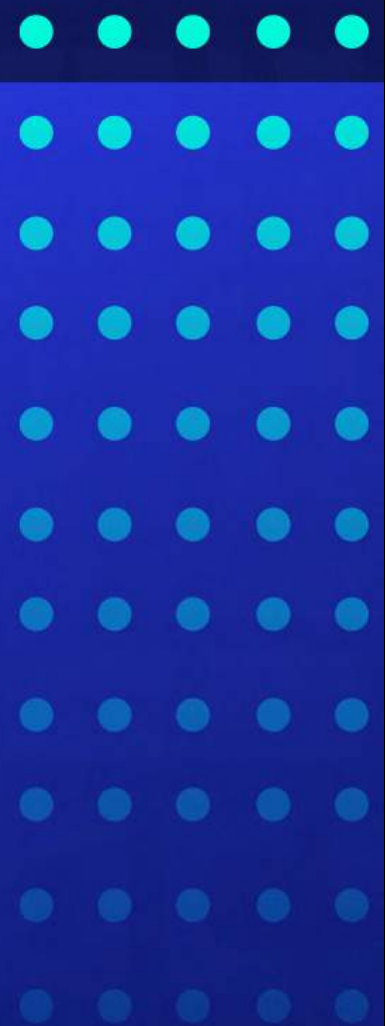


【全域数据说】

2020年她趋势报告

友盟+ & 优酷



序言：

近年来，女性社会地位提高、独立自主实现成功与消费行为勾连。“她经济”时代的到来，使得女性消费主义概念渗透到了生活和娱乐的各个方面，女性在追求高生活品质的同时，生活习惯、消费观、恋爱观等都发生着潜在的变化。

优酷联合友盟+，基于友盟+全域数据标签对偏好视频内容的女性用户进行了深度洞察，了解20+、30+、40+新时代女性的生活观、消费观、娱乐偏好。”

内容偏好：恋爱甜宠IP俘虏了各年龄段的小姐姐，甜宠模式完美迎合了全年龄的女性这一受众群的情感需求。虽说世间爱情千万种，但“上到九十九下到刚会走的女生”对于爱情的追求却是高度相似。

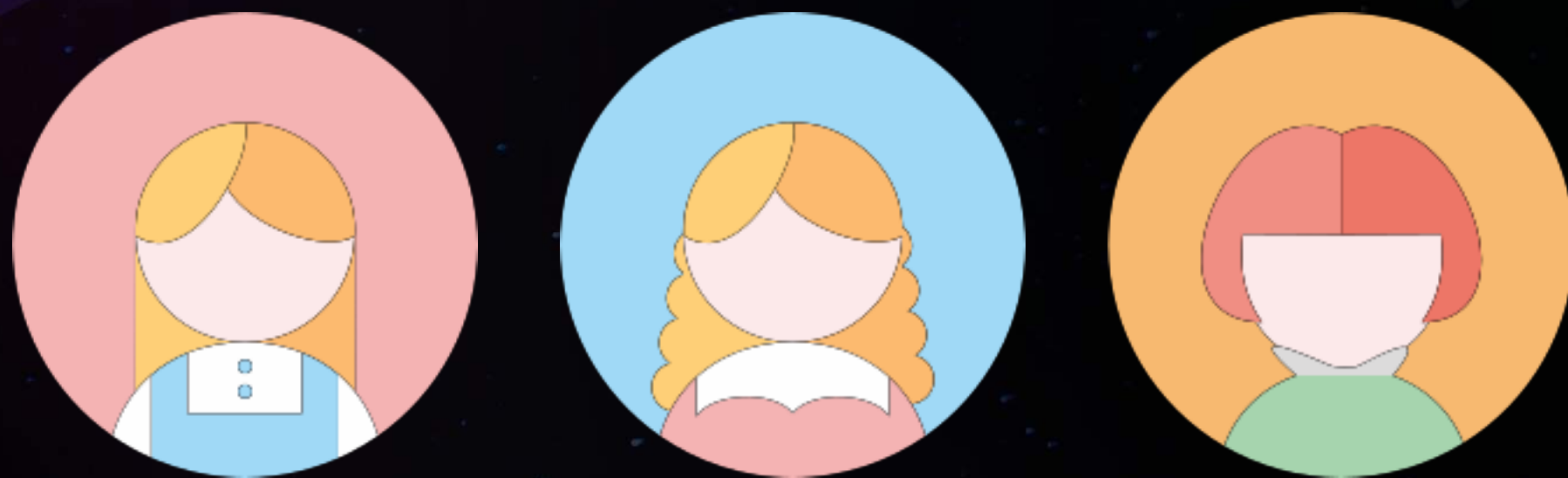
消费及兴趣偏好：女性整体群体在新线城市消费升级明显，线上消费能力和消费意愿正逐渐逼近甚至赶超一线城市。下沉市场中，40+姐姐仍有很大空间，中高线城市30+和40+的姐姐们喜欢撸猫、遛狗、旅游潇洒走世界。下沉城市中的30+和40+的姐姐们已将广场舞作为业余生活的一部分。

