

# 中国12-18岁未成年人消费行为洞察 报告：你想不到的八大特征

2018年

# 主要发现



近**六成**未成年人有零用钱



幸福的未成年人，月均零用钱达**370元**



**八成**有零用钱未成年人偏好线下商品



仅**一成多**有零用钱未成年人为网游买单



网游未成年人用户月均网游消费在零用钱中的占比不到**三成**



网游付费200元以上未成年人需得到父母的**更多关注**



**七成**有零用钱未成年人消费量入为出



近**七成**家长不关心未成年人零用钱去向

# 研究背景和目的

## 研究背景

随着移动互联网的不断渗透、下沉，用户的网络消费逐渐呈现出新特点。

以2018年为节点，所有适龄未成年人都已经是00后，“数字原住民”们的消费行为更具特色。

部分未成年人在网络使用过程中，出现了过度消费、亲子关系恶化等问题。

## 研究目的

基于以上背景，本报告期望：

了解未成年人的零用钱基本情况，包括数额、消费方向、线上线下消费对比等。

了解未成年人自己的消费态度，以及家长对此的介入情况等。

希望以本次调查的发现，为未成年人网络使用中的问题解决提供参考。

# 调研样本说明

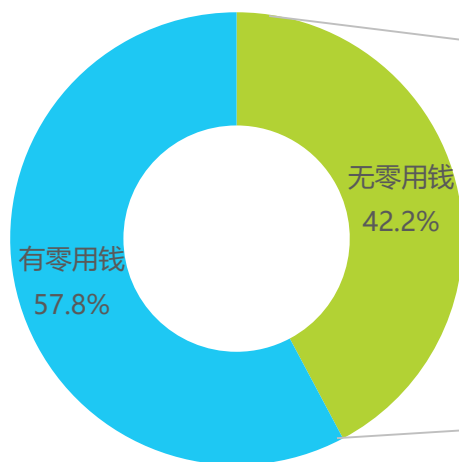
调研概况	描述
研究方法	在线定量研究分析
研究工具	iUserSurvey艾瑞网络用户调研平台
样本来源	使用艾瑞iUserSurvey调研系统，通过iClick和多个网站平台联合收取样本
调研时间	2018年7月4日-7月8日
样本配额	依据国家统计局数据，对12-18岁未成年人样本设定配额比例： ①男：女=6：5 ②12-15岁：16-18岁=4：3 ③年人均收入3万元以上省市：年人均收入2-3万元省市：年人均收入2万元以下省市=35.8：27.5：36.7
有效样本量	总有效样本量为2058个，其中iClick平台 N=1255，其他网站平台 N=803

注释：1.性别配额比例依据：国家统计局2010年全国第六次人口普查数据，4-10岁（12-18岁）中男女人数比；2.年龄段配额比例依据：国家统计局2010年全国第六次人口普查数据，4-7岁（12-15岁）与8-10岁（16-18岁）人数比；3.省市划分依据：国家统计局2016年全国31个省市居民人均可支配收入，详见附录；4.省市配额比例依据：2018年5月不同年人均收入等级省市中各省市微信用户渗透率之和，详见附录。

