



# QuestMobile 女性互联网洞察报告

---

2019年03月

## 蜜蜂内参

让您深入洞察整个商业世界



每天精挑细选3份最值得关注的学习资料；  
不定期分享顶级外文期刊。

回复“入群”加入“蜜蜂内参”城市群  
(不需要转发哦.....)

蜜蜂学堂 金牌助教Ada



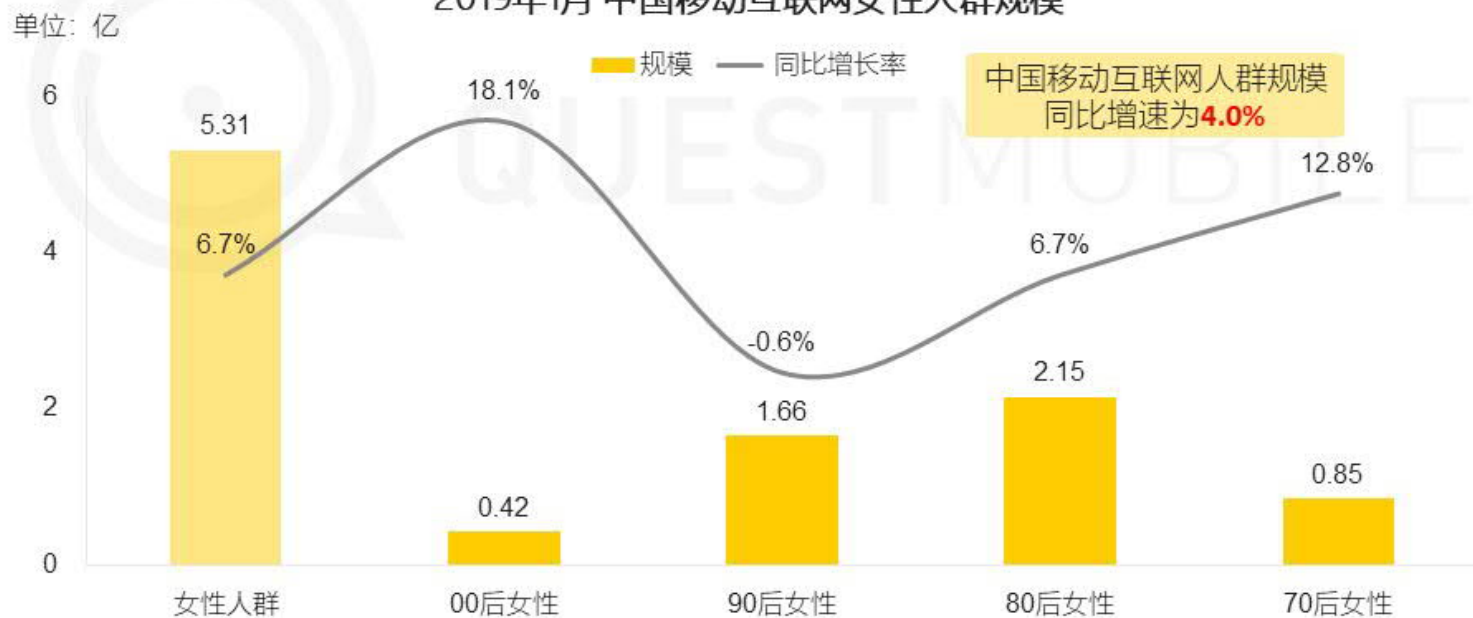
扫一扫  
回复“入群”

# 01

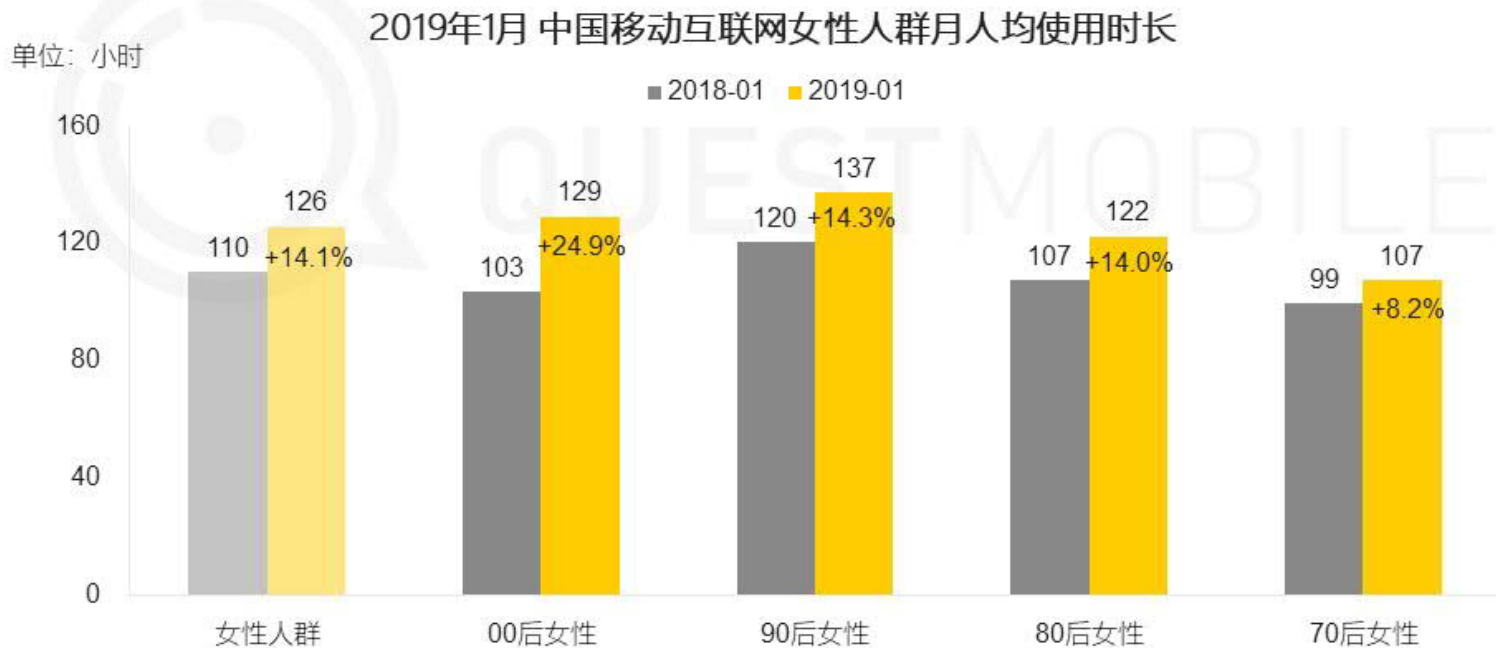
女性人群价值凸显

中国移动互联网女性人群占全网46.9%，用户规模增速超全网，00后女性成为一股新势力，虽然总体规模才超4000万，但是增速达到18.1%，是全体女性群体增速的2.7倍

