QUEST MOBILE

QuestMobile2024 “她经济”洞察报告

2024-03-05

本报告研究说明

1）**数据选取时间**：2024年1月

2）**数据来源**：

QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库

QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库

QuestMobile TRUTH BRAND 品牌数据库

QuestMobile NEW MEDIA 新媒体数据库

QuestAuto 中国新能源汽车数据库

3）**名称释义**：

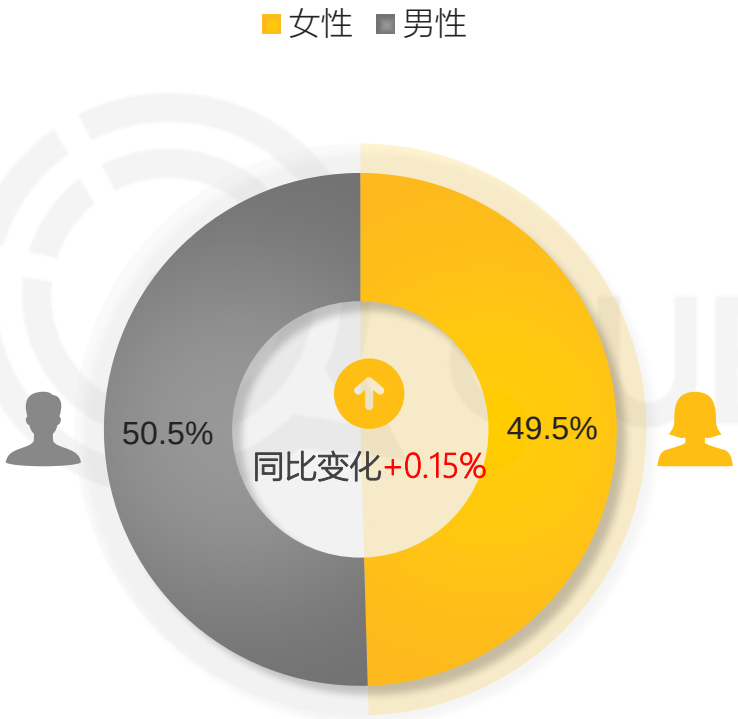
KOL：指关键意见领袖（Key Opinion Leader），本报告专指在微信公众号、微博、小红书、抖音、快手、哔哩哔哩上持续发布内容、产生影响力的个人或者机构。