20+、30+、40+的小姐姐在生活上有自己的独特品味，勇于活出自己，向往一切美好事物。

消费
规模

中国女性消费者达4亿，掌控着高达10万亿元的消费支出

2019年女性消费市场规模



20-60岁的女性消费者 **4亿**

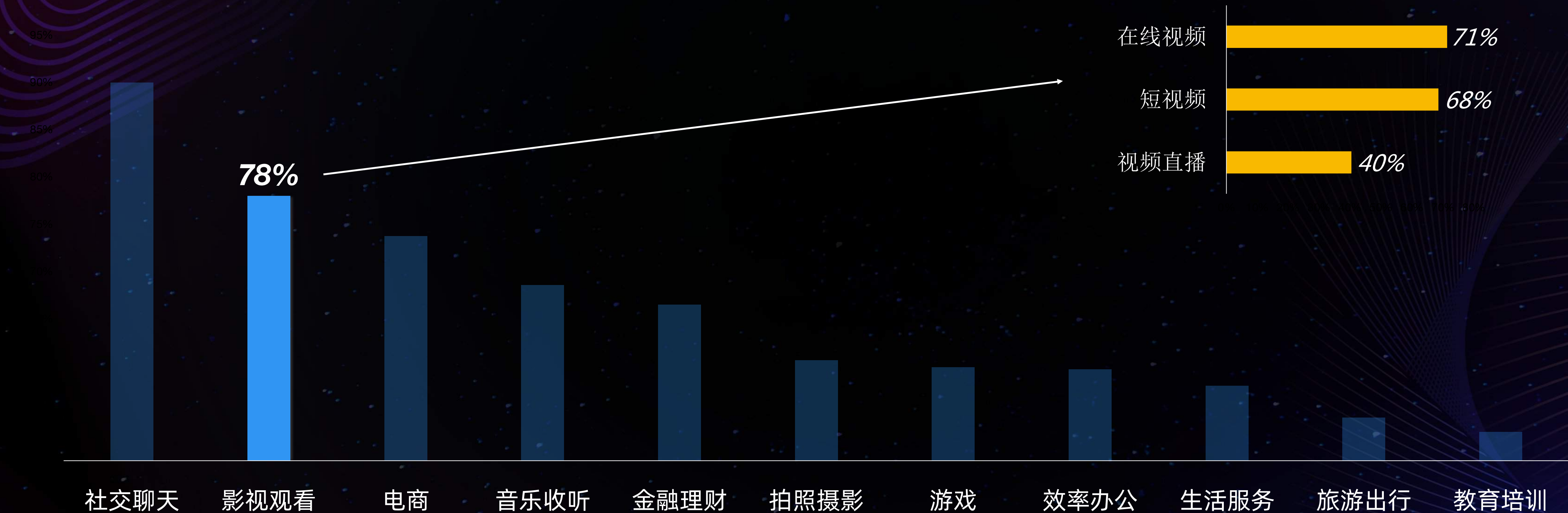


10万亿消费市场

兴趣
偏好

女性在影视观看App上偏好度为75%，在线视频是其最感兴趣的细分领域

