

2020 “她经济” 研究报告

Mob研究院出品 献礼3·8女神节

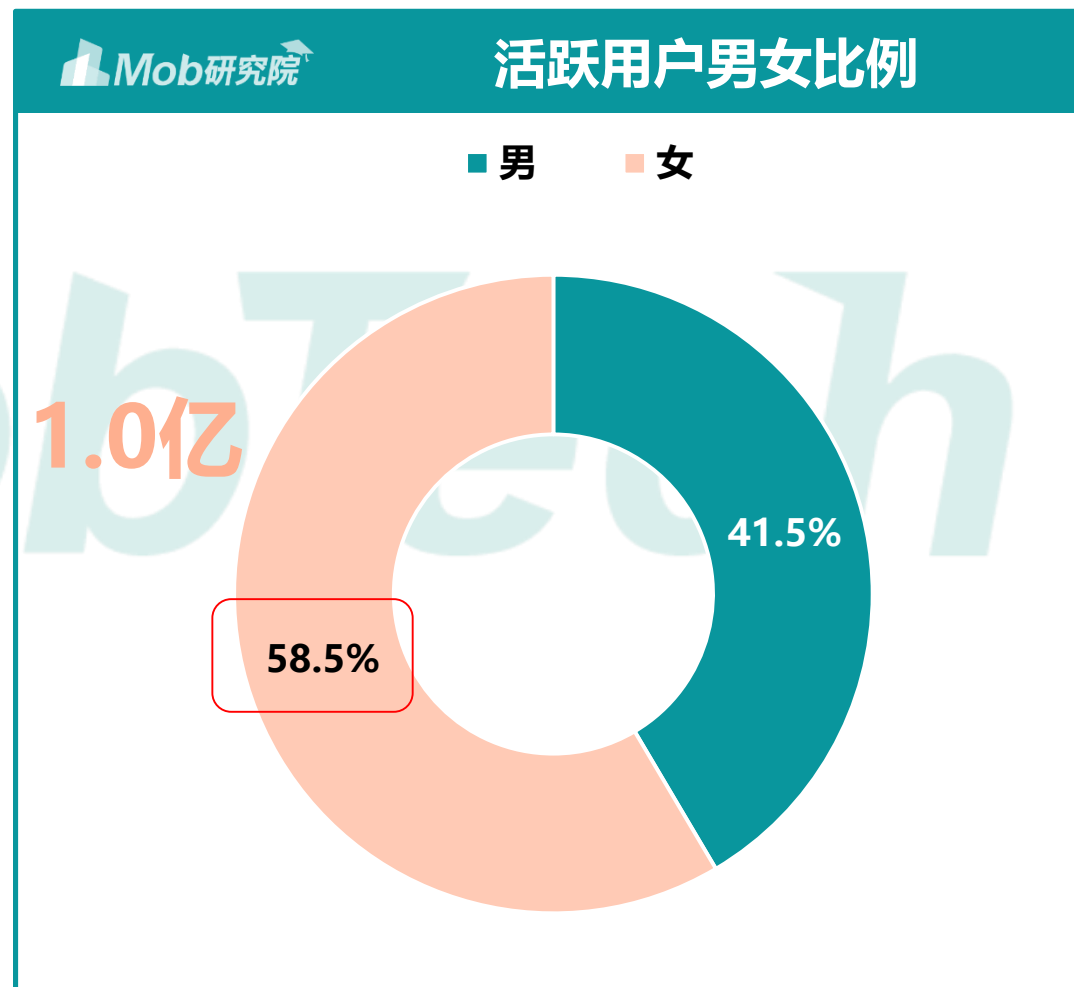
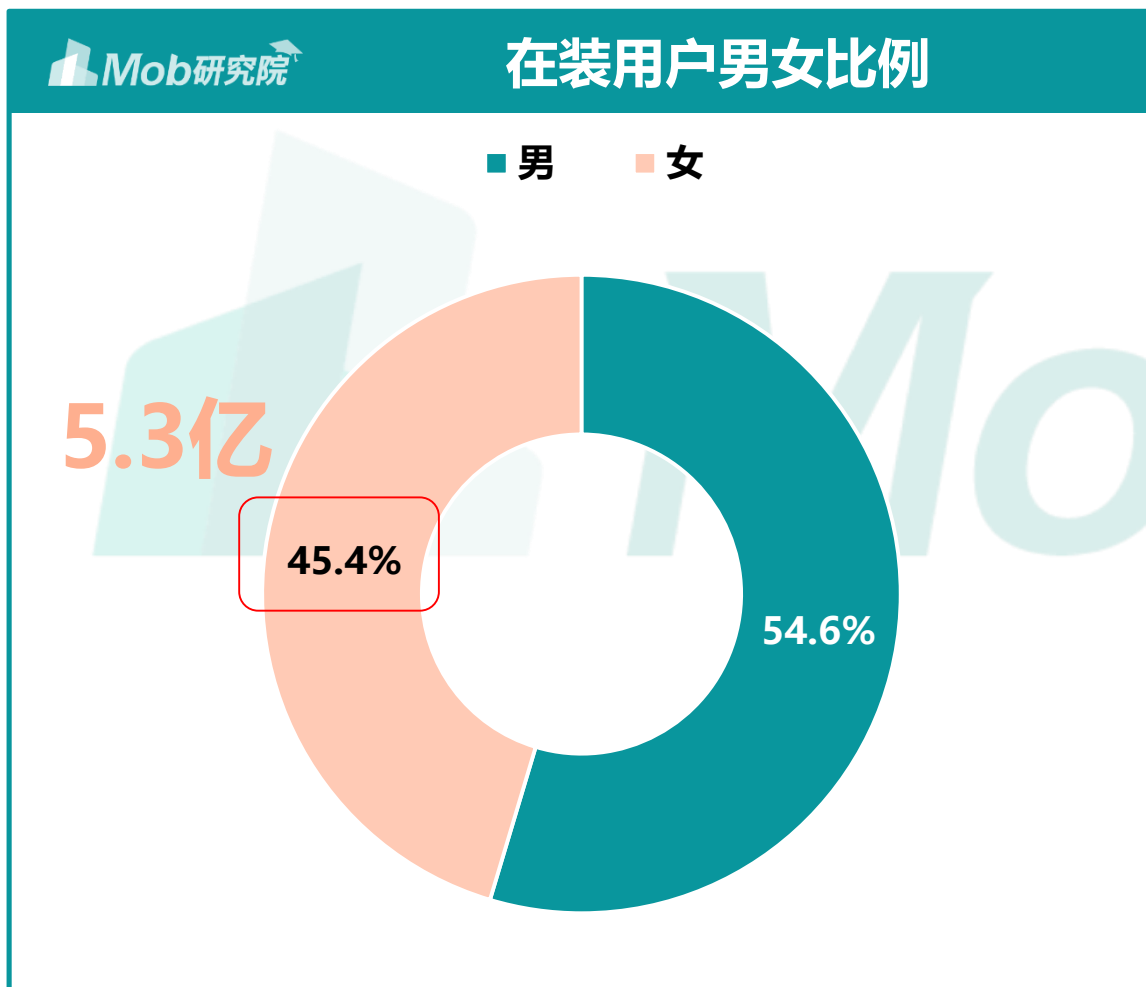


“她经济”——女性市场总览



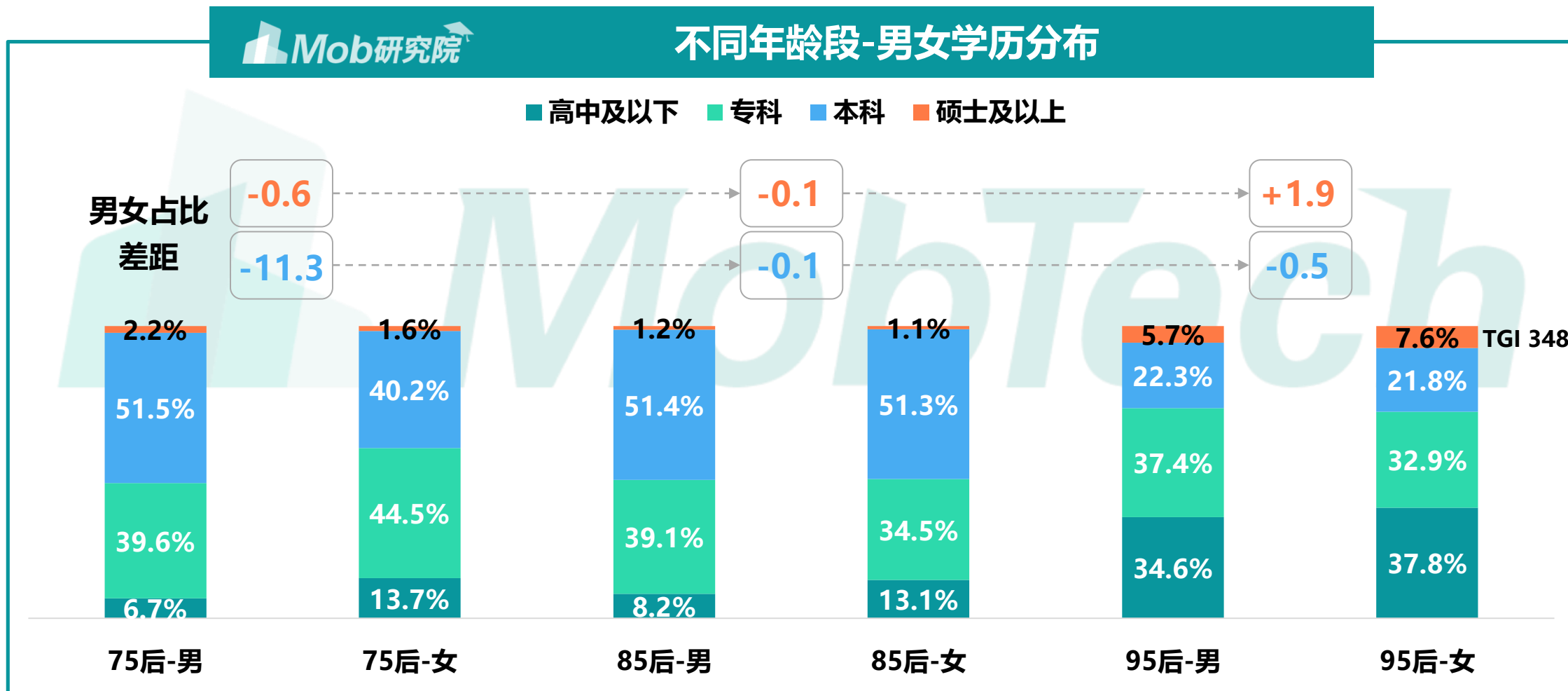
5.3亿女性用户来袭，她们线上表现更活跃

中国移动互联网女性用户在装规模5.3亿，占比45.4%；活跃规模1.0亿，占比58.5%



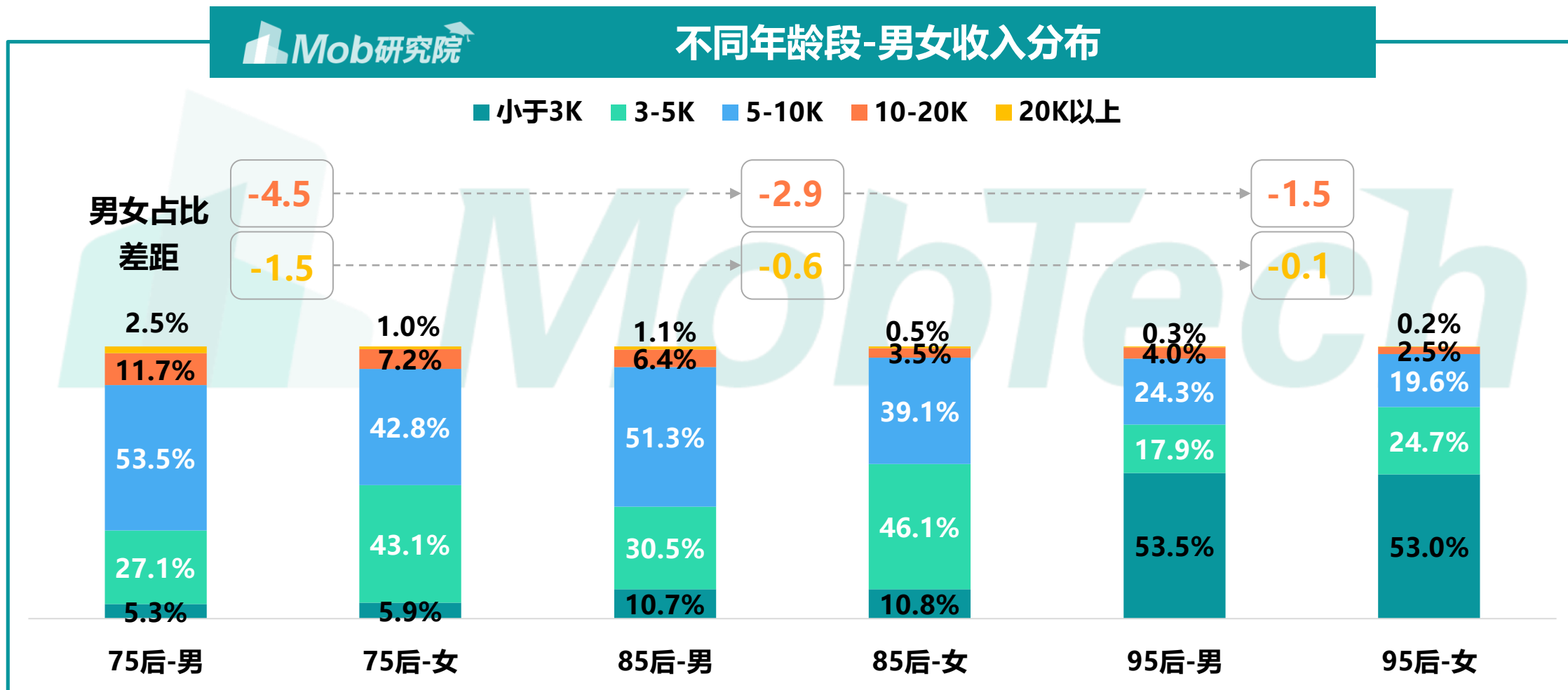
高学历女性占比反超男性

从75后到95后，硕士及以上学历女性占比从1.6%上升至7.6%，男女差距从-0.6转为+1.9



男女收入差距日渐缩小

收入20K以上，75后男女占比差距-1.5，85后男女占比差距-0.6，95后男女占比差距-0.1



75、85、95后女性是“她经济”的主力军

女性消费主要集中在三个年龄段：中年女性、职场轻熟女和校园女生



75后 (35-44岁)

