



# 2019 “她经济” 研究报告

最懂“她”的大数据

# 2019 “她经济” 研究报告——核心观点



“她购物”

从“人与货”到“人与人”，女性电商平台实现场景化运营迭代。典型女性电商平台的用户活跃天数在8-13天之间。

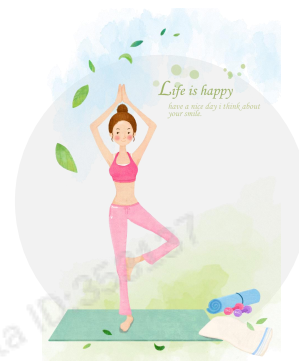
- 从跨境电商到社交电商，小红书加速探索商业化渠道。
- 理性消费正在回归，唯品会坚守「特卖」商业模式



“她游戏”

女性游戏市场规模将达到568.4亿元，女性用户更容易“为爱付费”

- 哔哩哔哩、叠纸网络、乐逗游戏布局女性游戏市场
- 女性特征明显的益智消除游戏，主打三四线城市下沉市场



“她健康”

2019年起，整个市场存在较大的存量竞争

- 美柚领跑，行业愈发呈现“马太效应”
- 工薪阶层的轻熟女性更加关注经期孕期类App
- 增加用户生命周期，提升平台粘性与商业价值



“她宝宝”

母婴电商市场规模2018年预估达到7670亿，未来一站式母婴平台将成为主流趋势

- 贝贝以电商为切入点，打造全方位母婴生态
- 宝宝树作为母婴平台上市第一股，实现广告与电商业务双轮驱动

# 目录

---

- 1 | “她经济” —— 女性市场总览
- 2 | “她购物” —— 女性电商市场
- 3 | “她游戏” —— 女性游戏市场
- 4 | “她健康” —— 女性健康管理市场
- 5 | “她宝宝” —— 母婴电商市场

# “她经济”——女性市场总览

- 女性自我意识觉醒，高等教育接受度国际排名第一
- 围绕着女性理财、消费而形成了特有的经济圈和经济现象
- 中国网民性别结构逐渐均衡化
- 中国女性消费市场体量庞大
- 女性下沉市场用户更偏好母婴和购物类平台
- 高收入女性对女性向手游偏好度更高