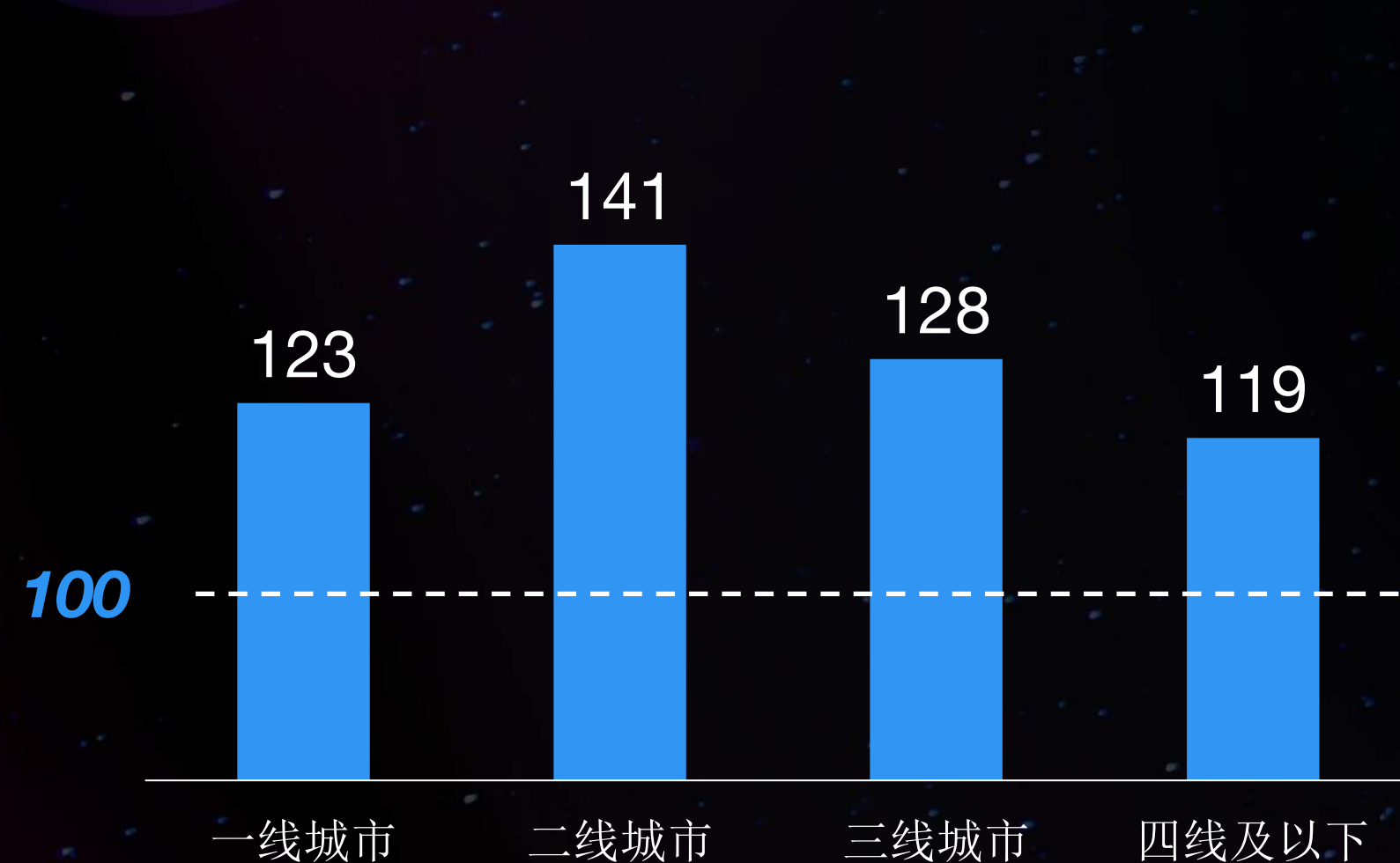
除社交外，女性用户最为偏好影视观看应用，其中在线视频是偏好度最高的细分领域。



看剧及看综艺的女性相比整体女性用户消费意愿更强

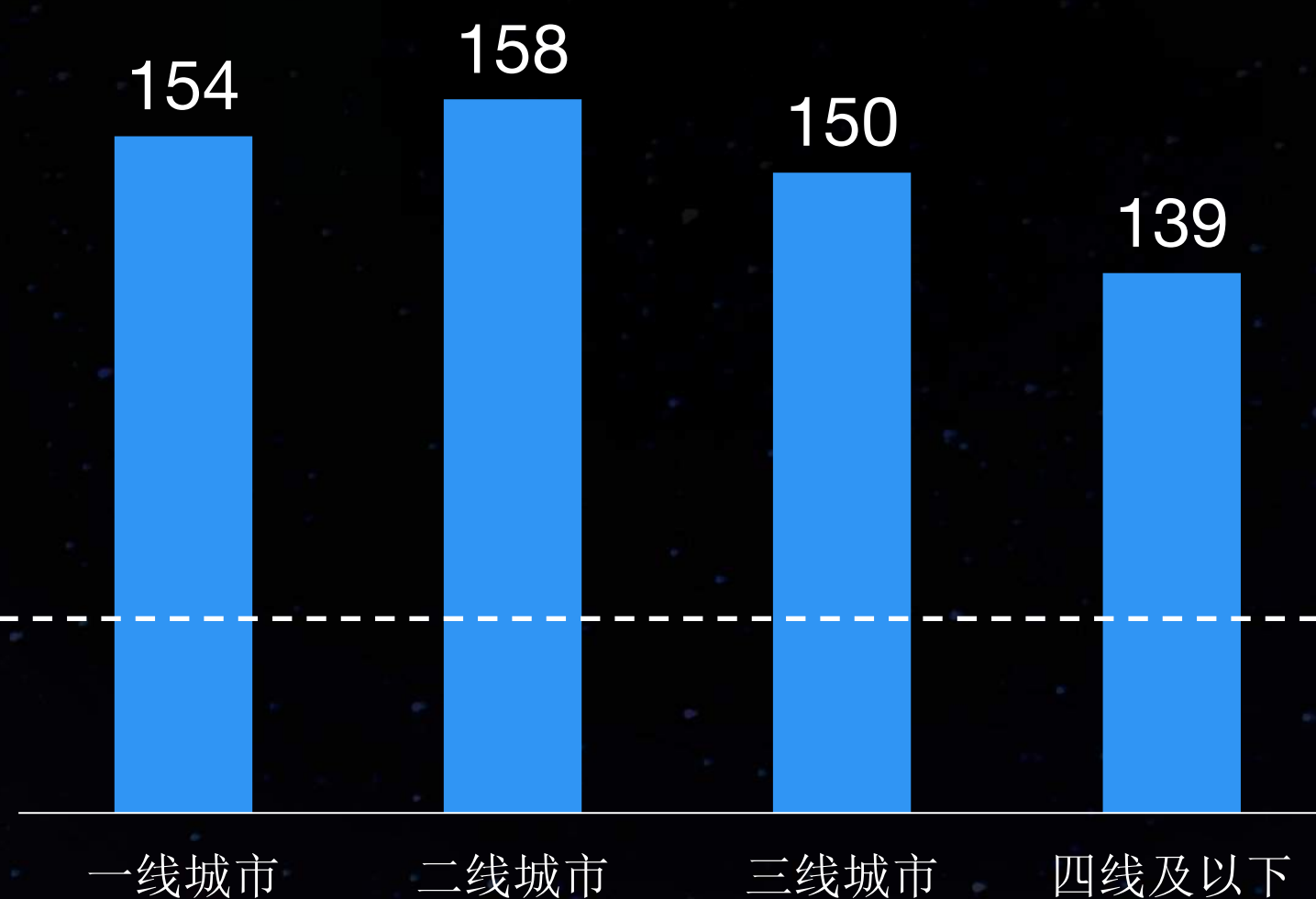
看剧及看综艺的女性相比整体女性消费意愿更强，其中一二线城市女性消费意愿尤为突出。在下沉市场，20+和30+姐姐们消费意愿已逐渐被点燃，40+姐姐们高消费力仍有待开发，更需要品牌心智的强力渗透。

