

从静安女子图鉴 到青年消费趋势研究

dt财经 NEXT情报局 李宇琳

目录

1. 消费数据里的“静安女子图鉴”

■ 第一部：身份、欲望与残酷时光

透过静安区女性消费者线上消费数据，描绘不同年龄段静安女性消费品类和品牌的偏好变迁，并借此讲述了在繁华身处奋斗的女性真实的成长故事。

■ 第二部：她们的失去与拥有

透过静安区年轻消费者（18-35岁）中与女性相关的消费偏好和趋势数据，看消费升级背景下不同身份女性当下的新生活方式。

2. 静安青年消费升级观察

- 静安青年画像解读
- 消费偏好研究
- 消费升级趋势发现



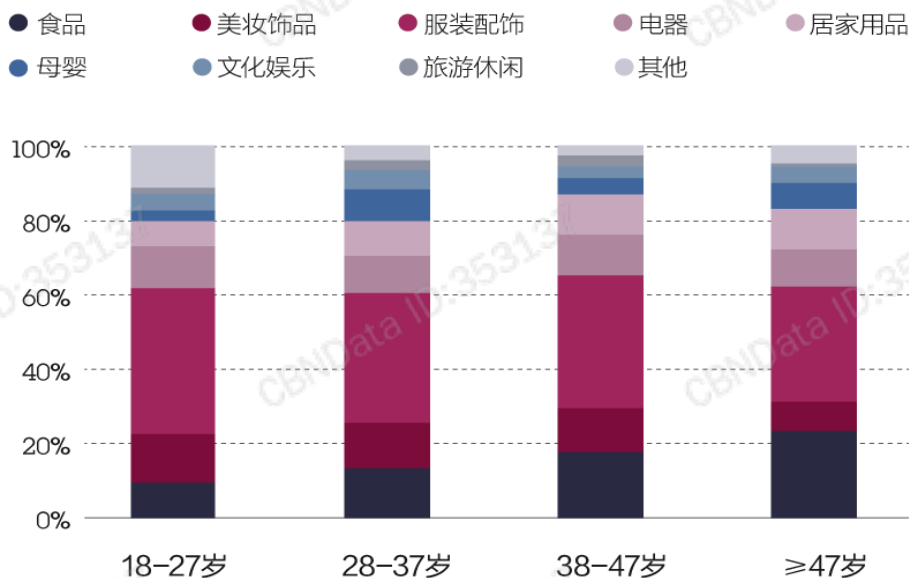
第一部：身份、欲望与残酷时光

透过静安区不同年龄段静安女性消费品类和品牌的偏好变迁，讲述在繁华身处奋斗的女性真实的成长故事。

品类偏好的变迁

对比各年龄段静安女性的消费结构会发现，20、30、40岁.....随着年纪的增长，静安女子消费结构中食品和居家用品的金额占比逐渐提升，而相反，用来提靓自己的美妆饰品和服装的金额占比则逐渐下降。

静安区各年龄段女性消费结构差异



静安区各年龄段女性消费偏好品类



*偏好度=各年龄段某品类消费金额占比/静安区某品类消费金额占比, 偏好度高=偏好度>1

注：《静安女子图鉴：身份、欲望与残酷时光》中涉及的数据均来源于阿里数据，数据统计时间为2017年1月5日-11日。报告中涉及的静安区均指合并闸北后的新静安。

品牌选择：身份的追逐

静安女子们所追求的品牌，不外乎是这些LOGO所象征的阶级和生活方式，这也是她们梦想的重要组成部分。

用接地气的韩系护肤品配上FOREO洗脸仪精致洗脸，背着香奈儿，混搭上AIR JORDAN出门，这就是20岁静安女子。她们年轻、充满活力，随时准备带着尼康和GoPro去国外度假。

