

# 一线城市轻熟女群体消费洞察

—3.8 女神节特辑—



WIFIPIX北京无限向溯科技有限公司





轻熟女是谁？

# 轻熟女是谁？

教育部2007年8月公布的171个汉语新词之一  
“轻熟女”一出现就获得了**年轻职场女性**的青睐，泛指**25~35岁之间**、一群新兴的**都市女性**。“轻”，指的是外貌年轻；“熟”，指的是内心成熟，装扮得体，谈吐优雅，独具品味。“轻熟女”少女未尽，少妇未满，童心未泯，轻熟女是人生灿烂魅惑的阶段。



# 样本人群分布

本文选取以北上广深为代表的一线城市轻熟女群体为样本进行分析。

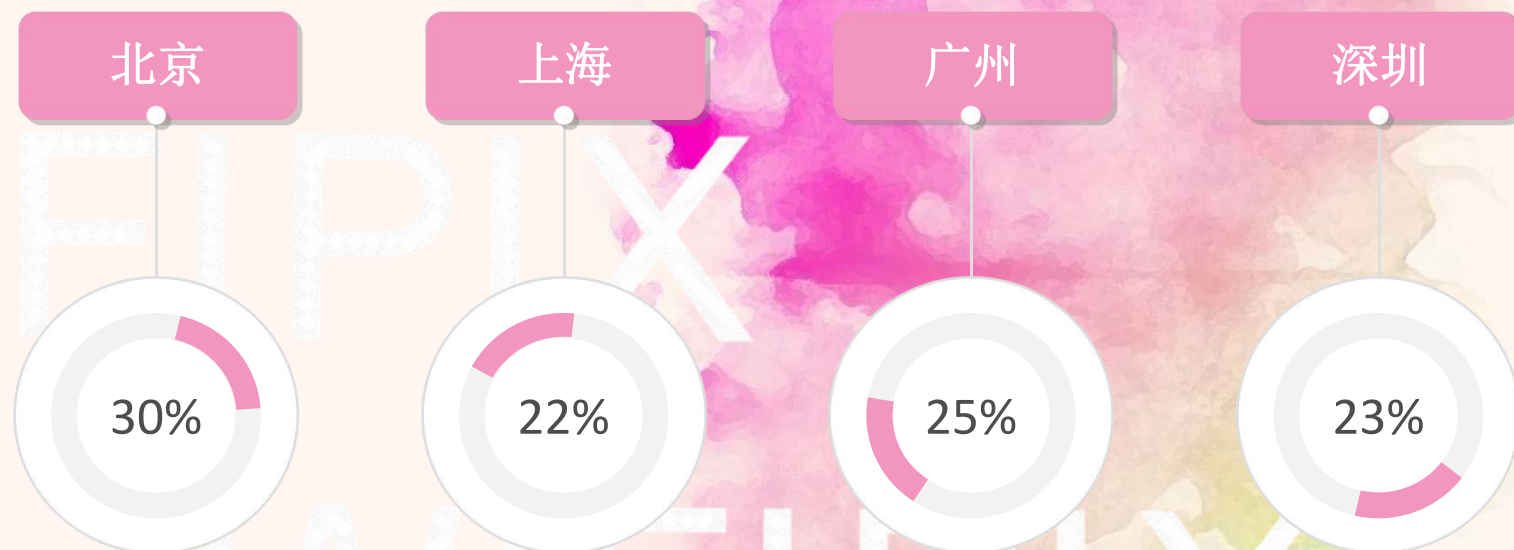
样本量：

北京：469,450

上海：344,421

广州：402,422

深圳：364,393



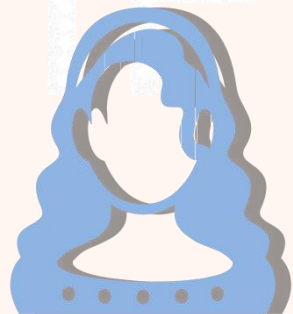
