

新兴女子力与“她”经济来袭——

2021年 中国『95后』女性洞察报告

2021年3月

Mob研究院出品



CONTENTS 目录

1

95后女性总体分析

2

95后女性社交洞察

3

95后女性消费洞察

4

95后女性育婴洞察



中国95后女性群体特点

01

更加爱国的一代

95后女性出生后经历了香港回归、澳门回归、2008年北京奥运会，汶川大地震等国家大事，她们的国家荣誉感强。她们爱中国传统文化，爱汉服，致力于推广汉服文化，以及涌出很多像李子柒一样输出中国文化的优秀女性

02

独立、高话语权

95后女性大多数是独生子女，受教育程度高。从小只能与大人对话的她们，对话语权要求很高。95后女性会在社交平台勇于发表自己的观点，对于孩子教育不依赖长辈，生育之后会重返职场，更加独立

03

悦己主义者

95后女性生活在一个快节奏的现代社会，因此他们更加活在当下，认为拥有“即刻”的幸福感更为重要。她们喜欢养宠物，爱打扮自己，对于脱单的兴趣不大，自己活得开心舒服最重要



5千万95后女性在线冲浪

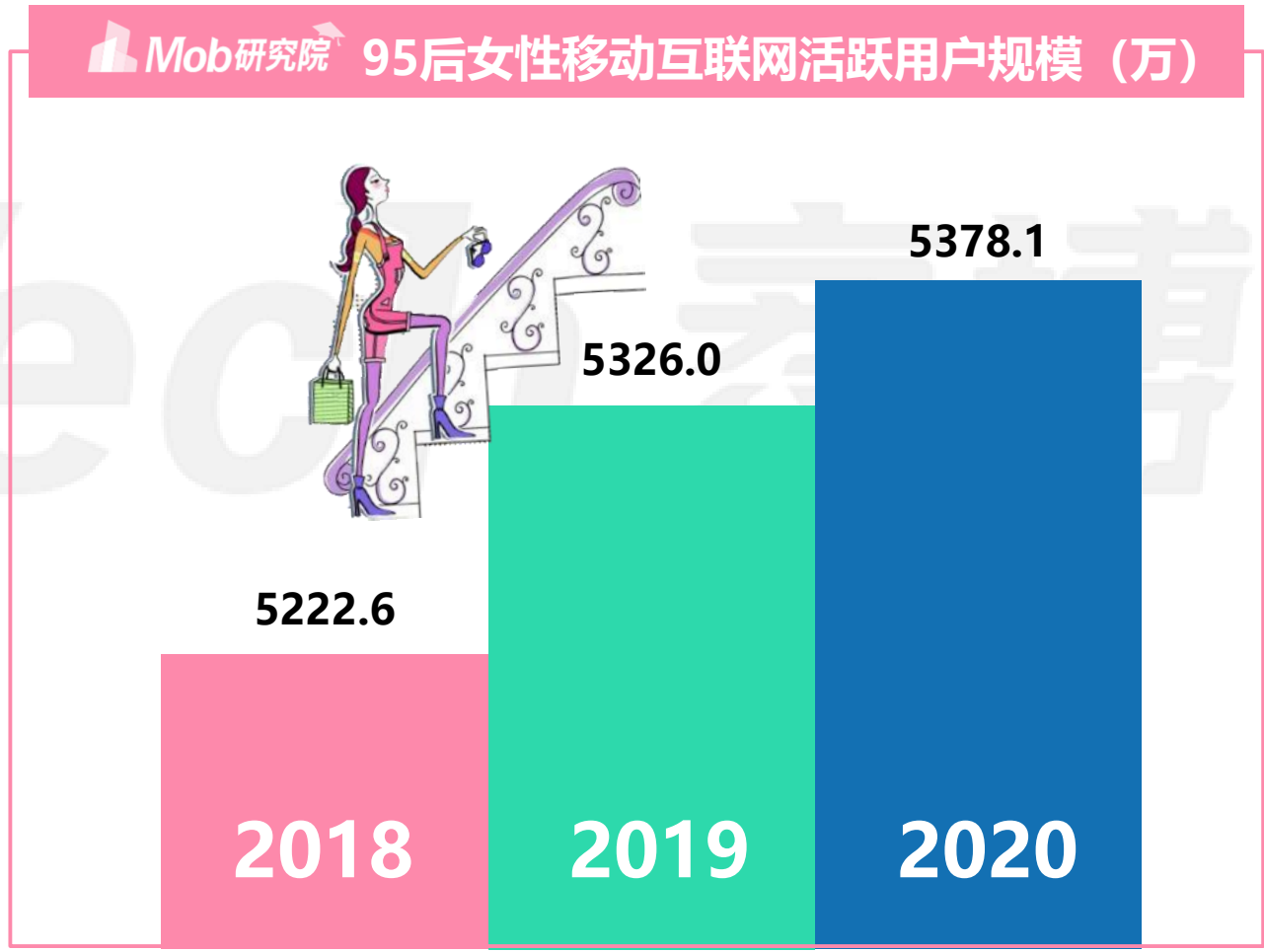
95后女性移动互联网月活规模达5378万，她们正逐渐走出大学的象牙塔，踏入社畜门槛