20+



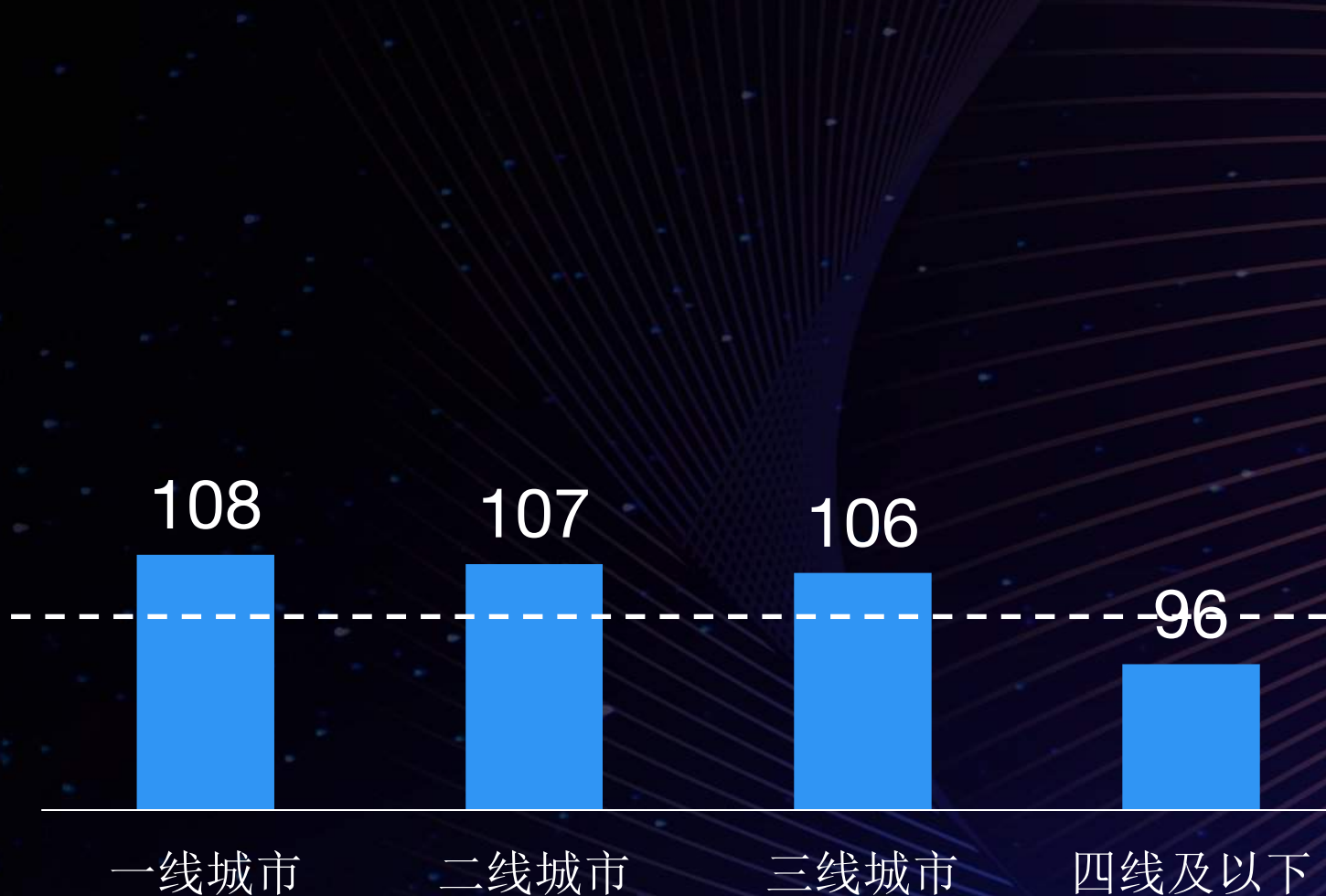
高消费意愿人群TGI

30+



高消费意愿人群TGI

40+



高消费意愿人群TGI

品类
偏好

20+潮妹，30+轻熟女，40+爱家主妇，都有颗爱美心

看剧及综艺的女性对美妆护肤和时尚的关注度均超过整体女性用户，尤其30+看剧女性对时尚潮流有更敏锐的洞察。40+女性“爱家”排名第一，但“爱美”也没有懈怠。

品类偏好TGI

20+

137

时尚潮牌

133

美容护肤

125

美食

124

生活日化

98

智能家居

30+

152

时尚潮牌

137

美容护肤

130

美食

137

生活日化

102

智能家居

40+

127

时尚潮牌

112

美容护肤