- **基础画像：**已婚有娃，资深职场人士，关注投资理财
- **消费重心：**家居、美容、家政服务、运动健康

• **注重品质与服务
推崇品味与身份**



85后 (25-34岁)

- **基础画像：**已婚，在职场中崭露头角，经济开始独立
- **消费重心：**美妆护肤、服饰、家居、母婴、运动健康

• **引领潮流、追求轻奢
日常消费兼顾品质和性价比**



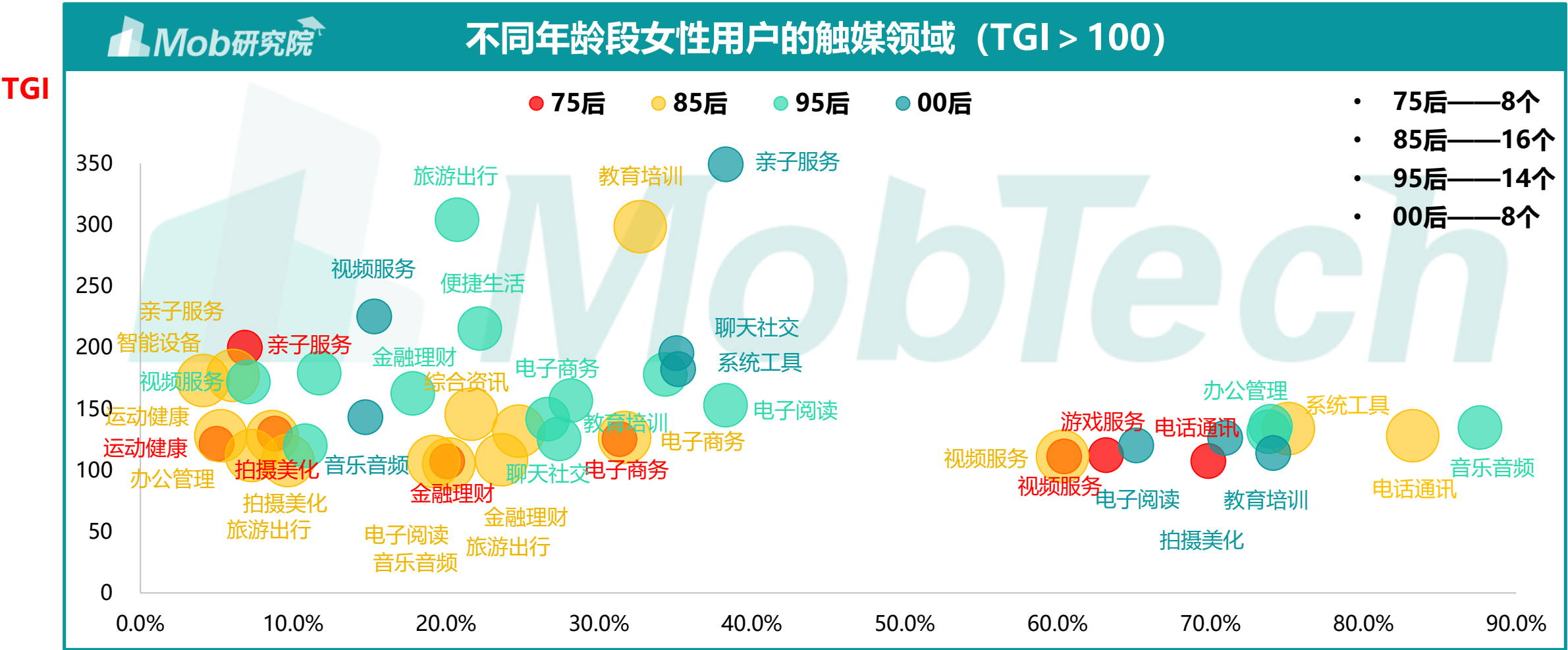
95后 (18-24岁)