95后女性

出生年份为1995-1999年之间的女性，年龄21-26岁



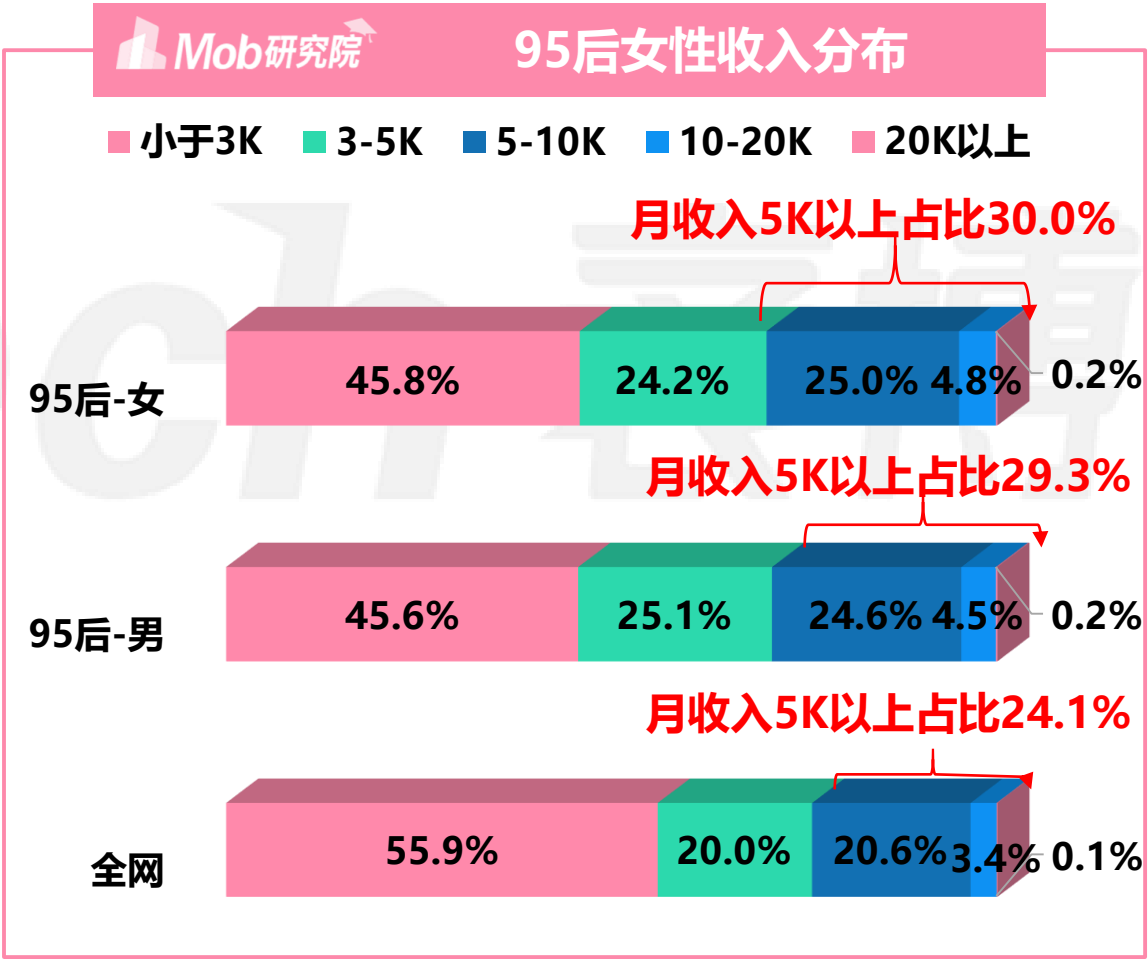