129

美食

151

生活日化

100

智能家居

购买
场景

看剧及综艺的女性综合电商渗透率超过90%，其中20+人群渗透率最高

整体看剧及综艺的女性电商渗透率超过90%，20+和30+看剧及综艺的女性综合电商渗透率已超过95%

看剧人群综合电商渗透率

20+



96%

30+



95%

40+



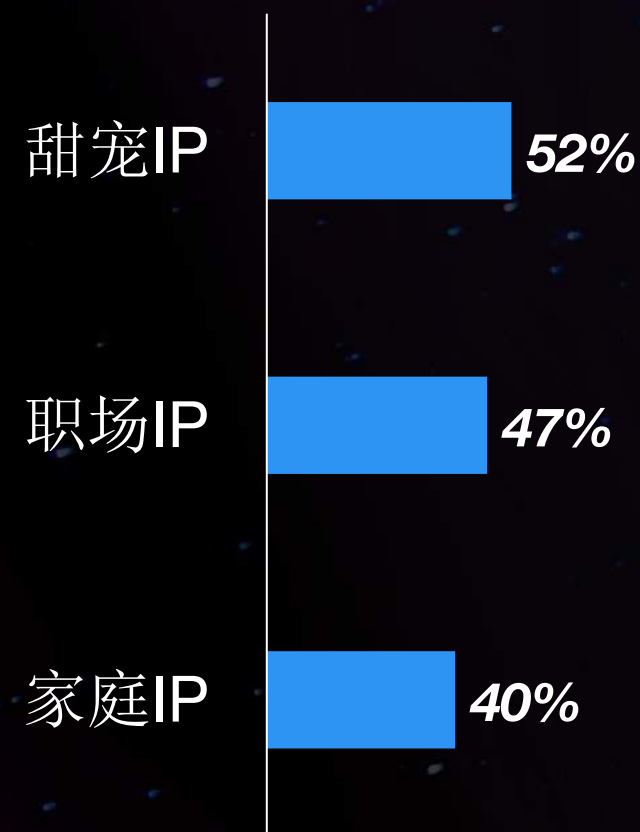
93%

无论是否结婚，各年龄层女性观众都偏爱暖愈甜宠IP

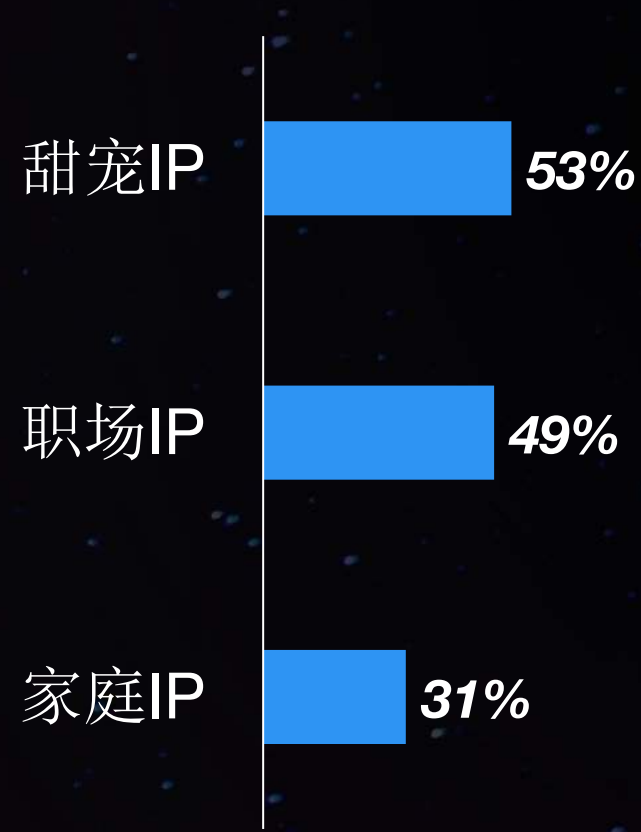
甜宠IP俘虏了各年龄段的小姐姐，虽说世间爱情千万种，但她们对美好爱情的憧憬却有异曲同工之处，“不撩到底死不休”的甜剧当然能让各年龄段的小姐姐们欲罢不能。

