

CBN DATA

第一财经商业数据中心

我们的清单

Women's Lists

2021女性品质生活趋势洞察报告



新时代的“我们”不断涌现新的样貌



职场上展现独当一面的 “她力量”

2020微博话题
#各行各业闪闪发光的无价之姐#

仅3天就创下了
近**8000多万**的阅读量、
3.6万的讨论量

话语场里散发独立自由的 “她魅力”

杨笠 怼天怼地怼直男，
用段子说出女性心声

李子柒 记录精致的生活片段，
成为“现代田园生活”代言人

吉克隽逸 参加联合国演讲
为女性发声，让“浪姐”出圈还出国

消费中造就强势来袭的 “她经济”

女性消费市场规模破
十万亿

女性用户在综合电商领域渗透率已达
84.3%

中产女性消费趋势指数远高于
全国整体平均水平

数据来源：微博数据；QuestMobile数据；公开资料整理

让“我们”一起通过无数份清单列表，见证“我们”的成长与蜕变。

“清单”
从来都不是无意义的事项陈列：
它记载着“我们”的选择与放弃，
坚守及改变，遗憾和憧憬。

一起来回顾2020“我们的清单”，
看看这个时代“我们”将如何定义
品质生活。

Women's Lists

目录

TABLE OF CONTENTS

Women's Lists



清单一：
“我们”各美其美

清单二：
“我们”吃喝有道

清单三：
“我们”乐居一方

清单四：
“我们”自在新生

清单五：
港澳台女性及海外
华人女性消费清单

01

“我们”

各美其美

美妆/服饰/养护类消费清单

“悦己主义”下，女性为自己而美

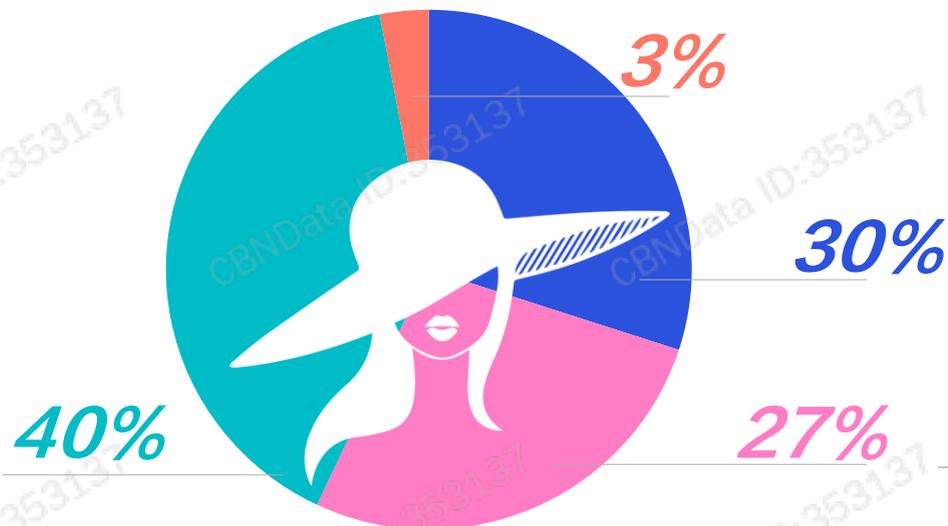
从调研数据来看，大多数女性化妆是为了取悦自己，表达自我个性和情绪，可见“悦己主义”已经深入女性的内心。从底妆消费情况来看，粉底液/膏是当之无愧的头部品类，阴影、高光类修容产品增速显著，女性在底妆品类的选择上变得更加精致了。