01

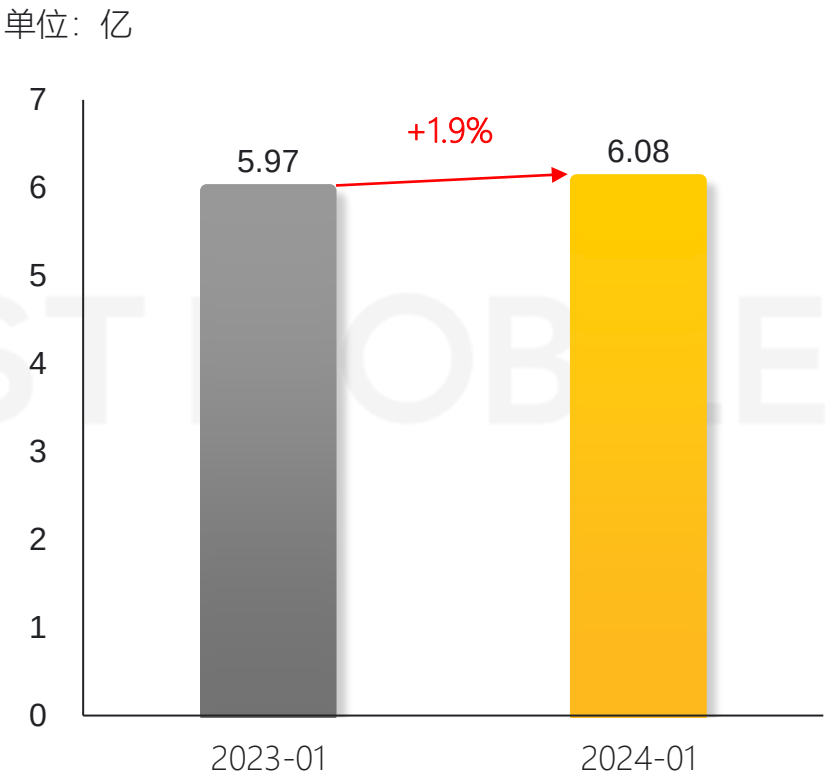
女性用户整体线上消费能力提升，同时本地生活、电影演出等线下消费需求也保持增长

女性群体在移动互联网中的比例持续升高，活跃用户数增至近6.1亿

2024年1月 全网用户性别分布



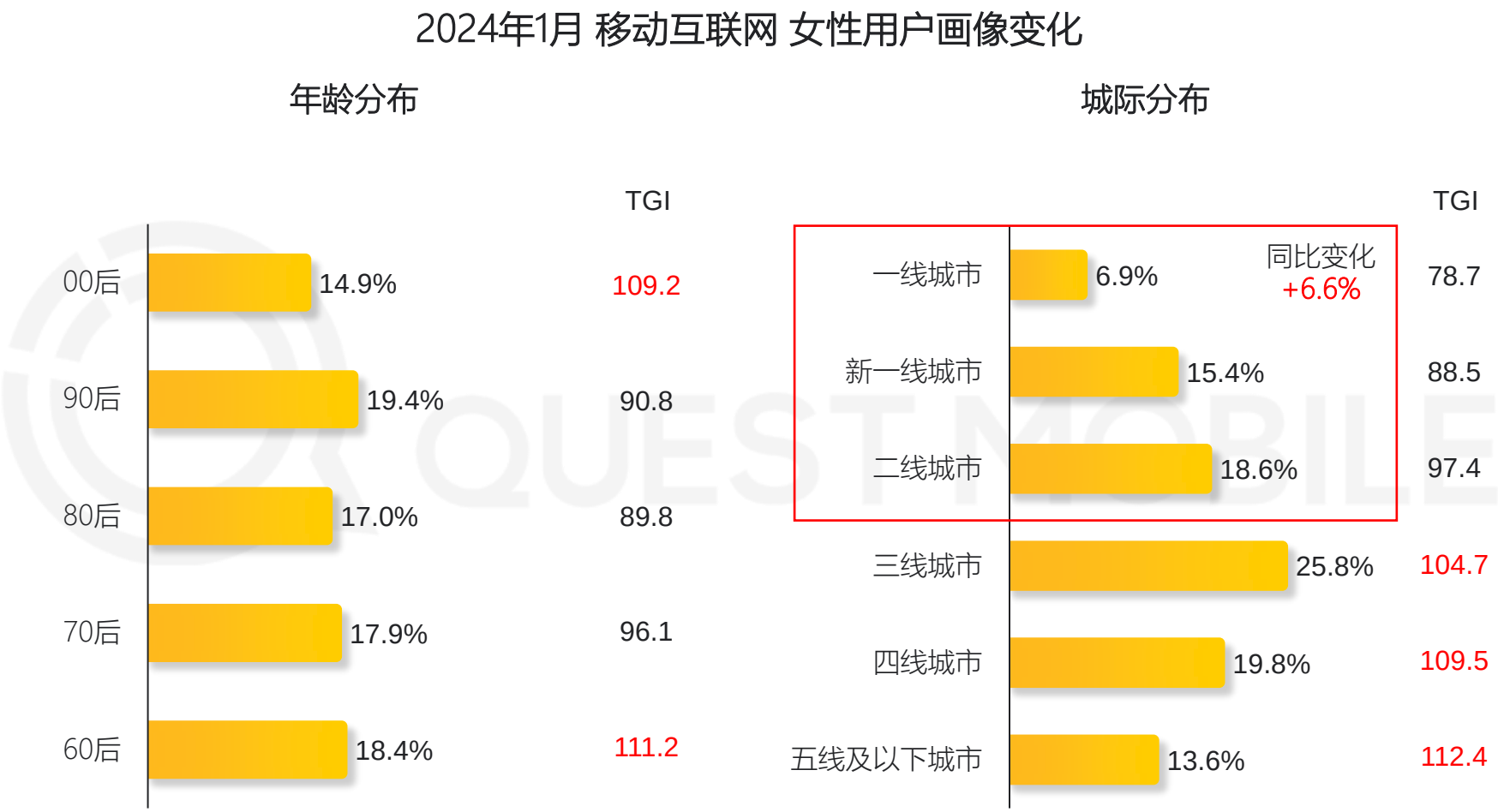
女性用户 月活跃用户规模



Source：QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2024年1月

报告免费分享+V：Rthe45

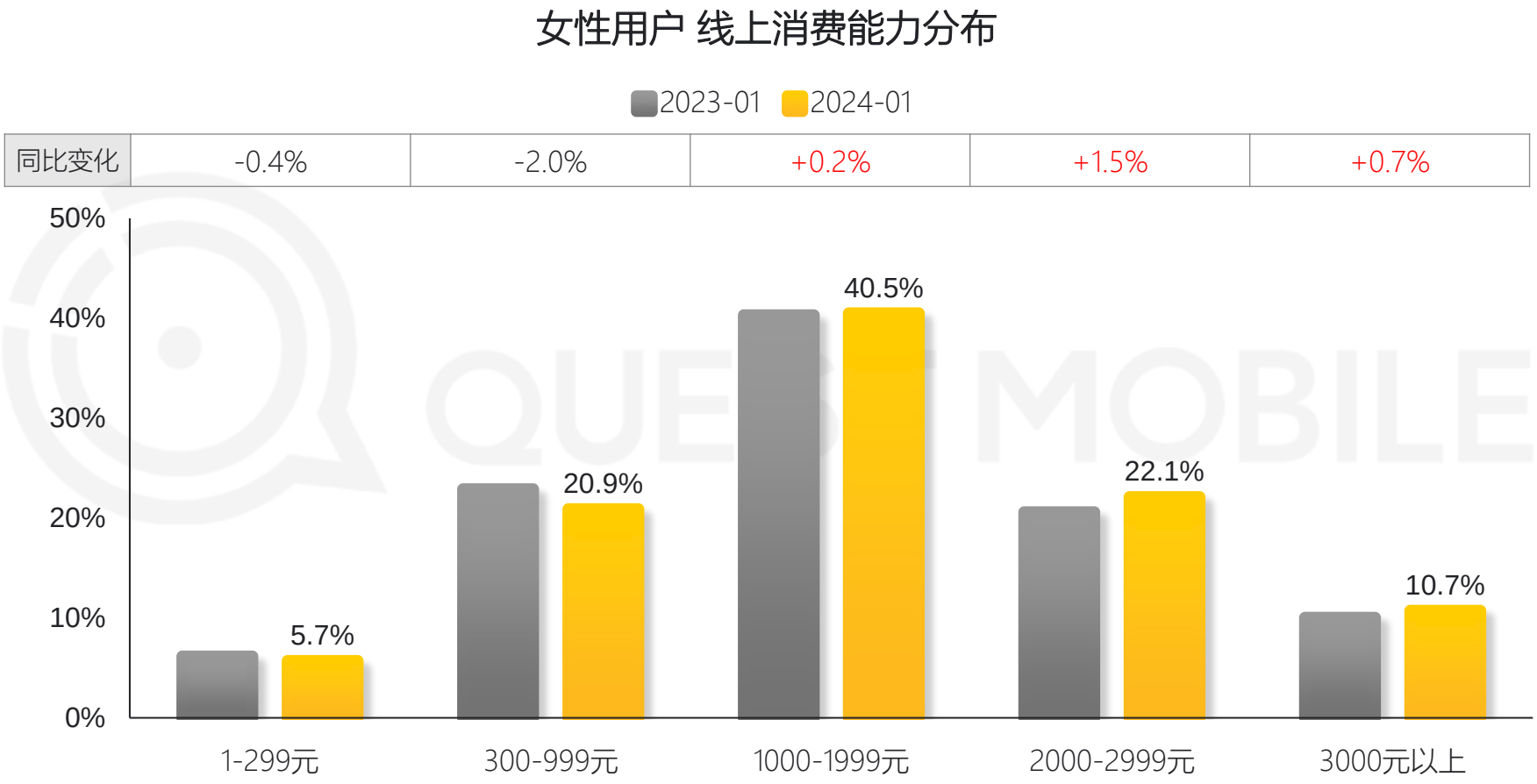
整体女性触网人群中90后成占比最高群体，在城际分布方面，三线及以下的下沉市场仍为主力，但已呈现向高线级城市转移的趋势