20+

已婚人群
观看率

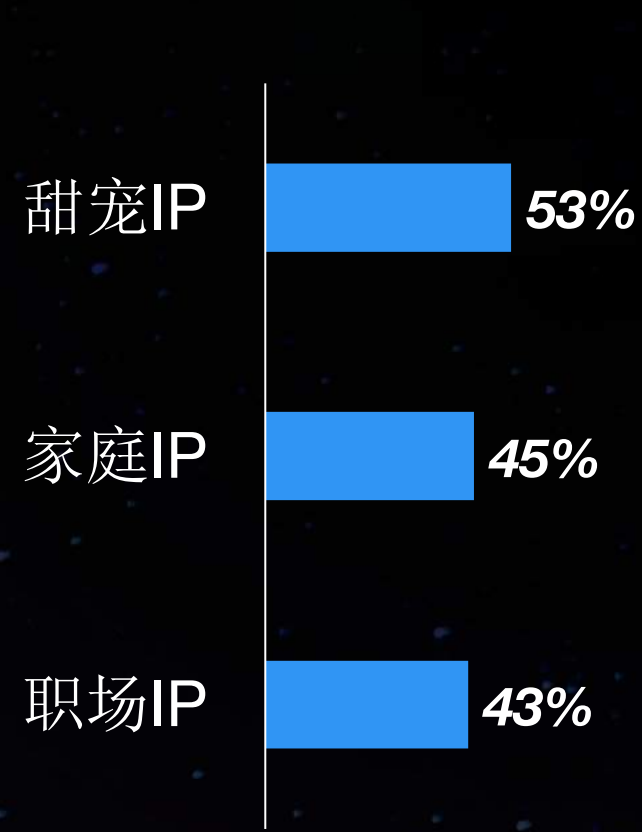


未婚人群
观看率

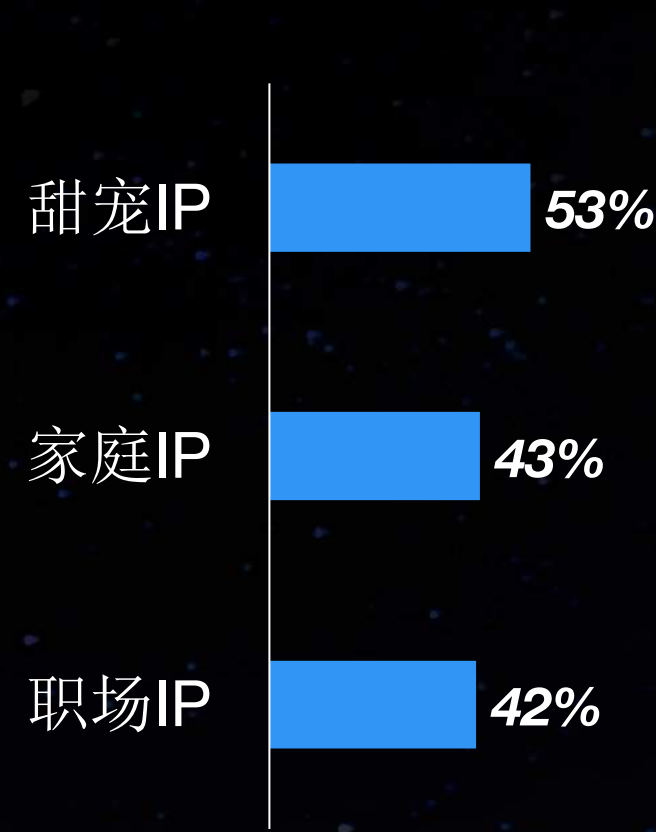


30+

已婚人群
观看率

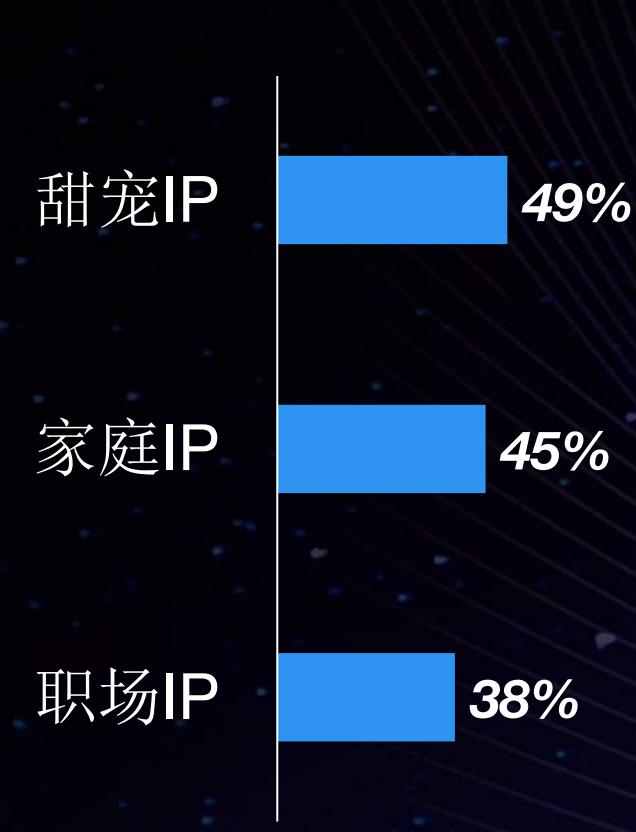


未婚人群
观看率

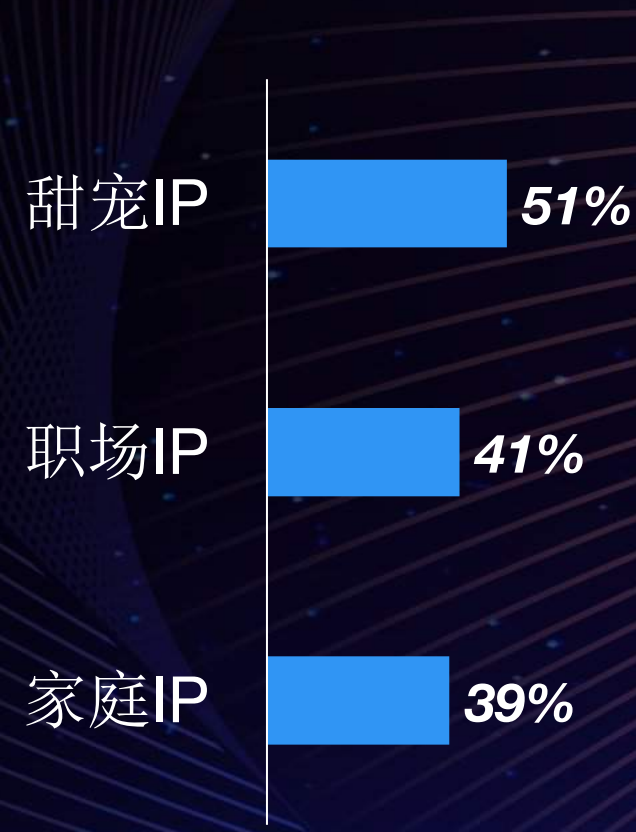


40+

已婚人群
观看率



未婚人群
观看率



生活
偏好

高线城市小姐姐撸猫、遛狗闯世界，下沉城市小姐姐追求做广场舞中最闪亮的星！

中高线城市30+、40+的小姐姐们撸猫、遛狗、旅行潇洒走世界。
下沉市场30+和40+小姐姐已步入广场舞大军，广场舞社交链的形成，也让广场舞注入了“创新”的思维。

不同城市等级观众app应用偏好TGI

20+

| 一线城市 | | 二线城市 | | 三线城市 | | 四线及以下 | |
|----------|-----|------|-----|----------|-----|-------|-----|
| 公交地铁 | 212 | 公交地铁 | 142 | 政务服务 | 119 | 文件管理 | 133 |
| 视频直播 | 145 | 办公软件 | 120 | 学生学习 | 113 | 休闲益智 | 120 |
| 外语学习 | 141 | 成人学习 | 120 | 听书 | 107 | 短视频 | 106 |