各美其美

彩妆篇

女性化妆的原因

- 重要场合以示尊重
- 比较随意，想化就化
- 自我个性、情绪的表达
- 其他



数据来源：2021年3月CBNDATA女性清单调研数据
数据说明：促使你化妆的原因是什么？N=848

2020女性线上底妆消费情况

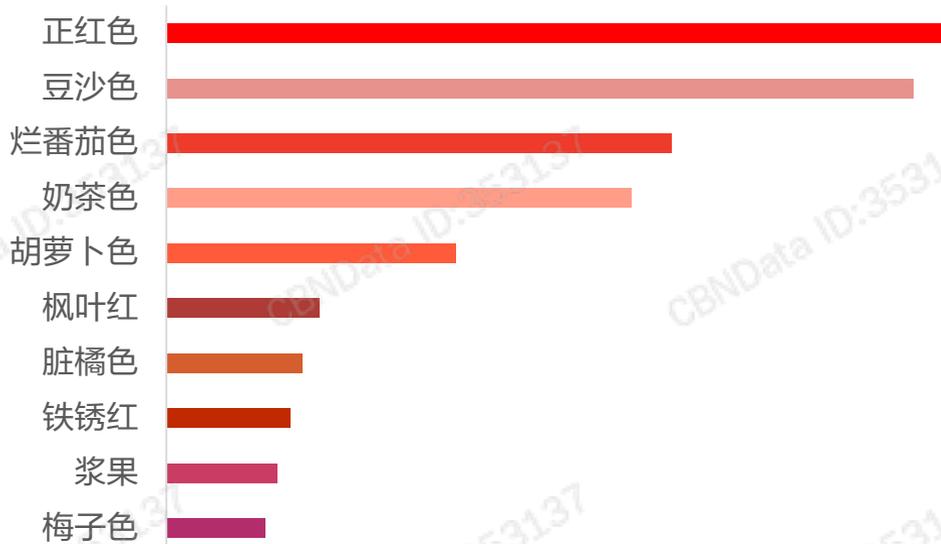


数据来源：CBNDATA消费大数据

唇部彩妆：高饱和度的颜色助力女性的个性表达

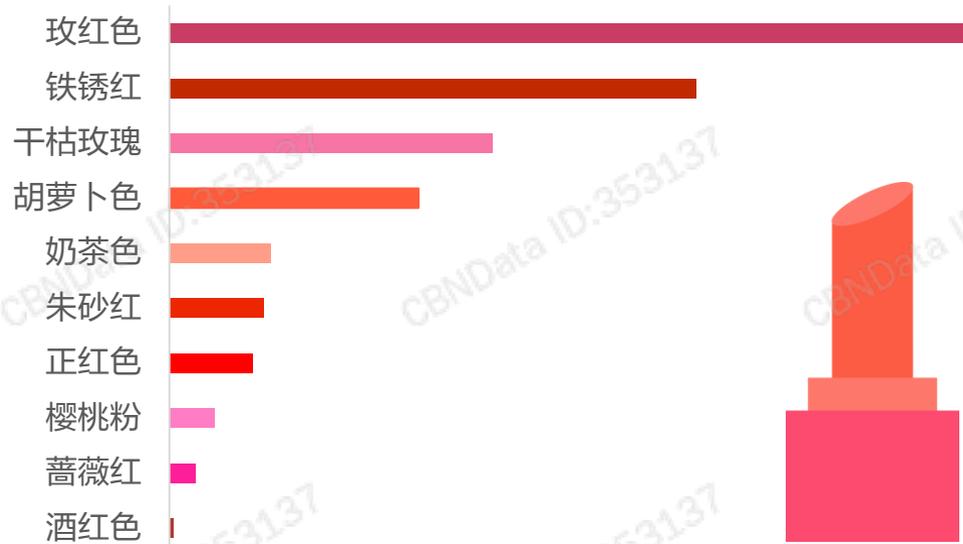
从唇部彩妆的不同颜色消费占比来看，比较大众的正红色、豆沙色位居榜单TOP2；从增速上来看，具有更高饱和度的玫红、铁锈红成为热门。“悦己主义”下，“集美”们更加注重自我个性的表达，敢于尝试更加“跳脱”的颜色来彰显自身个性。

2020女性线上唇部彩妆
颜色消费占比TOP 10



数据来源：CBNDATA消费大数据

2020女性线上唇部彩妆
颜色消费增速TOP 10



数据来源：CBNDATA消费大数据