Source：QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2024年1月

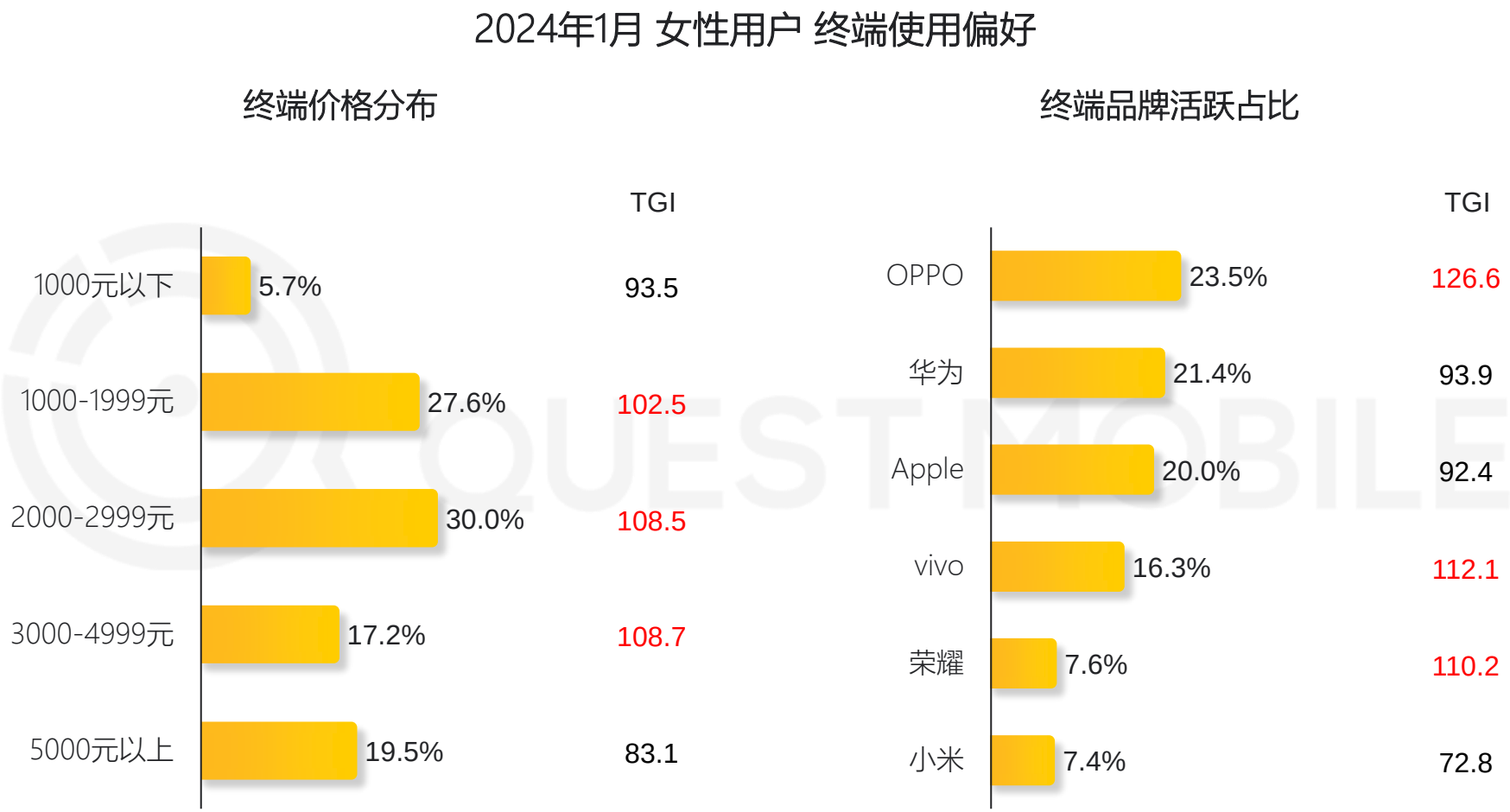
女性消费力逐年提升，2,000元以上高消费能力增长显著

QuestMobile数据显示，2024年1月，线上消费能力在2,000元以上的女性用户占比达32.8%，同比增长2.2%



Source：QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2024年1月

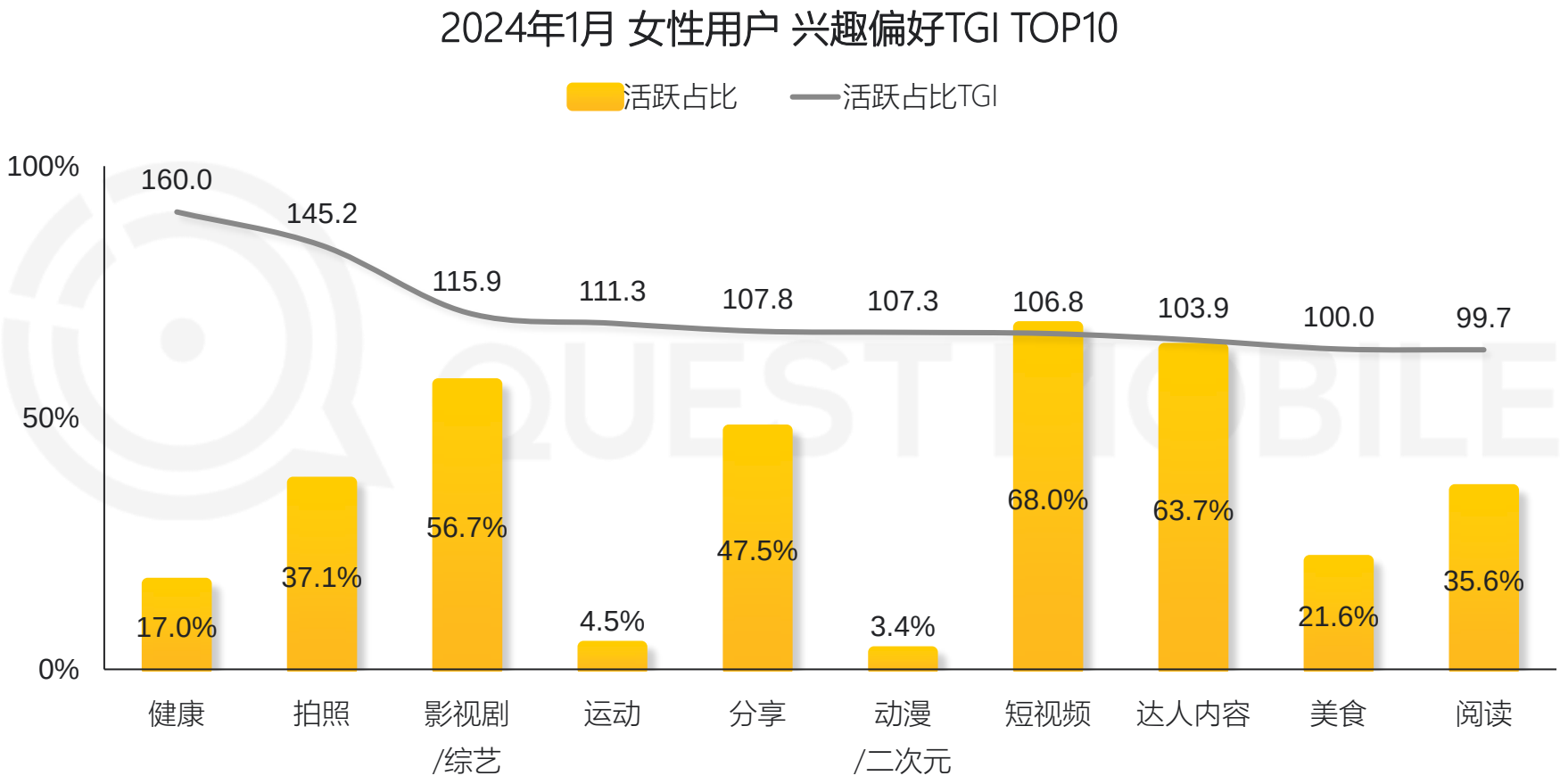
购机选择上，女性消费者更加关注时尚设计、拍照体验及娱乐功能，OPPO成为其首要选择，同时vivo与荣耀也受到女性用户的青睐