# 女性自我意识觉醒，高等教育接受度国际排名第一

中国女性越来越渴望创造个人价值，但在出生率、就业及收入方面仍有提升空间

## 中国女性地位整体表现及国际排名



女性出生率与国际平均水平  
仍有较大差距

女性/男性出生率的比值 **0.87**

国际排名 **149**



劳动参与率

女性参加工作的比例 **69%**

男性参加工作的比例 **83%**

国际排名 **64**



女性高等教育接受度更高

接受高等教育的女性比例 **56%**

国际排名 **第一**



年收入

女性年收入约 **12789\$**

男性年收入约 **20586\$**

国际排名 **73**



随着女性经济和社会地位提高，围绕着女性理财、消费而形成了特有的经济圈和经济现象

2007

**她经济**是教育部公布的171个汉语新词之一。女性经济独立与自主、旺盛的消费需求与消费能力意味着一个**新的经济增长点正在形成**。

2010

**淘宝商城**（现更名为天猫）双十一单日销售额达到9.37亿元，**女性消费者贡献超过半壁江山**。

2011

**蘑菇街**正式上线，定位于**年轻女性**，采用UGC的内容分享和瀑布流的图片呈现模式，为用户营造“逛”的购物场景。

2012

**“大姨妈”**上线，建立以**女性消费者**为主的“工具+社区+电商”的**移动端生态模式**。

2013

**聚美优品**全年销售额突破60亿元。面向**轻熟女性的新媒体社区**“她生活”上线。

2014

各大电商齐发力。京东、淘宝积极展开**专属女性的营销活动**；大姨妈和美柚获得C轮融资；蘑菇街、美丽说转型为**女性时尚电商平台**。

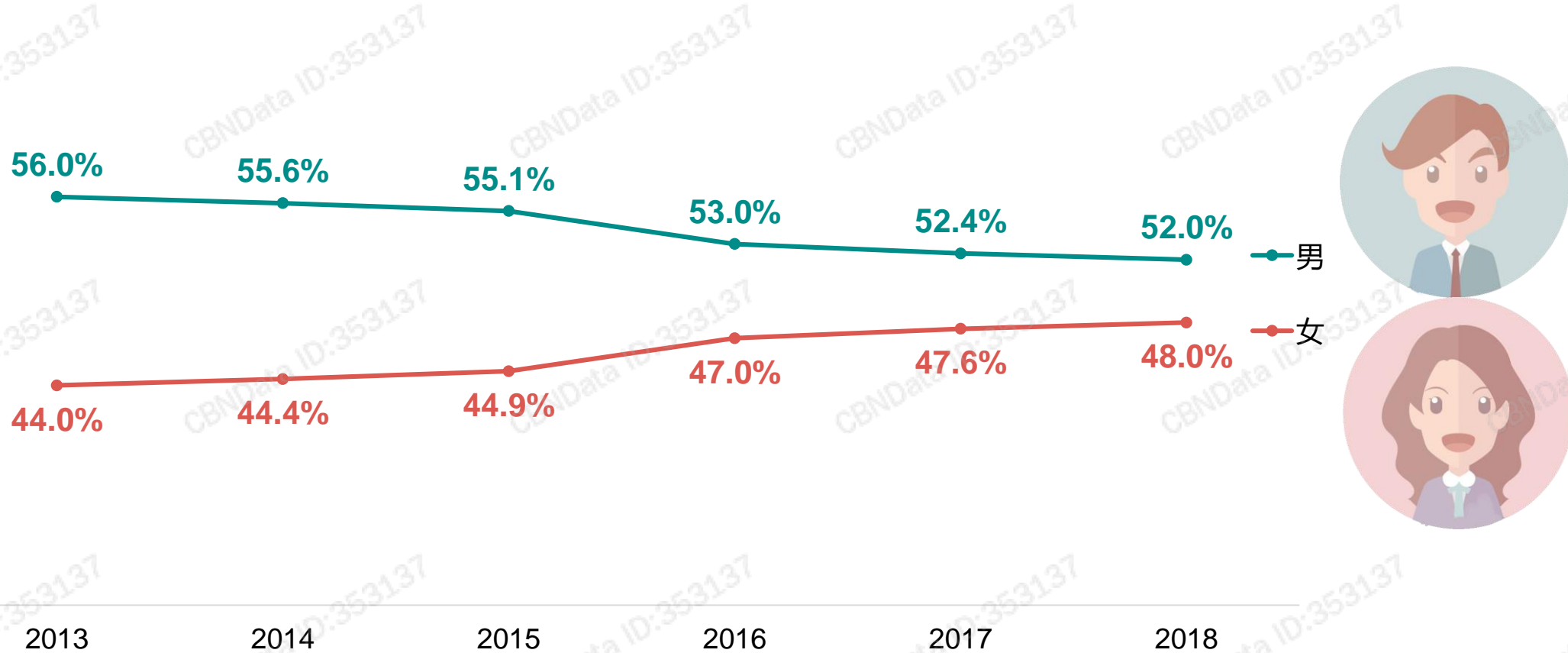
2018

电商巨头纷纷对**女性消费市场**进行**精细化打造**。天猫给与女装、化妆品等满减优惠；京东推出“女神专属”专栏产品；苏宁易购则打造“Office Lady”女性人设会场。

# 互联网持续向女性群体渗透

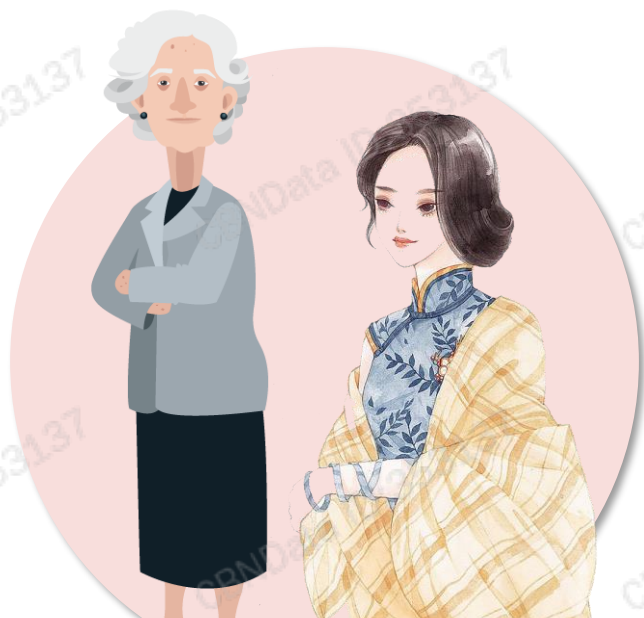
中国网民性别结构逐渐均衡化，女性用户增长将激发互联网市场规模高涨

### 中国网民性别结构变化趋势



# “她经济”浪潮席卷而来

中国女性消费市场体量庞大，涵盖母婴、女性健康、美容、生鲜等全方位范畴



接近雷同 雷同 雷同

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_17131](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17131)