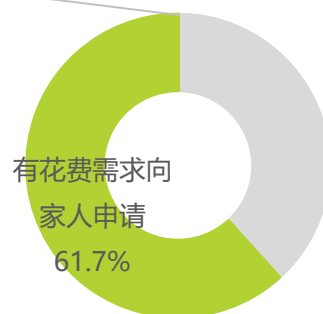
# 近六成未成年人有零用钱

由图表可看出，57.8%的未成年人可定期获得零用钱，在42.2%无定期可支配零用钱的未成年人中，仍有61.7%的未成年人当有花费需求时，可以从父母、亲戚处获得。

2018年中国12-18岁有无固定零用钱  
未成年人占比



2018年中国12-18岁无固定零用钱未成年人  
中有需求向家人申请情况



## 定义解释

- 零用钱：未成年人可定期获得，由其自主支配的且用于衣食住行等日常基础消费以及学习游戏等精神娱乐消费的金额。

样本：有可支配零用钱N=1189，没有可支配零用钱N=869，于2018年7月通过艾瑞iClick社区和其他多个网站平台联合调研获得。

# 有零用钱的未成年人样本分布

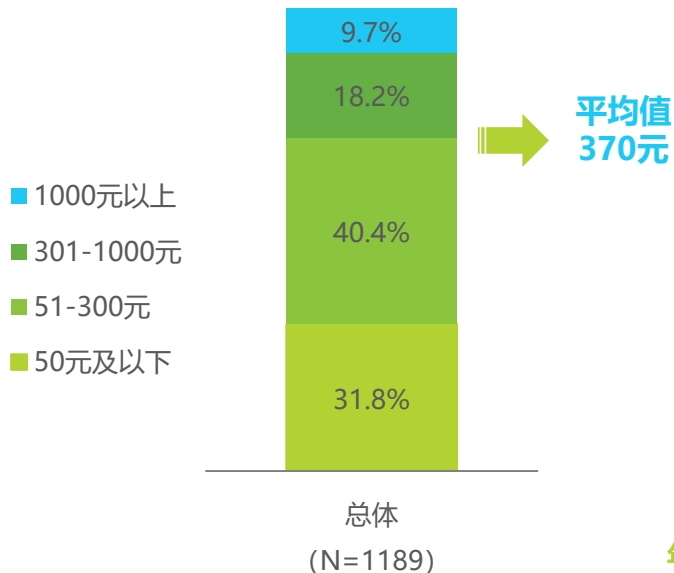


样本：有可支配零用钱N=1189，于2018年7月通过艾瑞iClick社区和其他多个网站平台联合调研获得。

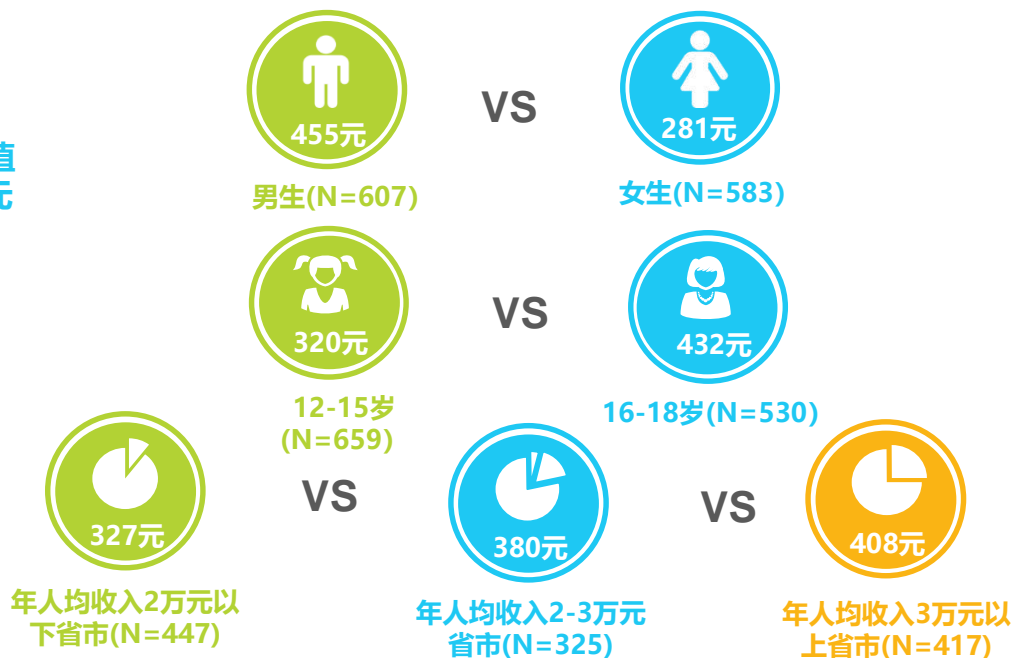
# 幸福的未成年人，月均零用钱达370元

从总体上看，未成年人平均每月可支配零用钱370元，且男生多于女生（455元vs281元），高年龄段多于低年龄段（432元vs320元），省市收入水平越高，未成年人的零用钱金额越多。