注：TGI=目标人群某个标签属性的月活跃占比除以全网具有该标签属性的月活跃占比*100。

Source：QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2024年1月

女性用户注重运动健身与健康管理，喜欢随时拍照记录生活，对影视剧综有广泛的兴趣，在拍照、追剧之余，还热衷于讨论、分享，体现较强的社交属性

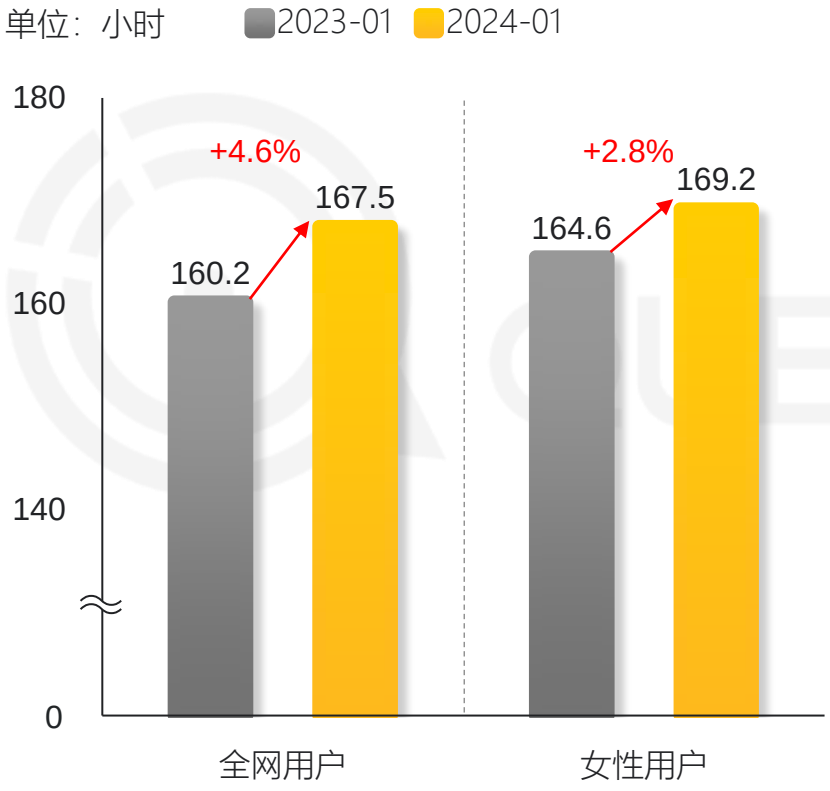


注：活跃占比TGI=目标人群某个标签属性的月活跃占比除以全网具有该标签属性的月活跃占比*100。

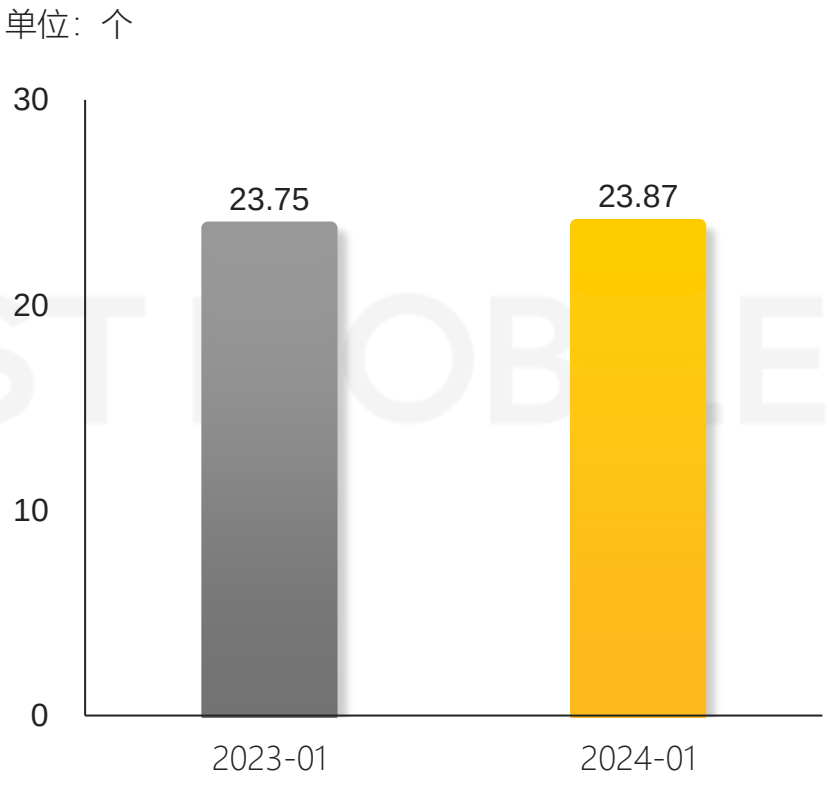
Source：QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2024年1月