2019年1月 中国移动互联网女性人群规模

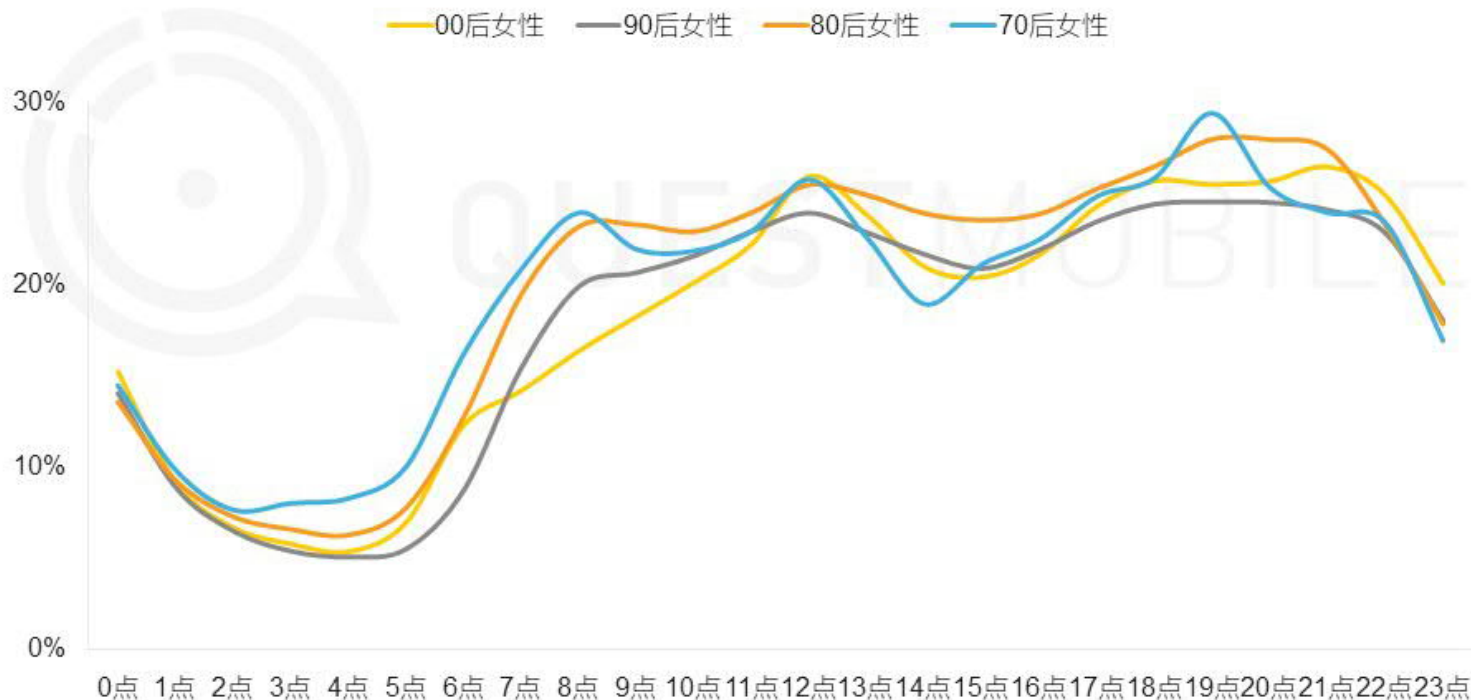


女性网民月人均使用时长同比增长14.1%，90后女性贡献时长最长，00后增速最猛



整体来看80后女性在网上更活跃；00后女生凸显夜猫子的特征，晚上10点到凌晨的活跃率显著高于其他代际女性；而70后女性在晚上19点活跃率激增

2019年1月 中国移动互联网女性人群活跃时段分布



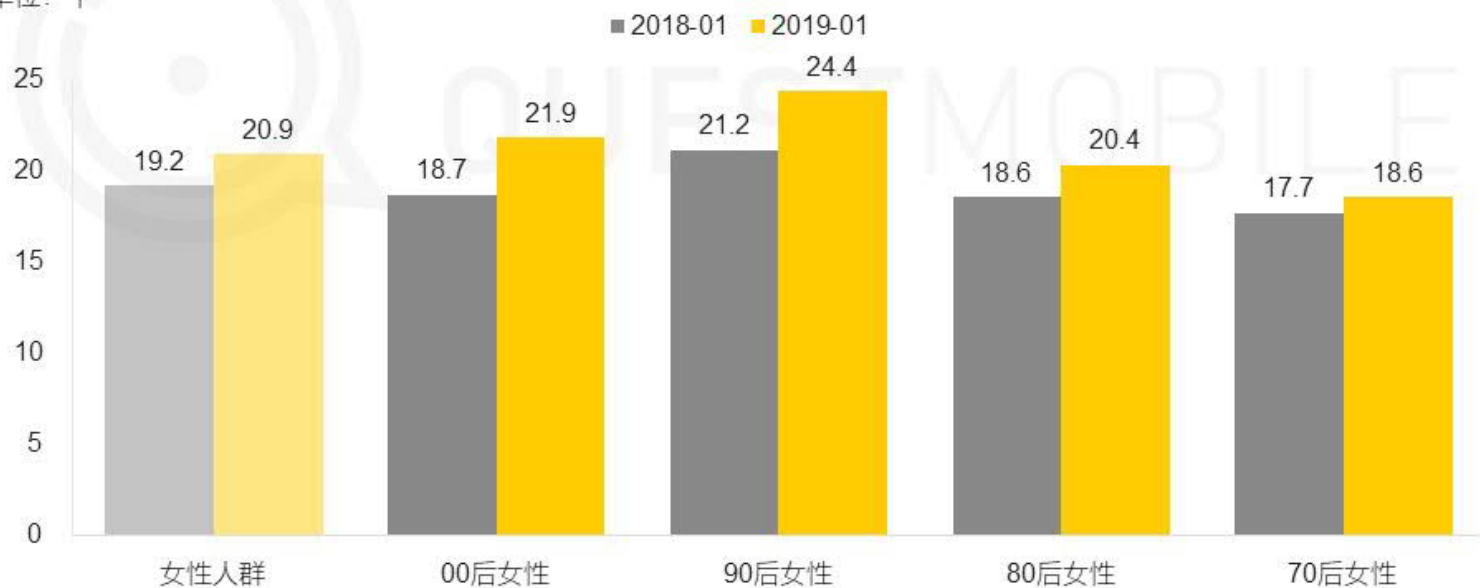
目前21个APP基本满足女性人群的移动互联网行为，其中90后女性最爱尝鲜，人均打开APP超24个，00后女生紧随其后达到22个



QUESTMOBILE

2019年1月 中国移动互联网女性人群人均打开APP个数

单位：个



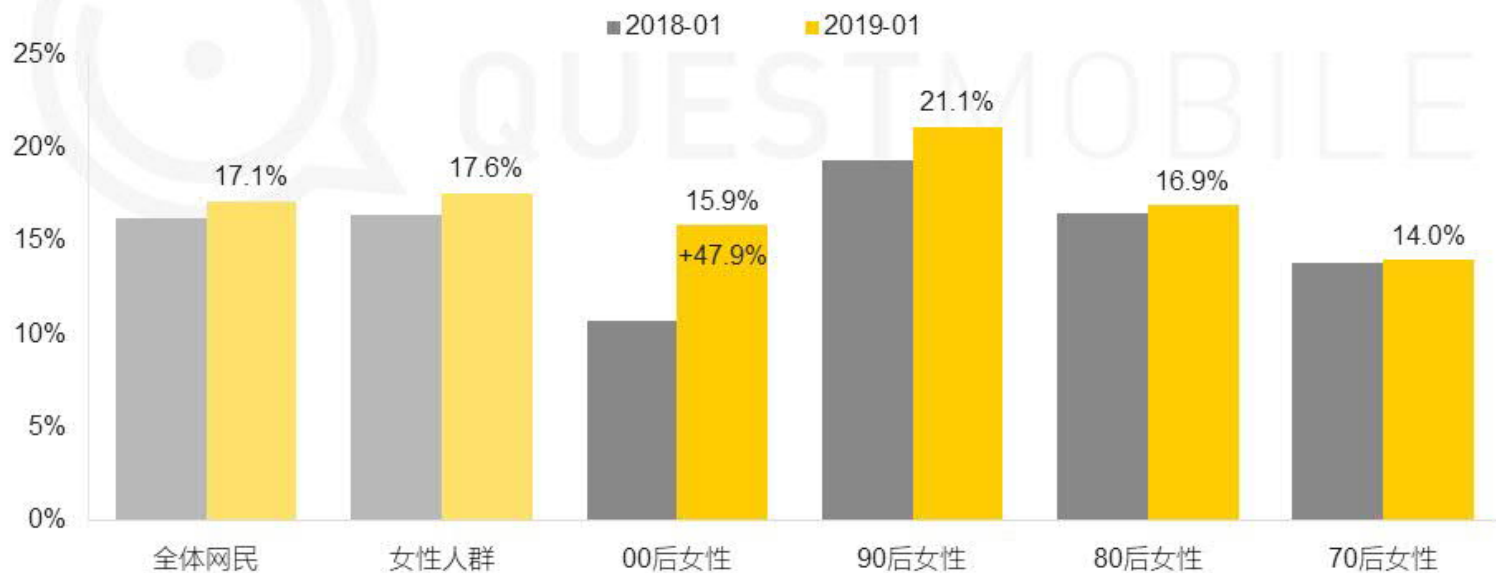
Source: QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2019年1月

中国移动互联网女性人群消费主体地位确立，其中90后成为消费主力，线上1千元消费占比高达21.1%；而00后女生则消费力爆发，消费能力在千元以上的占比增幅接近50%