| 初入职场的小白领 | | | | 爱时髦的小镇姑娘 | | | |

30+

| 一线城市 | | 二线城市 | | 三线城市 | | 四线及以下 | |
|------------|-----|------|-----|----------|-----|-------|-----|
| 宠物生活 | 240 | 用车租车 | 149 | 汽车服务 | 120 | 广场舞 | 150 |
| 旅行综合 | 235 | 家庭服务 | 142 | 政务服务 | 119 | 冒险游戏 | 147 |
| 出境游 | 218 | 购房 | 140 | 学生学习 | 112 | 格斗游戏 | 145 |
| 30+乘风破浪的姐姐 | | | | 慢生活的小城少妇 | | | |

40+

| 一线城市 | | 二线城市 | | 三线城市 | | 四线及以下 | |
|-------------|-----|------|-----|------|-----|-------|-----|
| 养生保健 | 357 | 购房 | 142 | 本地服务 | 486 | 竞猜答题 | 154 |
| 导游景点 | 309 | 家庭服务 | 141 | 汽车服务 | 122 | 广场舞 | 144 |
| 航旅 | 258 | 社区生活 | 140 | 学生学习 | 112 | 通讯工具 | 133 |
| 掌握财政大权的中年妈妈 | | | | 小嫂 | | | |

