



“吃”出美丽 “喝”出健康

—— 新时代食品饮料创新如何赢得芳心

益普索中国研究副总监 杨阳 Amy Yang

2021年9月



目录

01

“她消费”，“她力量”

02

吃喝有道，健康有方

03

食品饮料“创新”赢得芳心

04

玩转营销“她”为你带货



01

“她经济”，“她力量”

“小人物，大主角”

时代要求我们：自力更生、内外兼修

我们渴望：虚化背景、凸显自我

新时代

继承和发展

继承 – 上一代的财富（物质生活水平）

发展 – 这一代的个性（鲜明个体特征）

新时代女性

我是小人物，我也是大主角

崇尚自我 – 是核心

视野开阔 – 多元价值观

矛盾集成 – 物质生活寻依赖，精神生活求独立

丧而不垮 – 短暂佛系是为了休憩之后继续前行





5.3亿

中国20-60岁女性消费人口数量

10万亿

女性消费市场

84%

女性用户在综合电商渗透率

火力全开 她经济

引领消费 她力量

97%

女性是家中买买买的绝对主力

78%

女性赞同“独立自主，
拥有自主选择权，
自己的人生自己做主”

数据来源：360智慧商业《女性消费特征分析报告》
CBNDATA《屏幕里的“她”世界》



万亿级“她经济”浪潮席卷而来

她健康、她购物、她运动、她游戏……这些领域消费市场均达千亿规模，而其中“她健康”市场正在进一步扩大



女性是网购主力消费群体

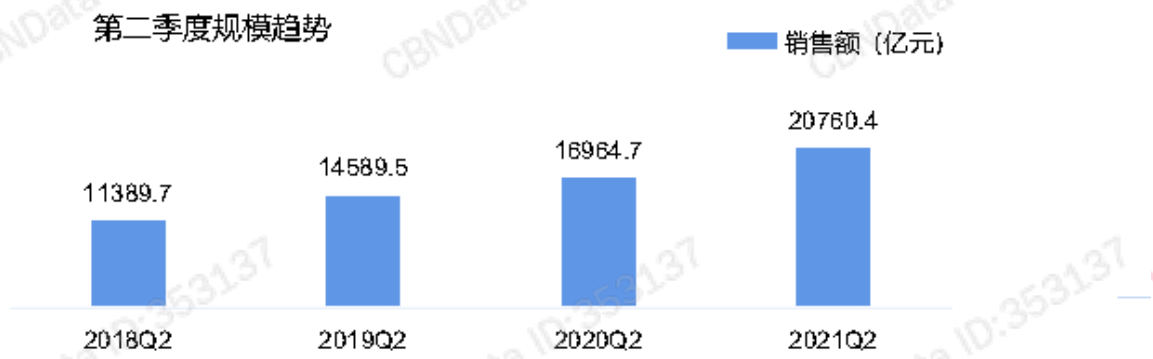
淘宝天猫销售排名前10的品类至少一半是以女性消费为主的品类。
“天猫头部新品牌中，80%聚焦的都是女性消费需求”。

20760.4 亿元

+22.4%

2021 Q2 淘宝天猫成交额

同比增长



销售额 TOP10

排名	类目名（一级）	销售额（亿元）	同比增长率
1	美容护肤/美体/精油	179.2	43%
2	手机	159.0	117%
3	大家电	145.2	17%
4	女装/女士精品	105.5	-3%
5	住宅家具	93.2	38%
6	洗护清洁剂/卫生巾/纸/香薰	73.4	43%
7	男装	53.5	-24%
8	彩妆/香水/美妆工具	46.2	28%
9	生活电器	45.8	26%
10	厨房电器	45.7	-9%

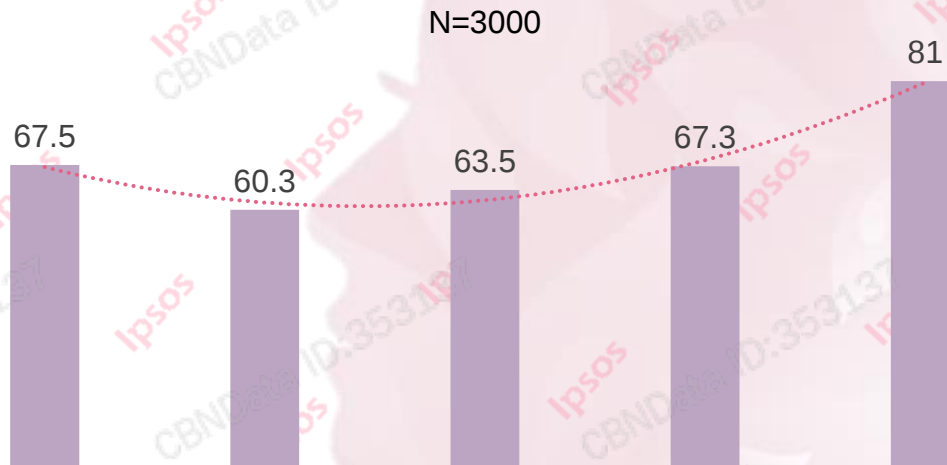


她力量——新世代女性消费主张

独立、有主见、精明干练是新世代女性的三大标签
阅历越多的人，越能意识到“独立”的重要性



认为独立是新世代女性标签的人群占比 (%)



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_28956

