的家长的奖励方式

▲女孩  
▲男孩



# 兴趣喜好性别特征分明

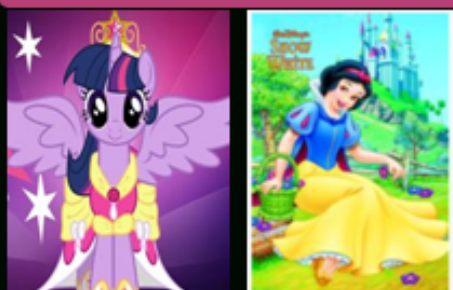
## 色彩粉色系



## 服饰公主范



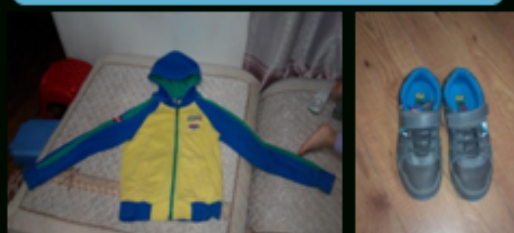
## 偶像公主化



## 爱好淑女风



## 色彩蓝色风



## 爱好机械范



## 偶像英雄化



## 志愿阳刚系



父母职责

各自分明

# 父母的教养参与度提升

## 80后小时候

- 父母都很忙
- 陪伴交给祖父母辈
- 父亲角色在家庭中的缺失

## 90后小时候

- 父母开始逐渐关注到孩子的陪伴问题
- 但只是陪伴，缺乏实质互动

## 00后现在

- 父母回归家庭的程度更深
- 父母各司其职

## 00后父亲的陪伴程度不输母亲



5.2小时

00后妈妈  
每天与孩子相处时间

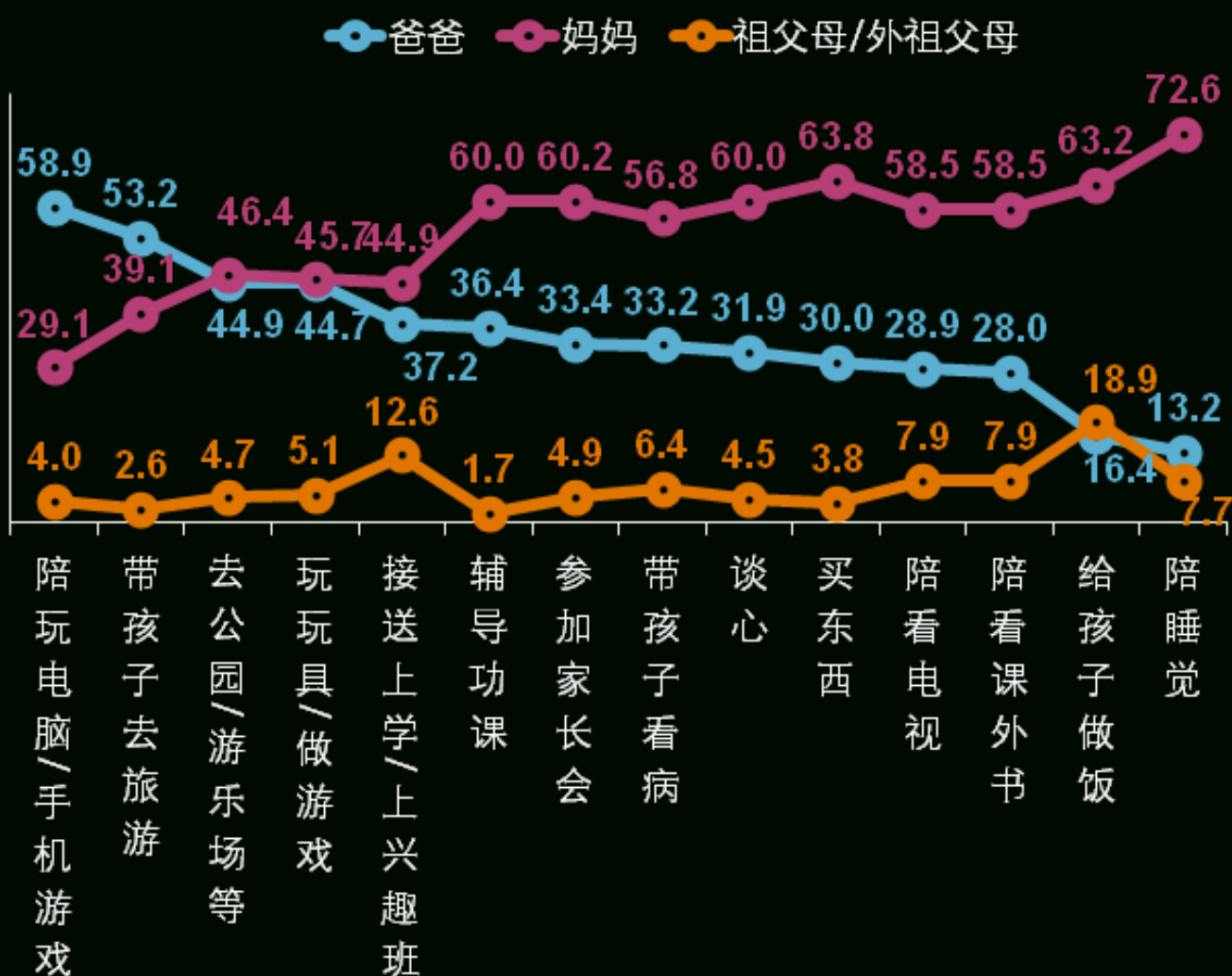


4.3小时

00后爸爸  
每天与孩子相处时间

# 妈妈“团团转”，爸爸“长不大”

00后家庭成员在教养方面的分工情况 (%)