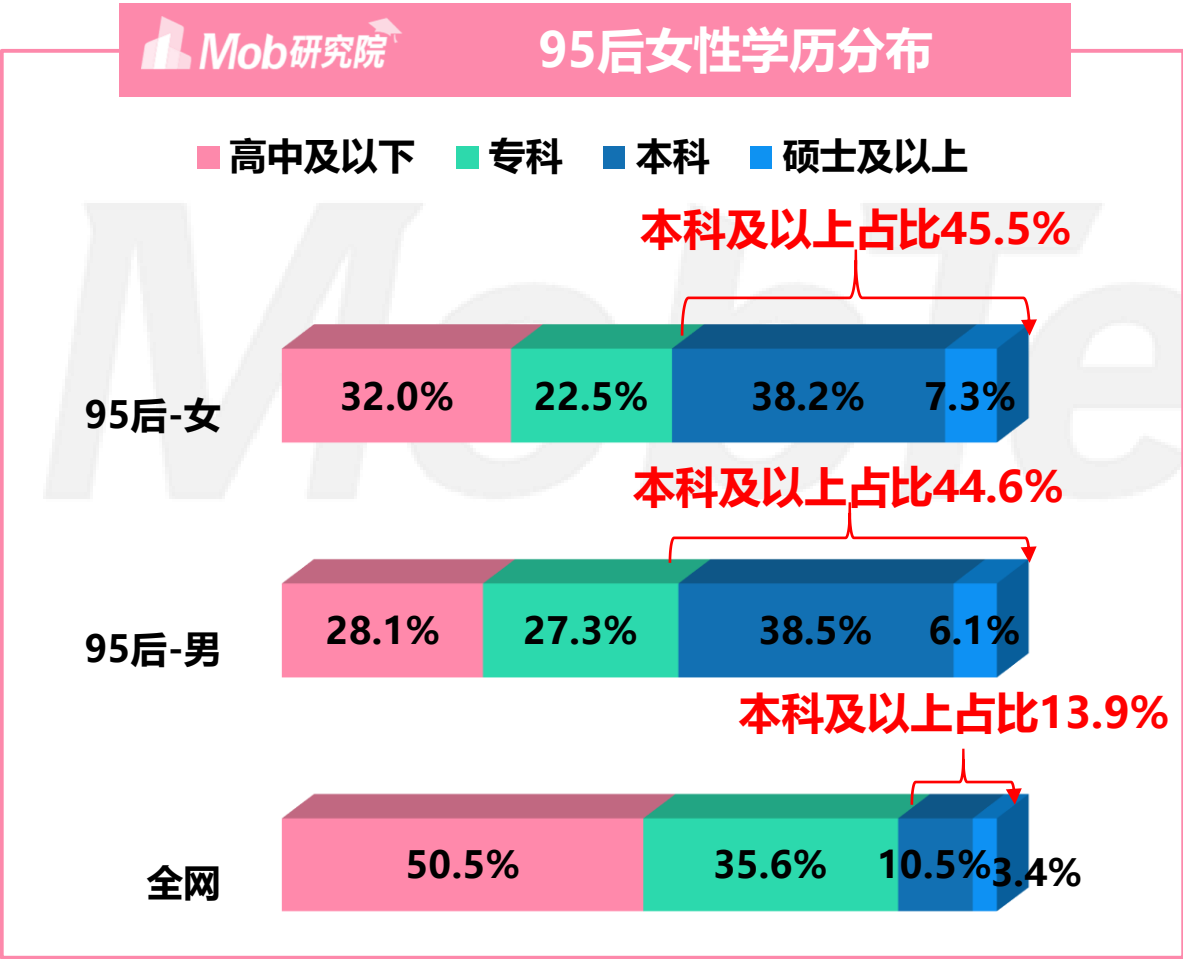
Mob研究院 95后女性移动互联网活跃用户规模 (万)