## 六成以上为已婚群体

---



未婚占比  
37.92%

已婚占比  
62.08%



在一线城市的轻熟女群体中，六成以上为已婚群体，在家庭、社会、职场中切换角色，拥有成熟的魅力、丰富的生活经验，也承担着一定压力，是独立、坚强的代名词。



# 大众成为汽车品牌偏好NO.1



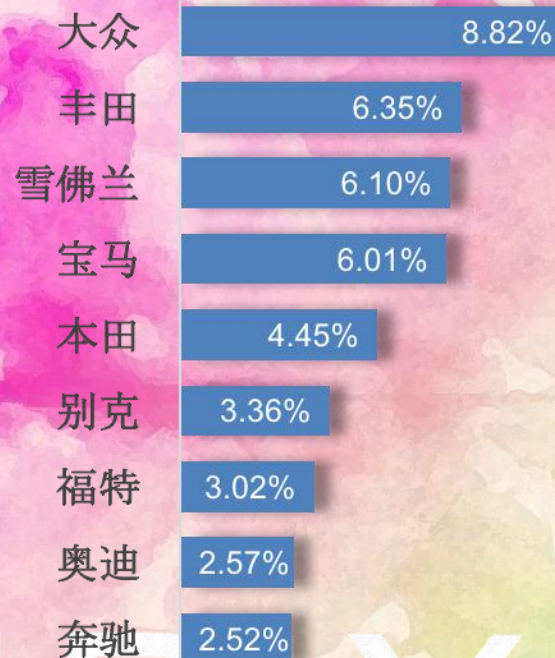
有车群体占比  
**28.72%**

数据显示，近三成轻熟女群体拥有私家车，汽车品牌方面，大众、丰田、雪佛兰、宝马等品牌受到喜爱。

无车及未知群体占比  
**71.28%**



## 汽车品牌top10

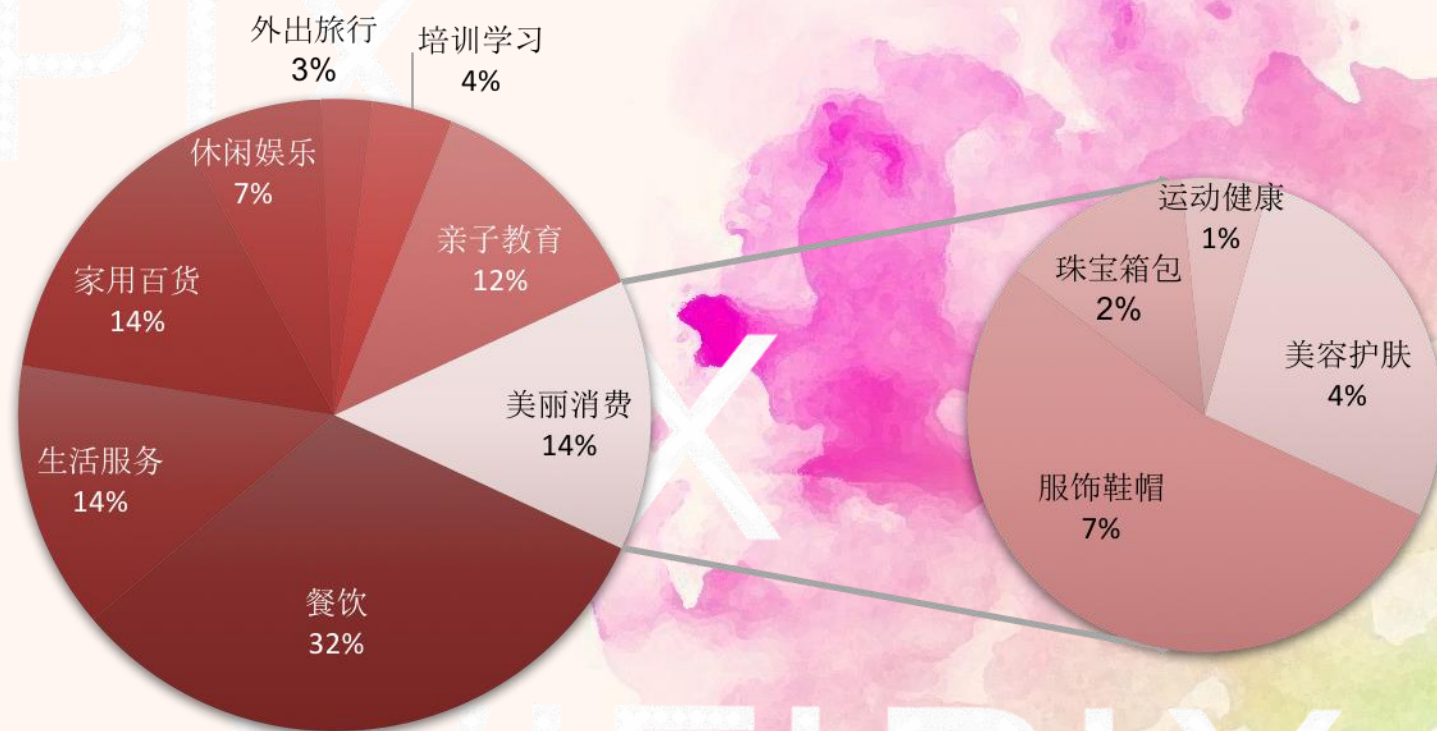




# 消费特征 洞察

## 注重外表，愿为美丽买单

轻熟女群体注重形象外表投资，提升衣品、妆容、身材已成为其必修课之一。从到访业态来看，人群在美丽消费方面占比达到14%，其中最主要的为服饰鞋帽类业态到访。