## 家长说

学习这一块主要是以妈妈为主，带她出去玩是她以爸爸为主

## 家长说

孩子所有的学习类的比如弹钢琴妈妈陪她去。她平常的学习也都是妈妈在管的。他爸爸只是负责在我管不了的时候才去

## 家长说

我是属于大家长一类的，有时候管着他们两个。相当于我在掌权，然后爸爸陪着孩子玩。爸爸会经常买一些玩具，吃穿住行、学习用品什么的都是妈妈给买

# 孩子心中父母角色各司其职

00后心中的

## 爸爸

### 严师

裁判

玩伴

### 朋友

慈母

保姆

00后心中的

## 妈妈

90后

妈，我饿了。

妈，我渴了。

妈，我那东西哪去了？

爸，我妈呢？

00后

爸爸陪我玩IPAD！

妈妈我画的好吗？

爸爸给我讲故事！

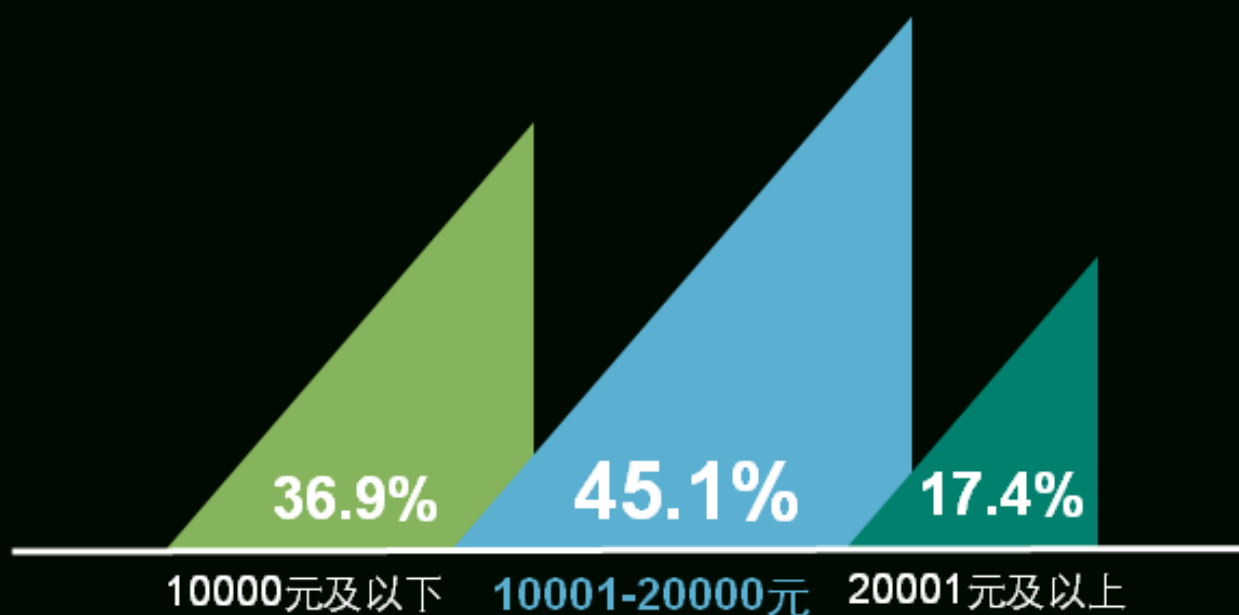
妈妈我发烧了。

# 轻物欲的 消费环境



## 家庭物质条件优越

00后家庭月收入集中在10000-20000元之间

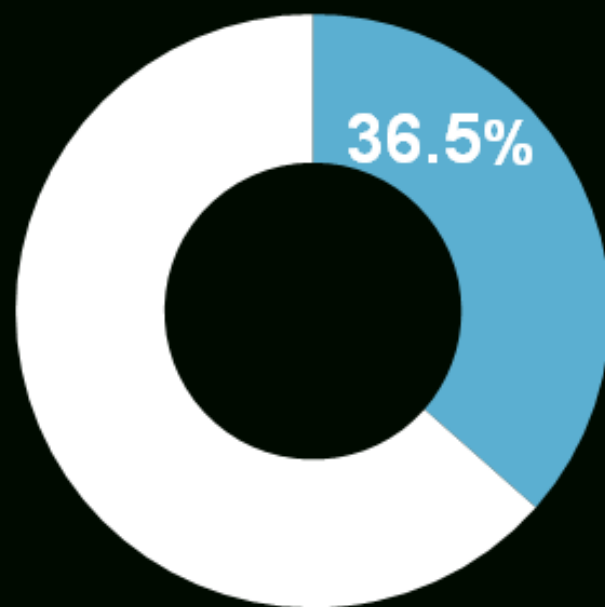