QUESTMOBILE

中国移动互联网女性人群月线上消费能力在1000元以上占比



Source: QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2019年1月

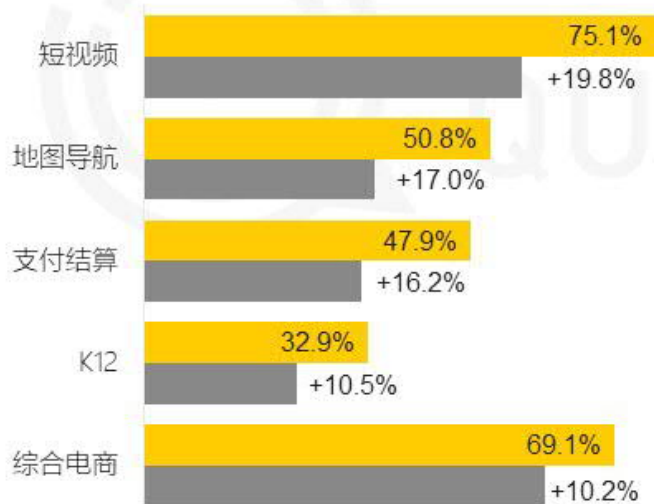


短视频、地图导航在女性人群中持续渗透；女性人群购物欲望强烈，且自我提升及孩子教育需求高涨，在综合电商、K12行业渗透率有明显提升

不同代际女性移动网民渗透率增长TOP5 细分行业  
(按渗透率增长量降序排列)

