唯品会 品牌特卖 | iResearch 艾瑞咨询

中国中产女性消费报告

唯品会&艾瑞咨询联合发布

2019年

海量行研报告免费读

报告说明

基于唯品会大数据和艾瑞iClick网民调研数据
研究中产女性的人群特征、消费行为及消费趋势

人群定义

中产女性

艾瑞iClick网民调研	**未婚**（一线城市个人平均年收入18万及以上，新一线城市及二线城市个人平均年收入15万及以上，三线及以下城市个人平均年收入8万及以上；且在所在城市有自住房）
	已婚（一线城市家庭平均年收入35万及以上，新一线城市及二线城市家庭平均年收入25万及以上，三线及以下城市家庭平均年收入15万及以上；且在所在城市有自住房）
唯品会大数据	**根据用户会员等级划分，白金卡会员以上为中产**

中国城市分级

一线城市	北京市、上海市、广州市、深圳市
新一线及二线城市	成都市、杭州市、重庆市、武汉市、苏州市、西安市、天津市、南京市、郑州市、长沙市、沈阳市、青岛市、宁波市、东莞市、无锡市、昆明市、大连市、厦门市、合肥市、佛山市、福州市、哈尔滨市、济南市、温州市、长春市、石家庄市、常州市、泉州市、南宁市、贵阳市、南昌市、南通市、金华市、徐州市、太原市、嘉兴市、烟台市、惠州市、保定市、台州市、中山市、绍兴市、乌鲁木齐市、潍坊市、兰州市
三线及以下城市	唯品会大数据

样本 ：唯品会；艾瑞调研数据，N=1424，于2019年2月通过iClick网络调研获得。
来源 ：一线城市、新一线及二线城市级别划分来源于2018年4月第一财经·新一线城市研究所发布的城市商业魅力榜单；三线及以下城市级别划分来源于唯品会大数据。艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国中产女性消费五大趋势

iResearch 艾瑞咨询

认知：对品牌最敏感，同时也对价格最敏感。

各线城市倾向于购买海外体用品牌的人群占比差别不大，对美妆大牌的认知也差别不大。当大牌打折时，88.8%的中产女性会倾向于购买国外运动产品。

渠道：信息获取碎片化，但获取渠道固定化。

购物和品牌信息多来自自我研习、熟人推荐或更高收入人群的示范效应，所以高端品牌的价格策略最容易打中中产人群。因此，品牌特卖是中产女性接受品牌认知教育的重要渠道。

自我：女性自我意识觉醒，消费更自主更悦己。

阶层：购物从有用到有品，阶层认同诉求强烈。

商品需求个性化、人格化、情感化。家居消费升级存在蓝海。

精神：“无形消费”重投入，谈资比包包重要。

相比物质的有形消费，中产女性在教育、旅游、健身塑型等“无形消费”上的投入越来越大。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.3 iResearch Inc

体面人生：
重塑中国消费市场的
中产女性

中产人群特性及潜力

年轻进取的中产人群对中国消费市场有极大影响

中产人群是一批收入稳定、能推动内需、给整个社会带来稳定发展、积极向上的群体。从中国总体社会结构来看，随着未来经济的发展和城乡格局进一步转变，中产人群将在中国社会和经济中发挥越来越重要的作用。

中产人群特性及潜力

中产人群界定

中产人群指中等地位人群。目前中国国内普遍从职业、收入、教育程度、消费、财产和主观认同度等角度出发来定义或圈层中产人群。

中产人群特性

中产人群具有较高的经济资本、购买力较强、消费意愿较强烈、代表着国内最活跃的消费力量，对国内总需求有非常大的影响。

中产人群发展趋势

目前，国内居民收入分配格局呈现“金字塔形”，随着经济的发展和城乡格局的转变，有望实现更为合理的“橄榄型”。总体来说，国内中产人群的增长规模和速度、消费倾向呈现乐观前景。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.3 iResearch Inc