数据来源：友盟+全域数据，基于300+应用或行业的分析指标产出；注：TGI标识某类人群在整体的偏好或者偏移程度，大于100表示超过平均水平。

全景
偏好

线上偏好+线下习惯，数字化还原20+、30+、40+小姐姐的全景偏好

20+ 八卦与精神愉悦共存的“小姐姐”



30+ 美与智慧并存的“女超人”



40+ 育儿也有自己世界的“女英雄”



概 20+、30+、40+的人生各自精彩

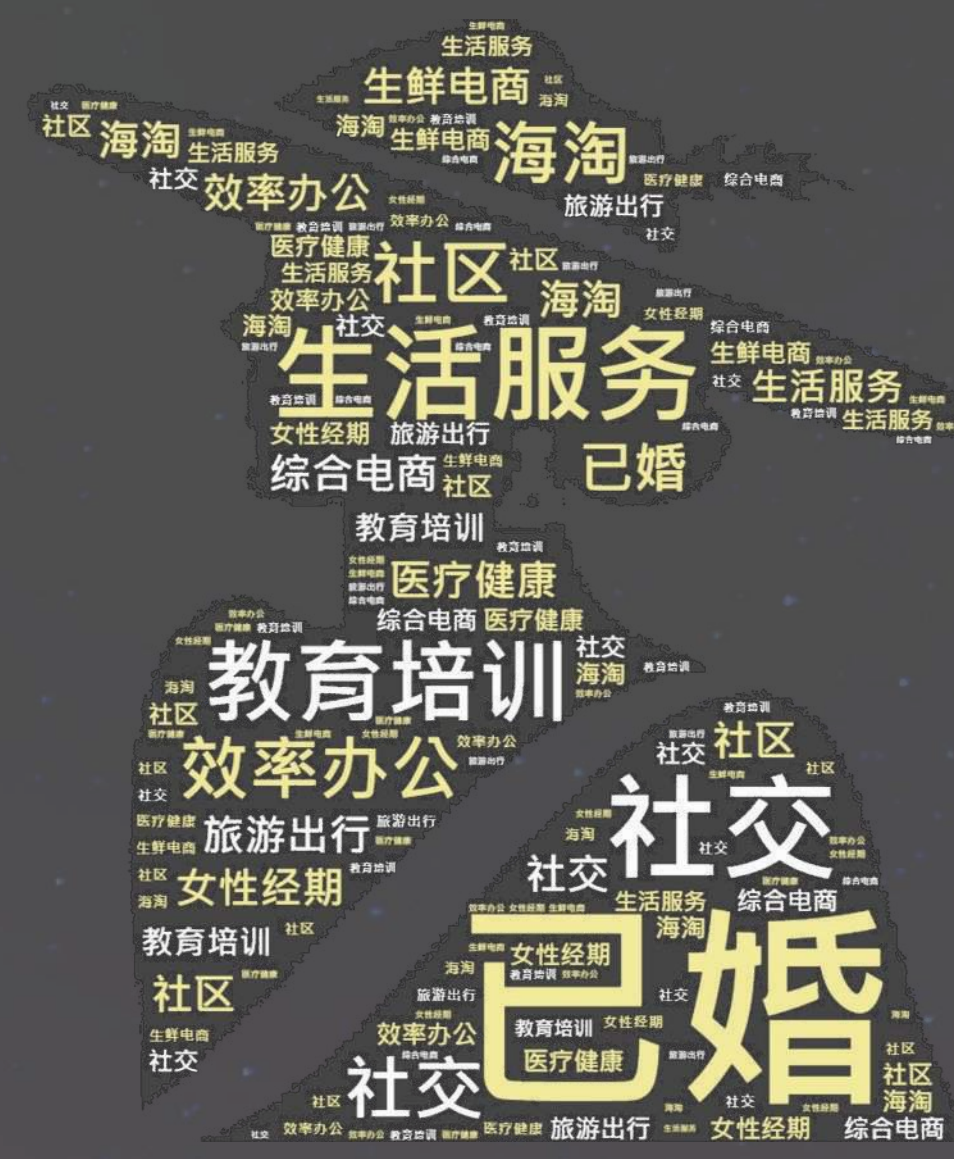
20+ 八卦与精神愉悦共存的“小姐姐”

她们憧憬美好恋爱或即将步入婚姻，热衷以视频方式记录生活和分享生活，拍视频必用美颜，是颜值经济的追捧者，但另一边又通过读书建立自己的精神乌托邦，她们打造了属于自己的多维精神乐园。



30+ 美与智慧并存的“女超人”

30+既上得了厅堂 下得了厨房、写的了代码打得过流氓，一边出去“浪”，又秒变“居家宅”，她们洒脱从容，豪情万丈！



40+ 育儿也有自己世界的“女英雄”

生活开始以孩子为原点画圈，但依旧靠偶尔玩玩小游戏和买买买坚守着属于自己的小世界。



数据智能驱动业务持续增长



友盟全域数据