## 2018年中国12-18岁未成年人每月可支配零用钱金额分布



## 2018年中国12-18岁不同未成年人月均可支配零用钱额度



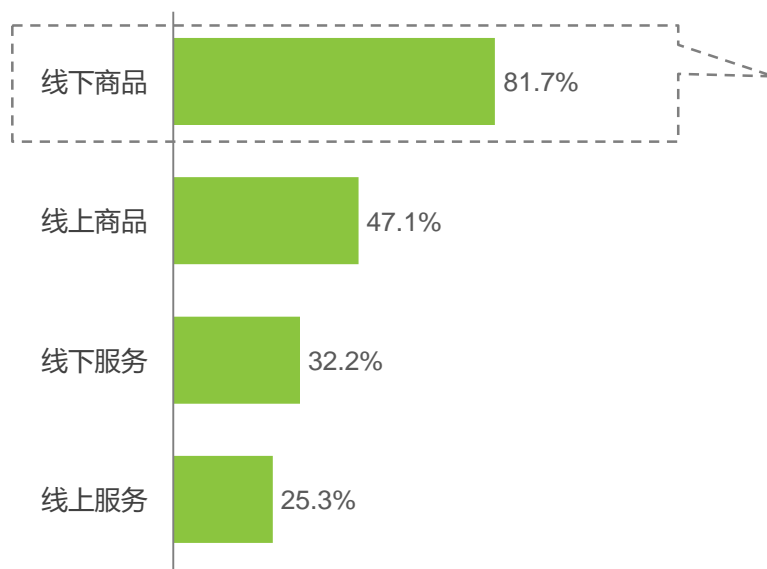
样本：有可支配零用钱N=1189，于2018年7月通过艾瑞iClick社区和其他多个网站平台联合调研获得。  
注释：2017年全国居民人均可支配收入为25974元。

# 八成有零用钱未成年人偏好线下商品

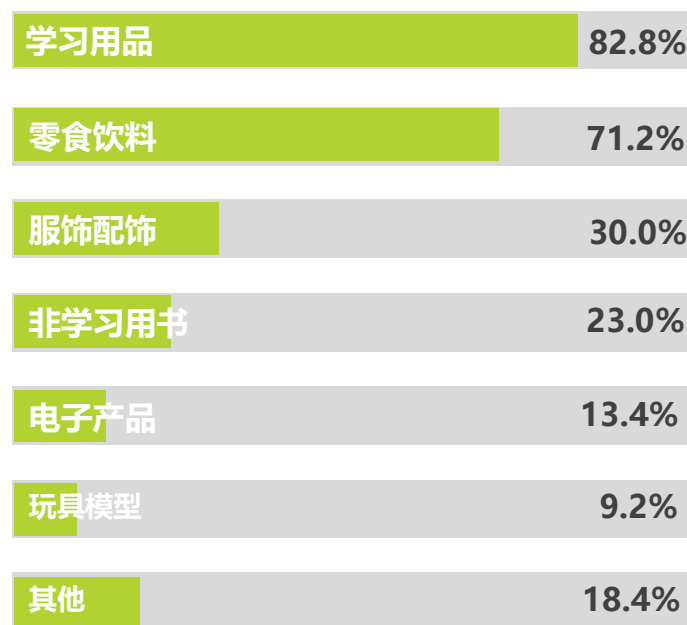
根据调研数据，81.7%未成年人将零用钱用于购买线下商品，相比于线上购物，未成年人更倾向于线下购物，而且也更愿意购买实体商品而不是服务。