到访业态分布





# 服饰箱包品牌排行榜

## 快时尚品牌top3



## 潮流时尚品牌top3



轻奢品牌方面，MK、CK、EVISU分别排名前三；奢侈品牌方面，LV、纪梵希和普拉达则受到人群偏爱。

快时尚品牌方面，优衣库、ZARA、H&M成为大众首选，潮流时尚方面，太平鸟、ONLY和Five Plus人气较旺。

## 轻奢品牌top3



## 奢侈品牌top3



# 面向女性群体APP迅速发展

女性  
APP  
活跃  
指数



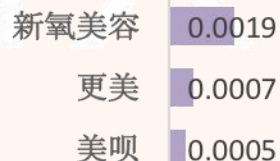
## 美颜自拍



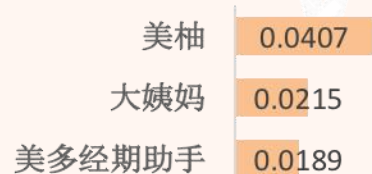
## 亲子育儿



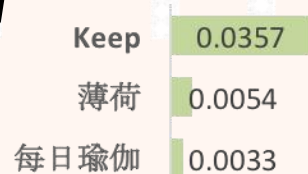
## 美容整形



## 经期管理



## 减肥健身

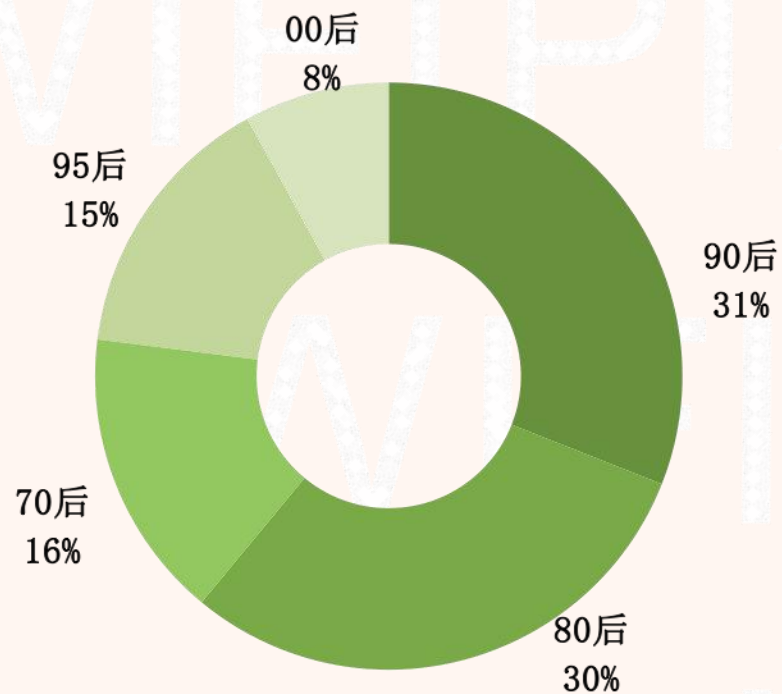


女性应用市场蕴含巨大潜力，作为女性用户的中坚力量，美颜自拍类、亲子育儿类、经期管理类、减肥瘦身类、美容整形类等女性APP受到轻熟女群体高度青睐。



## 观念开放，成为医美消费者主力军

中国医美消费者年龄分布



据医美APP“更美”发布的《2018年医美行业白皮书》显示，2018年有2200万中国人进行了医美消费，80后、90后已成为整容整形的主力军。

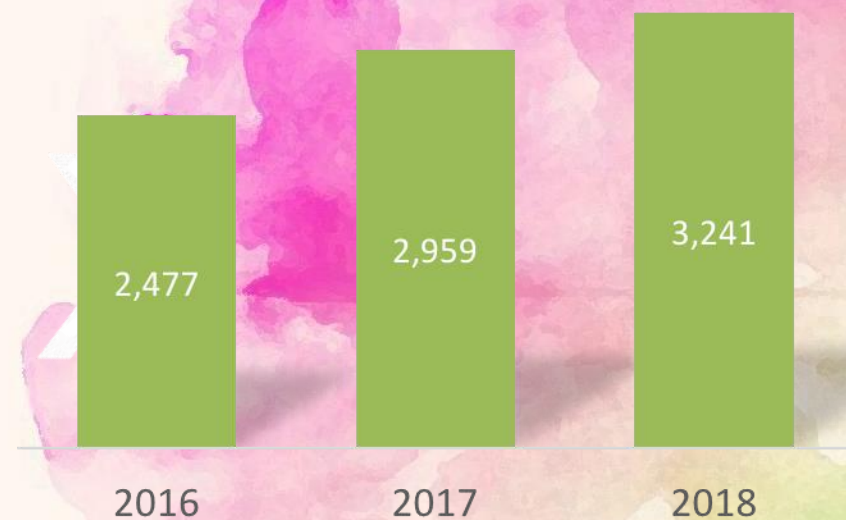


## 重视内在提升，愿为知识投资

除了修饰外表之外，提升内在修养，培养良好气质也是轻熟女群体增加个人魅力的途径。其中，阅读是满足女性精神和情感需求的最佳方式之一，从近三年线下到访频次来看，轻熟女人群到访书店情况逐年递增，2018年到访频次较上一年增长9.5%。