女性用户触网时长持续增长，但增速低于全网水平，人均使用APP数量基本稳定

全网用户&女性用户 月人均使用时长



女性用户 月人均使用APP个数



Source：QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2024年1月

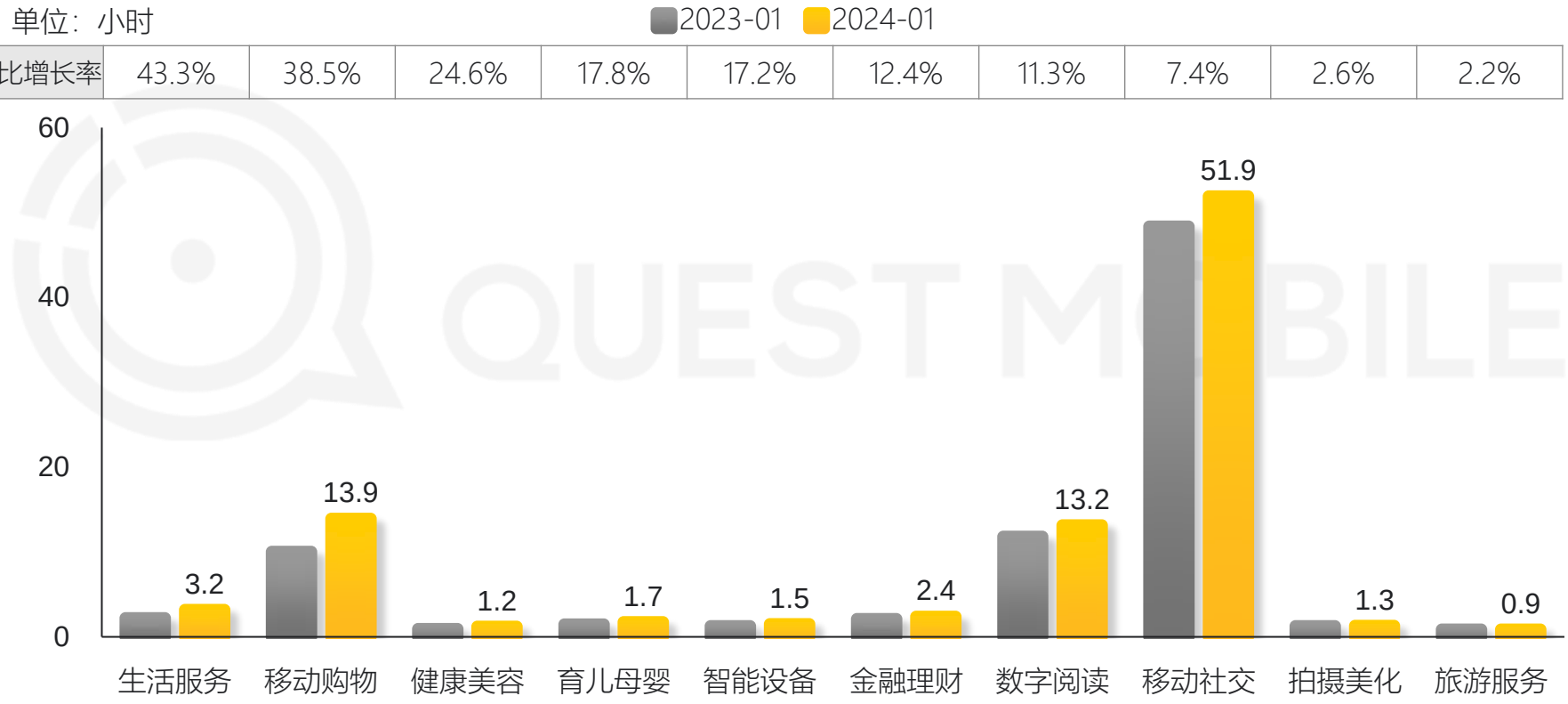
女性在多个行业的使用粘性均增长，其中移动购物、移动社交APP整体人均使用时长增加超3小时

QUESTMOBILE

QuestMobile数据显示，2024年1月，女性用户移动购物APP月人均使用时长达13.9小时，较去年同期的10.1小时增长了38.5%

女性用户 移动互联网行业 月人均使用时长同比增长率TOP10

单位：小时



同比增长率	43.3%	38.5%	24.6%	17.8%	17.2%	12.4%	11.3%	7.4%	2.6%	2.2%

注：剔除纯工具类行业。

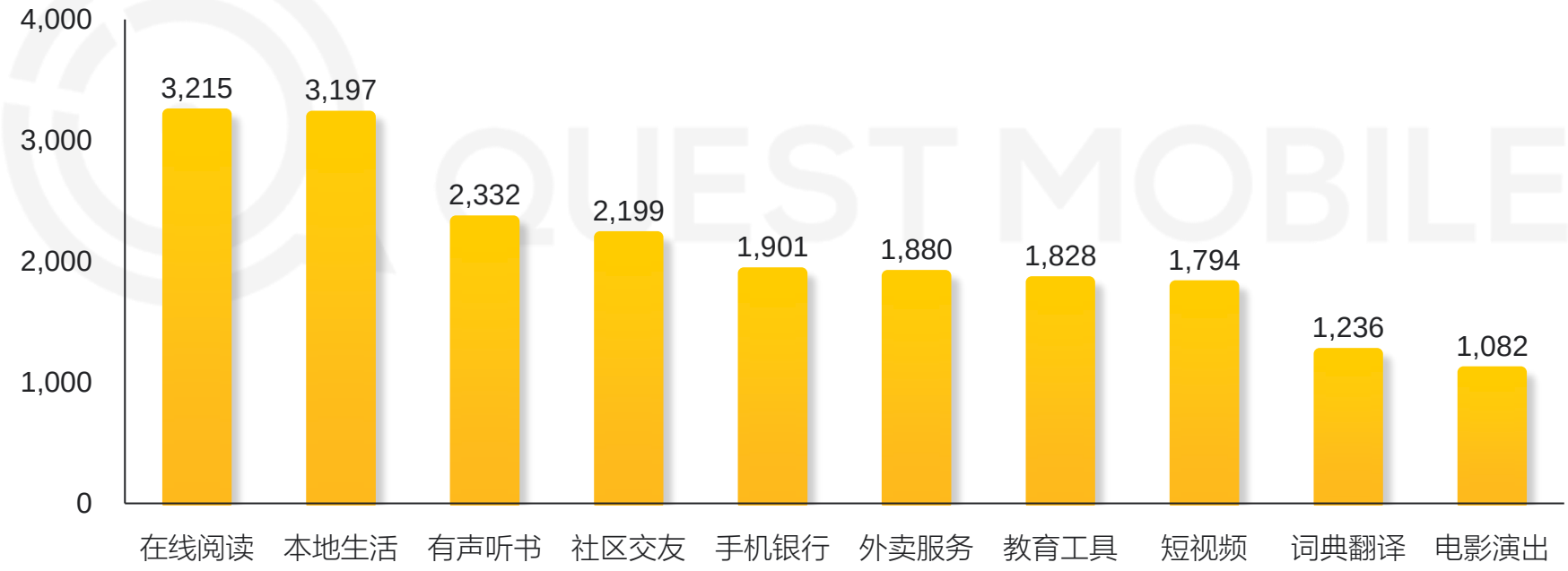
Source：QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2024年1月