同时，在线下商品消费中，未成年人的学习属性强，零用钱主要用于购买学习用品（82.8%）。

## 2018年中国12-18岁未成年人零用钱 消费方向



## 2018中国12-18岁购买线下商品的未成年人 线下商品消费偏好



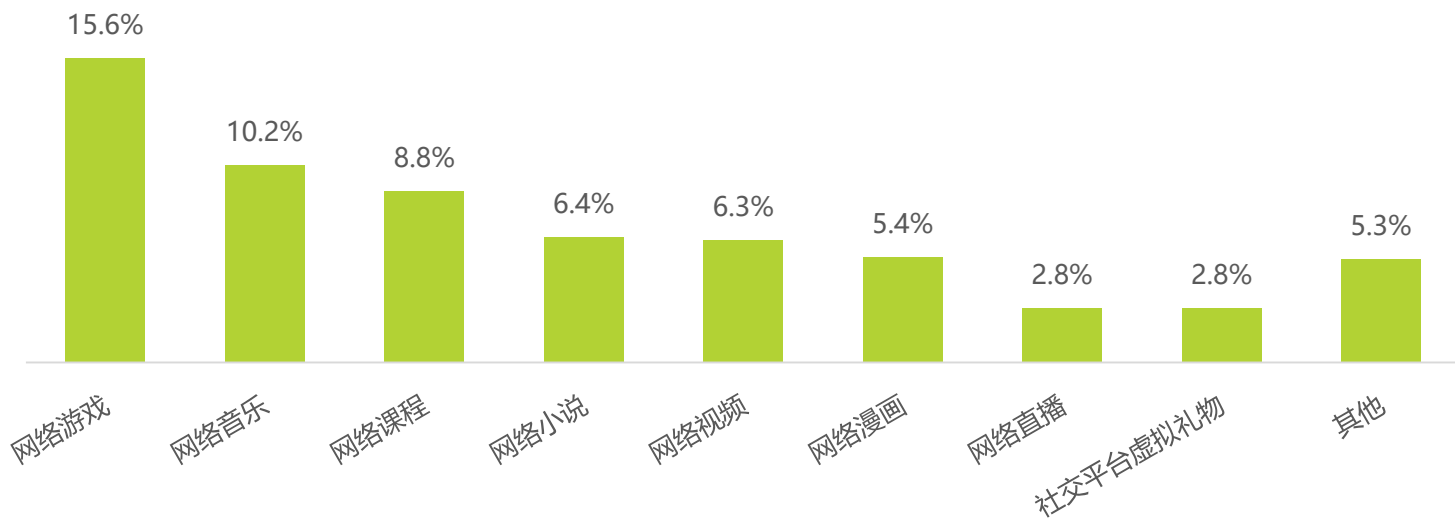
样本：有可支配零用钱N=1189，购买线下商品N=972，于2018年7月通过艾瑞iClick社区和其他多个网站平台联合调研获得。



# 仅一成多有零用钱未成年人为网游买单

从线上服务消费情况来看，有定期可支配零用钱的未成年人中，为网络游戏服务付费比例最高，为15.6%（186/1189），其次分别是在网络音乐（10.2%）与网络课程（8.8%）上的付费。