- **基础画像：**未婚，收入来源于父母，初为实习社畜
- **消费重心：**美妆、服饰、医美、追星、手游

• **兴趣导向、个性消费
消费观念超前**

85、95后女性的触媒偏好更广泛

85后女性『个性触媒领域』高达16个，95后女性高达14个



Source: MobTech, 2020.2, 筛选条件: TGI > 100

万亿“她经济”浪潮席卷而来

中国女性消费市场体量庞大，涵盖购物、娱乐、母婴、运动健康等全方位范畴

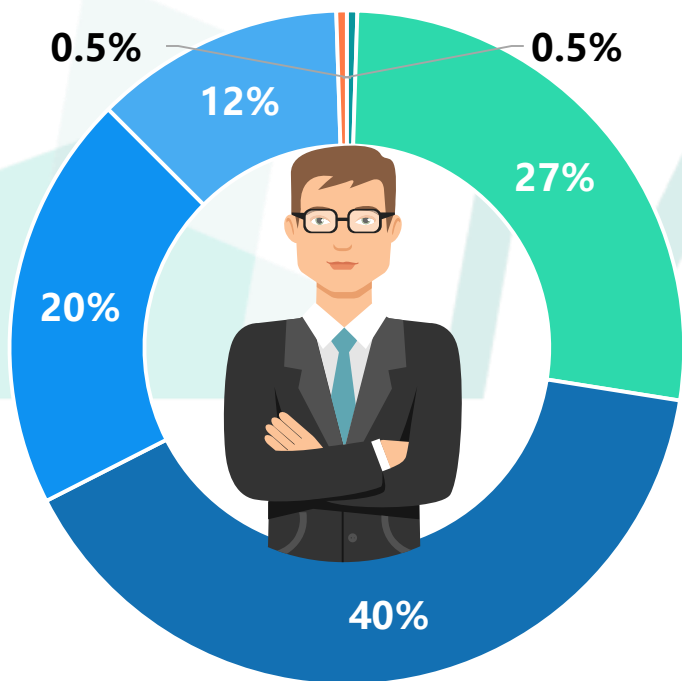




她购物 — 去年的衣服比不上今年的我

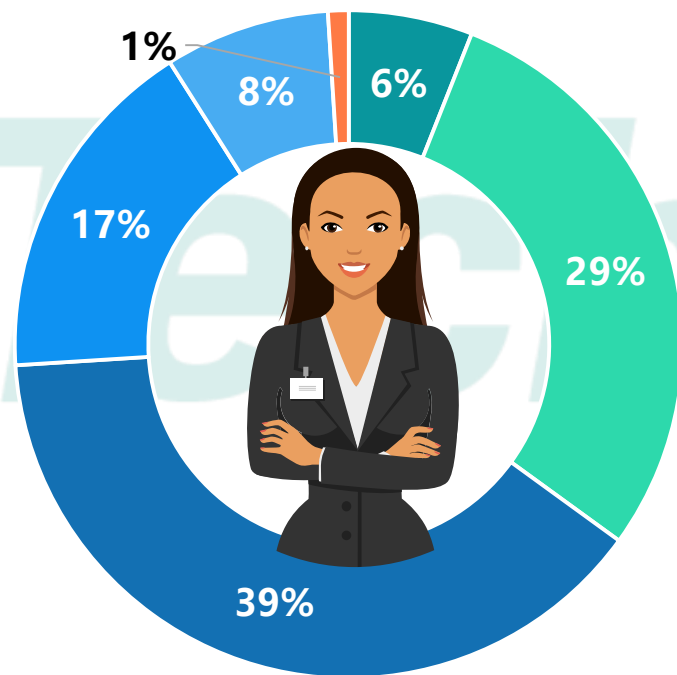
女性月均购物频次7.2次，远高于男性的5.5次，有6%的女性几乎每天都要买买买

男女月均购物频次



平均频次: 5.50次/月

- 几乎每天都买
- 平均每两三天一次
- 平均每周一次
- 平均每两周一次
- 平均每月一次
- 平均两月一次



平均频次: 7.20次/月

每日报告

不要错过**让你洞察**整个商业世界的每日报告

每日精选资料给您

不定期分享顶级外文期刊

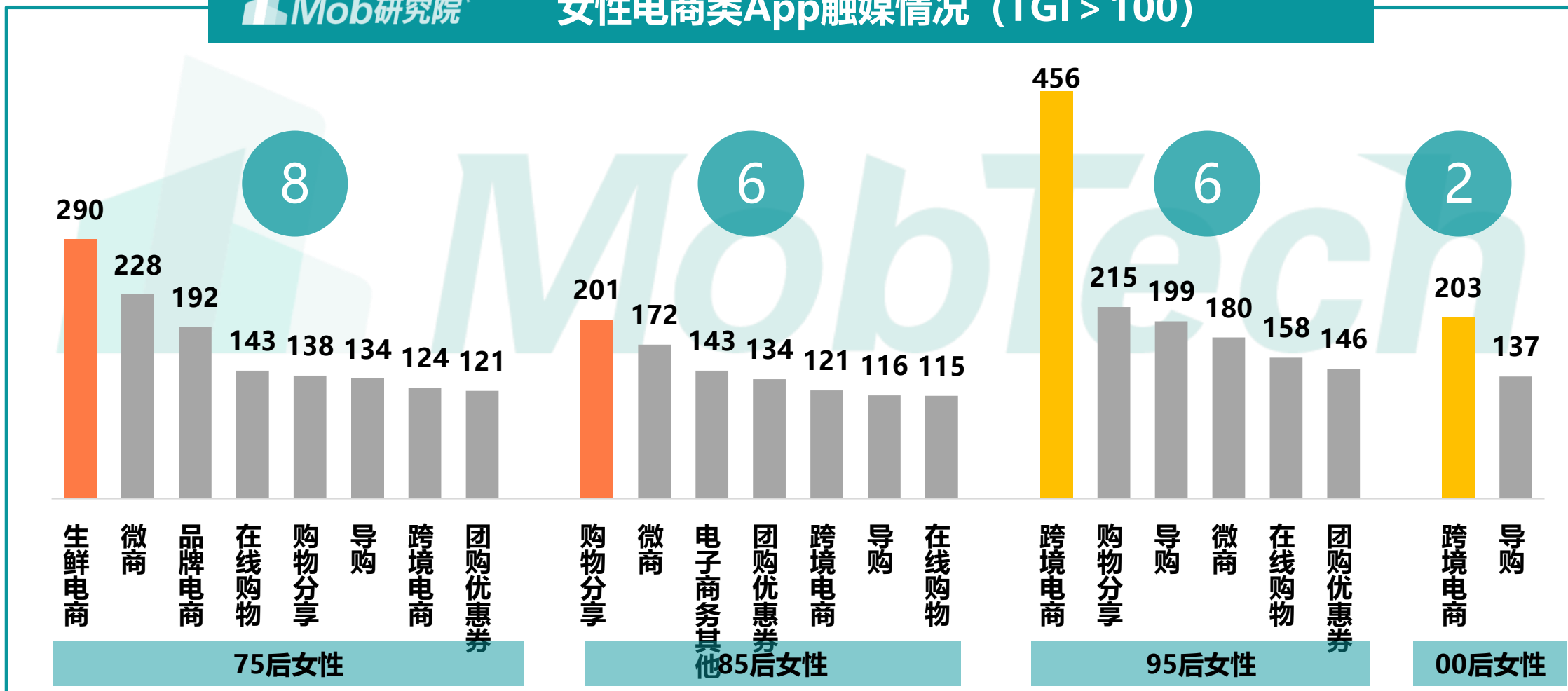
扫码加好友后回复“入群”免费入群



年轻世代女性线上购物不差钱，成熟女性线上购物更理性

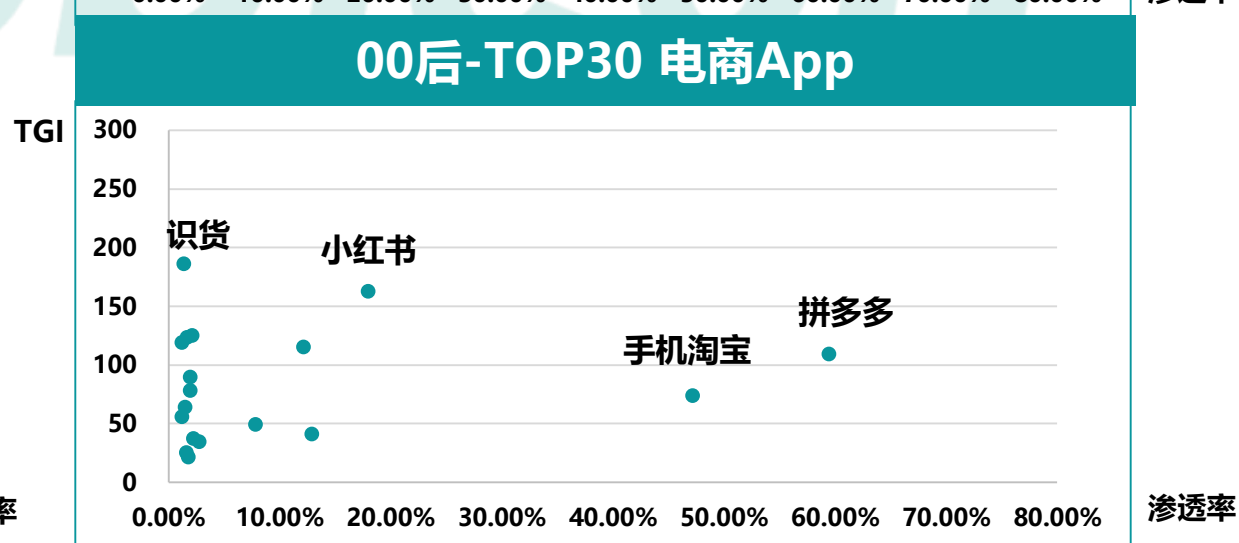
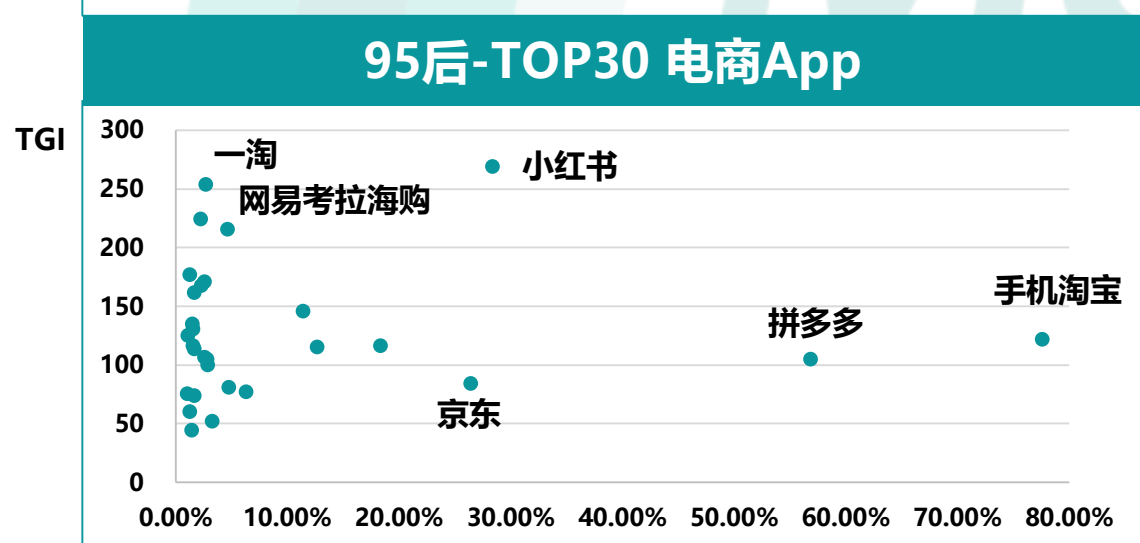
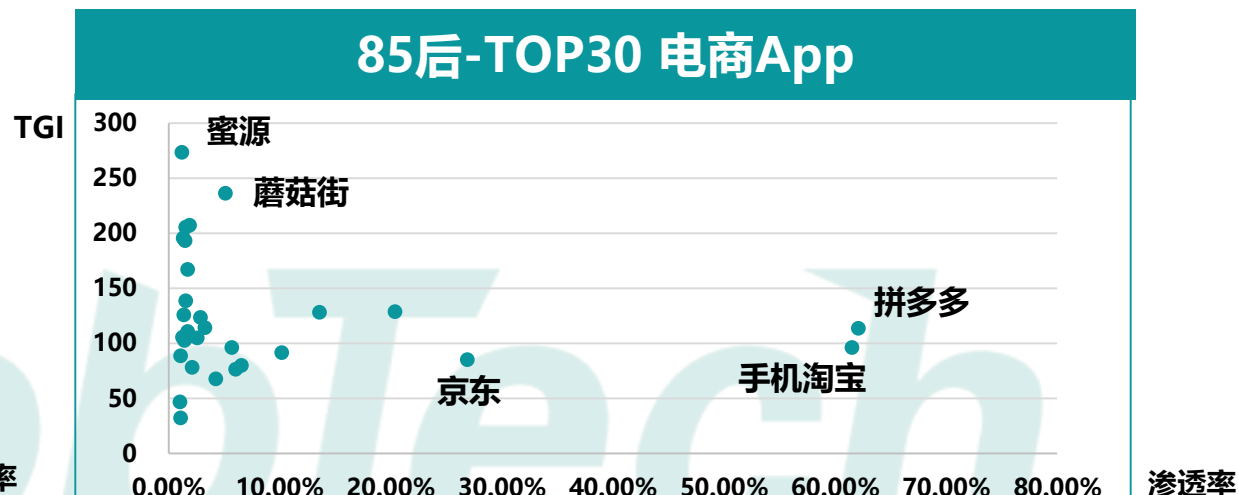
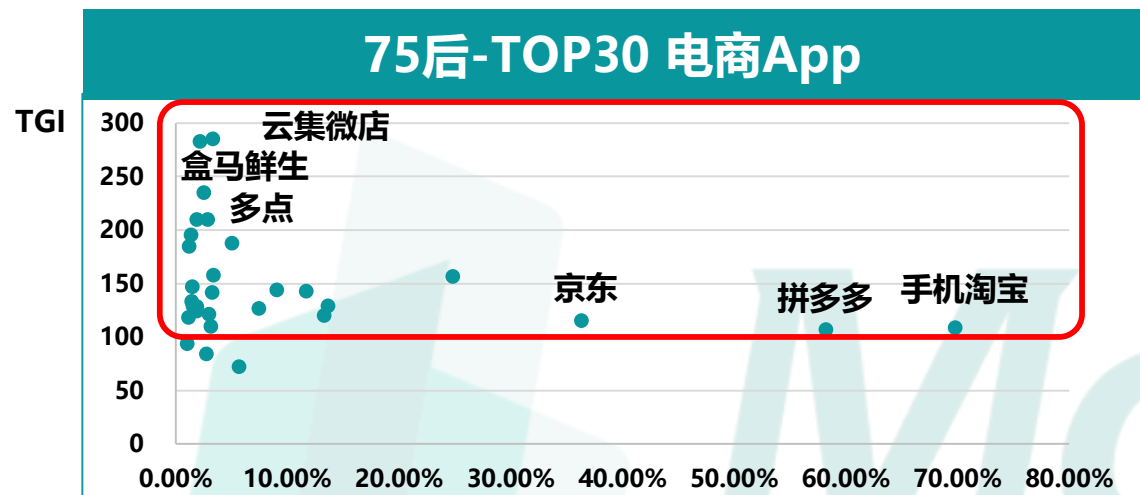
75后女性爱生鲜电商（折扣），85后女性爱购物分享（比价），95、00后关注跨境电商

Mob研究院 女性电商类App触媒情况 (TGI > 100)



75后消费力MAX，偏好使用各类电商App

年轻世代女性爱小红书，拼多多受到85、00后女性的欢迎

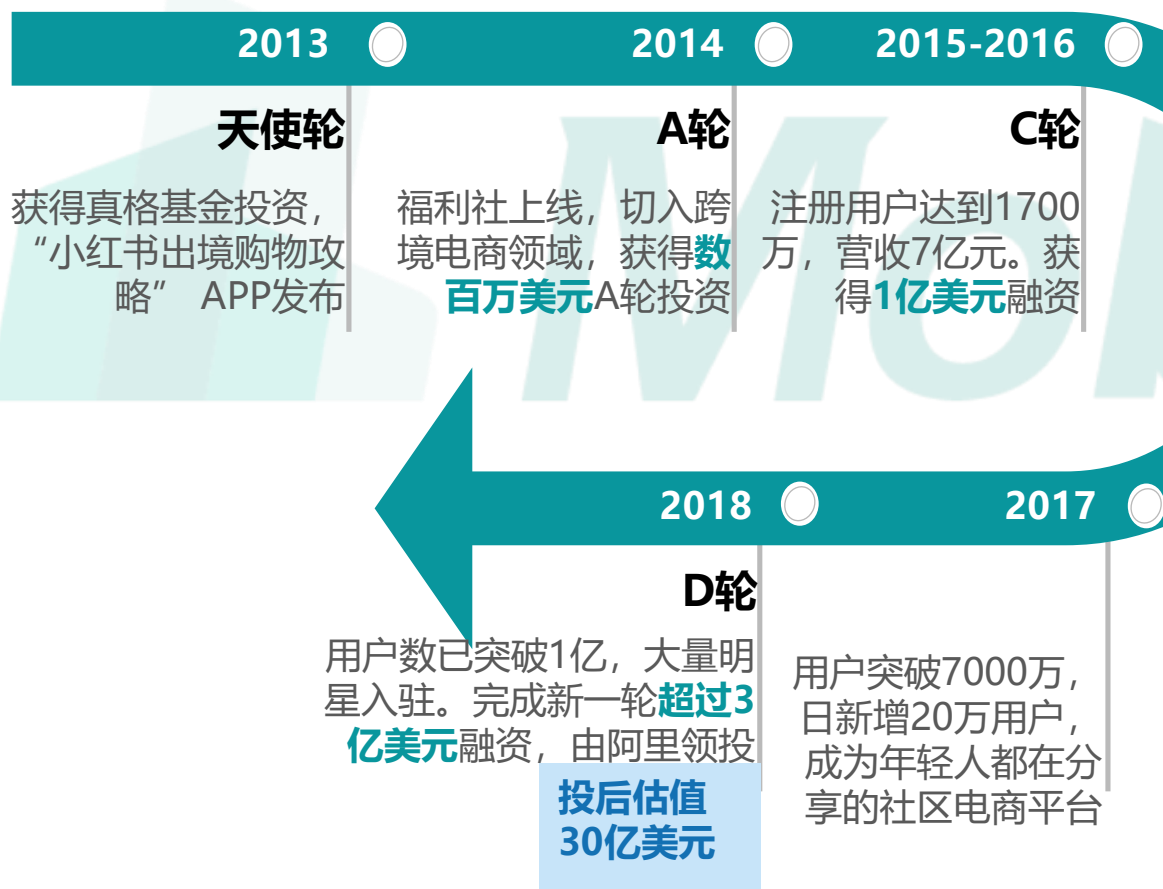


Source: MobTech, 2020.2, 00后女性《手机淘宝》渗透率=00后女性《手机淘宝》用户规模/00后女性在线购物类手游用户规模

女性电商平台代表企业——小红书

从跨境电商到社交电商，小红书加速探索商业化渠道，并将优化提升供应链短板

小红书



多渠道探索加速商业化

小红店定位为小红书旗下的社交电商，依托于小红薯社区的2亿用户和大量明星账号可以让用户轻松发现热门好物，并确保商品口碑。



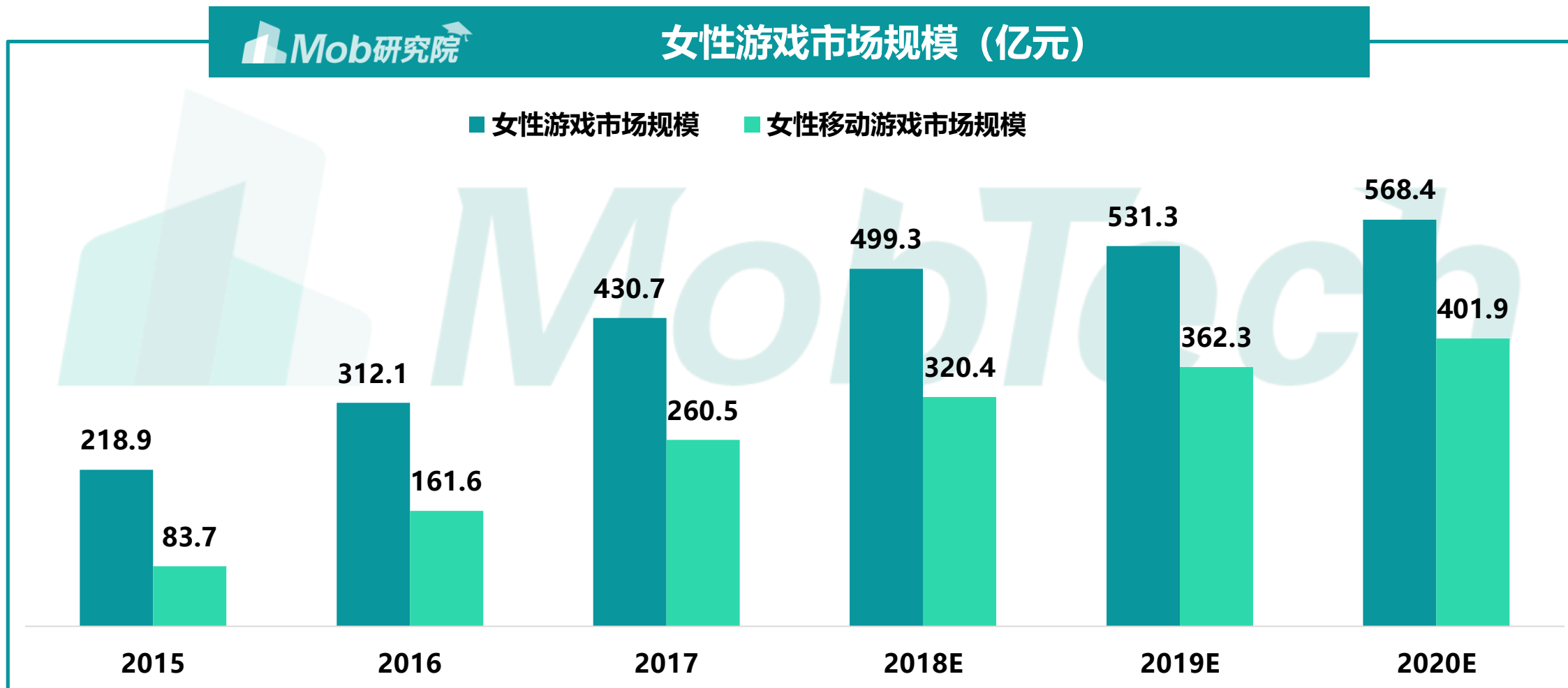
优化提升供应链短板

将原社区电商事业部升级为“品牌号”部门，整合公司从社区营销一直到交易闭环的资源，从而不断提升商业价值；升级“福利社”部门，整合商品采销、仓储物流和客户服务的全流程职能。