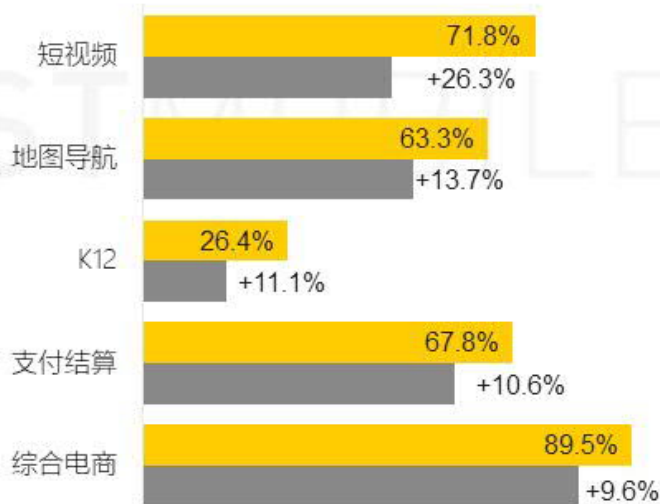
00后女性

■ 2019-01 ■ 2018-01



90后女性

■ 2019-01 ■ 2018-01



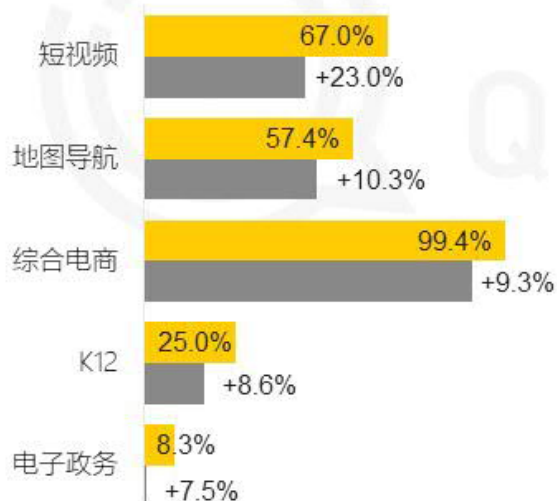
备注：1、剔除工具类细分行业；

2、目标行业渗透率增长量=2019-01目标行业渗透率-2018-01目标行业渗透率

## 不同代际女性移动网民渗透率增长TOP5 细分行业 (按渗透率增长量降序排列)

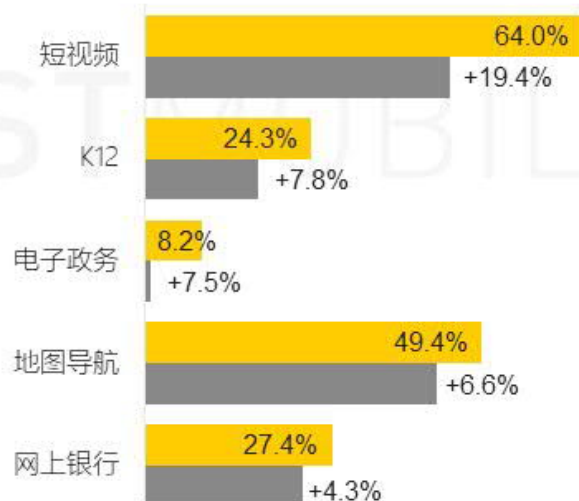
80后女性

■ 2019-01 ■ 2018-01



70后女性

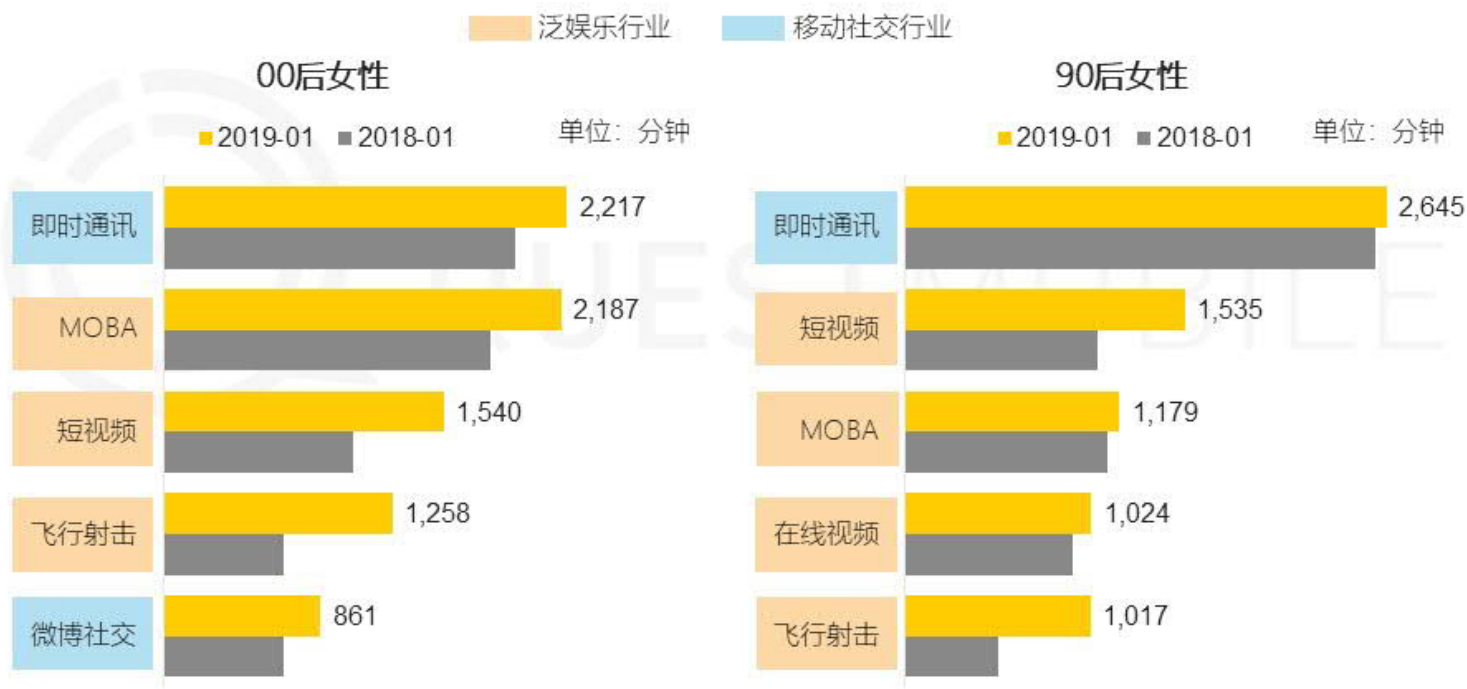
■ 2019-01 ■ 2018-01



备注：1、剔除工具类细分行业；

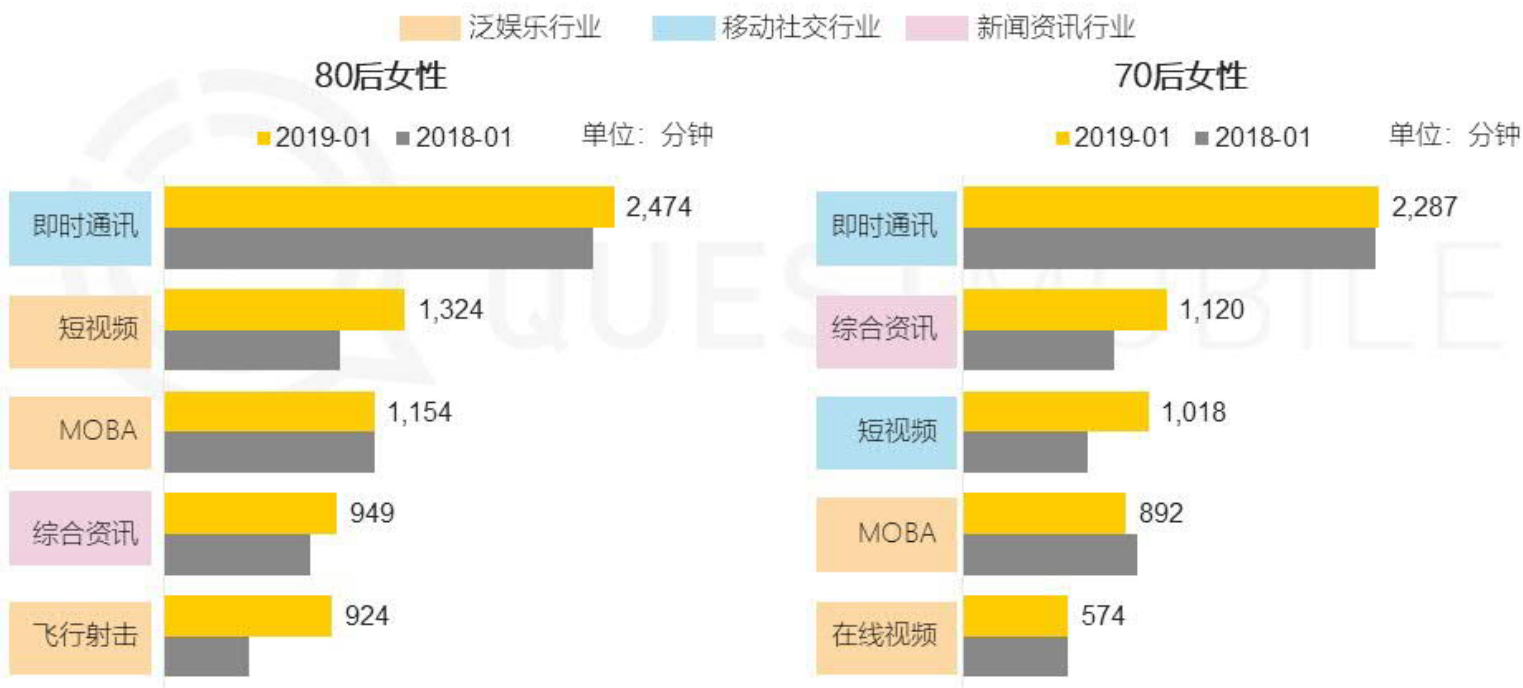
2、目标行业渗透率增长量=2019-01目标行业渗透率-2018-01目标行业渗透率

不同代际女性移动网民月人均使用时长TOP 细分行业  
(按月人均使用时长降序排列)



备注：剔除工具类细分行业。

## 不同代际女性移动网民月人均使用时长TOP 细分行业 (按月人均使用时长降序排列)



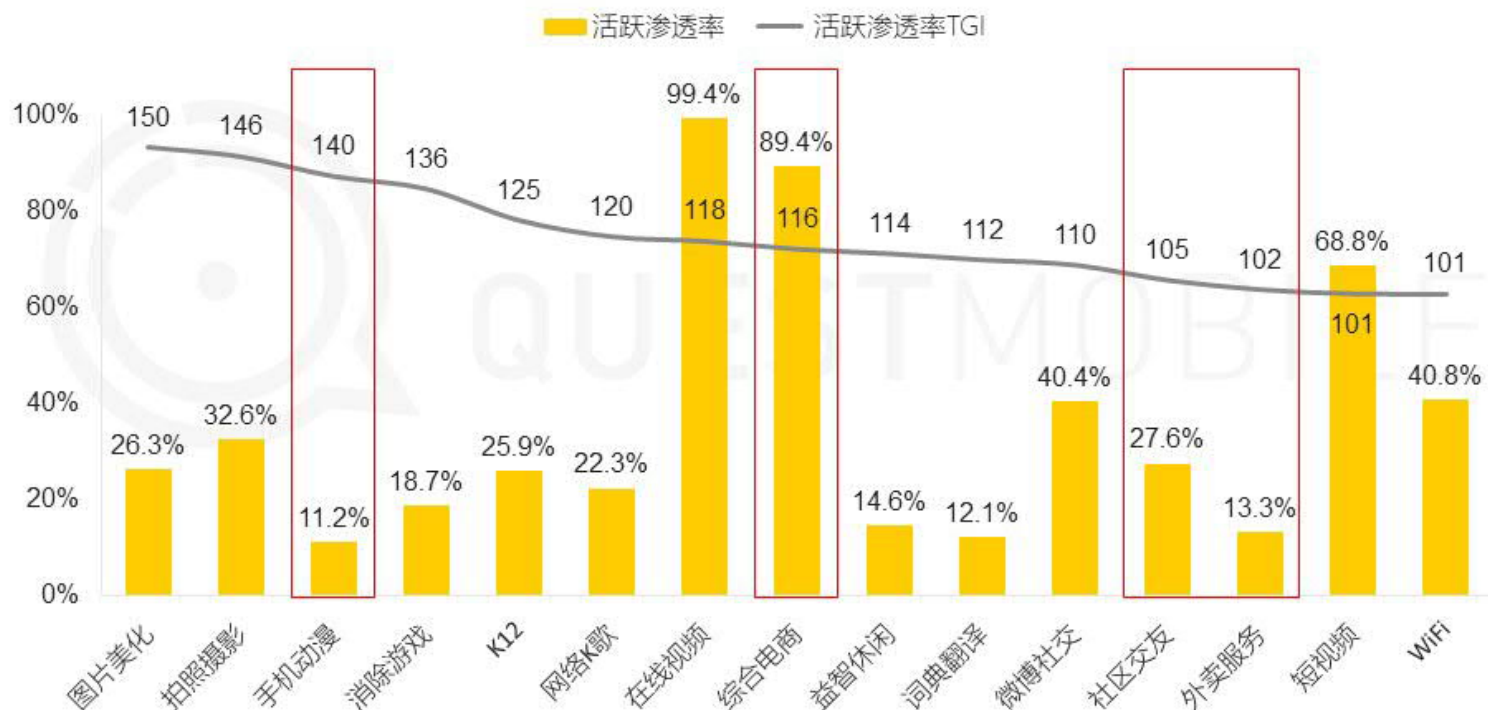
备注：剔除工具类细分行业。

# 02

垂直女性人群市场潜力巨大

女性拍照必修图，且对动漫、购物、交友、外卖有明显偏好

2019年1月 中国移动互联网女性细分行业渗透率TGI



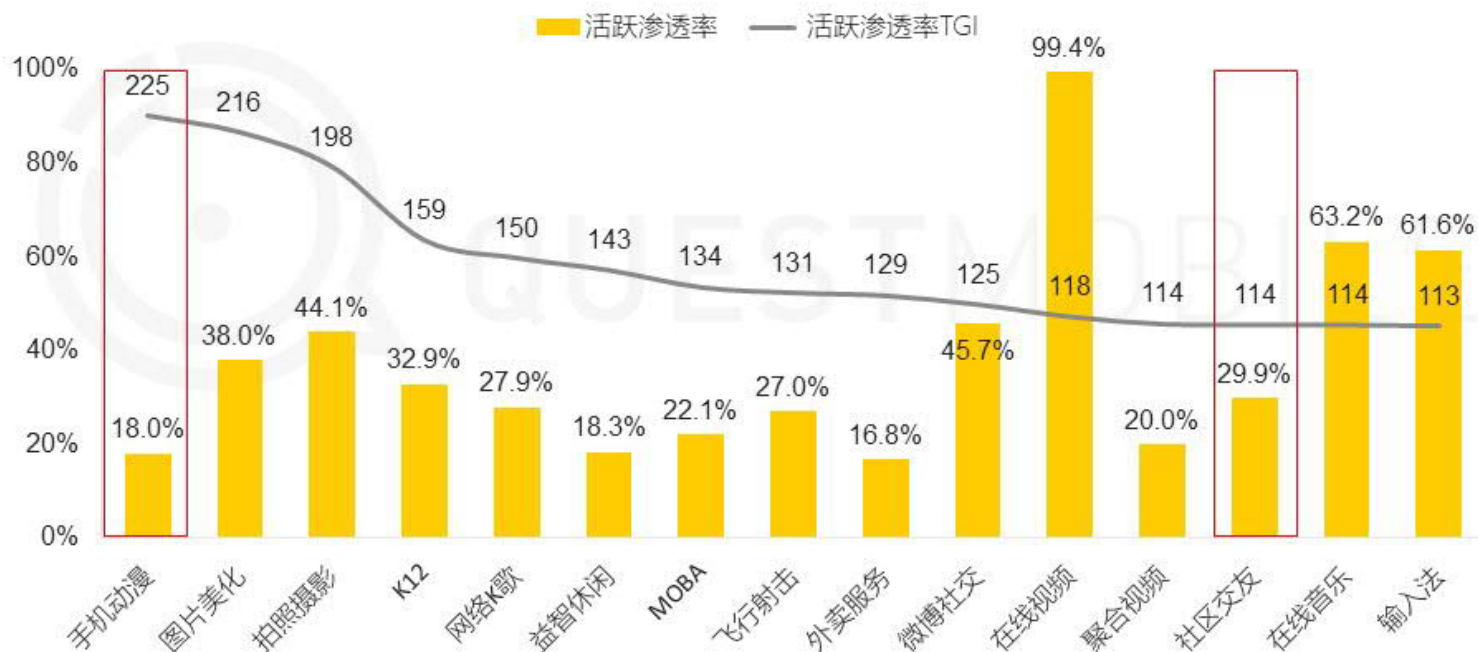
备注：1、TGI=女性目标细分行业渗透率/全网目标细分行业渗透率\*100，且按TGI降序排列；