## 2018年中国12-18岁有定期可支配零用钱的 未成年人线上服务消费偏好

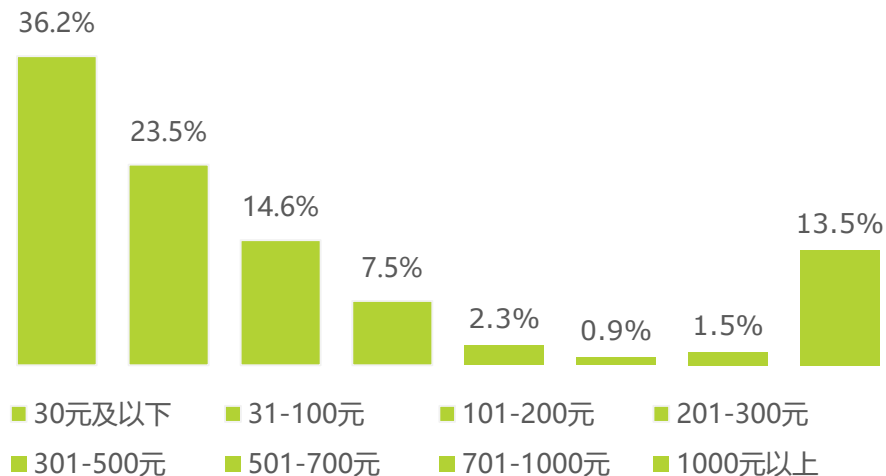


样本：有可支配零用钱N=1189，于2018年7月通过艾瑞iClick社区和其他多个网站平台联合调研获得。

# 网游未成年人用户月均网游消费在零用钱中的占比不到三成

网游付费未成年人用户群体中，平均每月可支配零用钱金额为765元，为网络游戏的付费平均每月占29.3%。其中，网游消费金额在30元以下的人数最多，比例最高（36.2%）；但结合整体月均网游消费均值224元来看，比例最高的人群的消费金额区间均值与整体均值相差较大，说明少量网游高消费未成年人提升了网游付费未成年人的整体消费水平，少量高消费未成年人具有分析意义。

## 2018年中国12-18岁网游未成年人用户每月为网游付费金额分布

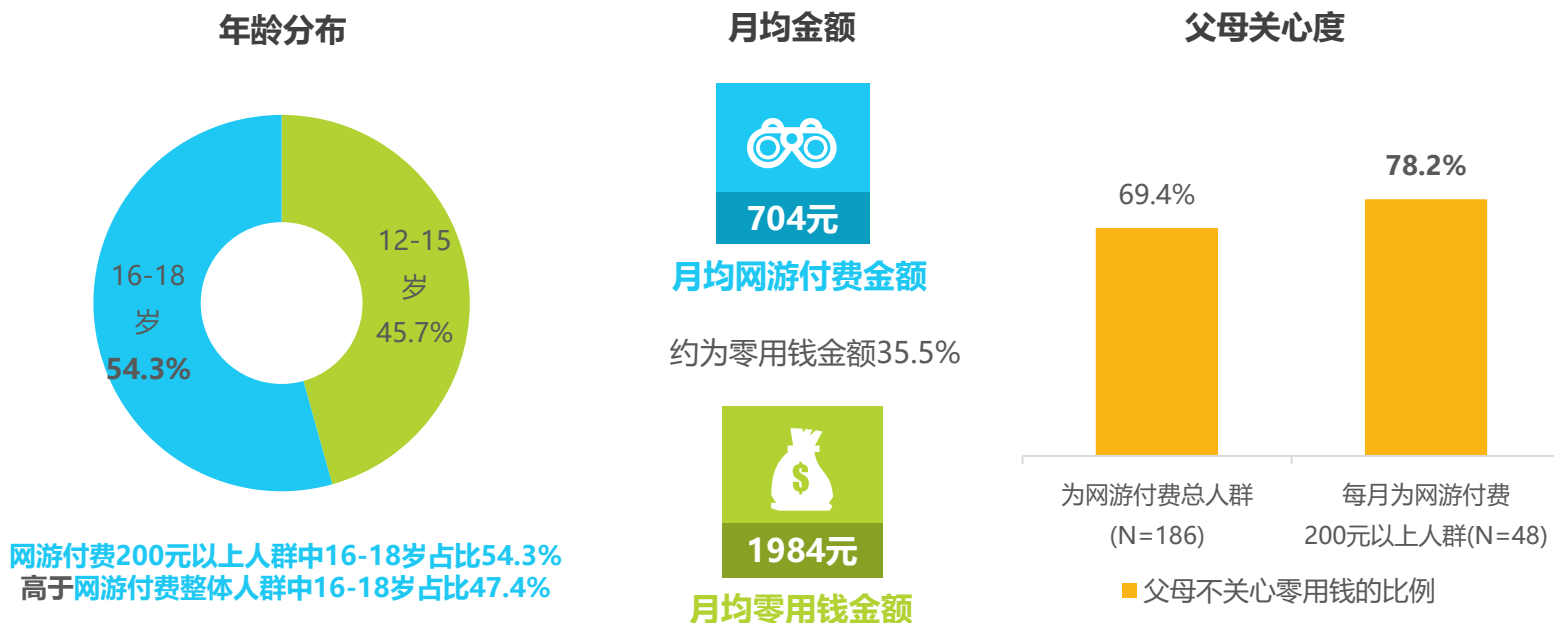


样本：为网络游戏付费N=186，于2018年7月通过艾瑞iClick社区和其他多个网站平台联合调研获得。

# 网游付费200元以上的未成年人需得到父母的更多关注

为网游付费的人群中，付费200元以上的未成年人占比25.7%，他们的人均每月零用钱为1984元、人均每月网游付费704元。从年龄分布上看，这类人群中，16-18岁（54.3%）占比高于12-15岁（45.7%）；而从父母的关心与否上看，近八成父母（78.2%）很少关心孩子的零花钱使用情况。