她游戏 — 梦回宫廷，模拟人生

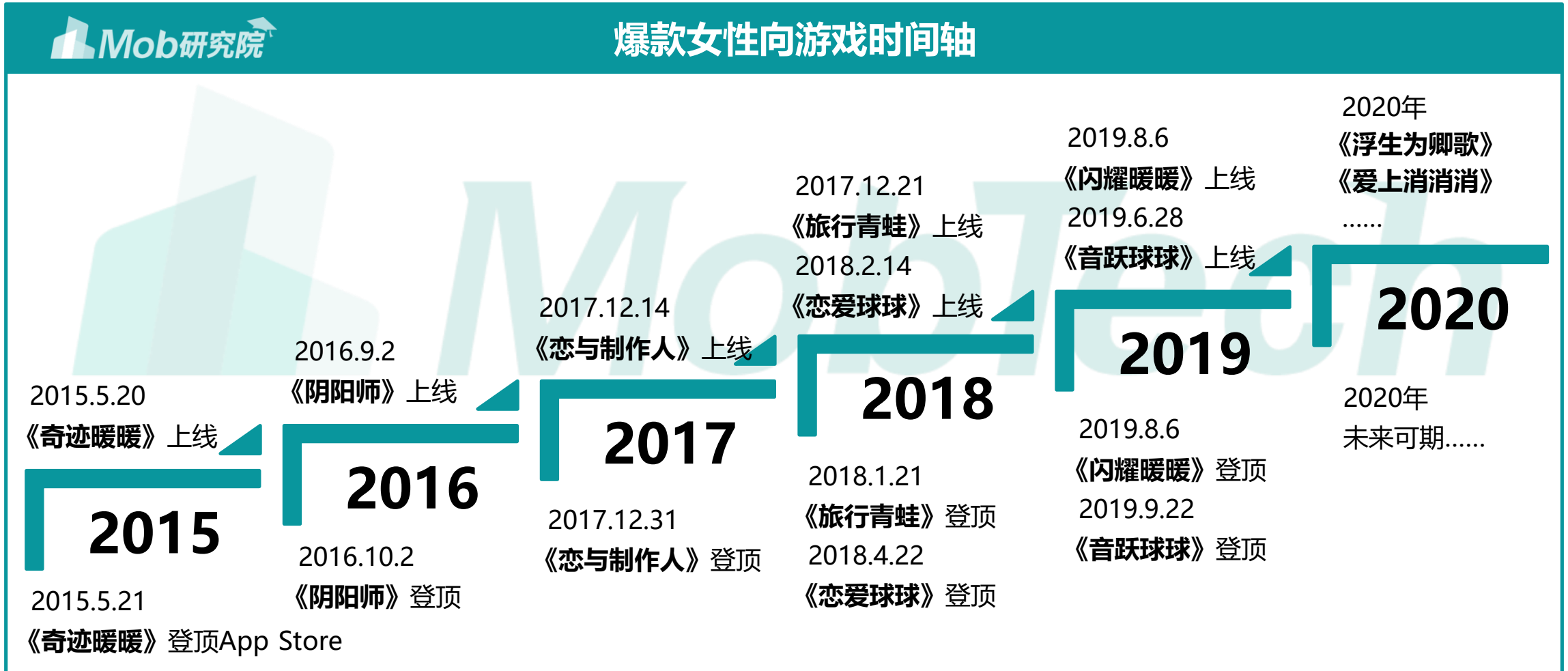


预计在2020年，女性游戏市场规模将达到568.4亿元，她游戏潜力仍待进一步开发



爆款游戏岁岁翻新，她游戏市场日臻完善

自2015年《奇迹暖暖》开启她游戏时代，她游戏市场保持一年一到两部爆款节奏

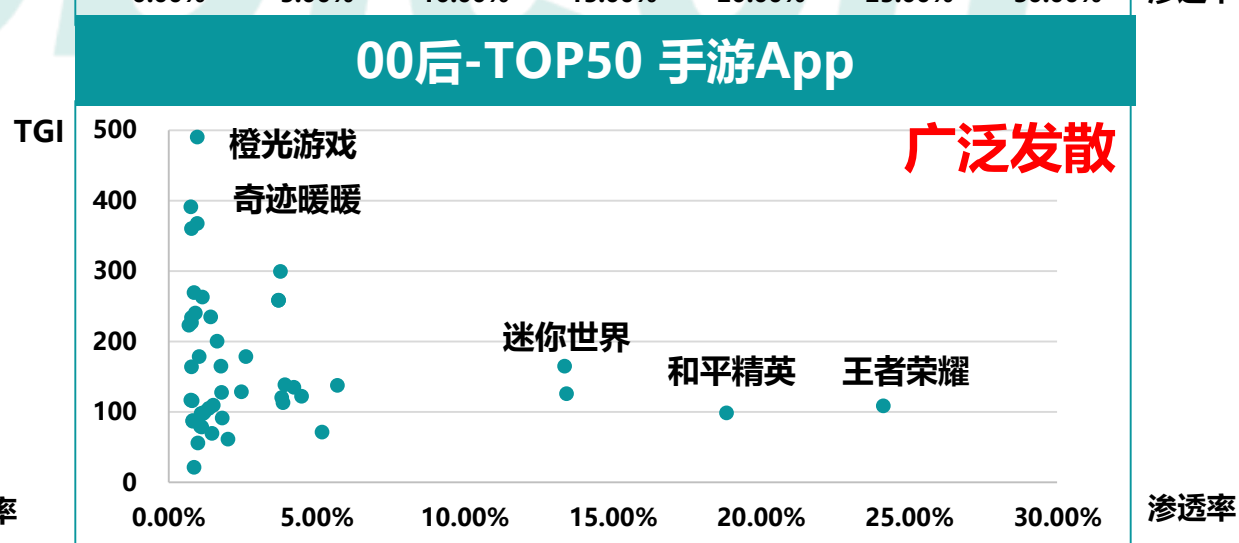
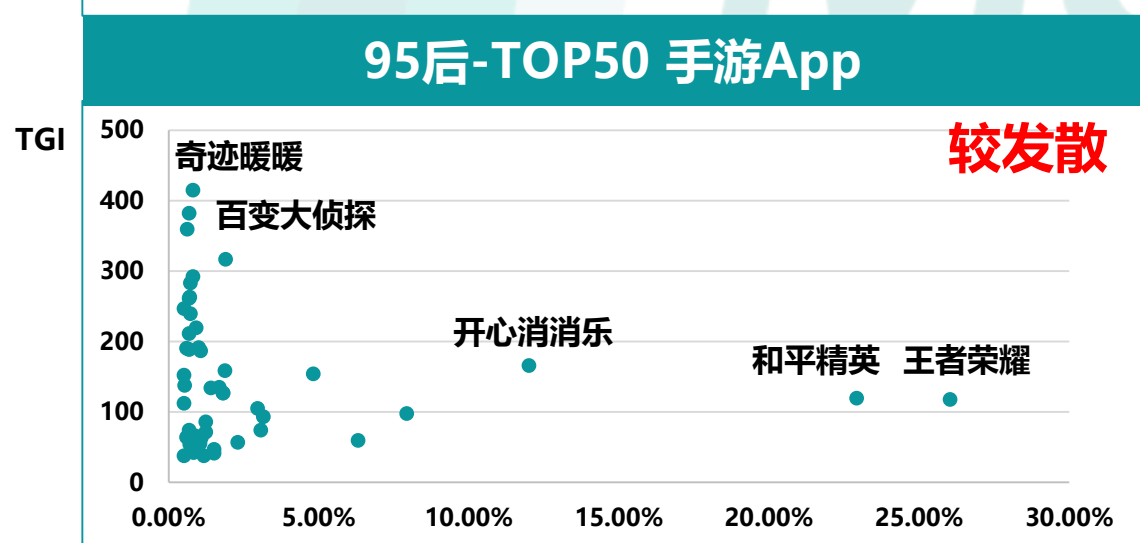
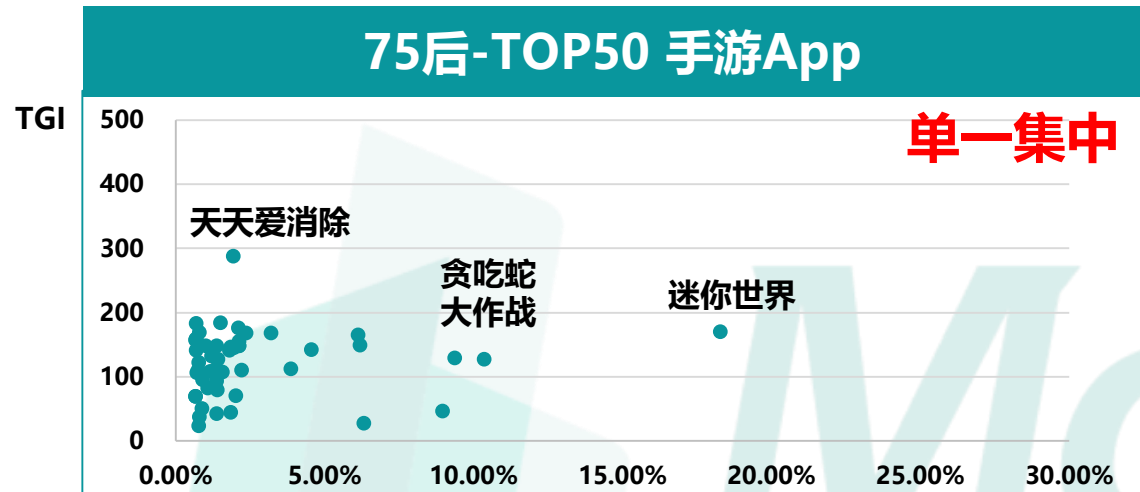


Source: Mob研究院根据公开资料整理，七麦数据，光大证券

注：爆款女性向游戏筛选规则，①女性用户占比超过70%，为女性向游戏；②App Store登顶，用户规模百万、千万级

小众女性向市场愈发成熟，新世代女性游戏偏好更加广泛

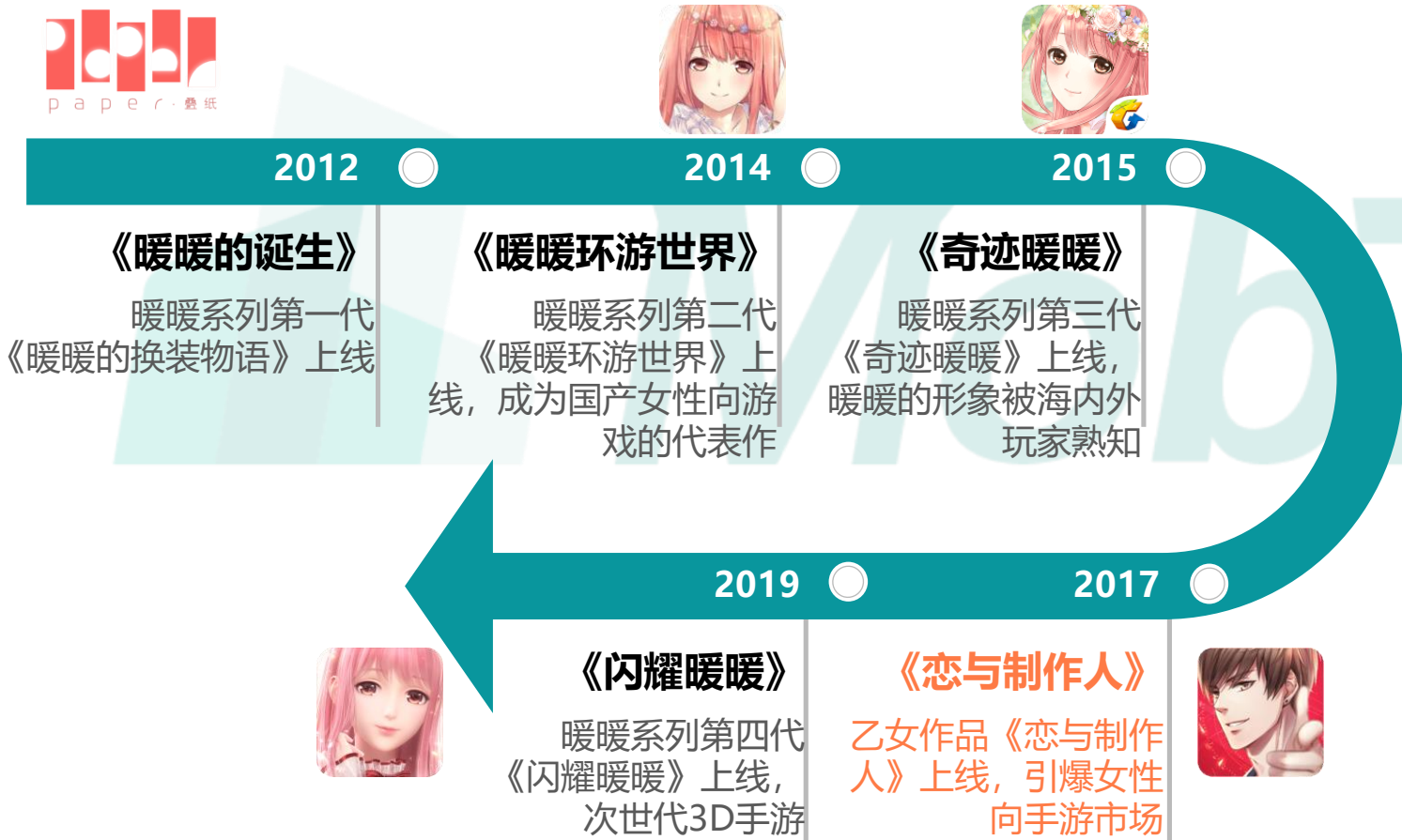
95、00后女性高TGI、高渗透率兼具，既进入主流游戏市场，又圈地自萌，坚守女性向阵地



