

January 2014**婴儿护理品 - China**

在现代消费主义和大众媒体浪潮中长大的80后妈妈拥有
一种完全不同的生活方式。她们精通数码产品、追求时
尚、熟悉现代科技，同时4-2-1的家庭结构也给她们带来
了父母和祖父母的巨大支持。这些特性要求各品牌和零售
商重新思考瞄准现代妈妈们的营销战略。必须了解她们是
如何融合网上世界和离线世界。婴幼儿护理品牌不应该仅
仅专注于让宝宝感到高兴，还应该取悦他们的妈妈。

November 2013**Baby Personal Care - China**

“Having grown up in times of modern consumerism and
popular media, the Post-80s generation mums have a
radically different lifestyle. These unique features
demand brands and retailers to rethink the strategy of
marketing to modern mums. Understanding the way
that they blend the online and offline world is crucial.”