2、已筛选渗透率≥10%细分行业

Source: QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2019年1月



2019年1月 中国移动互联网00后女性细分行业渗透率TGI



备注：1、TGI=00后女性目标细分行业渗透率/全网细分行业渗透率\*100，且按TGI降序排列；

2、已筛选渗透率≥15%细分行业

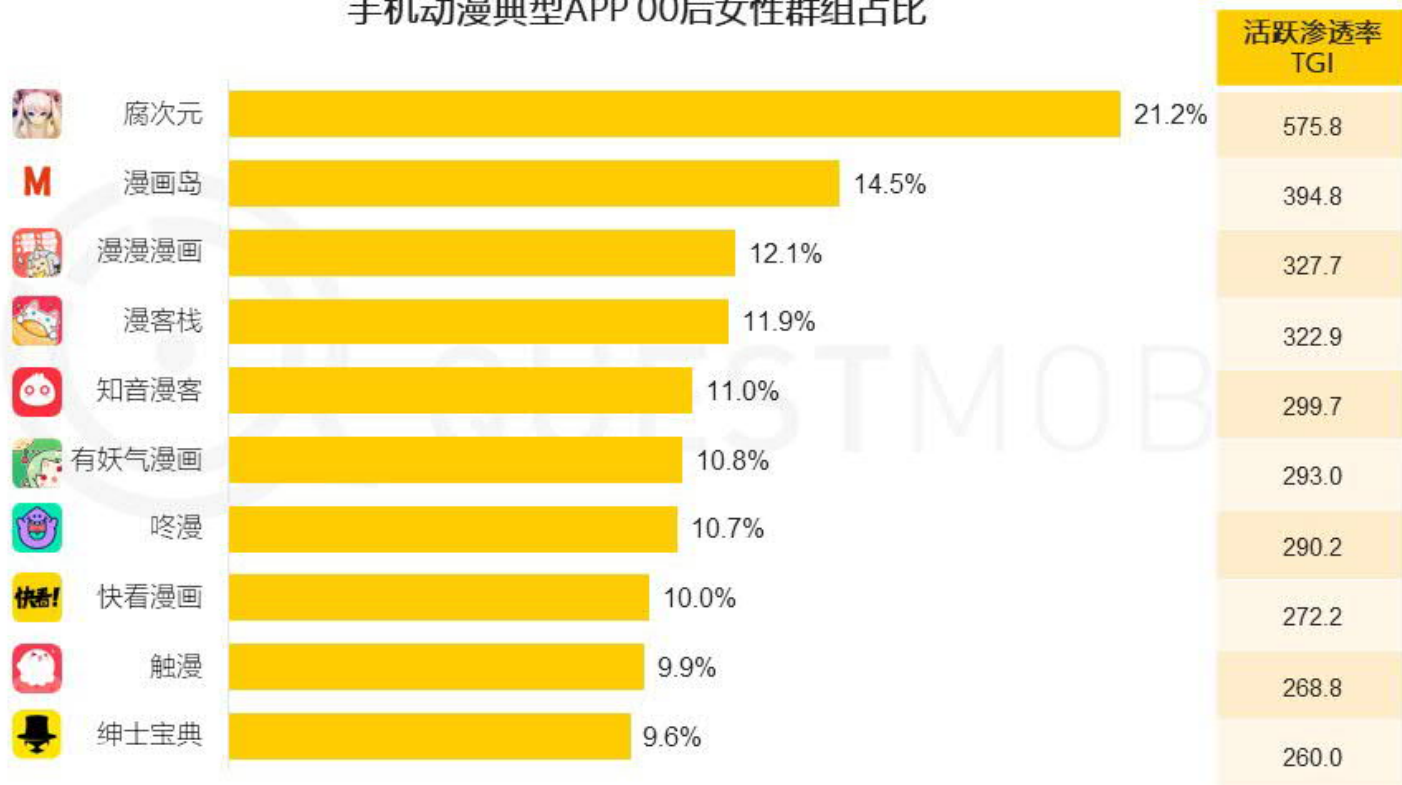


"二次元""腐""小圈层文化"在00后女生中得以凸显，腐次元、漫画岛成为00后女生最爱的动漫APP



QUESTMOBILE

手机动漫典型APP 00后女性群组占比



备注：1、目标群体占比=目标APP 00后女性月活跃用户规模/目标APP月活跃用户规模

2、已筛选目标APP月活跃用户规模≥10万

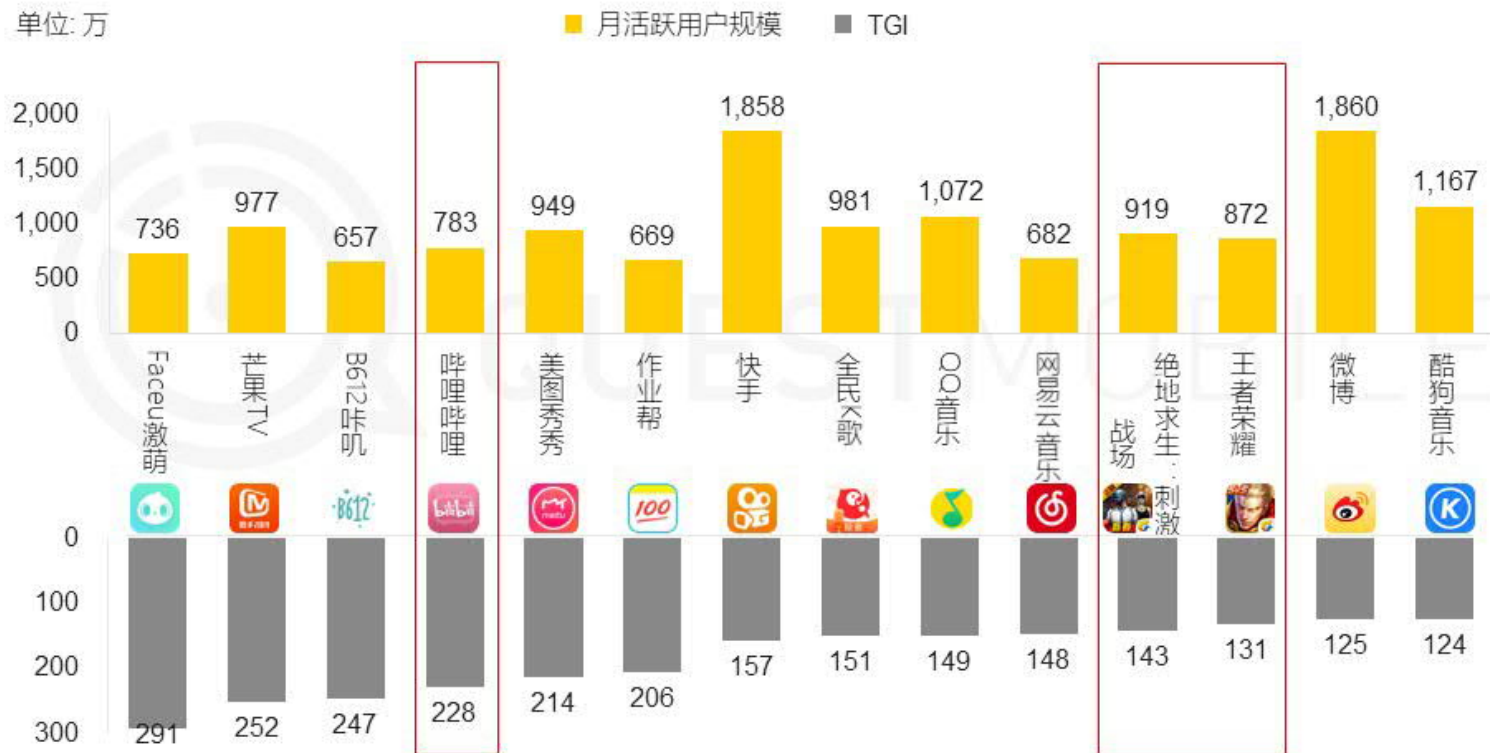
Source: QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2019年1月