数字阅读行业中女性人群规模显著增长，在社交平台中的活跃度进一步提升；线上活跃的同时，本地生活、电影演出等线下消费需求也保持增长

2024年1月 女性用户 移动互联网细分行业 月活跃用户规模同比净增量TOP10

单位：万

	在线阅读	本地生活	有声听书	社区交友	手机银行	外卖服务	教育工具	短视频	词典翻译	电影演出
女性用户MAU（亿）	2.07	2.59	0.60	2.01	2.76	0.99	0.82	5.00	0.66	0.23
女性用户同比净增量	3,215	3,197	2,332	2,199	1,901	1,880	1,828	1,794	1,236	1,082



注：选取2024年1月女性用户活跃渗透率TGI≥100的行业，剔除纯工具类行业。

Source：QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2024年1月

02

四大女性细分价值人群展现不同消费观

通过画像、职业、消费特征等多种因素，将庞大的女性群体细分为多个价值人群

典型女性细分人群定义



人群规模：4,290万

标签

- 二线城市及以上
- 白领工作



人群规模：7,172万

标签

- 00后+90后
- 有孩子



人群规模：5,335万

标签

- 四线及以下城市
- 线上消费能力在2000元及以上



人群规模：6,571万

标签

- 二线城市及以上
- 50岁以上

注：人群规模数据时间为2024年1月。

Source：QuestMobile GROWTH 用户画像标签数据库 2024年1月

（接上页）

典型女性细分人群特征

都市白领女性

即时零售与会员店模式的主要受众

叮咚买菜APP TGI=495.4

盒马APP TGI=412.5

奢侈品消费意愿强烈

奢侈品品类内容关注度TGI=106.3

咖啡奶茶“不离手”

对瑞幸咖啡、星巴克、喜茶、一点点等品牌关注度高

年轻宝妈

借助母婴垂直平台寻找科学育儿方式

亲宝宝、宝宝树孕育APP活跃度高

线上消费能力强劲

线上消费能力在2000元以上的人群占比达60.0%

“颜值消费”需求依旧

浏览美妆相关内容的活跃渗透率TGI为最高

小镇中产女性

倾向于折扣电商平台

淘特APP TGI=230.7

唯品会APP TGI=218.1

社交媒体中表现活跃

抖音、快手、小红书APP月人均使用时长同比显著增长

娱乐型消费需求旺盛

电影演出行业TGI=165.9

运动健身行业TGI=139.3

都市银发女性

移动互联网使用程度加深

月人均使用时长、次数同比均保持增长

逐渐成为“数字生活达人”