Source: MobTech, 2020.2, 00后女性《王者荣耀》渗透率=00后女性《王者荣耀》用户规模/00后女性在MOBA类手游用户规模

女性向游戏代表企业——叠纸网络

早期依靠换装手游积累种子用户，中期打造乙女作品《恋与制作人》引爆市场



换装类游戏“暖暖系列”引发女性用户关注

叠纸网络在公司成立之初就主要定位于女性游戏市场，从早期的换装类游戏“暖暖”系列引发女性游戏用户的关注，积累了核心用户群体。

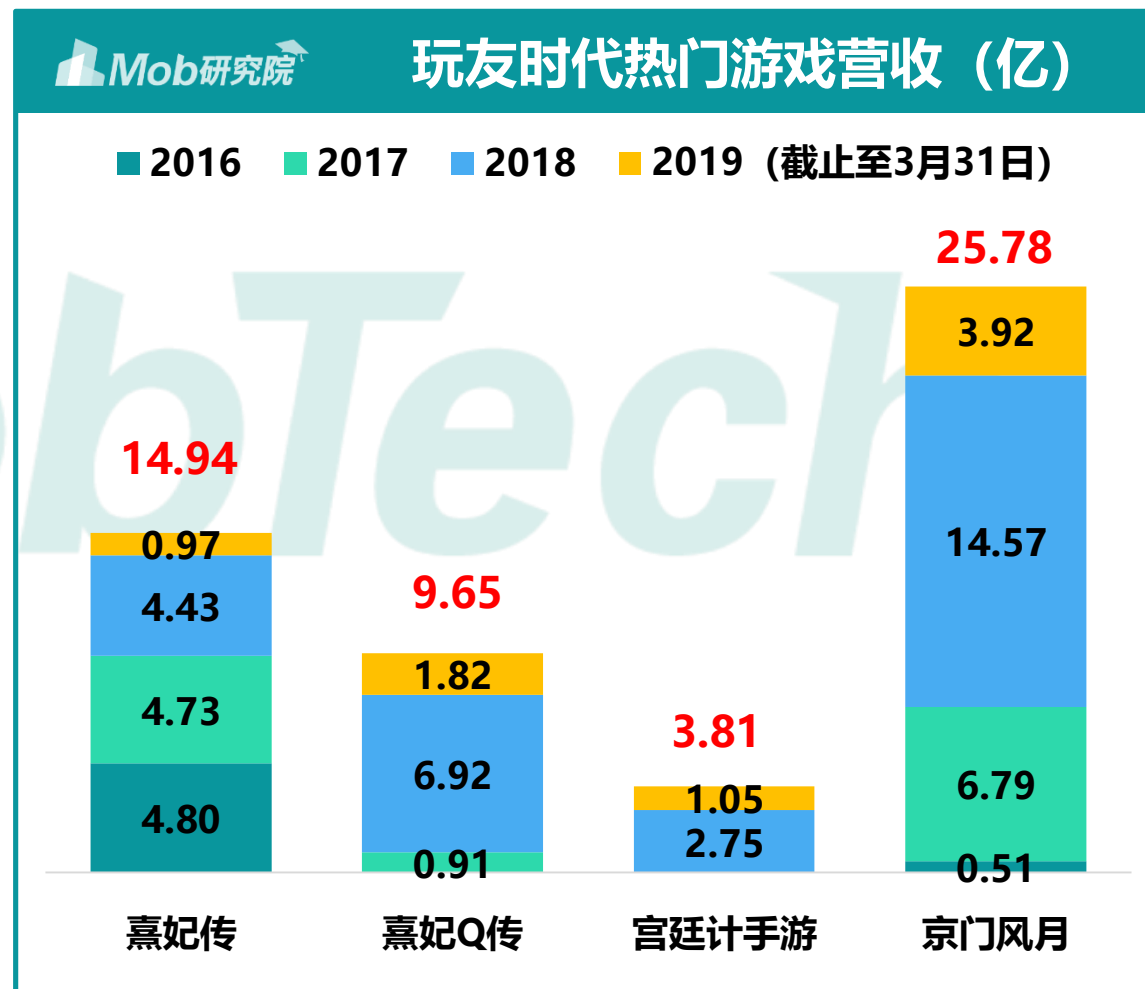


恋爱养成类游戏《恋与制作人》引起广泛关注

2017年底，恋爱养成类游戏《恋与制作人》成为话题性的女性向游戏，引起广泛的关注和讨论。叠纸网络通过对女性游戏用户核心诉求的掌握，依托现有的市场优势，有效地占据了女性市场明显的优势

女性向游戏代表企业——玩友时代

定位“可以玩的宫廷小说”，打造宫廷古风手游矩阵，2019年10月登陆港股





她宝宝——原来你是这样的“妈”



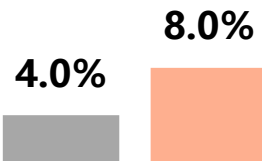
95后新晋当妈人数逐年增加，小城镇占比最高

95后作为育儿队伍中的后起之秀，她们也将逐渐成为母婴消费市场的主力军

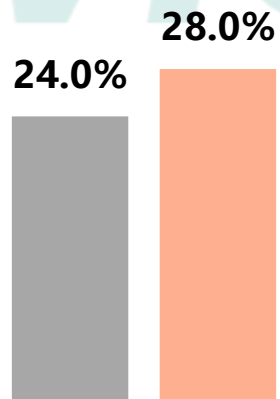
Mob研究院

95后vs85后妈妈地域分布占比

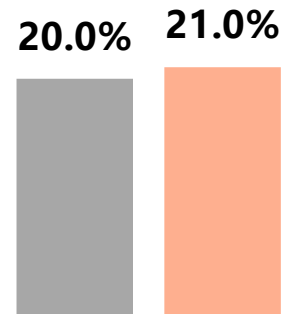
■ 95后妈妈 ■ 85后妈妈



一线城市



二线城市



三线城市

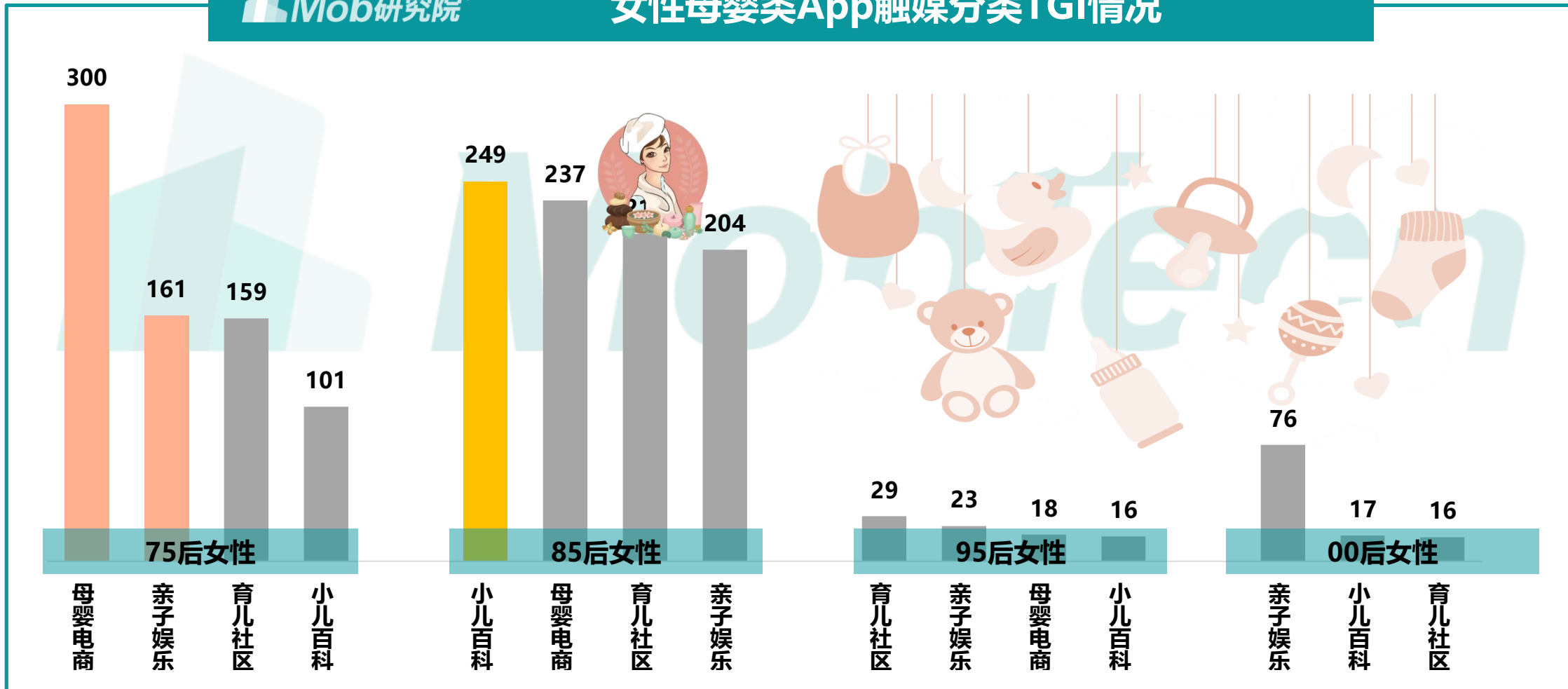


四线及以下

85后妈妈“百科”上路忙不停，75后妈妈淡定电商买买买

85后妈妈更看重小儿百科、育儿社区，75后妈妈更偏爱母婴电商

女性母婴类App触媒分类TGI情况



蜜芽、贝贝、大V店—俘获85、75后妈妈的芳心

85后与75后妈妈选择贝贝、大V店等母婴电商购物，95后对母婴垂直电商不感冒

Mob研究院 75后vs85后vs95后妈妈在母婴电商渗透率情况



她健康——健康之美来自“内调外养”