00后女性具有双面性，日常组队开黑，偏爱“农药”、“吃鸡”；社区互动偏爱二次元代表哔哩哔哩

2019年1月 中国移动互联网00后女性典型APP 月活跃用户规模

单位: 万



备注: 1、TGI=00后女性目标细分行业渗透率/全网目标细分行业渗透率\*100, 且按TGI降序排列;

2、已筛选2019年1月00后女性月活跃用户规模≥500万APP

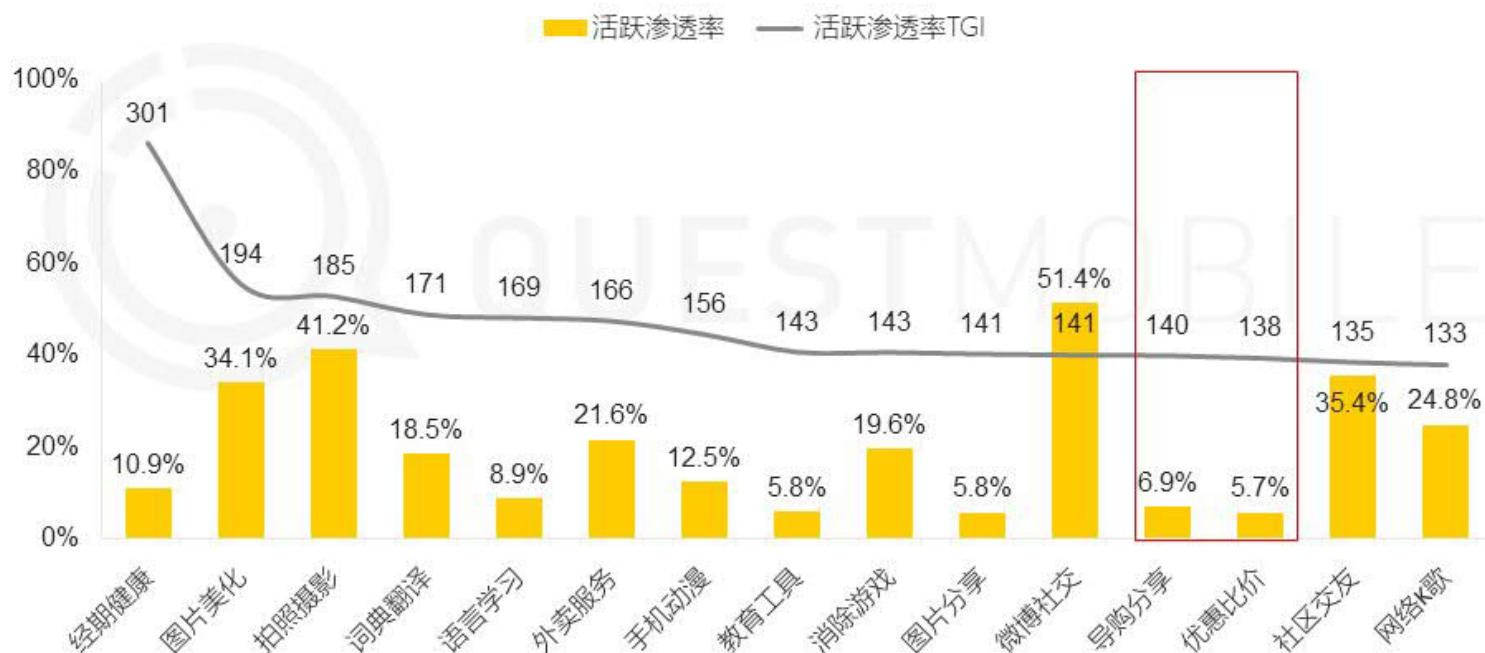
Source: QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2019年1月

90后女性：关注自我健康、爱自拍、爱社交，购物时更加精打细算，在优惠比价、导购分享行业渗透显著高于全网；同时其一颗“八卦”的心，在微博社交行业渗透超50%



QUESTMOBILE

2019年1月 中国移动互联网90后女性细分行业渗透率TGI



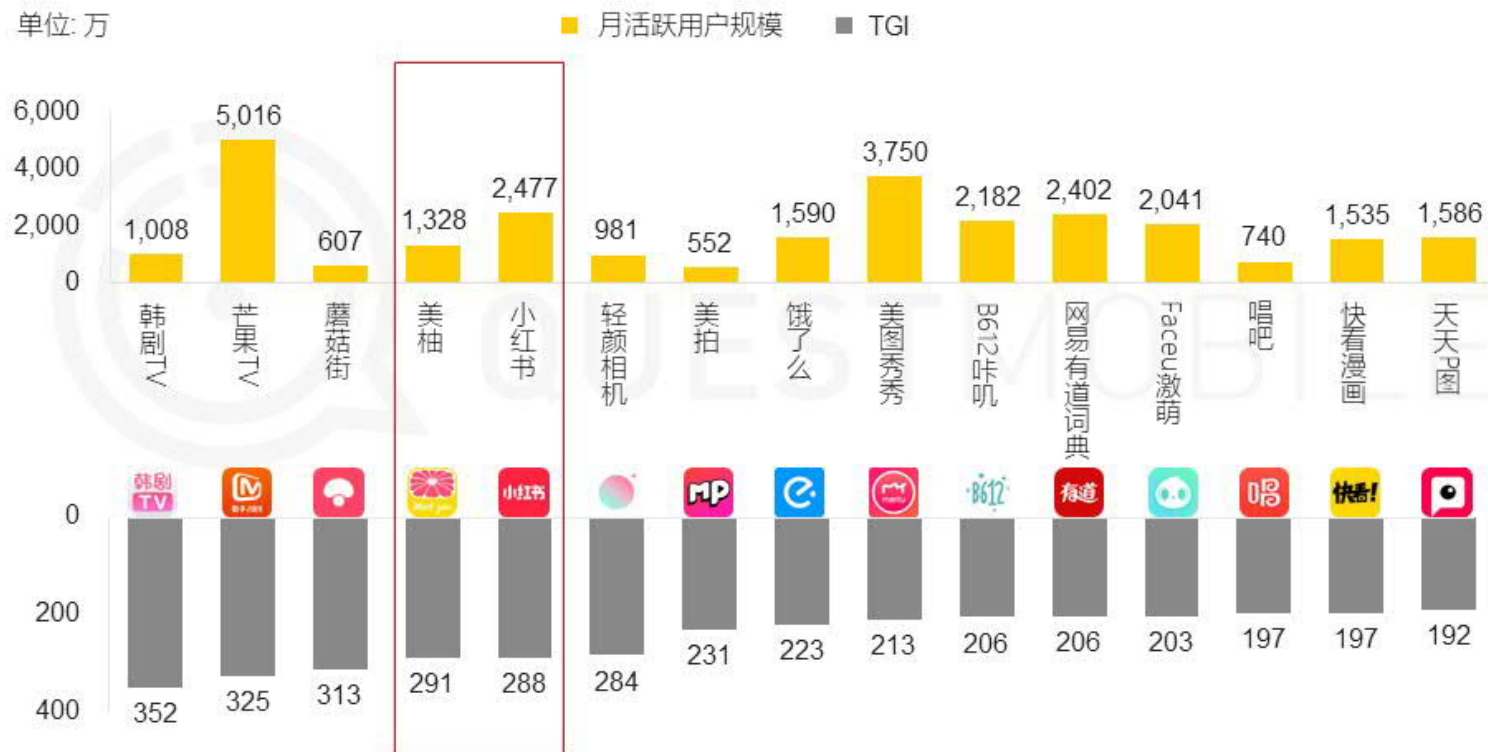
备注：1、TGI=90后女性目标细分行业渗透率/全网目标细分行业渗透率\*100，且按TGI降序排列；

