

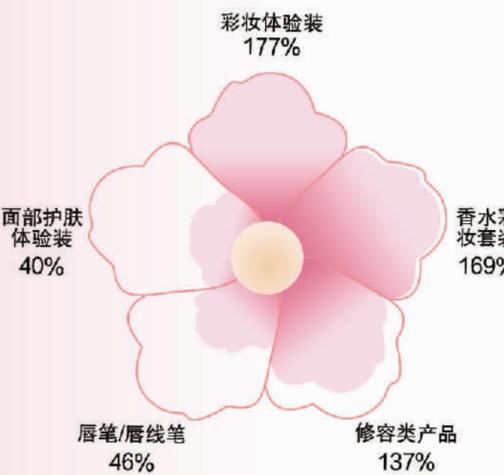
在这里读懂中国消费

# “她经济”释放消费活力



## 总体消费情况

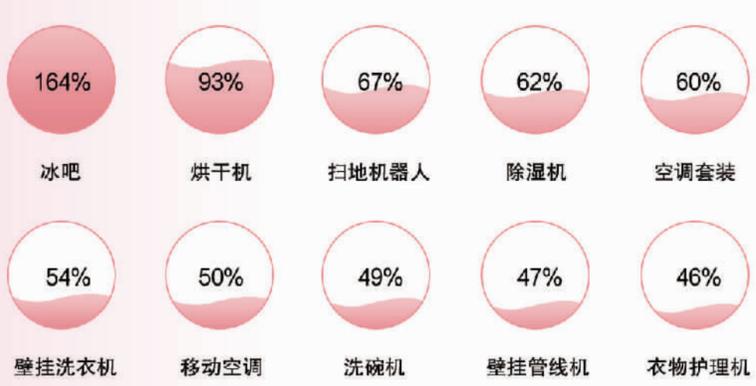
美妆护肤品类成交额同比增长TOP5



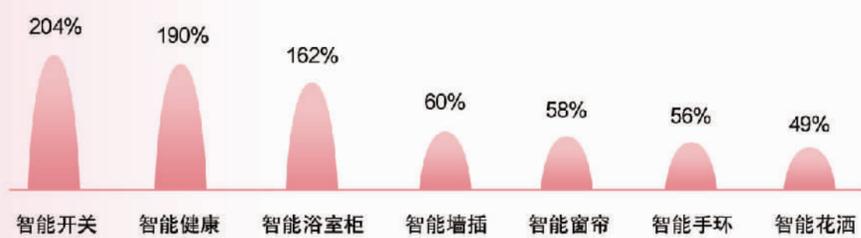
情绪价值类产品成交额同比增长



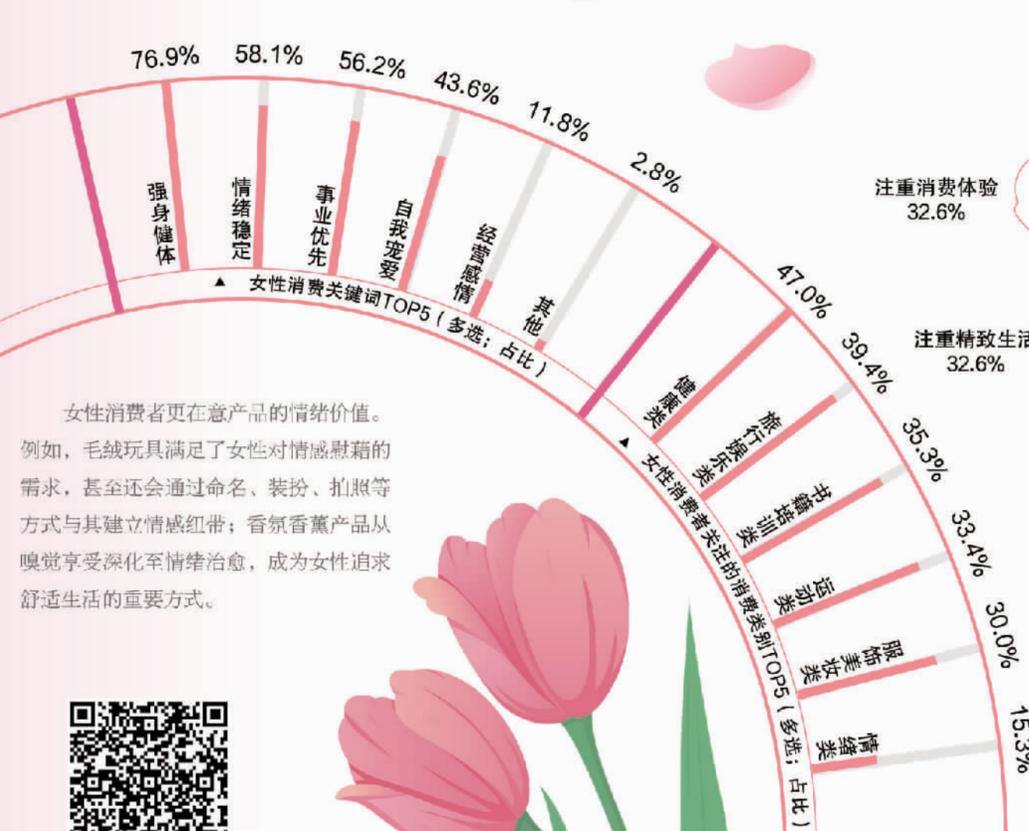
家电品类成交额同比增长TOP10



智能产品成交额同比增长

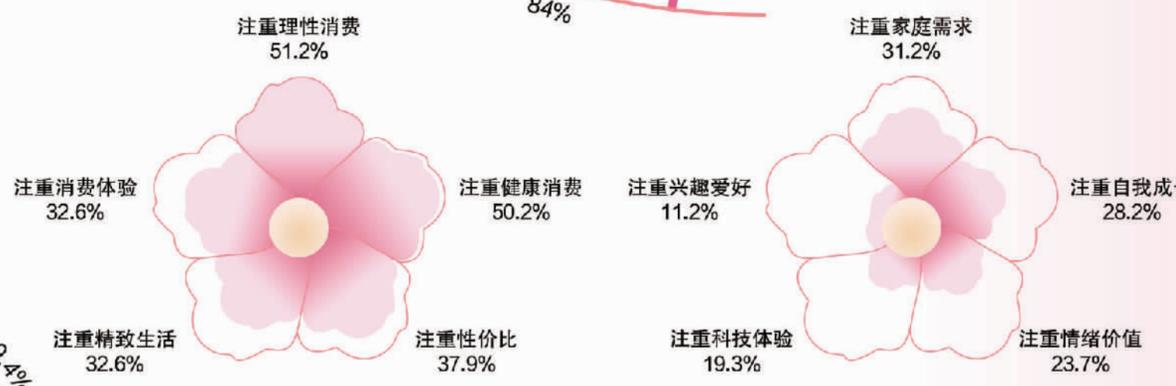


## 消费趋势变化



女性消费者更在意产品的情绪价值。例如，毛绒玩具满足了女性对情感慰藉的需求，甚至还会通过命名、装扮、拍照等方式与其建立情感纽带；香氛香薰产品从嗅觉享受深化至情绪治愈，成为女性追求舒适生活的重要方式。

女性消费主张TOP10 (多选; 占比)



### 说数

当前，女性消费趋势呈现出多元化、个性化和理性化特点。女性消费者关注的重点不再局限于传统的美妆、服饰、生活等领域，而是拓展到了健康、科技、旅游、教育等多方面，展现了新时代女性独立自信、乐观进取的精神面貌。