## 2018年中国月均网游付费200元以上未成年人特征



样本：为网络游戏付费N=186，每月为网游付费200元以上N=48，于2018年7月通过艾瑞iClick社区和其他多个网站平台联合调研获得。

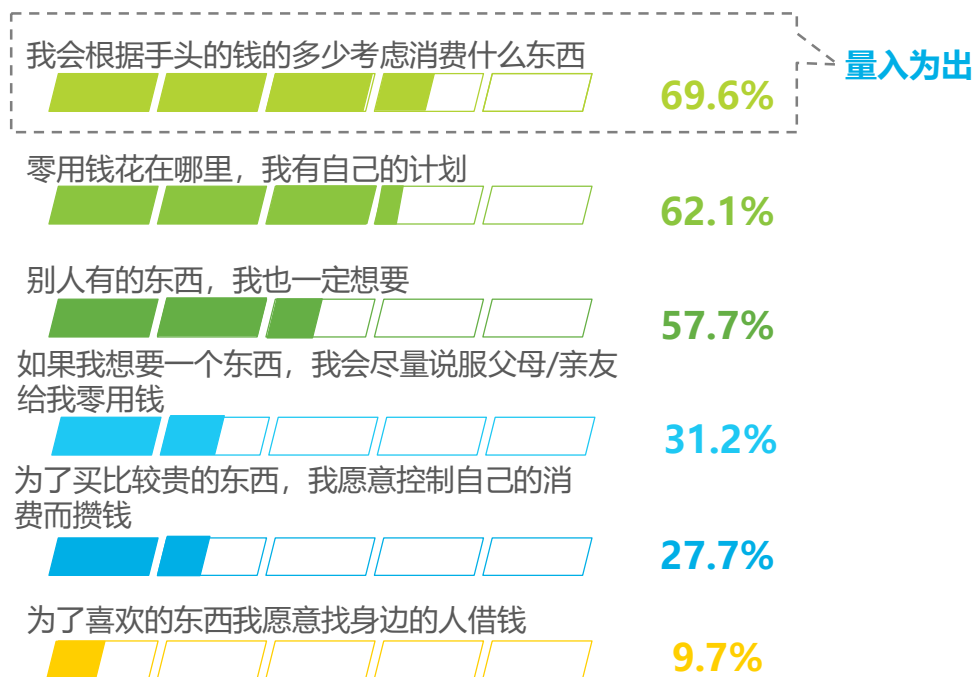
# 七成有零用钱未成年人消费量入为出

未成年人对在零用钱的使用态度上偏向理性，会根据自己实际的经济能力去消费（69.6%），且消费较有规划（62.1%）。

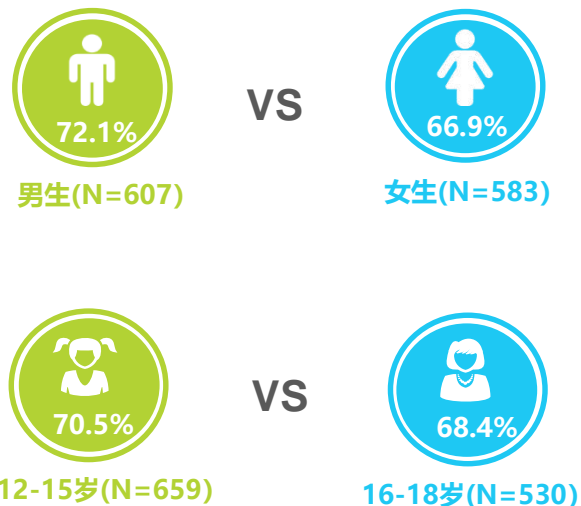
男生更加理性，选择“我会根据手头的钱的多少考虑消费什么东西”的比例（72.1%）高于女生（66.9%）。