00后平均每月花费



3150元

养娃消费是00后父母每月头号支出



# 00后父母理性权衡再消费 不拿物质做激励

## 61.1%

的00后家长表示  
别人家孩子有的东西  
我的孩子不一定也要有

家长说

不是每一个人家有的东西  
自己都必须要有，我觉得  
这样对孩子来说会加重她  
的功利心。

## 59.2%

的00后家长表示  
孩子想买的东西我  
会衡量之后再决定

家长说

我给她买东西首先会看这个东  
西对她有没有用，我会去自己  
上网去查资料，看看别人的评  
论是怎么样的，其次我也会去  
考量这个东西到底值不值

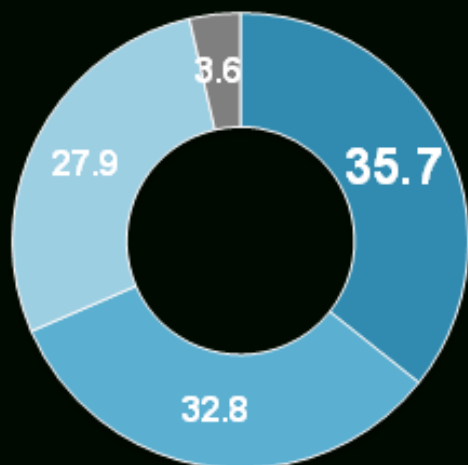
### 奖励方式以非物质奖励为主

### 孩子年龄越大，物质奖励越淡化

当孩子在学校或家里表现好时，  
00后家长通常采用的奖励方法 (%)

不同年龄00后的首要奖励方式

- 口头表扬
- 实物奖励
- 体验式奖励
- 说不清



实物奖励 (37.1%)