2、已筛选渗透率≥5%细分行业

Source: QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2019年1月

## 2019年1月 中国移动互联网90后女性典型APP 月活跃用户规模

单位: 万



备注: 1、TGI=90后女性目标细分行业渗透率/全网目标细分行业渗透率\*100, 且按TGI降序排列;

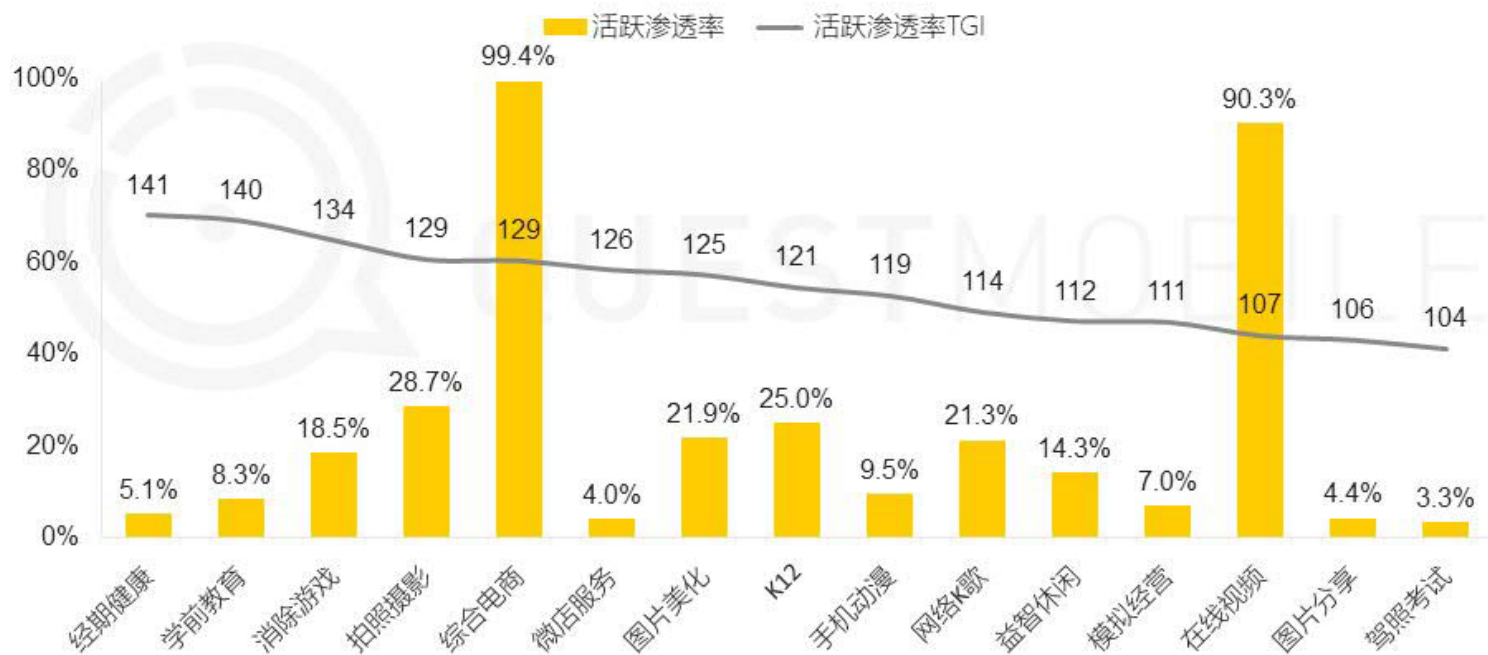
2、已筛选2019年1月90后女性月活跃用户规模≥500万APP

Source: QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2019年1月

## 80后女性：承担着女人、妻子、母亲的多重角色

她们除了关注自身健康、泛娱乐休闲外，在家里还是孩子教育的主要执行者，同时也是家庭购物决策的主导者

2019年1月 中国移动互联网80后女性细分行业渗透率TGI



备注：1、TGI=80后女性目标细分行业渗透率/全网目标细分行业渗透率\*100，且按TGI降序排列；

2、已筛选渗透率≥3%细分行业

低价的社交拼团模式带动她们的日常生活用品的采购需求，使用家校互联类和工具类教育软件辅导孩子作业

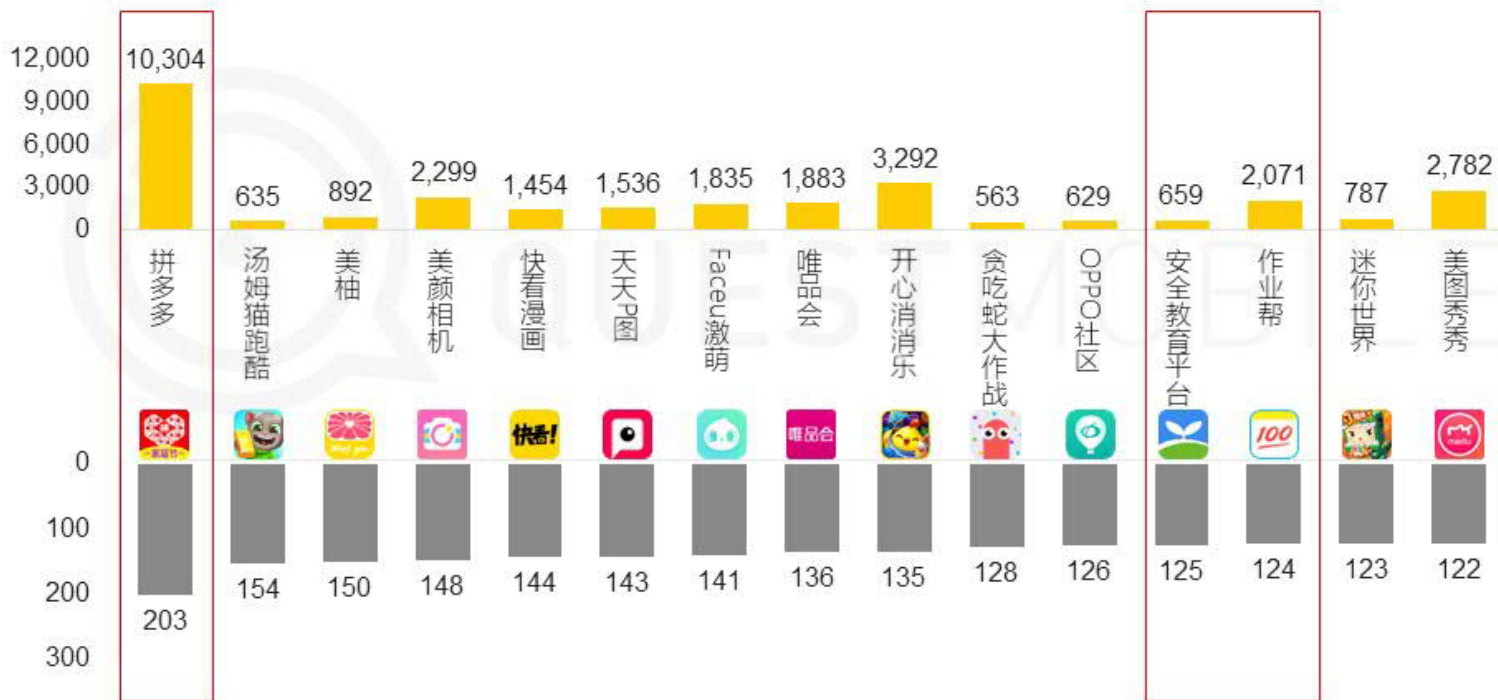


QUESTMOBILE

## 2019年1月 中国移动互联网80后女性典型APP 月活跃用户规模

单位: 万

■ 月活跃用户规模 ■ TGI



备注: 1、TGI=80后女性目标细分行业渗透率/全网目标细分行业渗透率\*100, 且按TGI降序排列;

