

中国家庭教育消费者图谱

2016年

1

研究目的及方法

2

中国家长群体画像

3

学龄前（0-6岁）家庭教育消费行为洞察

4

中小学（7-18岁）家庭教育消费行为洞察

2016中国家庭教育消费者图谱

家长帮、艾瑞咨询、好未来教育研究院联合发布

共同探讨互联网时代下，中国家长在教育理念、消费行为上特征和变化，探索未来家庭教育的发展方向。



中国家长群体画像及家庭教育态度洞察

性别/年龄/地区（一/二/三/四线城市）/消费水平/收入水平/家庭教育分工/教育理念



学龄前（0-6岁）家庭教育消费行为洞察

家庭教育观/早教类产品及其费用投入/互联网产品偏好/获取教育资讯渠道/教育类硬件需求



中小学（7-18岁）家庭教育消费行为洞察

家庭教育观/教育类产品及其费用投入/互联网产品偏好/获取教育资讯渠道/教育类硬件需求

研究方法及数据来源

问卷调研+移动端/PC端 连续性数据监测

面向全国范围内的中国家长群体，结合多种数据采集方法及渠道，进行中国家庭教育消费者调研。

研究范围：报告涉及家庭教育针对有0-18岁孩子的中国家庭进行研究。

定量线上问卷调研



家长帮

家长帮论坛 家长帮 (App)



艾瑞调研样本

艾瑞iClick社区
iUserSurvey自助调研平台

数据样本回收情况：2015.1.21-1.29，回收有效问卷1034份（其中艾瑞iClick社区506份，家长帮渠道问卷528份）

移动端/PC端 连续性数据监测



iUserTracker

网络用户行为监测

40万PC端监测样本



mUserTracker

移动用户行为监测

200万智能手机监测样本

1

研究目的及方法

2

中国家长群体画像

3

学龄前（0-6岁）家庭教育消费行为洞察

4

中小学（7-18岁）家庭教育消费行为洞察