而当年轻的资本不再，30岁静安女子梳妆台上的护肤品牌悄悄变成了主打抗老化的POLA，同时象印、戴森之类的家居家电品牌成为了她们追求品质生活的重要标签。

40岁以后的静安女子，在追求品质和舒适的路上继续走远。

她们偏爱会与JIMMY CHOO有合作的高端淘品牌小虫和轻奢羽绒服品牌MONCLER，而凤爵卡猎这种年轻姑娘闻所未闻的貂皮外套品牌，出现在她们的视野里。

静安区各年龄段女性消费偏好品牌



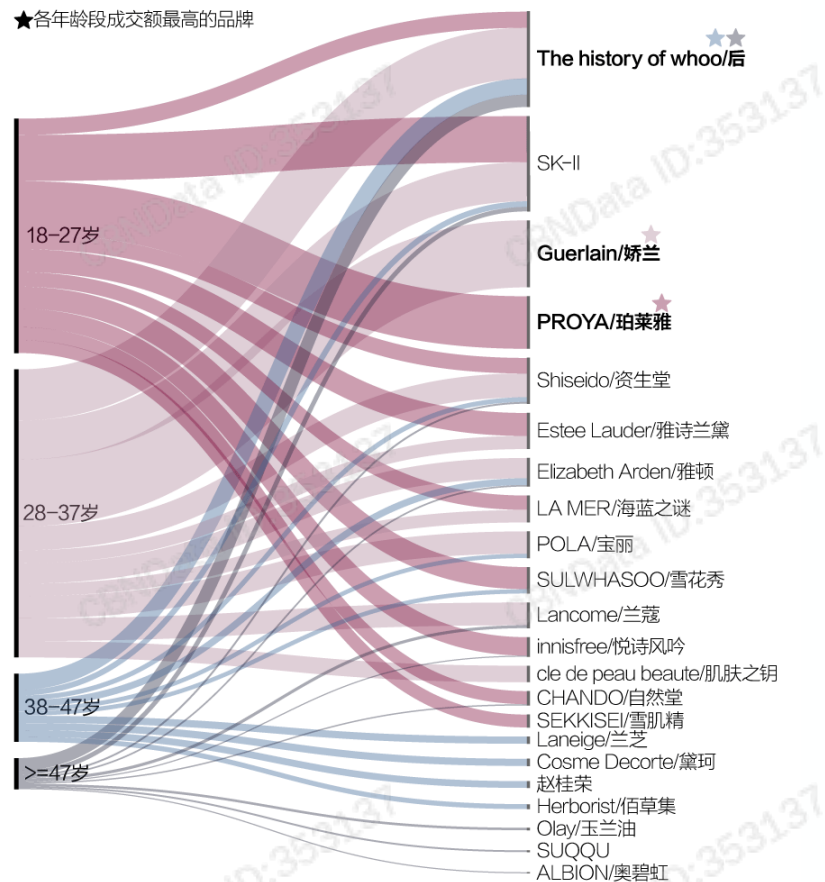
*偏好度=各年龄段某品牌消费金额占比/静安区某品牌消费金额占比，偏好度高=偏好度>1