5-7岁



体验式奖励 (33.5%)

8-11岁



口头表扬 (53.7%)

12-14岁

# 00后已经懂得在欲望面前有所克制

**家长说**

买东西时你要跟他商量的话，他也会听你的，不是那种特别固执或者想怎么样就怎么样的那种

**家长说**

这两年她应该是懂事了，她不会去要求某个品牌，能够满足她对这个东西的渴望就可以了，不会刻意追求某个品牌。

**家长说**

我们有时候会给她讲一些这些东西买了之后有哪些不好的方面，会给她讲道理，她还是很容易听进去的。有时候也会妥协，让我们给她买另一个喜欢的东西。



外公为孩子买的零食，妈妈规定今天只能吃两包，于是乖乖地只拿了两包

消费决策

重在参与

# 00后的意见在消费链条中得到重视

## 00后的消费决策流程



**家长说**  
毕竟现在娃娃这么大了，她的穿、吃等生活方面都自己的决定和思考。

**家长说**  
她的生日到了我们就给她200块钱，让她出去请同学在外面去吃饭。有时候就在德克士里，几个同学就在一块儿聚会。

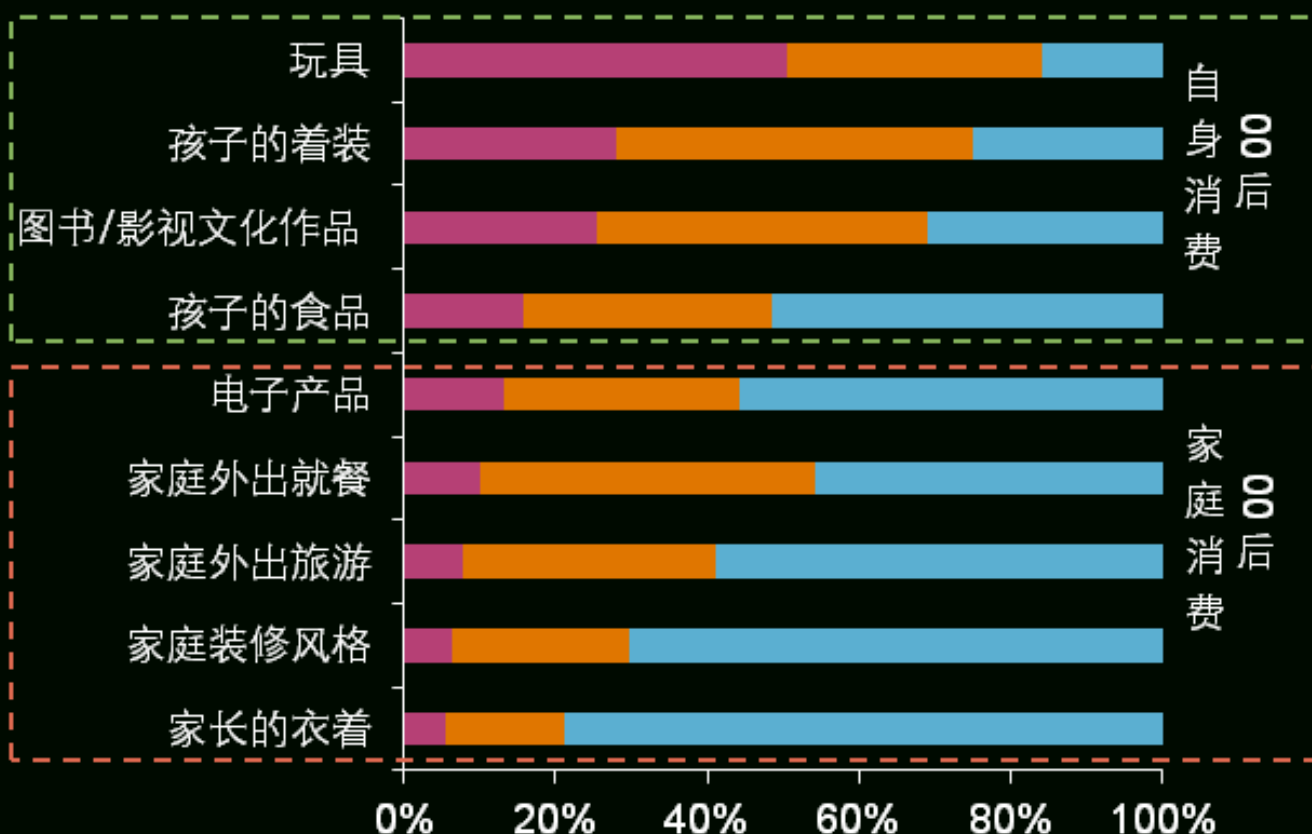
**家长说**  
孩子的自我意识在增强，比如说她要一个绘画本，我说我下班给你买回来就行了，她说我要自己选，然后一般这种时候我们都是满足她，我们就带她去选。