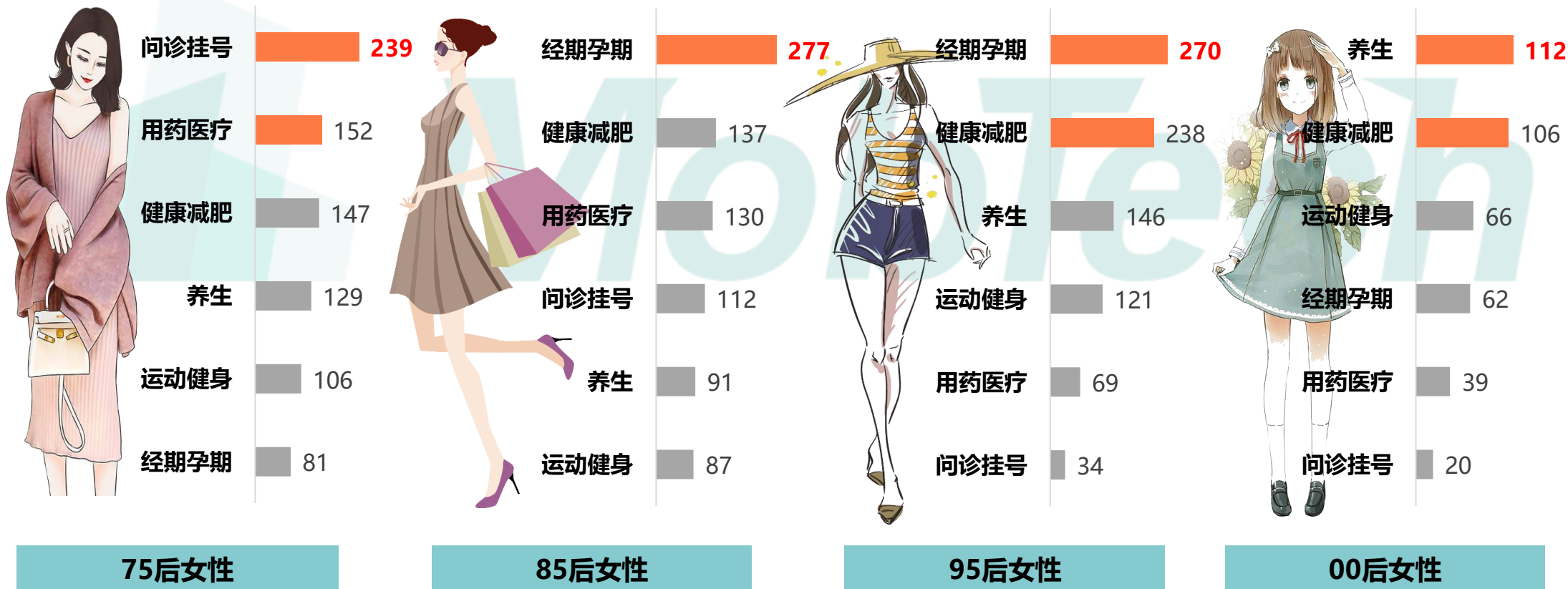




减肥是女性永恒话题，健康在不同世代中关注点不同

75后女性更加关注问诊和用药，00后更看重养生，中间世代更多投注在经期孕期

不同世代女性健康媒介渗透率TGI情况



运动方面，年轻女性爱无氧，中年女性喜有氧

75后和85后女性喜欢走路运动，95后和00后则偏爱健身和瑜伽

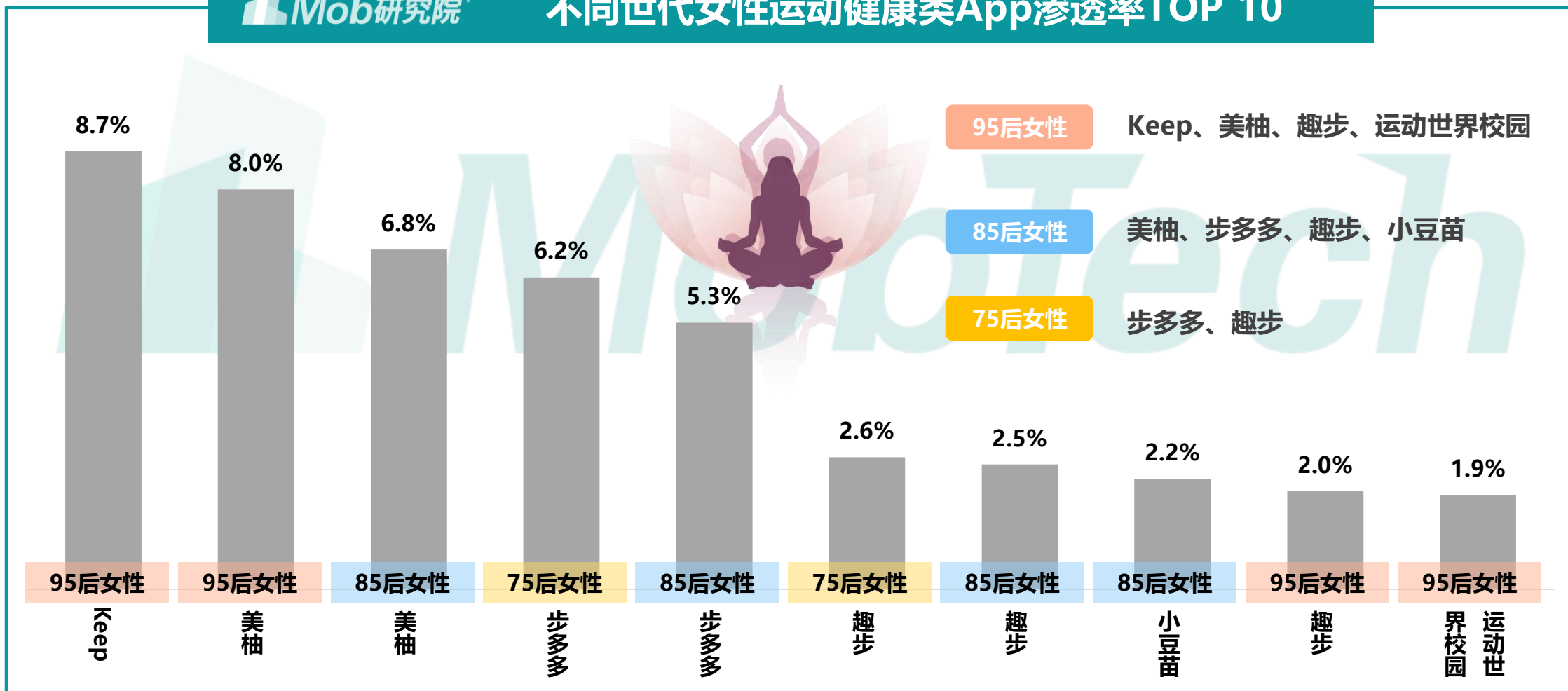
不同世代女性在运动健身App渗透率情况



Keep与美柚成女性必备健康类App

Keep在95后女性中占比最高，美柚则更多分布在95和85后

Mob研究院 不同世代女性运动健康类App渗透率TOP 10

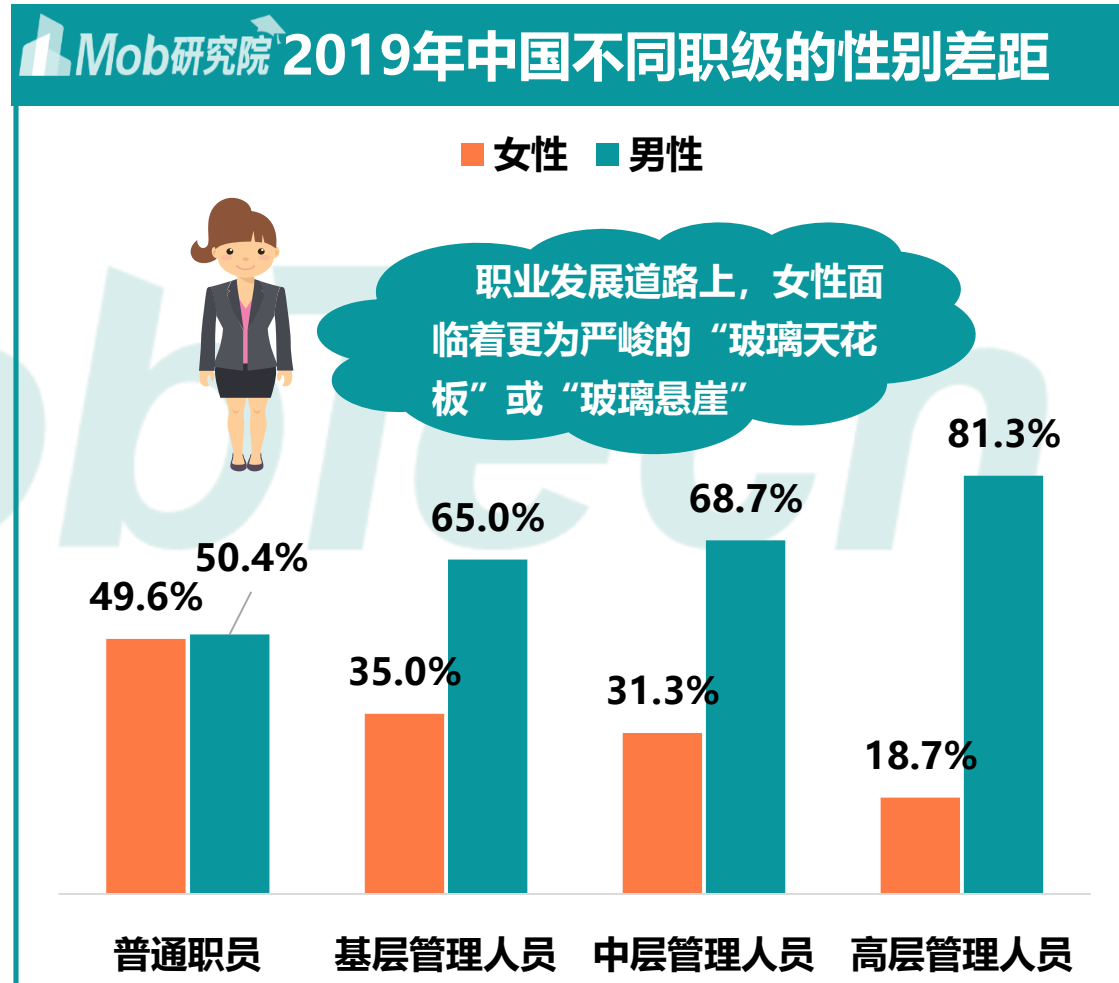
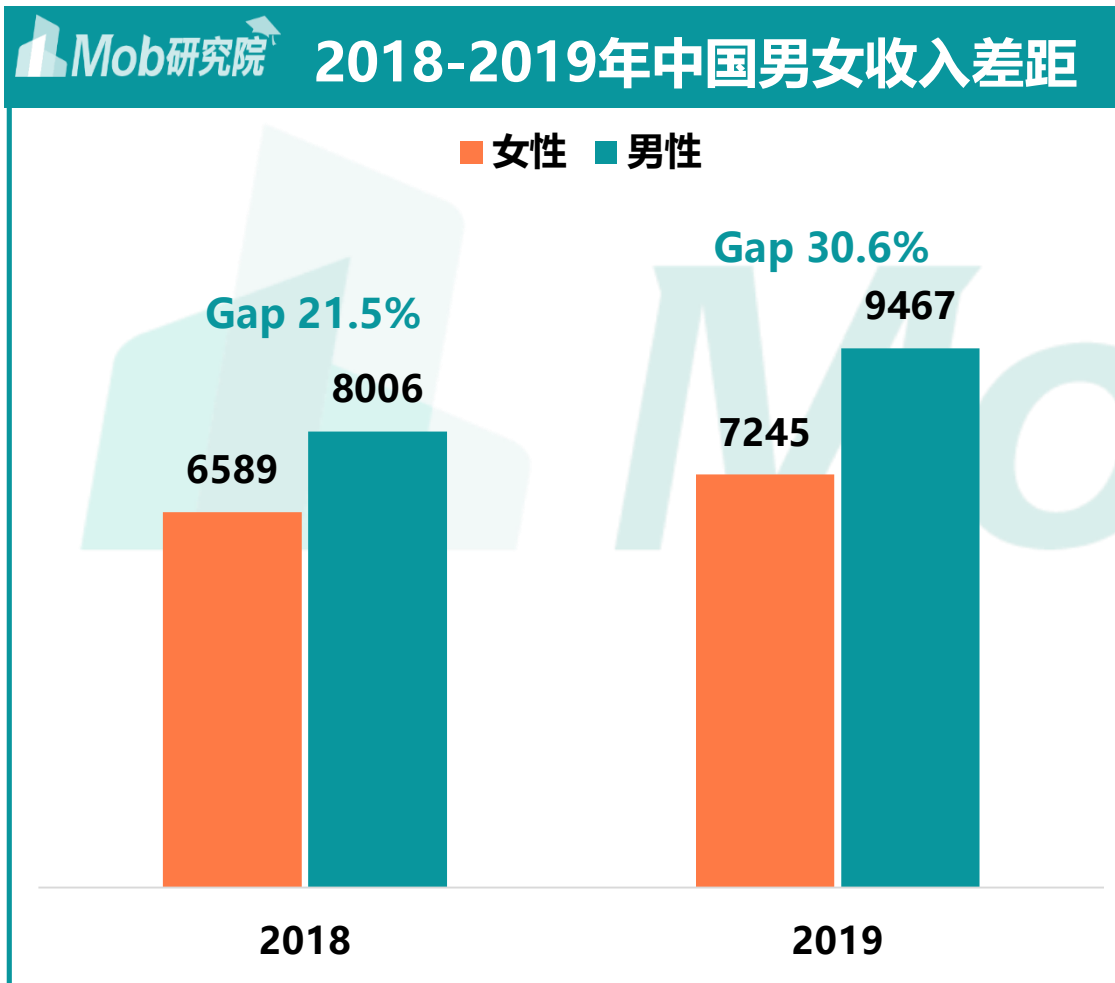




她职场 —— 我太南，家庭和事业难两全

她职场现状：女性比男性面临着更为严峻的职场考验

女性在职场上会遭遇“玻璃天花板”，晋升机会和收入不如男性群体



Source: 《智联招聘-2019中国女性职场调查报告》

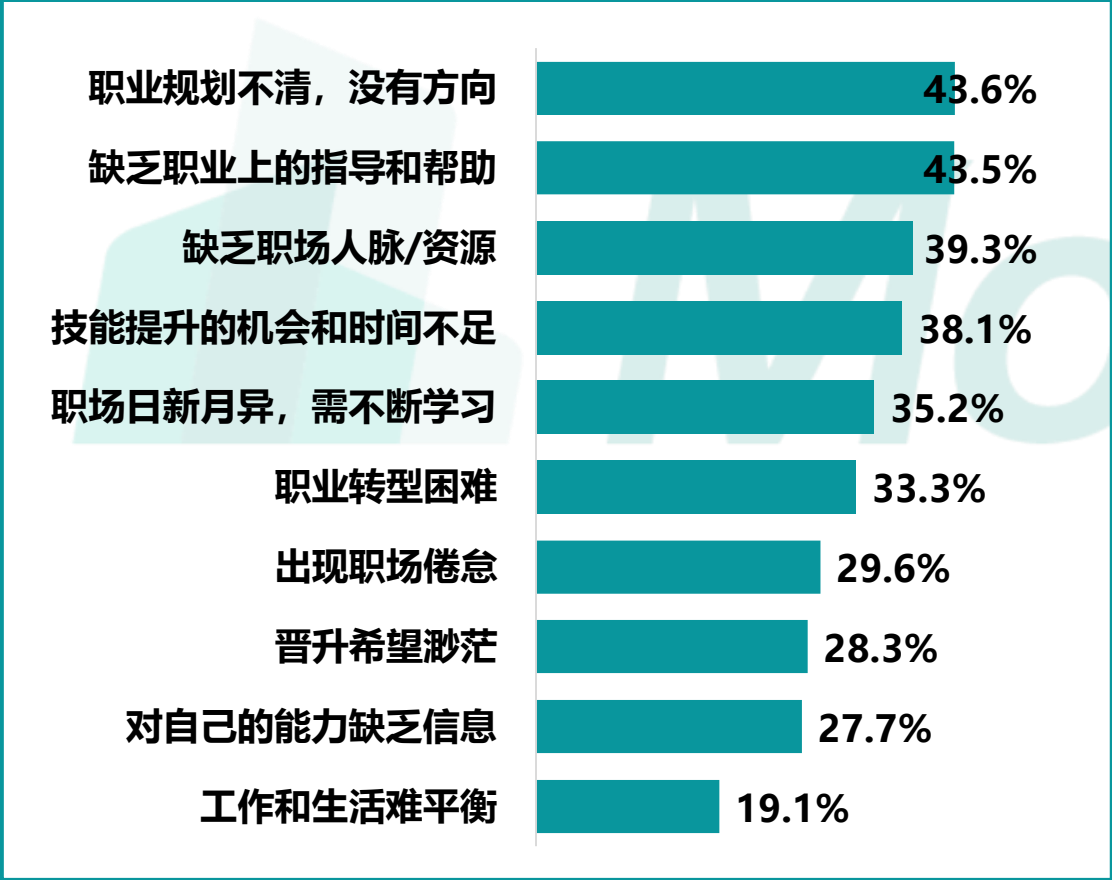
注：“玻璃天花板”指个体在组织中，提升到一定阶段后再也无法提升的现象；“玻璃悬崖”指女性在颇具挑战的情形下才能升到领导层，工作中遭遇失败的风险较高

她职场困境：“要生”还是“要升”，家庭事业两难全

除了职场天花板，女性还会面临着性别歧视，家庭和事业两难全等多重压力



中国女性职场面临的挑战



职场性别歧视

外界会认为女性有一些“与生俱来”的问题，从而影响女性在职场上大展拳脚。

- 认为女性职员更容易情绪化
- 认为女性更容易抱怨
- 认为女性比男性缺乏忠诚
- 认为女性不喜欢改变和挑战

职场天花板

传统理念认为女不如男，并且女性在职业晋升上也比男性更困难。

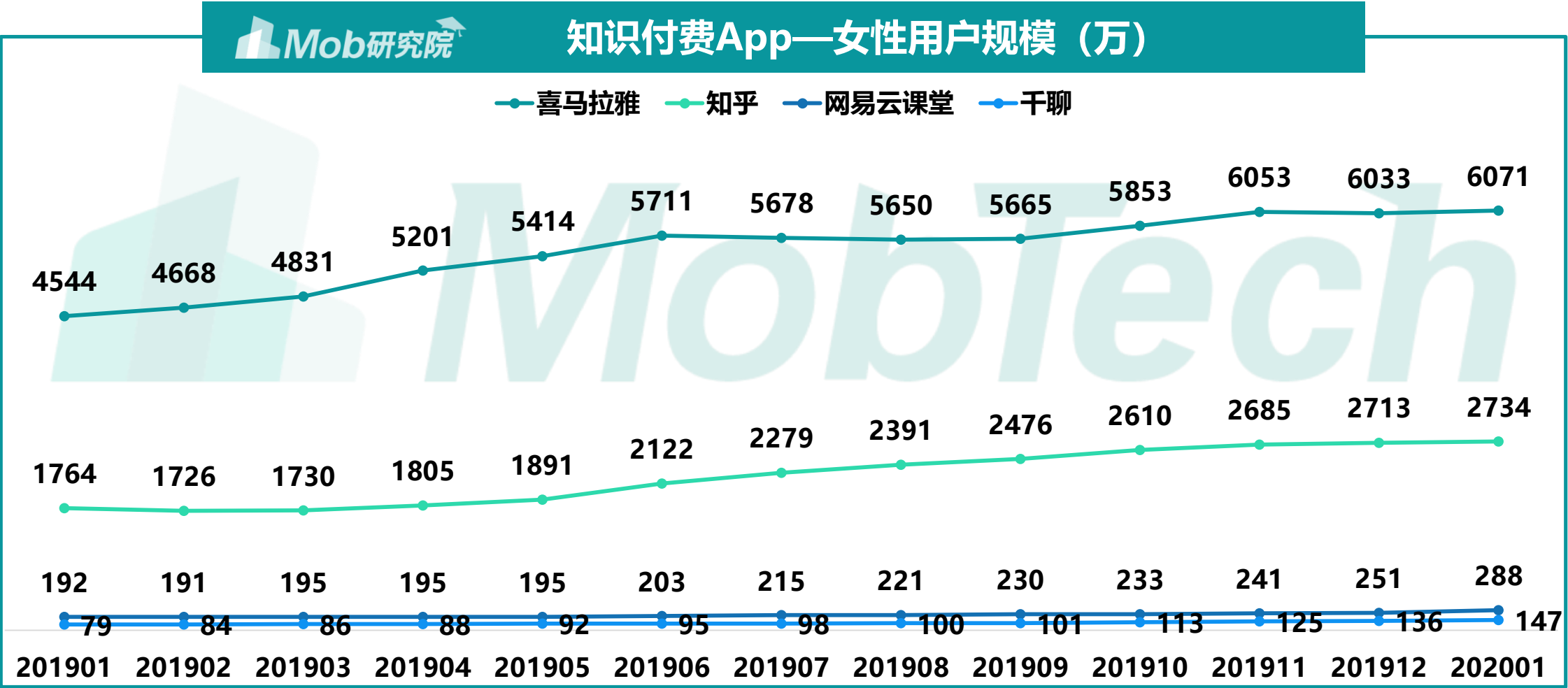
女性要想脱颖而出，进入公司管理高层，所付出的往往比男性要多许多，同时也会对高层管理女性更为严格和挑剔。

