

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

# “她力量”助力绿色经济

## 女性消费推动可持续发展消费趋势

女性是践行可持续发展的主要力量。特别是在消费领域，绿色减碳已成为女性消费的重要准则，并使女性成为可持续消费和生产中的重要力量。

一方面，随着收入水平提高，以及自我意识不断提升，女性成为消费市场的主力军，并深刻影响着消费的理念升级和结构变化。特别是在日常消费时，女性能够主动把“可持续”映射到消费决策中，通过消费践行可持续发展。数据显示，女性消费者在选择产品、品牌和渠道，以及在商品的使用和处置环节上，更愿意把环保、可持续作为消费的重要判断依据。对于相关企业而言，要更加关注女性消费者对可持续发展的影响作用，以技术创新塑造可持续发展之路，加快推出更适合女性消费者的绿色产品和服务，从而实现可持续消费的高质量发展。

另一方面，女性还能够以“生产者”的角色推动可持续发展。当女性作为“生产者”时，其对生态环境保护有着较高要求，能够为企业可持续发展注入新的活力。例如，很多企业建立了可持续发展体系，其中超六成的管理者由女性担任，体现出女性对可持续发展的影响。

从用户调研和消费行为中可以看到，女性无论作为何种角色，都在为可持续的消费与生产、全社会的可持续发展作出积极贡献。未来，随着女性的社会角色愈发凸显，女性在突破自身发展与事业进步的同时，将在可持续的消费与生产领域中释放更大的能量。