刷视频、看资讯是主要娱乐方式，同时在购物、出行、社交、金融等多领域人群规模呈现增长趋势

消费关注重点仍在家庭方面

注：图中数据时间均为2024年1月。

Source：QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2024年1月

2.1

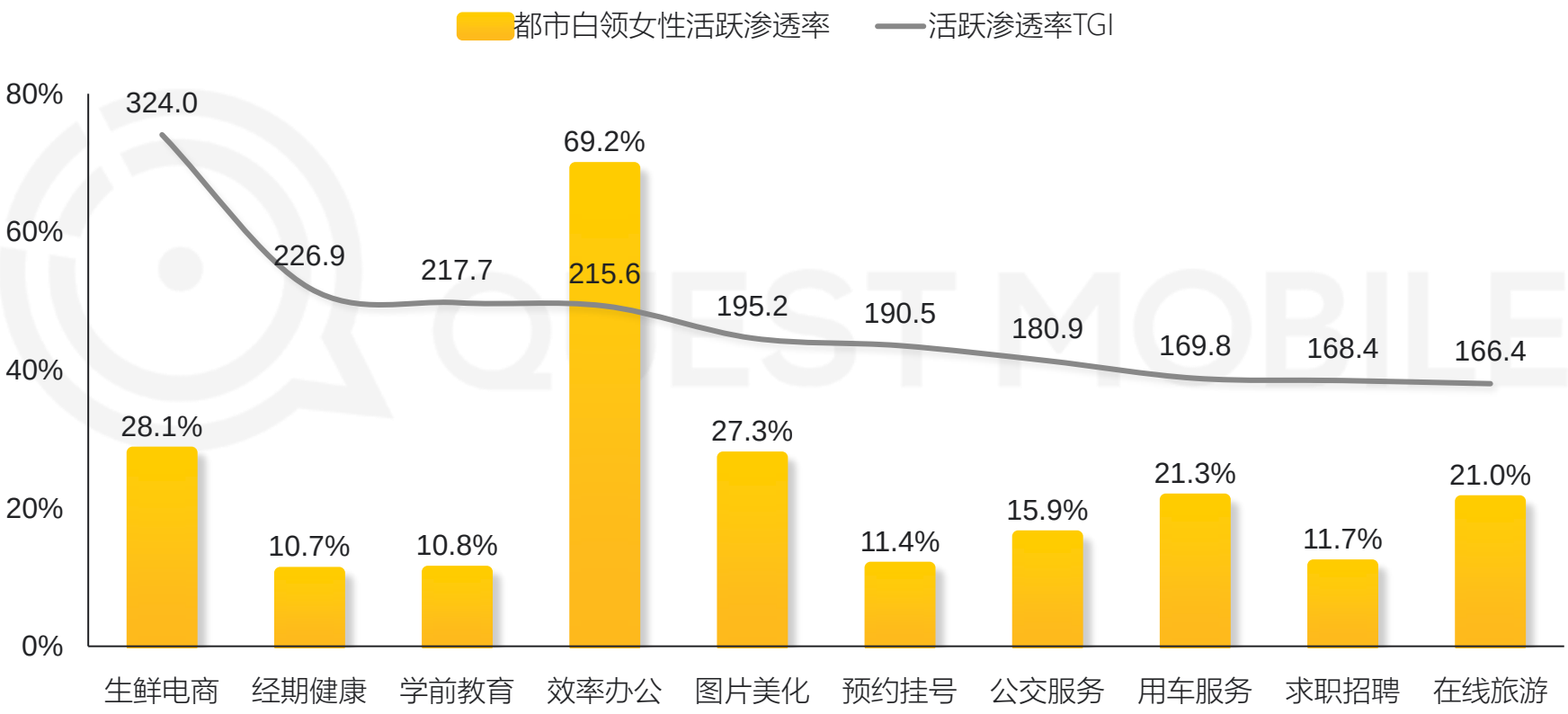
都市白领女性：偏好即时零售与会员店模式，是奢侈品消费的主力军

注：都市白领女性，指身处二线及以上城市的白领女性。

报告免费分享+V：Rthe45

都市白领女性在高强度工作的同时，注重个人生活品质，常使用生鲜电商平台，旅游度假也是其享受生活的方式

2024年1月 都市白领女性 移动互联网细分行业 活跃渗透率TGI TOP10



注：1、选取2024年1月都市白领女性活跃渗透率≥10%的行业；2、活跃渗透率TGI：某目标人群启动某个应用分类的月活跃渗透率除以全网该应用分类的月活跃渗透率*100。

Source：QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2024年1月

叮咚买菜、京东到家等即时零售平台满足职场女性快节奏生活中的即时性需求，都市白领女性也钟情盒马、山姆的会员店模式

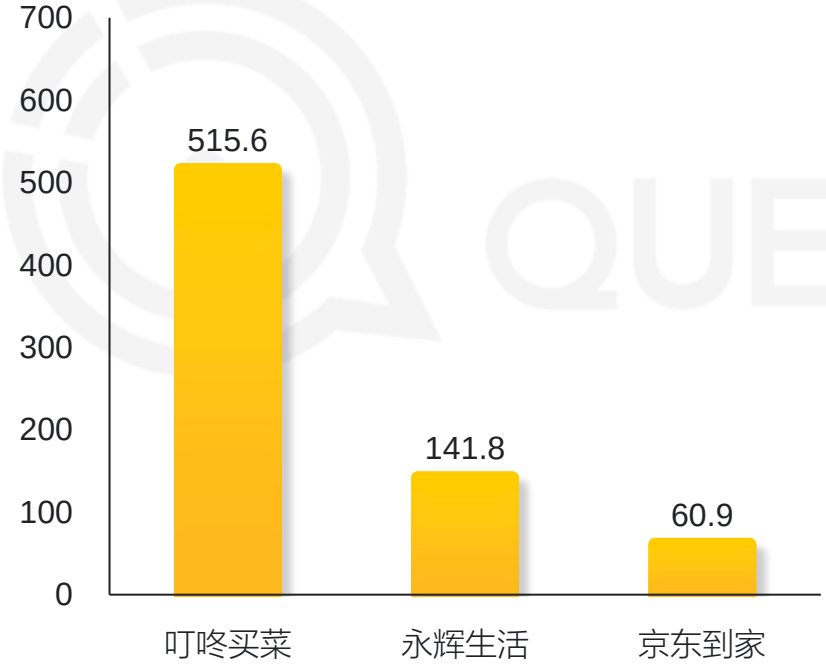
QUEST MOBILE

都市白领女性 | 年轻宝妈 | 小镇中产女性 | 都市银发女性

2024年1月 都市白领女性 典型生鲜电商APP 月活跃用户规模

单位：万

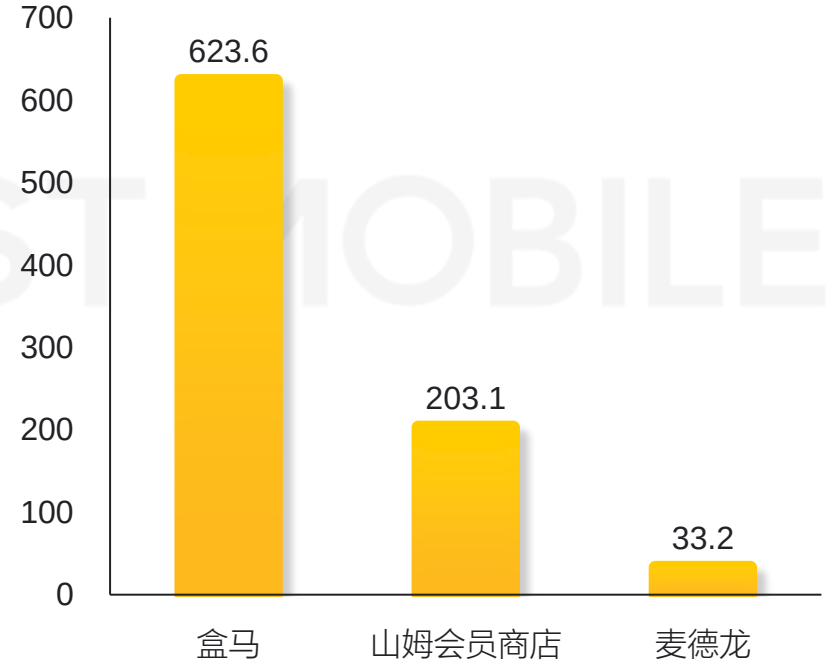
TGI	495.4	306.9	328.0



2024年1月都市白领女性 典型会员店APP 月活跃用用户规模

单位：万

TGI	412.5	455.8	263.9



注：1、选取2024年1月都市白领女性活跃渗透率≥1%的APP；2、活跃渗透率TGI：目标人群中某个App媒介的月活跃渗透率除以全网中该App媒介的月活跃渗透率*100。