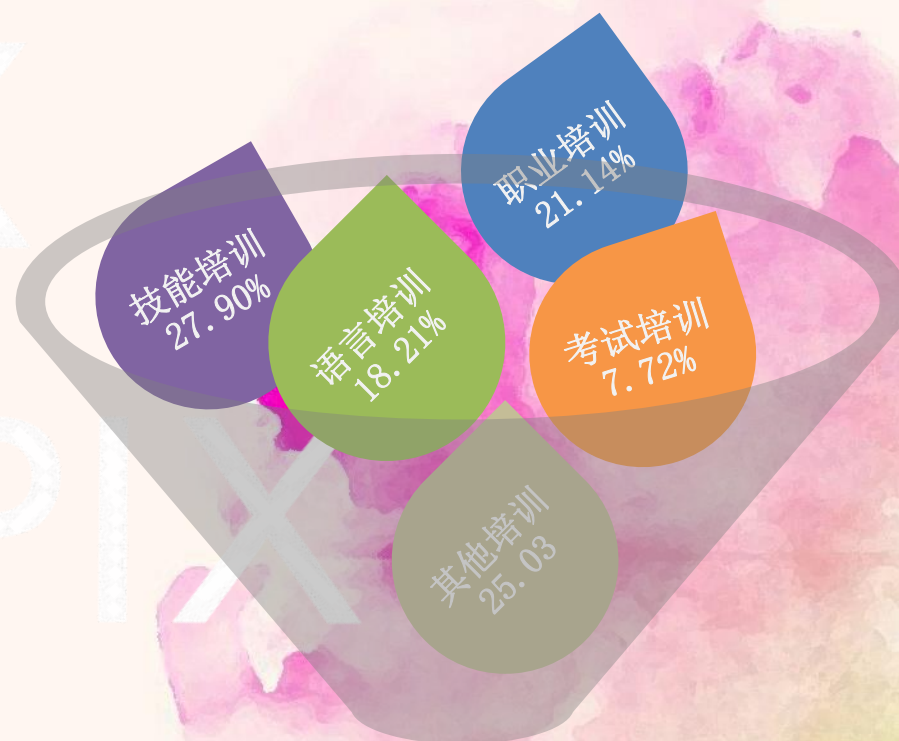


2016-2018年 书店到访频次



## 积极参与培训，主动寻求自我提升

此外，越来越多的女性主动参加各行业的技能培训，通过系统的课程，提升自己的专业知识，从线下培训机构到访来看，最受欢迎的培训场所为技能培训、职业培训和语言培训机构。



参与培训，自我提升



# 精打细算，投资理财有规划

## 理财APP活跃指数top10



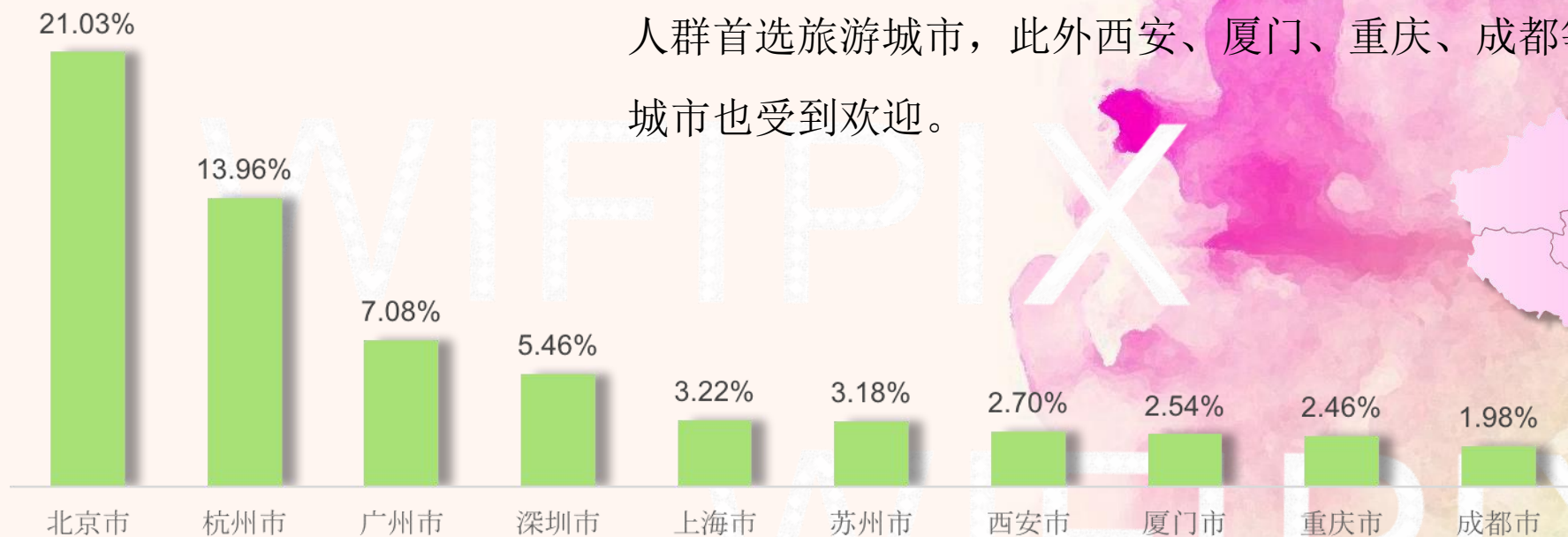
据2017年《中国女性消费调查报告》显示，中国四分之三的女性管控着家庭的资产配置和理财决策。在理财方面，轻熟女群体也有自己的选择。从理财APP活跃指数来看，股票基金APP使用最为活跃，此外轻熟女群体还偏好使用记账类APP，如随手记、挖财宝等。



## 旅游出行热衷南方城市

从2018年全部到访过的旅游景点来看，轻熟女群体多选择去南方城市景点旅游，除了北上广深，杭州成为人群首选旅游城市，此外西安、厦门、重庆、成都等城市也受到欢迎。

景点城市  
top 10



*Thank You*

