

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

# 女性消费精致多元



## 1 总体消费情况



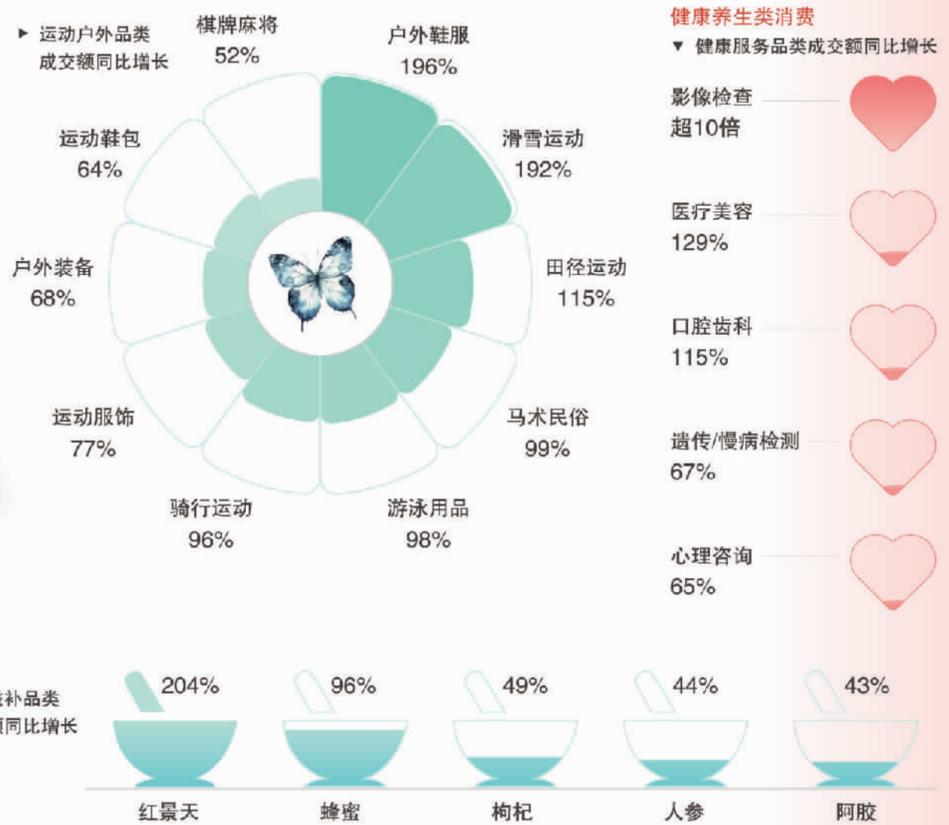
## 自我提升类消费

图书品类成交同比增长



## 健康养生类消费

健康服务品类成交同比增长



## 2 消费者偏好

不同年龄段女性用户的品类偏好指数 注：指数越高表示偏好度越强



## 3 地域消费特征

各级市场女性用户的品类偏好指数 注：指数越高表示偏好度越强



## 说数

本期点评 曹凤娟

伴随社会地位和经济实力的不断提高,女性的消费观念和习惯正在发生转变,她们在扮演好社会赋予的各种角色的同时,愈加认可自我价值,更加关注“为自己投资”“让自己快乐”。数据显示,女性群体在文化旅游、运动户外、医疗保健等方面的消费占比均有明显增长,深度悦己、自我提升、健康养生成为她们的生活关键词。

精致多元的悦己消费受到持续追捧,女性对于自我价值和个性化的追求得到满足。颜值消费方面,彩妆、美发以及医美产品的成交额快速增长;在服饰消费上,女性更注重服装的时尚感和个性化表达,除了时尚防晒衣、连体裤等热销外,“国潮范儿”的汉服、新中式服饰成为女性衣橱里的新宠。

自我提升类的消费也格外受女性青睐。阅读书籍是女性自我提升的重要方式,过去一年,女性的图书消费占据大份额,自助游、在职硕士考试、名人励志、法律期刊、财经人物等多品图书成交额均增长显著。女性的运动消费热情也尤为高涨,她们在滑雪、田径、马术民俗、游泳、骑行等项目的消费增长亮眼。

女性对健康的关注度不断提升,健康养生产品和服务的销售迎来增长。数据显示,影像检查、口腔齿科等健康服务,氨基酸、虾青素等保健品,以及红景天、枸杞等滋补品的消费热度提升明显。

女性消费者是线上消费的主力,也是催生新消费增长点的关键,如何更大程度上激发女性消费动能尤为重要。因此,相关企业需要敏锐把握女性消费需求的变化趋势,有针对性地开发相关产品及解决方案,促进女性消费需求释放,让“她经济”不断焕发新活力。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)

女性消费者不仅注重个人美学和自我成长,也注重提升生活品质和幸福感,对文化、旅游、健康、体育等产品和服务的消费意愿不断提升。作为家庭生活用品、家电、教育、医疗、休闲娱乐等消费的重要决策者,女性消费者成为消费市场复苏、繁荣的重要力量,“她经济”不断焕发新活力。

分年龄段看,25岁及以下女性追求时尚和外在形象,倾向于购买悦己类产品;26岁至35岁女性对健康的关注度开始提升,偏好购买健康服务产品;36岁至45岁的女性消费者关注自我提升,最青睐购买图书;46岁及以上女性尤为注重健康养生,各类传统滋补品、营养保健品最受欢迎。



更多内容 扫码观看 数据周期: 2023年