2、已筛选2019年1月80后女性月活跃用户规模≥500万APP

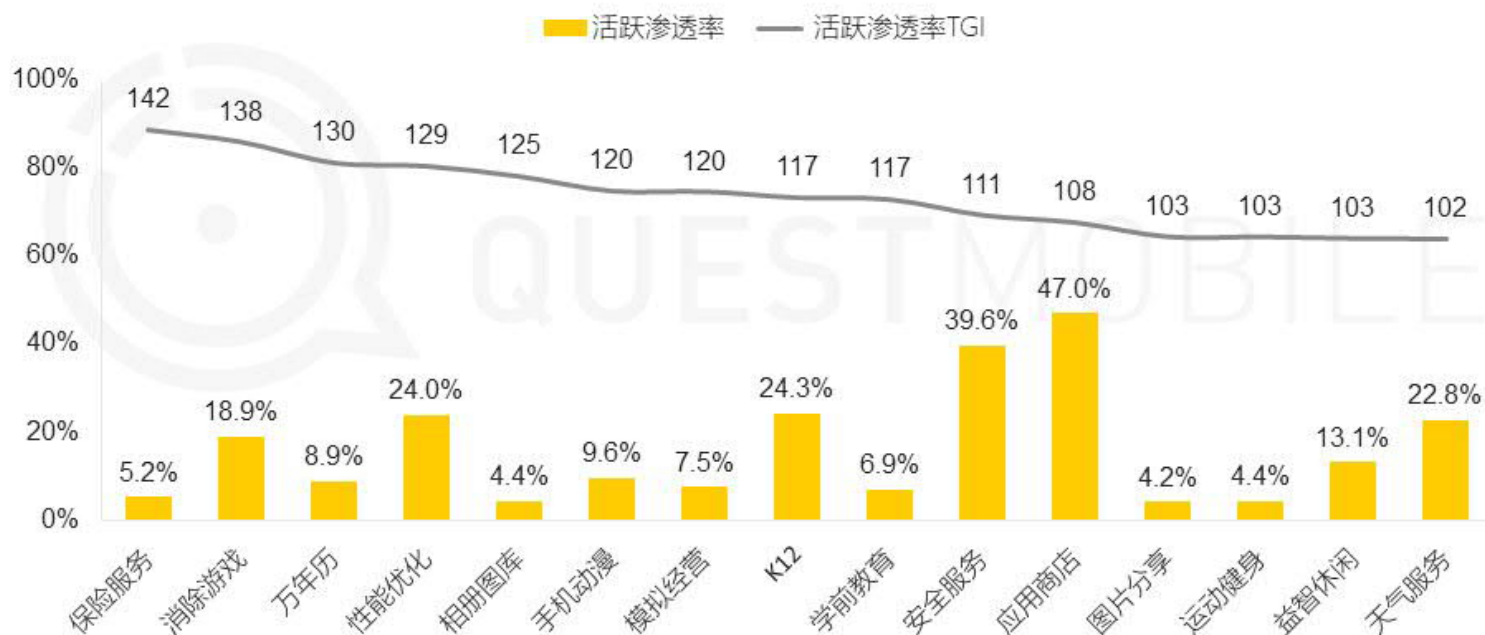
Source: QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2019年1月



70后女性：已过不惑之年，有一定的财富积累，且时间充裕

她们对保险、健康健身需求较为旺盛，喜欢看新闻、玩消除类休闲游戏消磨时光

2019年1月 中国移动互联网70后女性细分行业渗透率TGI

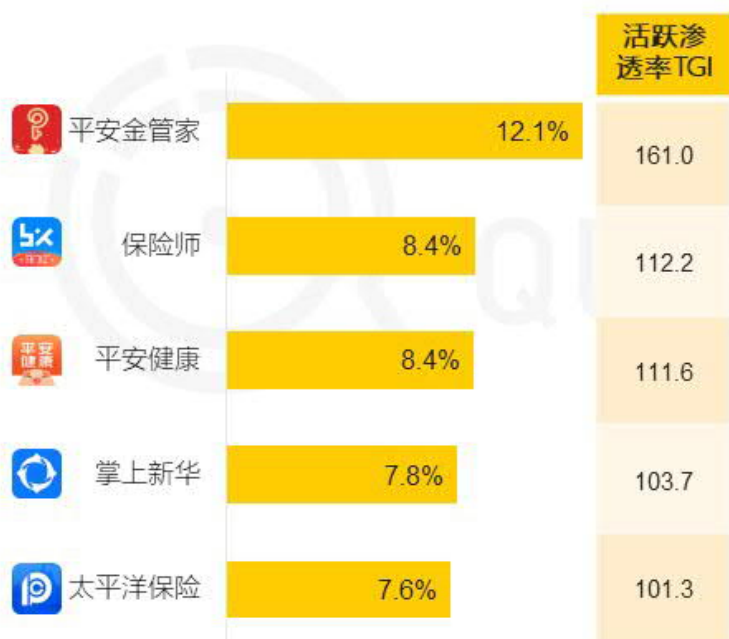


备注：1、TGI=70后女性目标细分行业渗透率/全网目标细分行业渗透率\*100，且按TGI降序排列；

2、已筛选渗透率≥2%细分行业

Source: QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2019年1月

## 保险服务典型APP 70后女性群组占比



## 运动健身典型APP 70后女性群组占比



备注：1、目标群体占比=目标APP 70后女性月活跃用户规模/目标APP月活跃用户规模

2、已筛选目标APP月活跃用户规模≥10万

# 70后女性在电商类、新闻类、益智休闲类APP内渗透，其中拼多多、今日头条赢得70后女性青睐

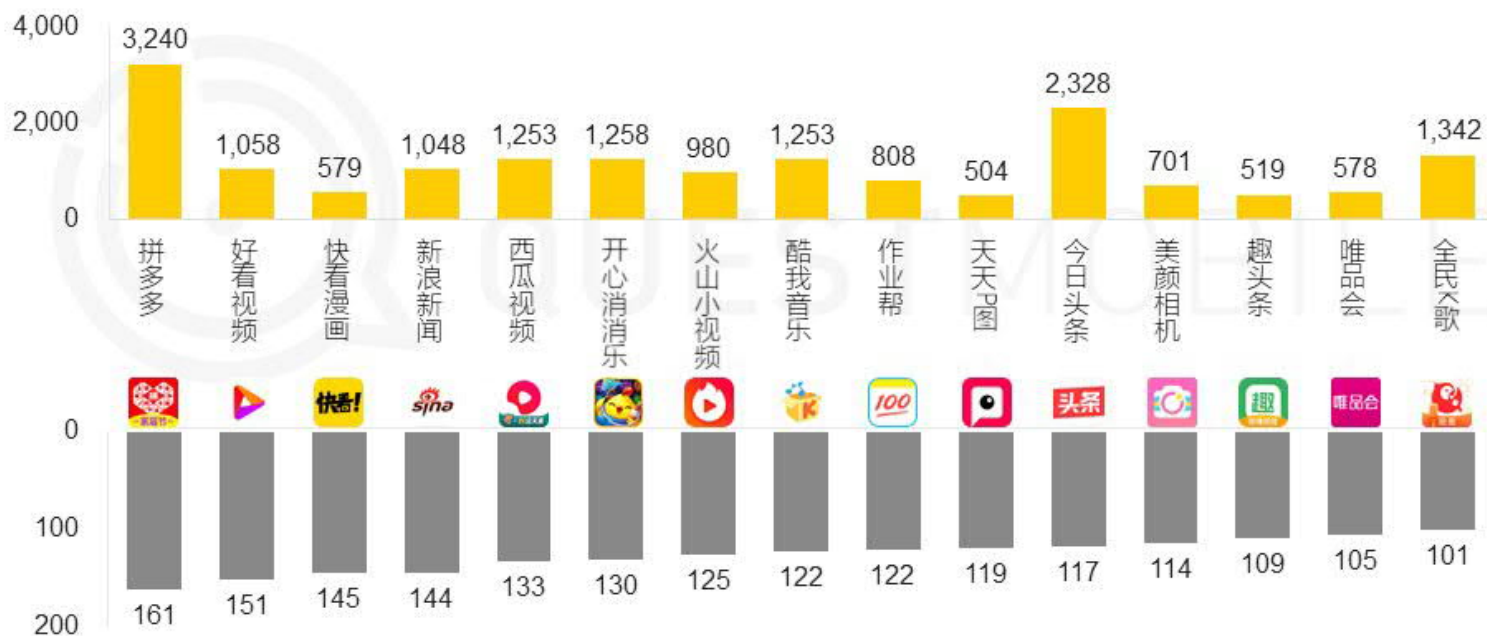


QUESTMOBILE

## 2019年1月 中国移动互联网70后女性典型APP月活跃用户规模

单位: 万

■ 月活跃用户规模 ■ TGI



备注: 1、TGI=70后女性目标细分行业渗透率/全网目标细分行业渗透率\*100, 且按TGI降序排列;

2、已筛选2019年1月70后女性月活跃用户规模≥500万APP

Source: QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2019年1月



# THANKS

还原市场真相 助力企业增长