

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

“她经济”催生新机遇

说数

□ 本期点评 柴祯祯

近年来，由女性消费形成的“她经济”持续壮大，成为助推经济发展的重要力量，带动“她阅读”和“她运动”等消费领域迅速发展，为整个消费市场注入了新动能。

阅读可以促使自我塑造、个人成长与精神提升，“她阅读”则成为女性汲取内心力量、丰富精神世界和构建价值观的重要途径。数据显示，2022年女性消费者在图书、教育培训等品类上的支出快速提升，女性消费者购书人次和金额也均有大幅提升，表明女性消费者更加重视丰富个人精神世界。其中，历史、国学、文化、财经管理类图书取得超一倍的增长。从总消费金额看，除童书和教辅外，小说、管理、历史等类型的图书更受女性消费者青睐。

同时，在线教育的快速发展，使接受专业培训和辅导变得更便捷，丰富了人们的提升途径。2022年，女性消费者在教育培训上的支出比2021年提升了近三成，职业技能培训、考证培训和学历教育培训的支出最多。

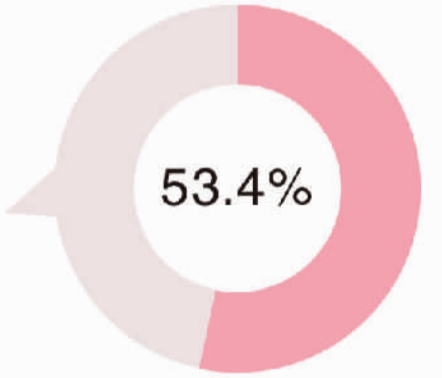
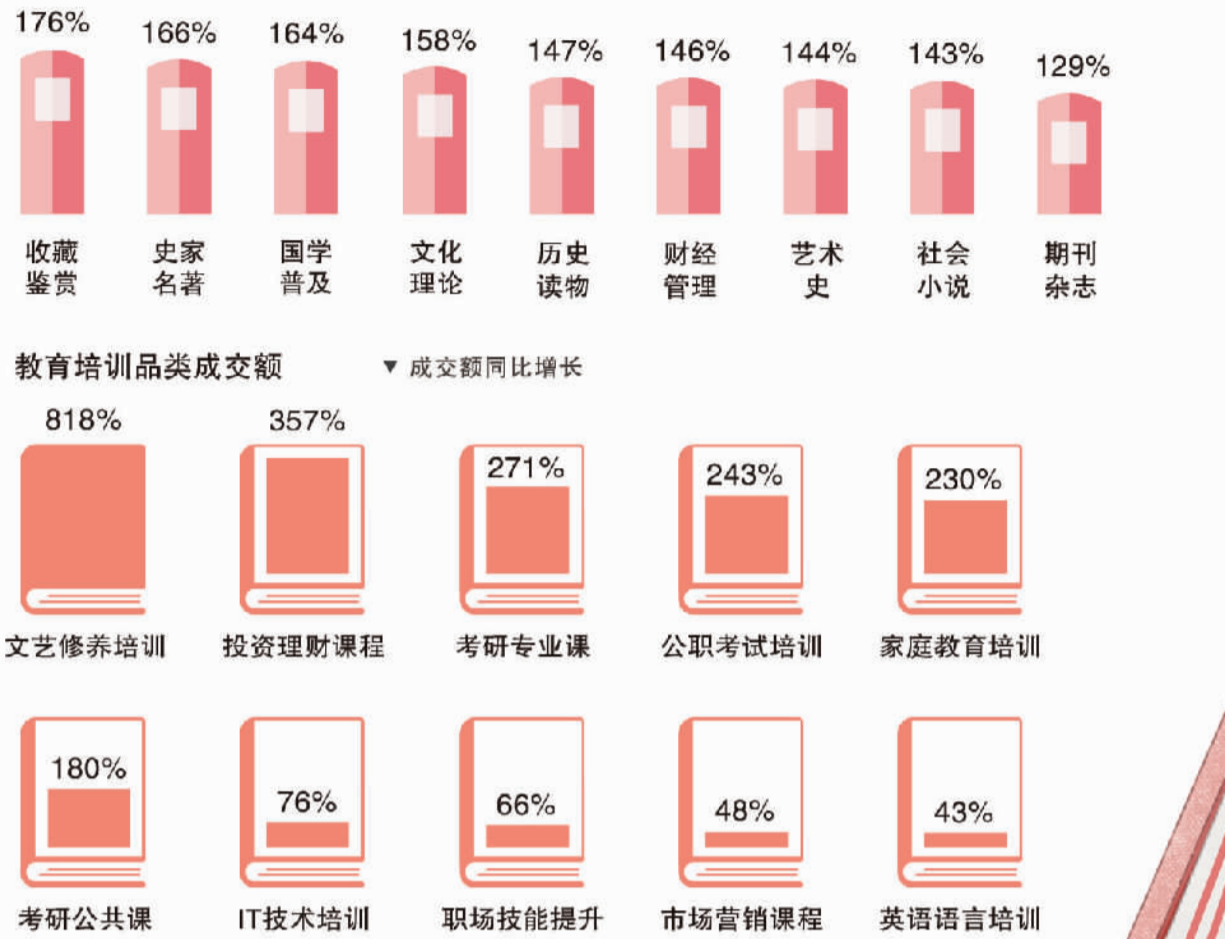
此外，近年来运动市场迎来井喷式爆发，女性作为消费主体快速崛起。数据显示，户外、健身、骑行、游泳、瑜伽、轮滑是女性消费者最喜欢的运动项目，她们在这些项目上的支出占到了总消费额的89%。