• 品类 X 品牌：欲望与前行

从Louis Vuitton入门，到开始追逐Chanel和PRADA，不同年龄段的静安女子热爱的箱包品牌各异。

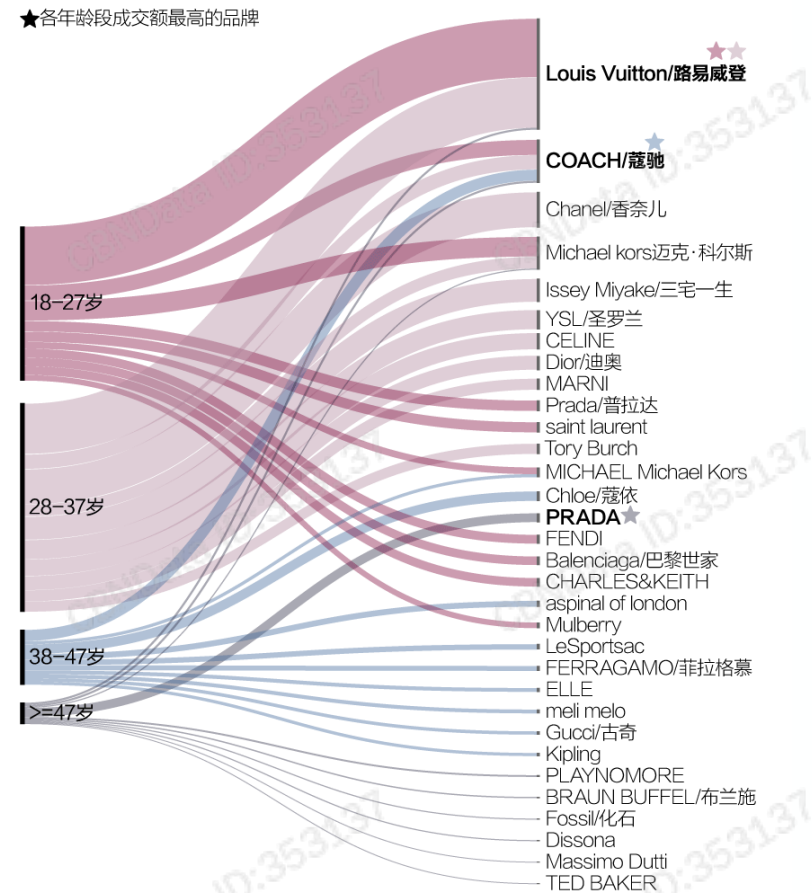
除了品牌的升级，从口红、香水到箱包，20、30、40岁以上静安女子的进阶，也表现在了消费同一品牌旗下不同类型的产品进阶上。

静安区各年龄段女性热爱的护肤品品牌



注：品牌选自各年龄段成交额前10；线条粗细代表该品牌成交额大小

静安区各年龄段女性热爱的包包品牌



注：品牌选自各年龄段成交额前10；线条粗细代表该品牌成交额大小

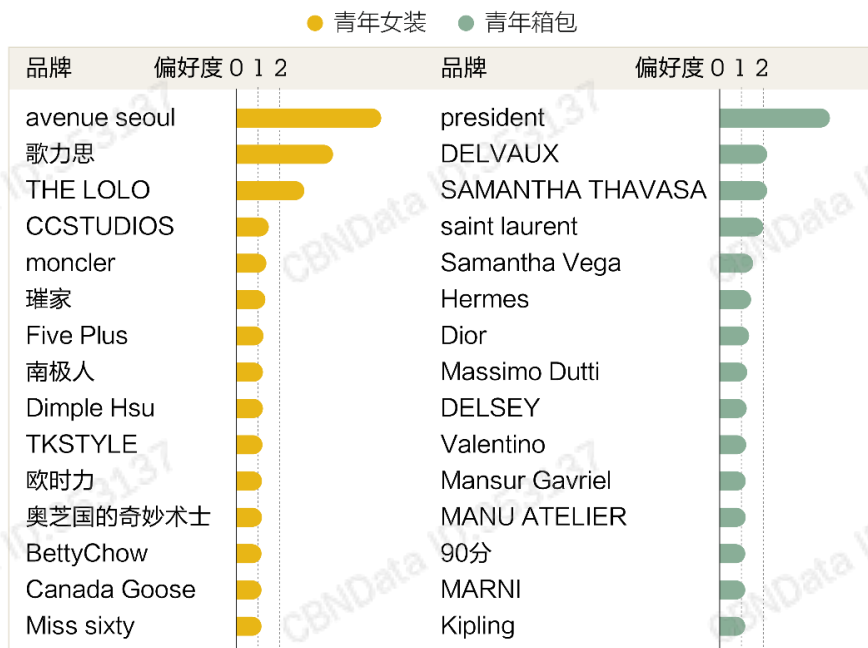
第二部：她们的失去与拥有

透过静安区年轻消费者中与女性相关的消费偏好和趋势数据，看消费升级背景下不同身份女性当下的新生活方式。



品牌偏好度：

静安青年偏好女装、箱包品牌前二十



除了正当红的MONCLER、Canada Goose，静安女子还偏爱轻奢女装品牌Miss Sixty和ZARA的高端线Massimo Dutti。而商务之外，她们也会偏爱具有强设计感的MO&CO和江南布衣。

在箱包品牌偏好榜中，Instagram博主带火的比利时箱包品牌DELVAUX、土耳其的MANU ATELIER和美国2012年才成立的Mansur Gavriel等小众品牌也正在成为静安女子的新宠。



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_17222