家庭和事业不可兼顾

女性有着职员、妻子、母亲、女儿等多重身份，多重角色难以平衡，事业和家庭难以兼顾。一方面在工作上需要自己尽心尽力，驰骋职场；另一方面也需要照顾丈夫和孩子，时常分身乏术。

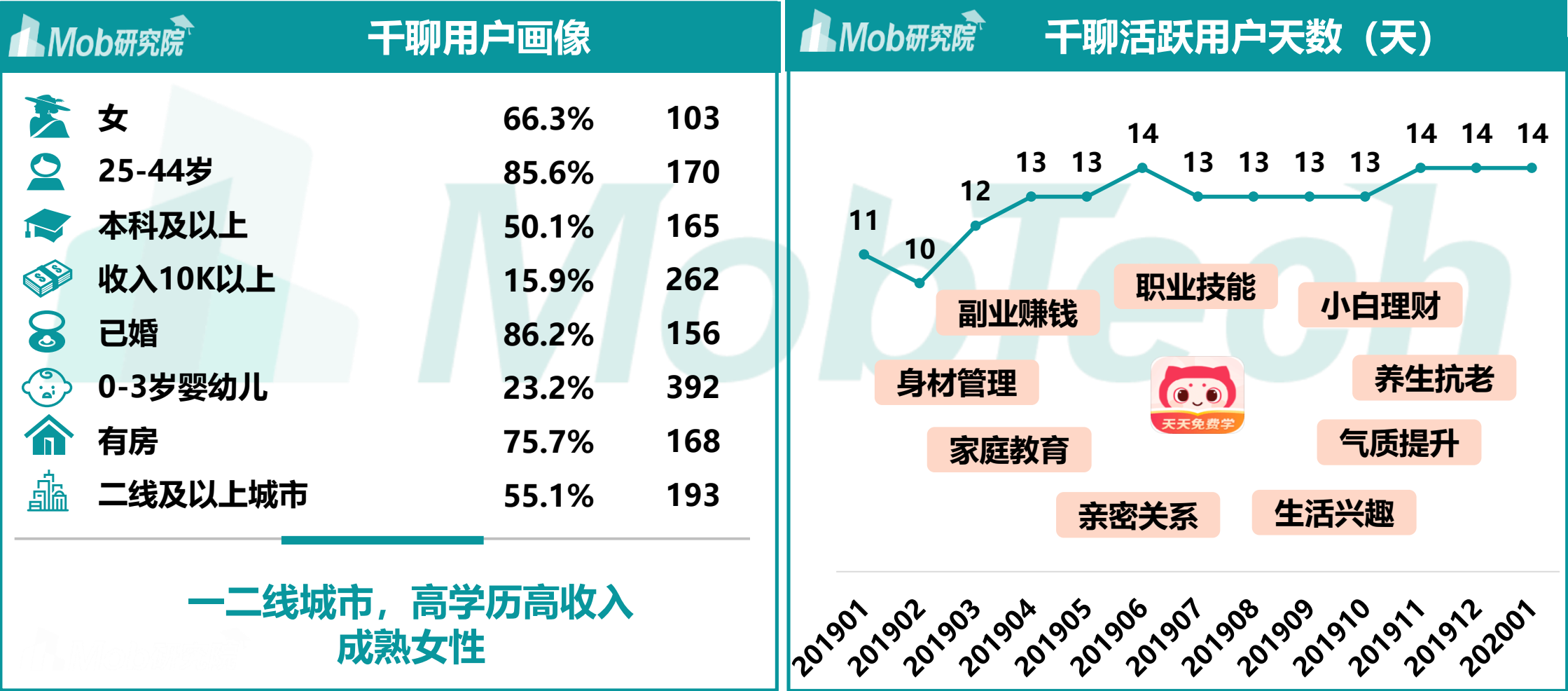
她职场态度：追求自我精进，为知识付费埋单

面对激烈的职场竞争，女性注重自我成长，知识付费App女性用户规模逐月增长



女性知识付费代表企业——千聊

千聊推出千聊女子大学产品，为女性提供职场、家庭、养生等一系列知识服务



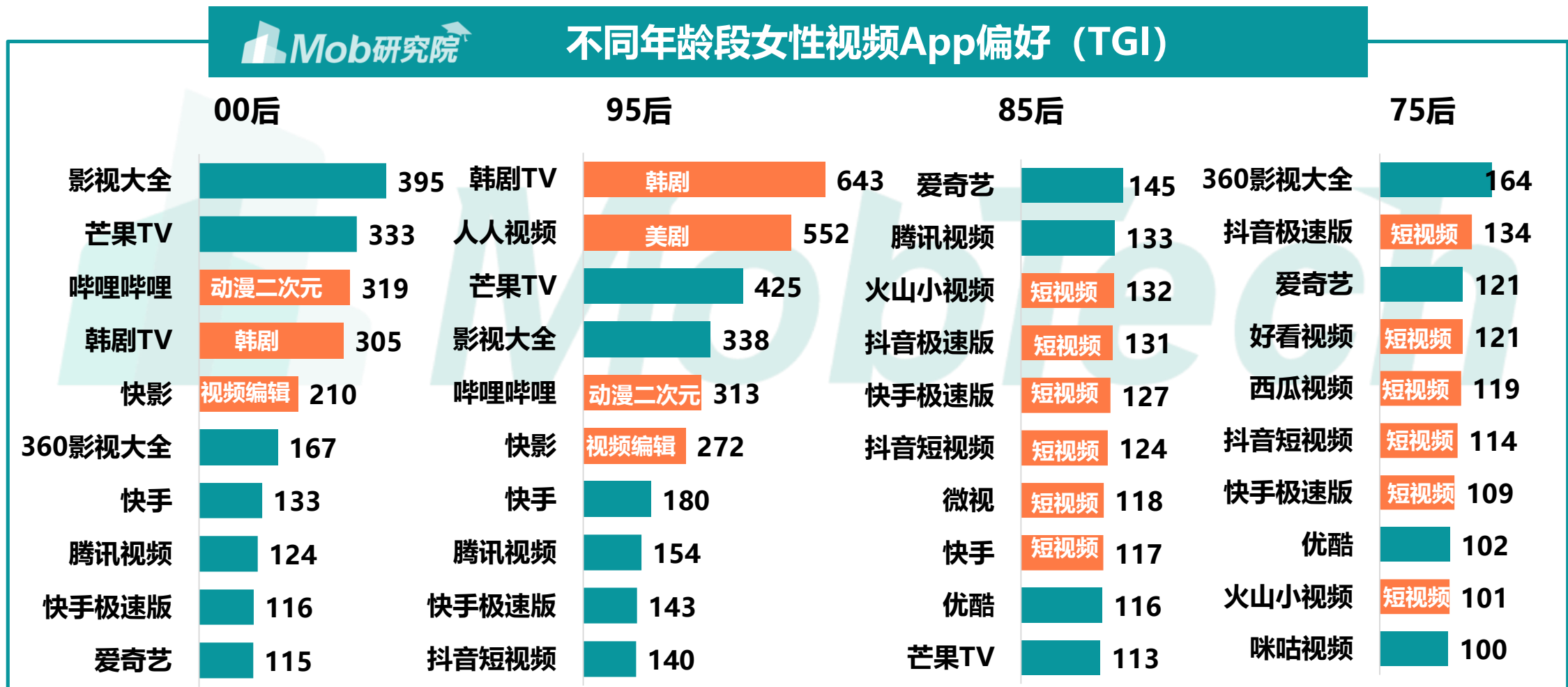


她影视 — 女粉战斗机, Pick爱豆走花路



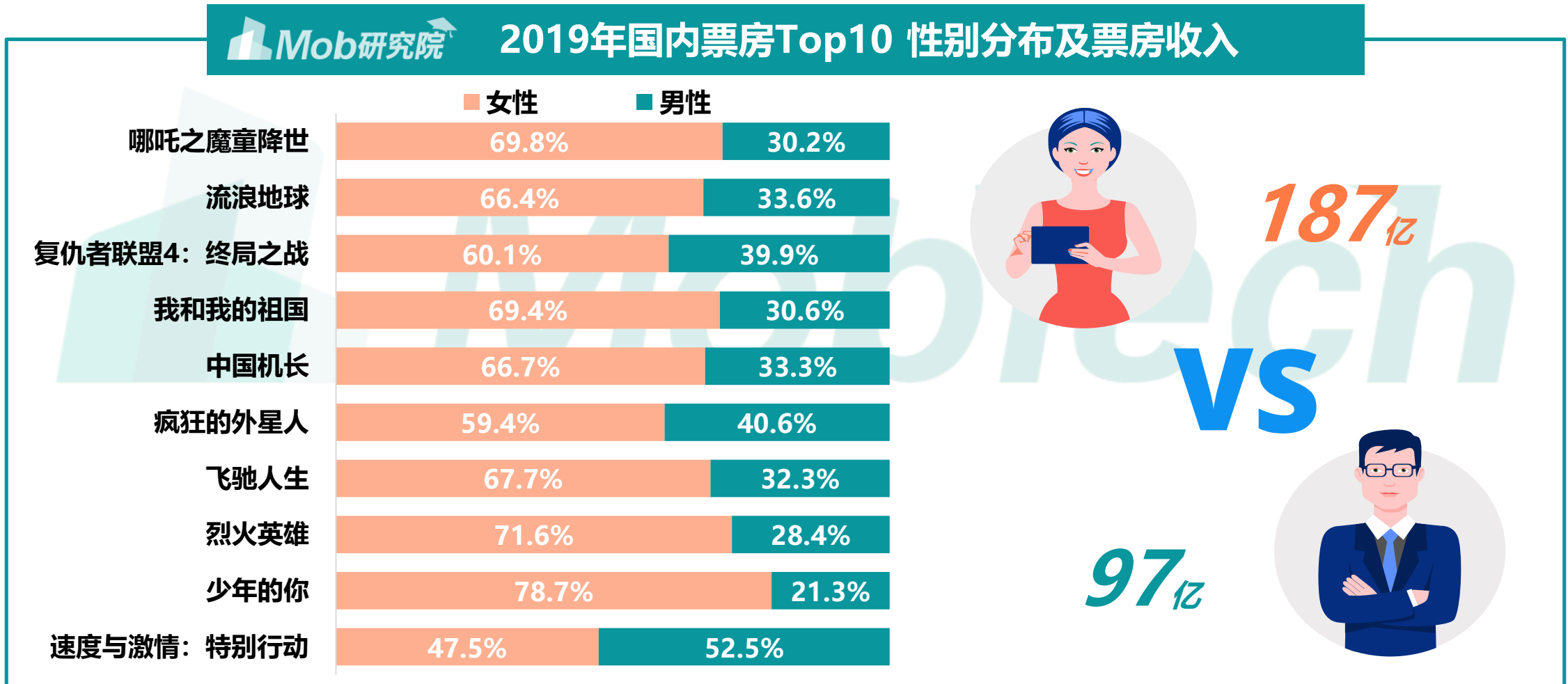
她视频：影视代沟，『00后动漫迷』 VS 『95后韩剧粉』

00后爱看二次元动漫，95后偏爱韩剧、美剧，85后和75后则独爱短视频



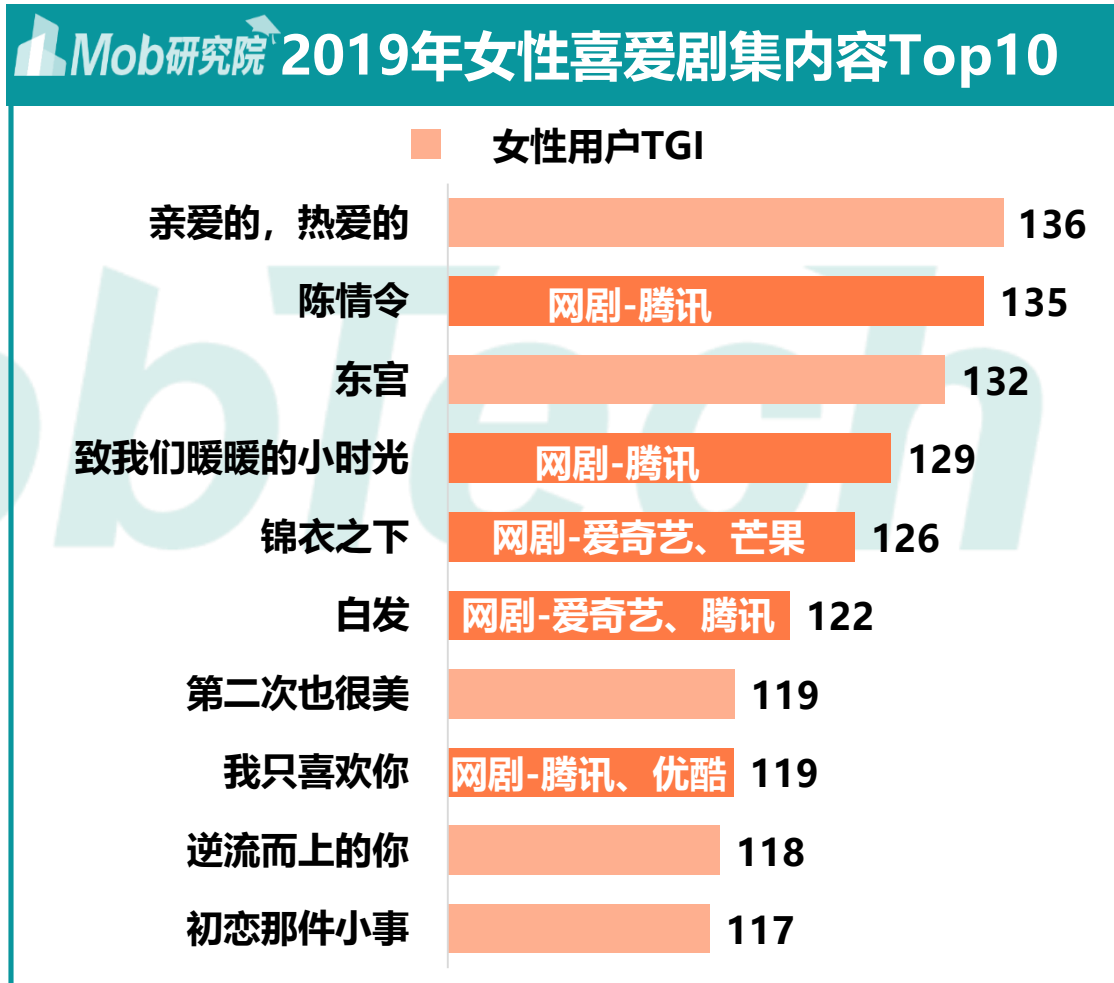
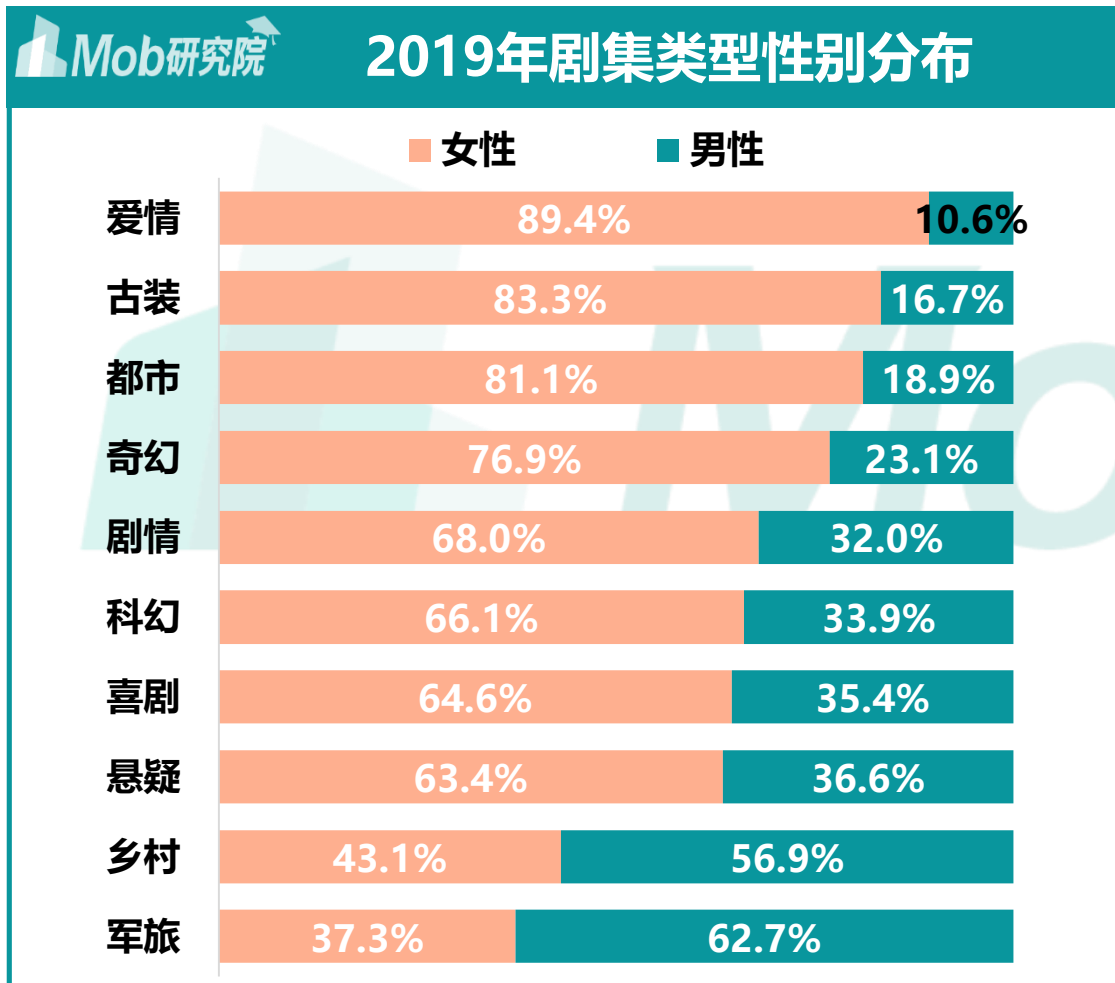
她电影：她势力崛起，女性撑起国内票房“半边天”

2019年国内Top10电影均以女性观影者为主，女性票房收入已经是男性的2倍



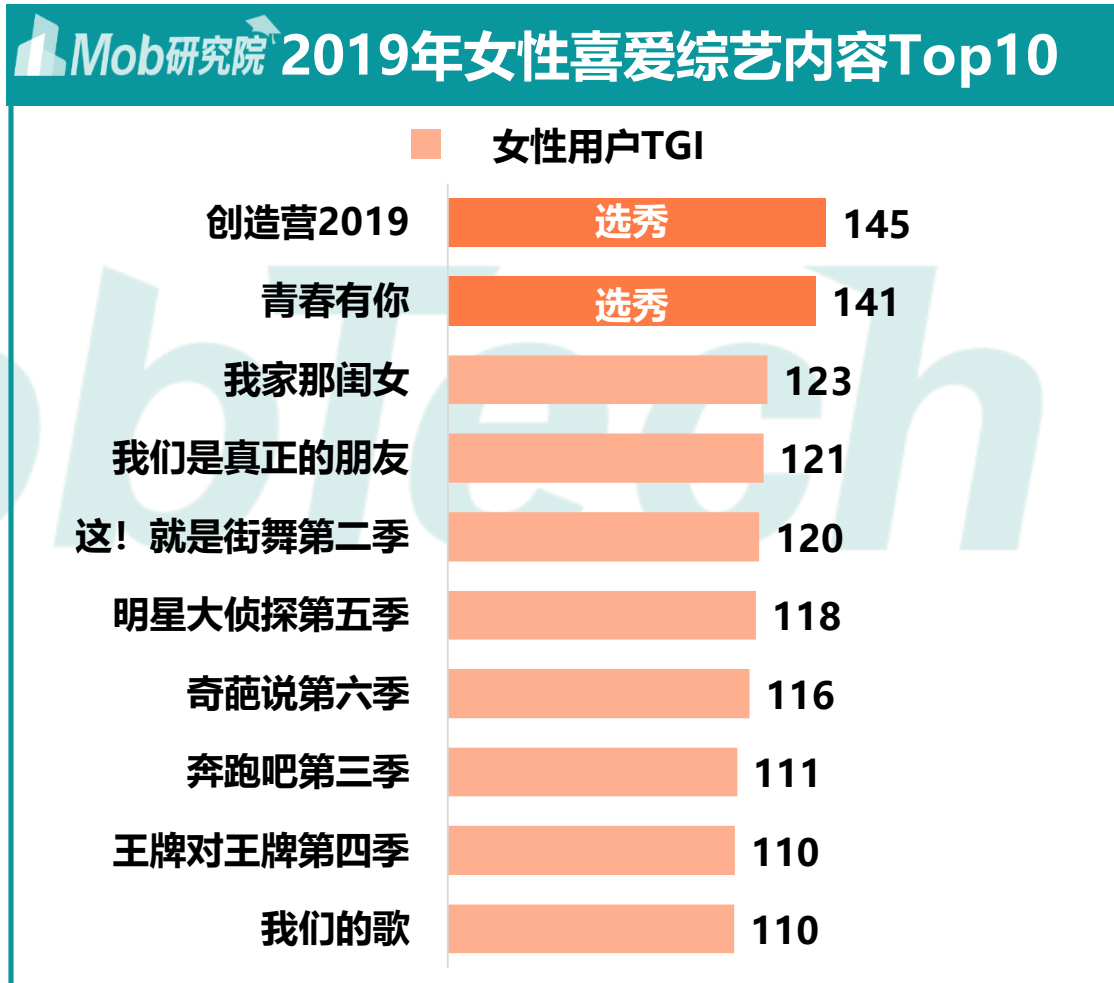
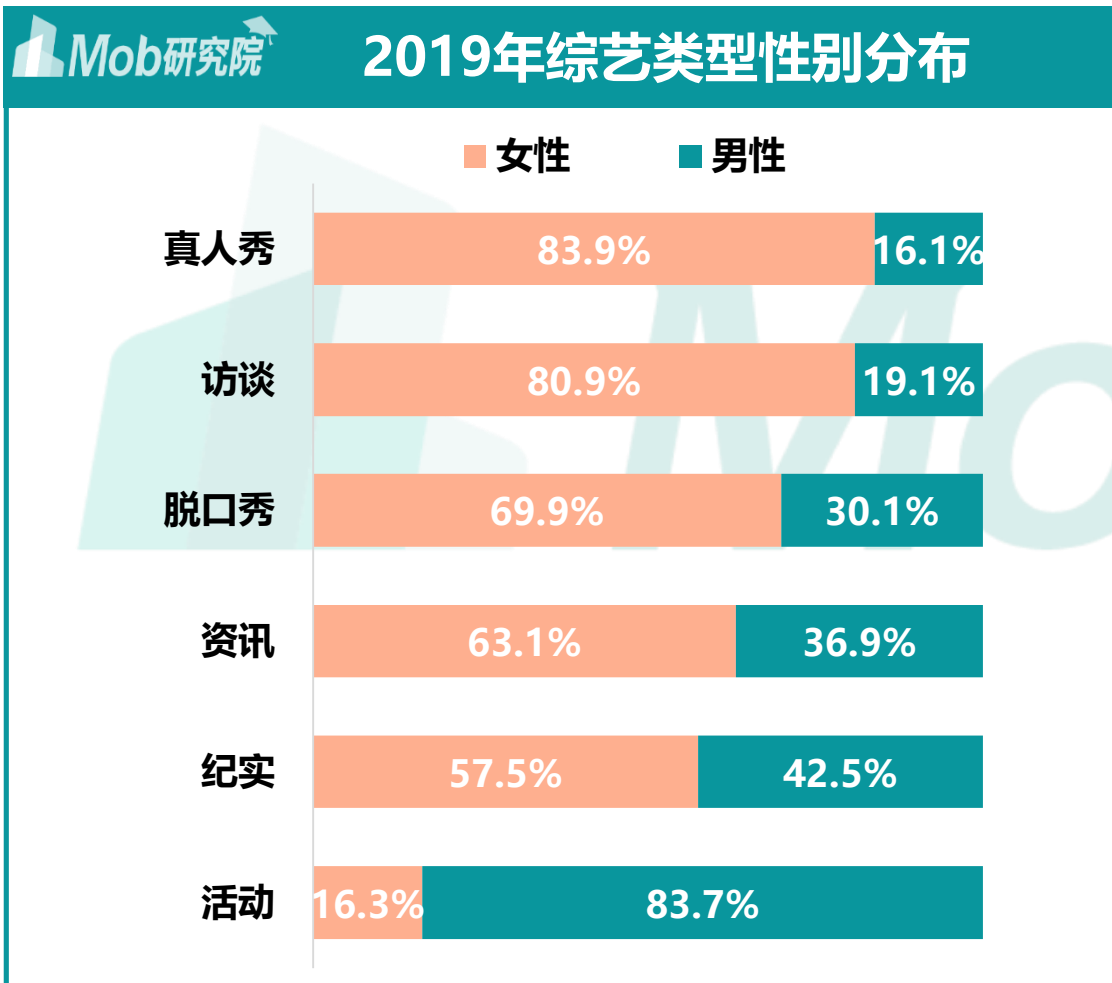