从消费表现看，女性消费者对自我提升的需求日益增长，她们愿意在购买图书、在线课程等方面投入更多，不断提升个人技能和知识水平。同时，健康意识的提升促使女性在健康产品和服务上的投入显著增加，体重管理、健身训练等领域的产品更受欢迎，燕窝、党参等传统滋补产品以及健身训练、户外运动等运动装备持续热销。

随着生活水平持续提高，女性消费者越来越注重产品品质和服务体验。数据显示，女性消费者对商品质量的敏感度较高，产品质量的好坏成为影响消费决策的重要因素。除了产品本身的质量外，女性消费者还非常注重购物过程中的服务体验，她们希望商家能够提供周到的服务、舒适的购物环境和便捷支付方式。

从消费观念看，女性消费者越来越注重理性消费和精准满足需求。一方面，女性消费者在购物前会进行充分比较，基于更多信息做出购买决策，更加注重产品的性价比和实用性。另一方面，女性消费者更加注重产品的功能和效果，希望所购买的产品能够精准满足自己的需求。值得注意的是，大牌小样或试用产品因性价比高、便于携带等特点而广受欢迎，女性消费者常常通过购买小样产品来尝试新产品或测试产品适用性，降低试错成本。

总体来看，商家和企业应密切关注女性消费市场变化，精准洞察女性消费者的需求和喜好，不断创新产品和服务。

曹凤娟



数据周期: 2024年