Source：QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2024年1月

报告免费分享+V：Rthe45

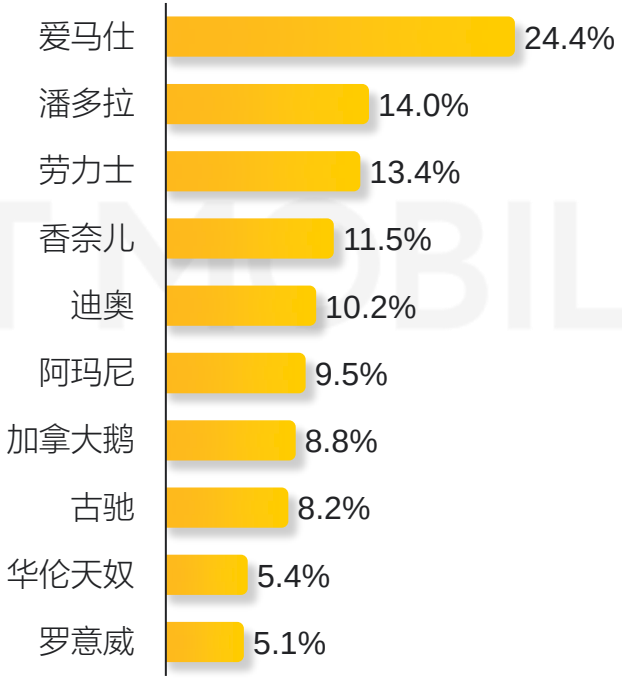
都市白领女性出于职场需求，以及享受型消费理念，在奢侈品市场展现出强大的消费热情

2024年1月 都市白领女性 奢侈品品类内容关注度



奢侈品箱包	奢侈品配饰	奢侈品鞋靴	奢侈品服饰
TGI=163.1	TGI=160.0	TGI=132.9	TGI=109.7

2024年1月 都市白领女性 奢侈品品牌内容关注度TOP10



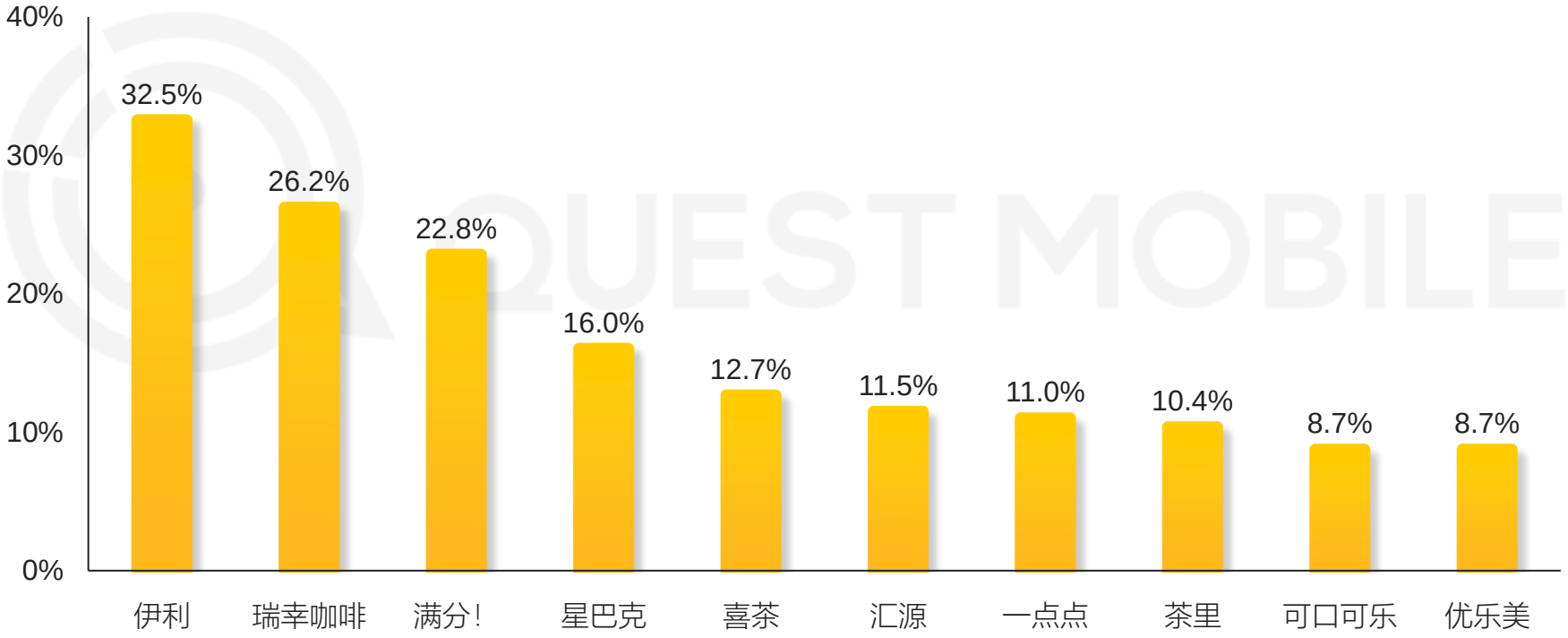
注：1、品类/品牌关注度：在内容平台中，浏览过该品类/品牌相关内容的目标用户，占浏览该品类/品牌所在一级品类的目标用户比例；2、品类/品牌关注度TGI：某内容受众人群某个标签属性的活跃占比，除以全网中具有该标签属性的比例*100；3、内容平台包括抖音、快手、微博、小红书、哔哩哔哩、微信公众号。

Source：QuestMobile TRUTH BRAND 品牌数据库 2024年1月

除了上班标配咖啡外，功能性茶饮、连锁茶饮品牌正在快速成为女性白领们的饮品新宠

都市白领女性 | 年轻宝妈 | 小镇中产女性 | 都市银发女性

2024年1月 都市白领女性 饮料冲调品牌 内容关注度TOP10



注：1、品牌关注度：在内容平台中，浏览过该品牌相关内容的目标用户，占浏览该品牌所在一级品类的目标用户比例；2、内容平台包括抖音、快手、微博、小红书、哔哩哔哩、微信公众号。

Source：QuestMobile TRUTH BRAND 品牌数据库 2024年1月

2.2

年轻宝妈：高消费能力突出，精致育儿的同时亦不忘满足自身“颜值消费”需求

注：年轻宝妈，指90后+00后中有孩子的女性。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：https://d.book118.com/527016144030006054