随着女性消费需求和消费能力的日益增长，“她经济”正在引导一系列新的消费趋势，这也为不少企业指明了新的发展方向。接下来，相关企业应主动了解女性消费者真实需求，利用大数据、云计算等新技术，着重收集和分析女性在消费领域面临的各种问题，从而有针对性的推出解决方案，以满足女性消费者多元化、精细化的消费需求。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)



1 各品类销售成交额情况

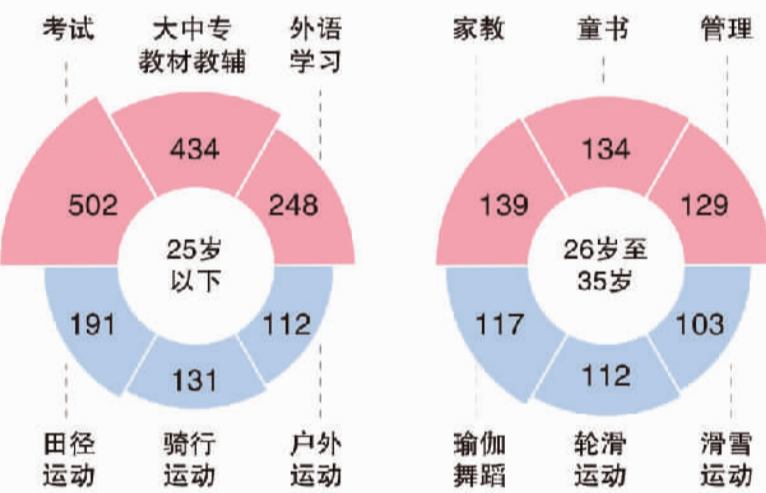


女性消费者2022年图书购买量占比为53.4%且相较2021年占比提高了1.1个百分点