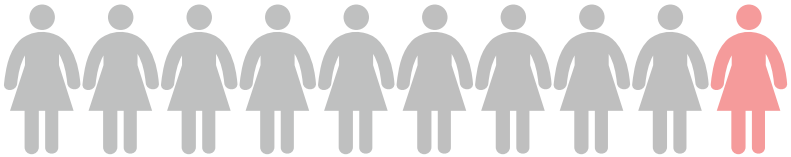
中产女性群体规模

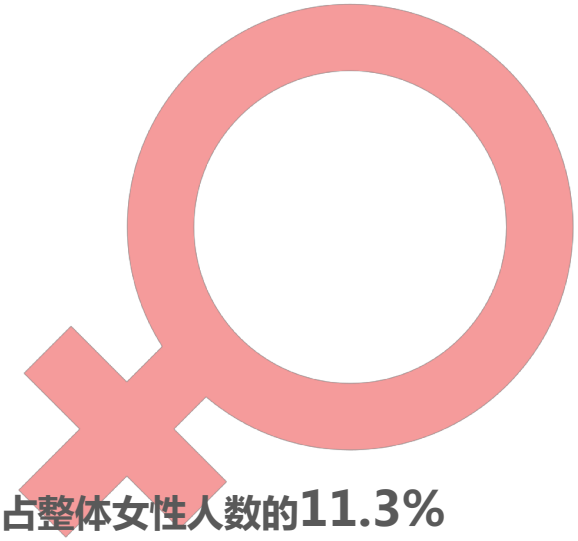
超七千万人的中产女性群体
处于较高收入水平和生活水平，引领未来消费市场

2018年中国中产女性规模

2018年中国中产女性人数

约7746万





约占整体女性人数的11.3%

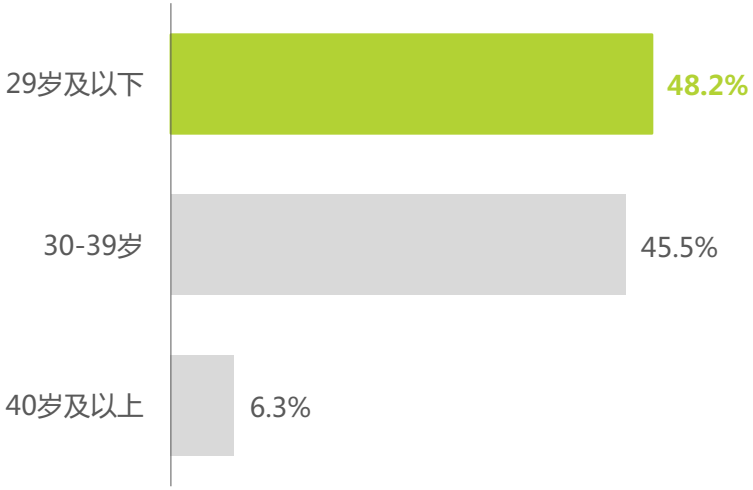
注释：基础数据来源为国家统计局及经济学人智库（EIU）《中国消费者2030年面貌前瞻》。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2019.3 iResearch Inc

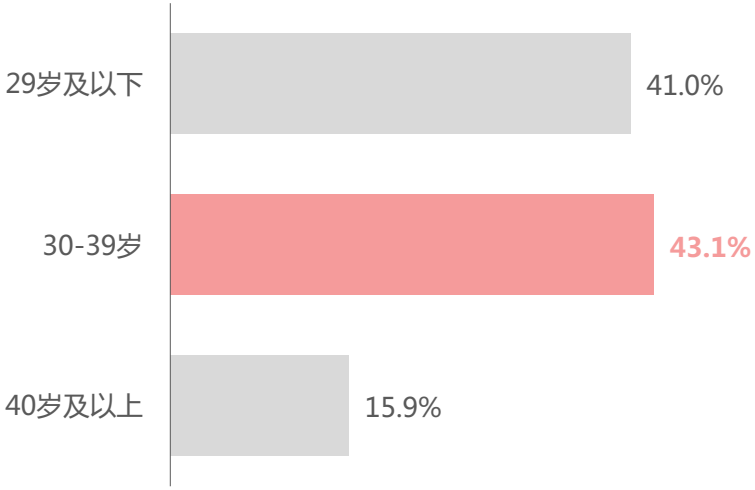
中产女性群体特征

一二线中产女性年龄分布呈倒三角形，是新锐中产的聚集地
小城中产女性则呈橄榄型，中年仍是主力群体

2018年中国一二线中产女性年龄分布



2018年中国小城中产女性年龄分布



样本：N=1424；于2019年2月通过iClick网络调研获得。其中一二线中产样本N=839；小城中产样本N=585。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

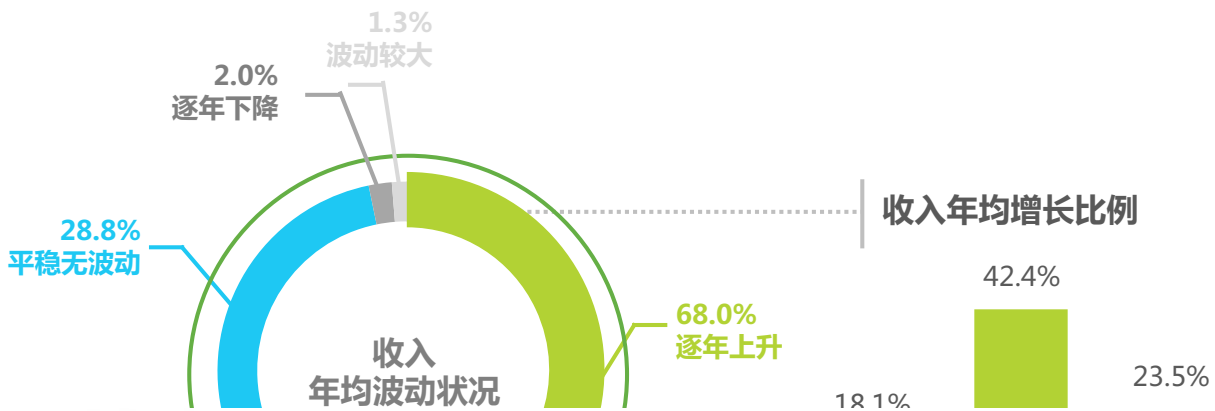
©2019.3 iResearch Inc

收入预期

跑赢大盘：四成中产女性收入年增20%左右

目前中国整体经济环境呈稳中向好态势，单就中产女性居民群体来看，收入预期逐年上升，直接驱使中产女性对更高层次消费及更高品质生活的追求。

2018年中国中产女性群体收入预期增长状况



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_21144