**家长说**  
以前孩子的衣服基本上都属于我大包大揽了，但她现在六岁了，可能今后在这一块上也要尊重她的意见。

# 掌控自我消费，逐步参与家庭消费

00后在不同类别消费上的决策权 (%)

■ 主要由孩子来决定 ■ 由家长和孩子共同决定 ■ 主要由家长决定



00后对玩具消费有绝对的决策权



00后对家庭消费决策的外出就餐参与决策权最高



超过两成的00后家长为孩子选择房间时由孩子自己决定

# 拥抱互联网的 触网E族

## 父母便是“触网一族”

00后家长每天使用  
PC端上网  
5.7小时

00后家长每天使用  
移动端上网  
2.2小时

儿童家长获取教育资讯的首要渠道是  
网络媒体 (82.3%)

因此00后一出生就对互联网不陌生

00后首次触网  
6岁半

00后每天上网  
1.6小时

00后触网年龄越来越早





# 上网环境较宽松，应用需求已受关注

00后家长对互联网应用的态度

## 00后家长并不视互联网为洪水猛兽

00后家长心目中孩子上网的好处

4.4%  
便于和同  
学交流

19.5%  
可以选择电  
视上没有的  
动画片

32.7%  
网络应用广  
泛，有利于  
孩子发展

31.5%  
可以学习  
更多元的  
知识

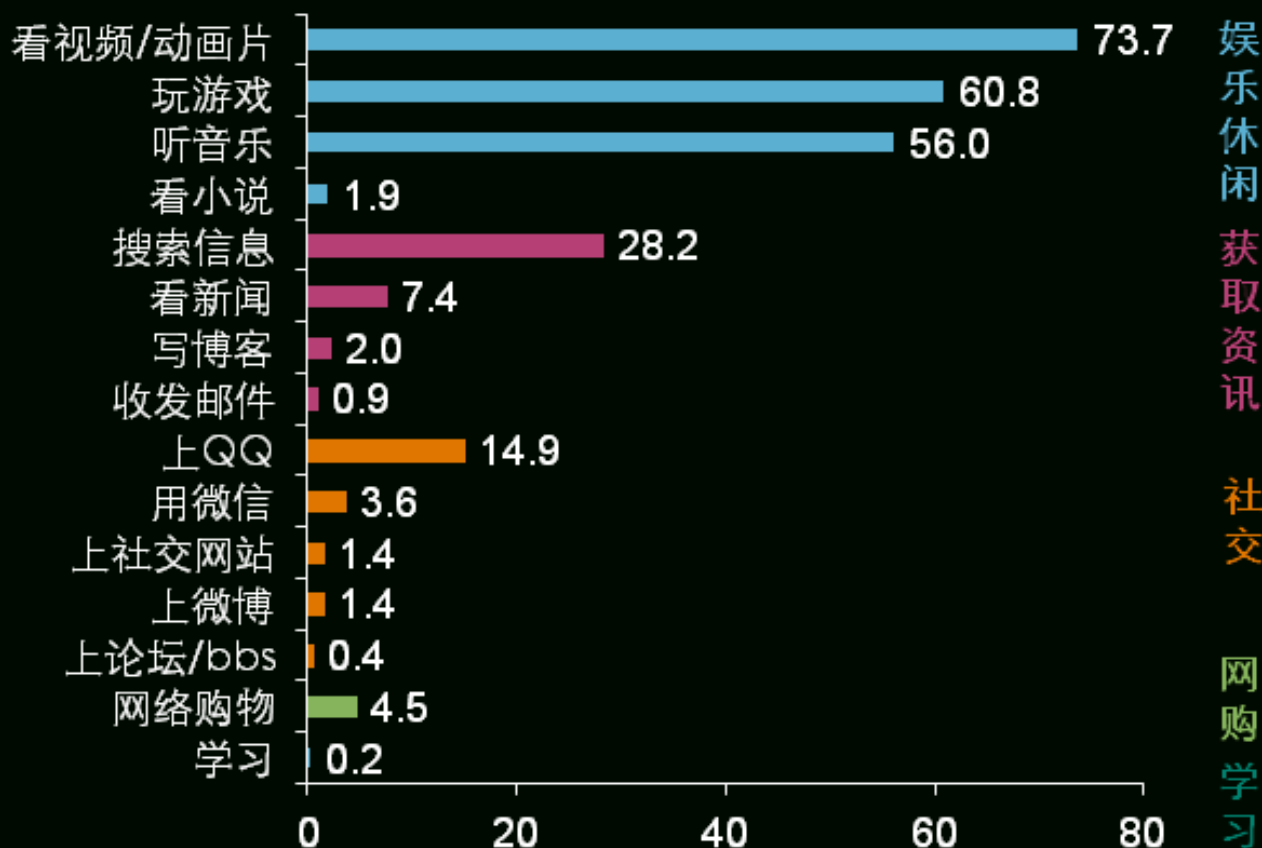
## 各种儿童专属应用层出不穷



# 虽广触应用，但偏爱视频游戏音乐

## 00后的上网行为集中在娱乐休闲领域

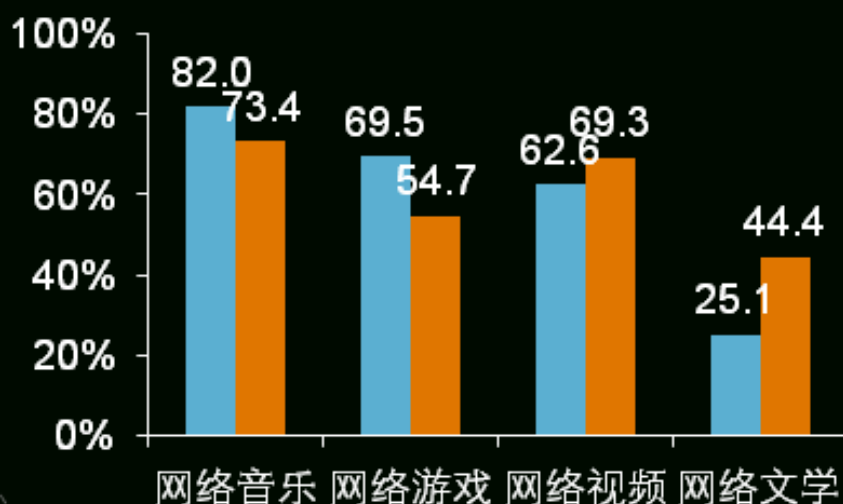
各类互联网应用在00后中的普及率(%)



网络娱乐类互联网应用在小学生中的普及率

■小学生 ■网民总体

网络音乐和网络游戏在小  
学生中的普及率已超过总体  
网民



数据来源：  
中国互联网络信息中心

# 样本说明

本次调查利用零点研究咨询集团自有样本库对2435名00后家长进行了线上调查



## 受访者性别

□男 □女



## 受访者年龄

□90后 □80后 □70后 □60后



## 受访者学历

□高中及以下 □大专/大学本科 □硕士及以上



## 受访者孩子年龄

□5-7岁 □8-11岁 □12-14岁



执行城市：

北京、上海、广州、武汉、成都、沈阳、济南、郑州、南京、西安