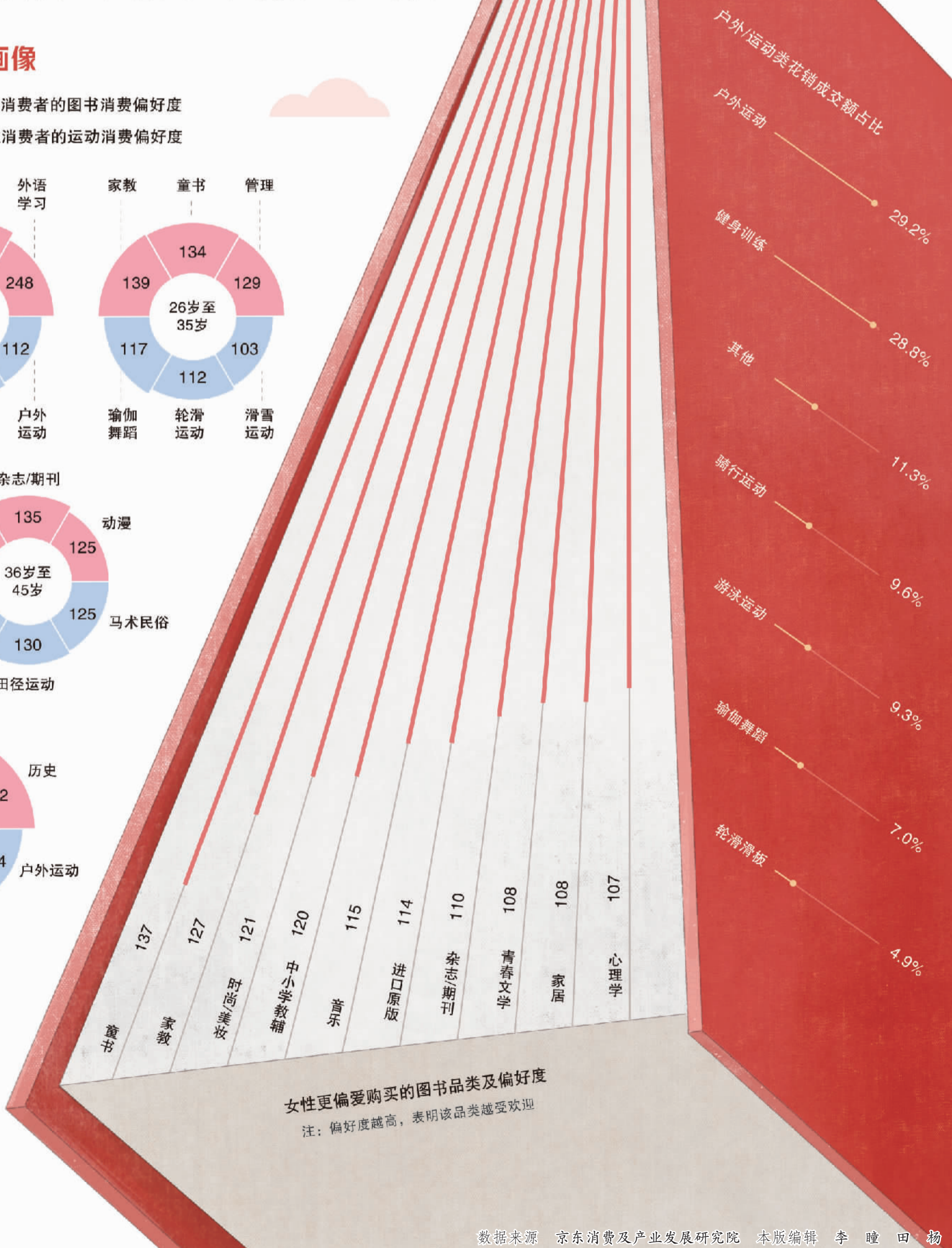
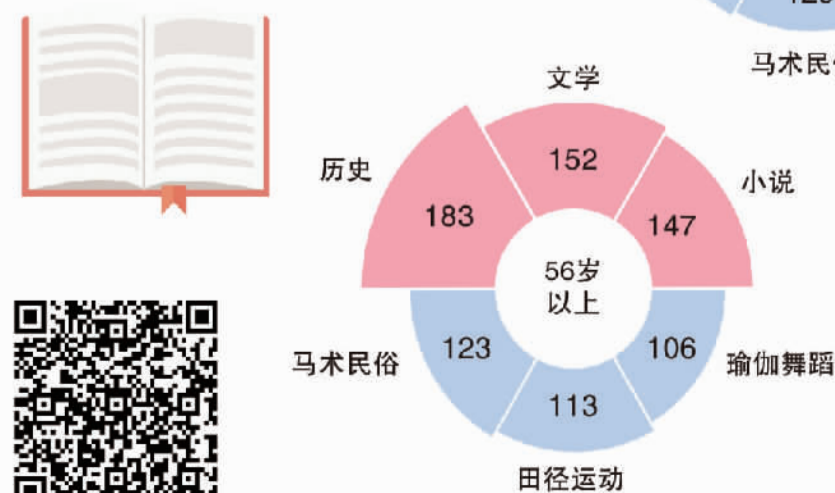
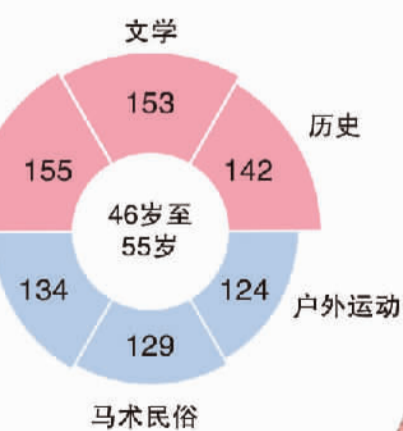
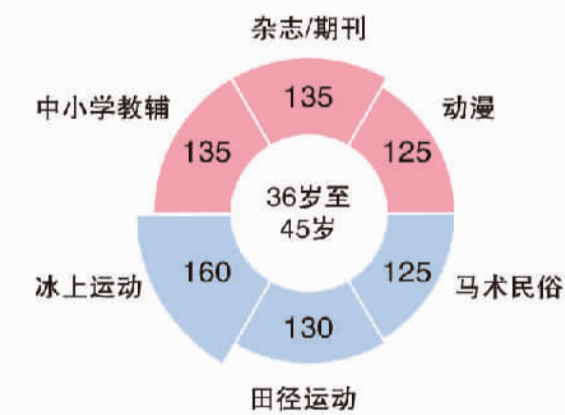
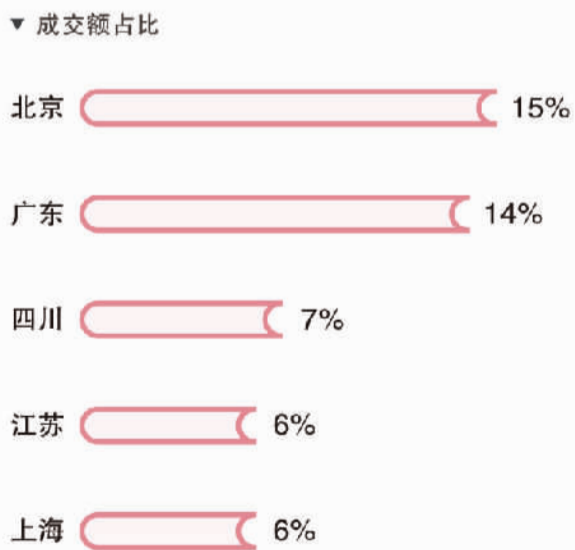


2 消费者画像

- 不同年龄段女性消费者的图书消费偏好度
- 不同年龄段女性消费者的运动消费偏好度



女性消费者图书购买额top5省份



更多内容 扫码观看

注：偏好度越高，表明该品类越受欢迎