（作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员）

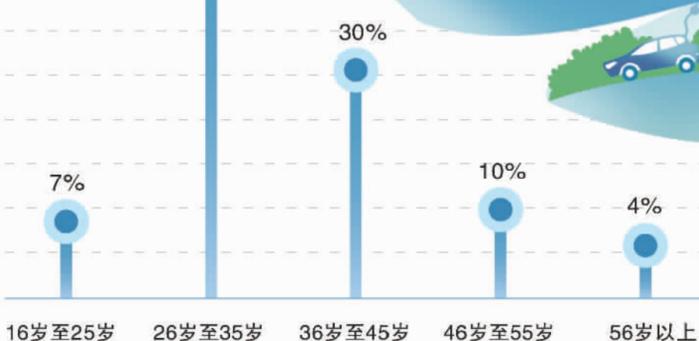
### 说数

近年来，随着“双碳”目标的提出，在相关政策驱动下，中国消费者可持续消费增长显著

▼可持续消费用户数同比增速



▼2022年各年龄段女性用户“以旧换新”消费数量占比



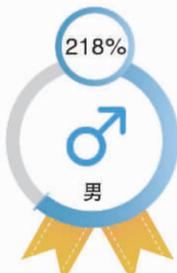
▼女性消费者的可持续消费销量指数对比



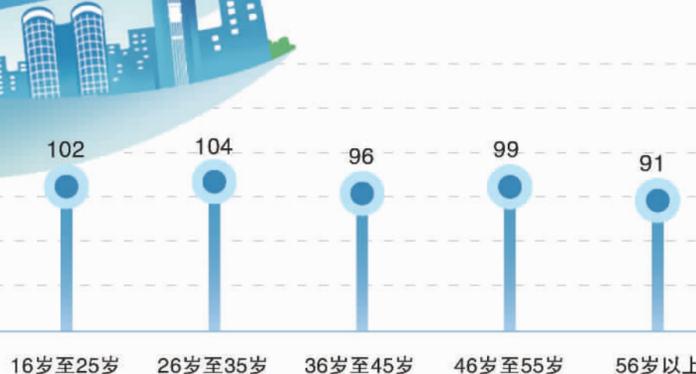
▼女性消费者的可持续消费人均消费指数对比



▼可持续消费金额同比增速



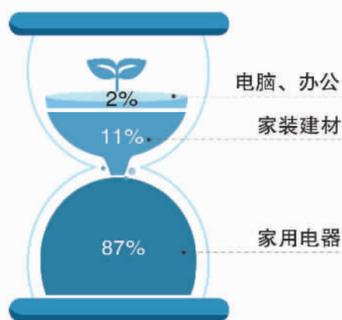
▼2022年女性用户“以旧换新”年龄偏好度



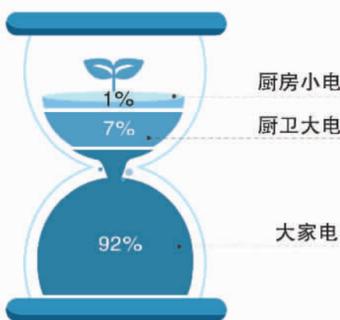
### 女性可持续消费类别偏好

从几类主要的可持续消费行为来看，女性用户偏好购买节能类产品和以旧换新类产品。从消费金额来看，以旧换新类产品人均消费指数最高，其次是节能、可替换和可循环产品

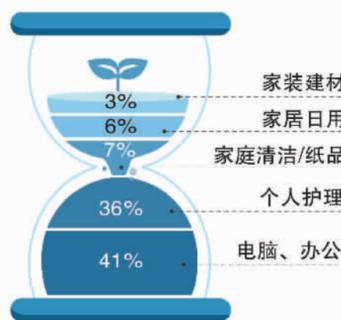
▼女性消费者节能消费品类结构



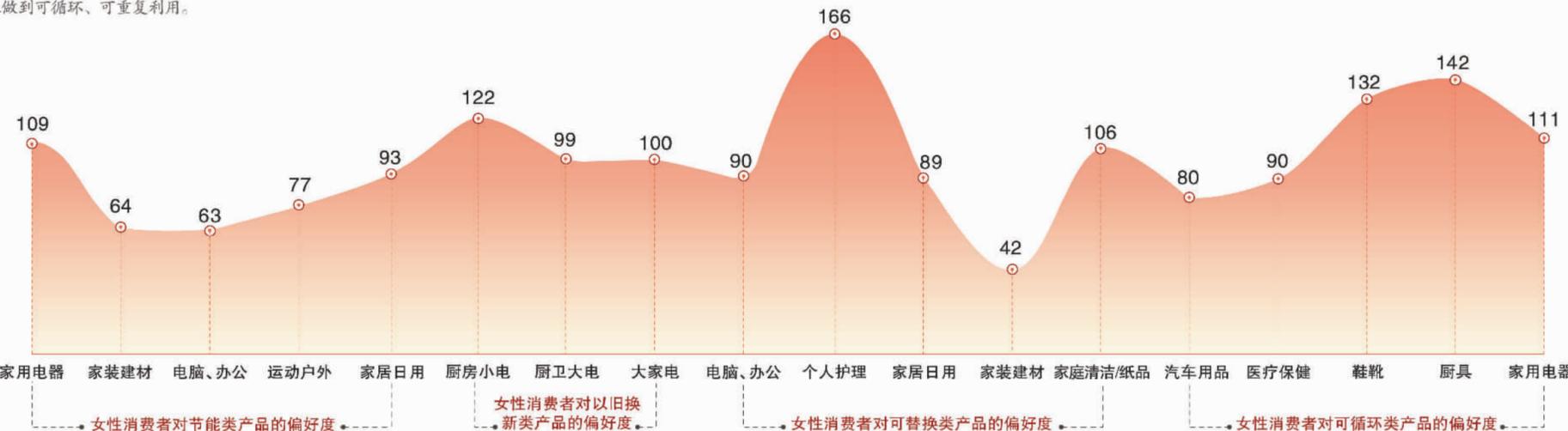
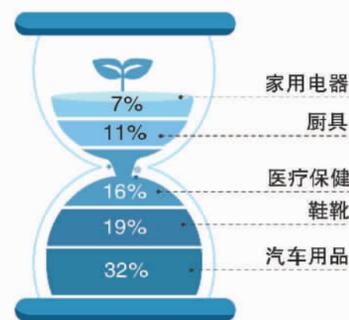
▼女性消费者以旧换新消费品类结构



▼女性消费者可替换消费品类结构



▼女性消费者可循环消费品类结构



更多内容 扫码观看