她电视：甜宠网剧高能来袭，“爱情”是女性永恒观剧偏好

爱情、古装、都市是女性最爱的电视剧元素，自制网剧俘获女性芳心



她综艺：造梦不止，『女粉丝 ♥ 男爱豆』逐梦牵手

女性观众最爱真人秀、男团选秀，真情实感追星、Pick爱豆走花路



她明星：应援打榜控评，追星女孩助力肖战和杨紫出圈

肖战和杨紫荣登女性最爱男女艺人榜首，肖战粉丝事件后排名或受影响

Mob研究院 2019年女性最喜爱的男艺人Top5



Top1 肖战



Top2
易烊千玺



Top3
朱一龙



Top4
胡歌

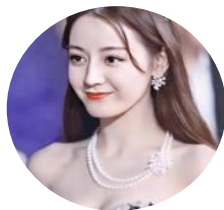


Top5
王源

Mob研究院 2019年女性最喜爱的女艺人Top5



Top1 杨紫



Top2
迪丽热巴



Top3
杨幂



Top4
李沁



Top5
刘亦菲

1.数据来源

Mob研究院报告数据基于市场公开信息，MobTech自有监测数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：2019.01-2020.02

具体数据指标请参考各页标注

3.版权声明

本报告为Mob研究院制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。



全球领先的第三方全景数据服务平台

研究报告合作

赵先生

zhaozhch@yoozoo.com



关注我们