另外，从年龄分布看，12-15岁选择“我会根据手头的钱的多少考虑消费什么东西”的比例（70.5%）高于16-18岁（68.4%）。

## 2018年中国12-18岁未成年人零用钱使用态度



## 有量入为出观念的未成年人年龄和性别差异



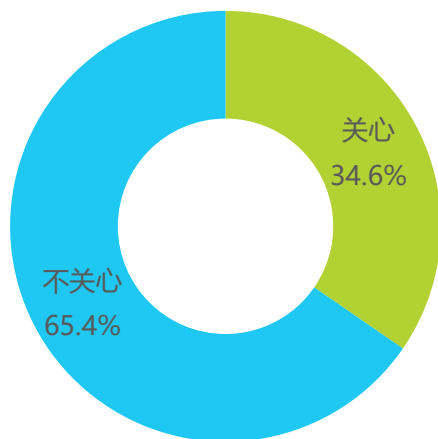
样本：有可支配零用钱N=1189，于2018年7月通过艾瑞iClick社区和其他多个网站平台联合调研获得。

# 近七成家长不关心未成年人零用钱去向

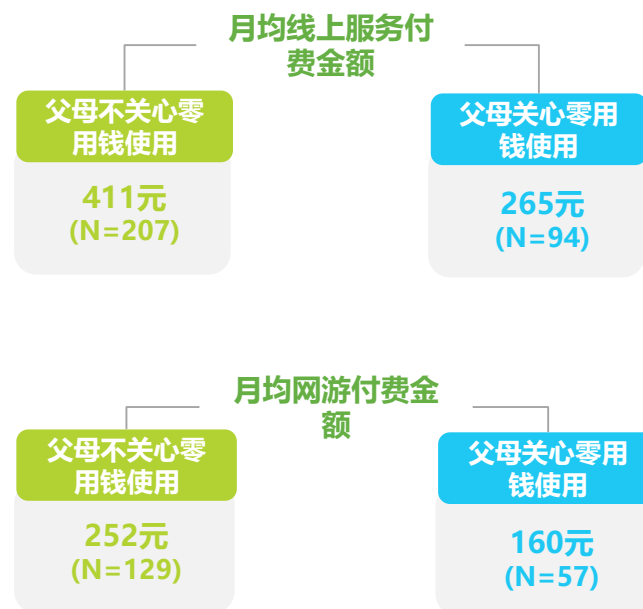
父母不太关心小孩零用钱的使用情况，仅有34.6%父母会关心小孩零用钱使用的具体情况。

无论是线上服务还是网络游戏消费，相较于父母对零用钱使用不关心的群体（411元、252元），父母关心的未成年人的月均付费金额明显更低（265元、160元）。

## 2018年中国12-18岁未成年人父母对零用钱使用关心情况



## 父母关心零用钱情况不同的未成年人月均消费金额



样本：有可支配零用钱N=1189，于2018年7月通过艾瑞iClick社区和其他多个网站平台联合调研获得。

# 附录：样本地域分布

省市级别	省市名称	样本分布
年人均收入3万元以上省市	广东(包括广州、深圳)	20.3%
	江苏	5.5%
	浙江	5.1%
	北京	3.4%
	上海	0.8%
	天津	0.8%
年人均收入2-3万元省市	山东	7.3%
	江西	4.7%
	湖南	4.2%
	福建	3.8%
	湖北	3.0%
	重庆	1.8%
	内蒙古	1.1%
	辽宁	1.1%
	海南	0.5%
	河南	5.8%
	河北	4.7%
	广西	4.2%
	四川	3.9%
	安徽	3.5%
山西	3.3%	
年人均收入2万元以下省市	贵州	2.3%
	陕西	2.0%
	云南	1.4%
	甘肃	1.3%
	黑龙江	1.2%
	新疆	0.9%
	吉林	0.8%
	宁夏	0.7%
	青海	0.4%
	西藏	0.1%



来源：艾瑞研究院自主研究绘制。

# 关于艾瑞

在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码  
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

# 法律声明

## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。



# 为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询