Source: MobTech, 2018-2020

95后女生是高学历、高收入的“双高”女性

95后女性高学历、高收入占比均超过男性，是名副其实的“双高”女性

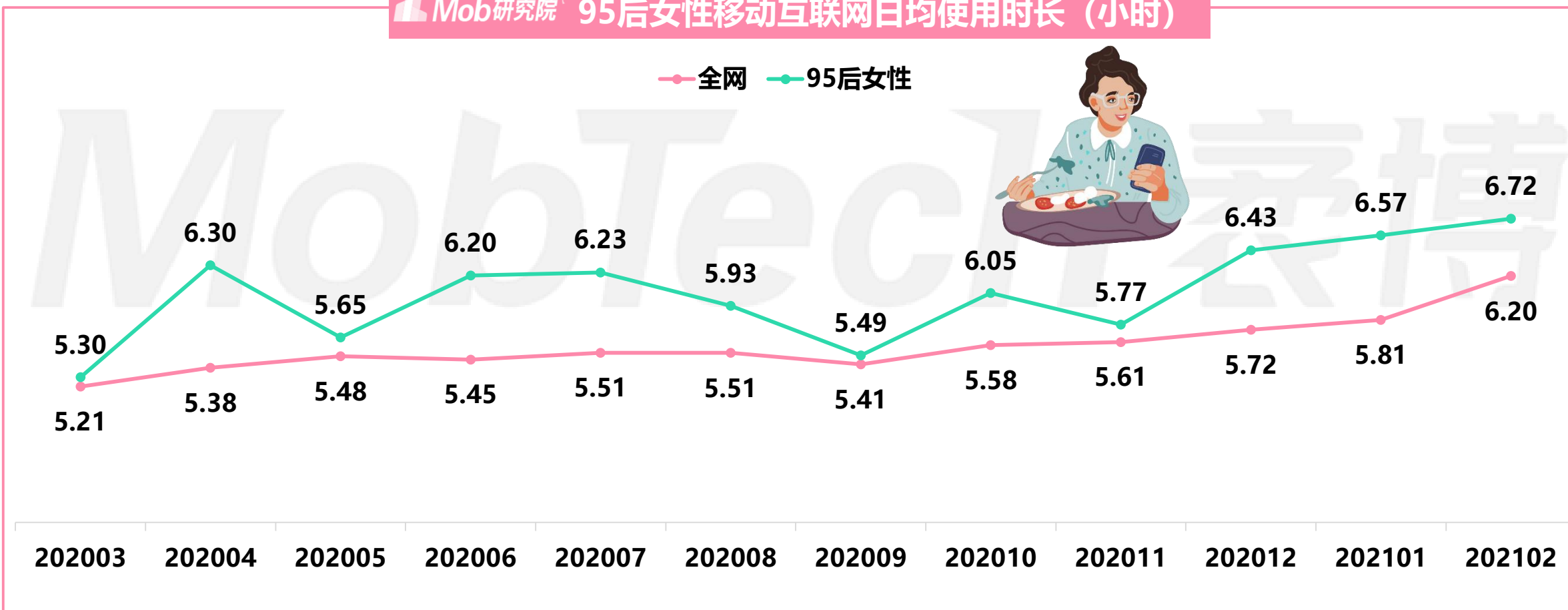


Source: MobTech, 2021.2

手机不离手，日刷6.7小时

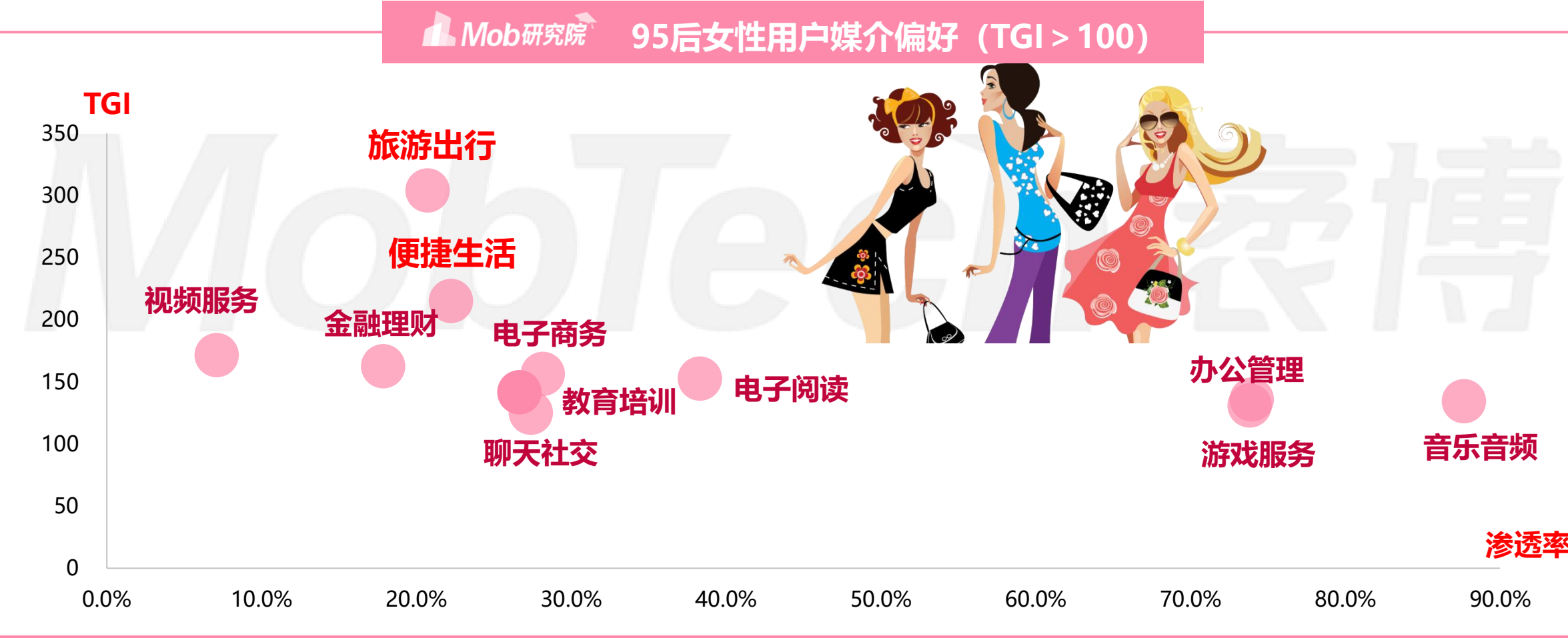
95后女性是资深“手机控”，移动互联网日均使用时长超6.7小时，高于全网平均值

Mob研究院 95后女性移动互联网日均使用时长（小时）



触媒兴趣广泛，随时来一场说走就走的旅行

95后女性偏爱使用旅游出行、便捷生活类App，她们不仅有诗和远方，还在乎眼前的生活



TGI: 目标群体指数, >100代表该类用户的该特征高于整体水平。<100代表该类用户的该特征低于整体水平

Source: MobTech, 2021.2

CONTENTS 目录

1

95后女性总体分析

2

95后女性社交洞察

3

95后女性消费洞察



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_38048

