

# 从购物车看当代无锡女性： 可盐可甜，又美又飒

如今的3月8日已经成了全体女性的嗨购狂欢节。今年由于疫情影响，人们不能逛街聚餐，但是“女神”们绝不放弃犒劳自己，居家抗疫期间，网购成了过节主流，各线上平台的3·8女神节可谓“战况激烈”。当代女性究竟是怎样的一个“物种”？看看女神们的购物车，就能知道她们的群体属性了。

## 盐系“女子力”爆棚——

### 网络创业：女子可顶半边天

90后王小姐是一名手工爱好者，从事绘画老师工作的她因为疫情被迫停下教学，自此萌生了网络创业的念头。她在电商平台上开出自有店铺，出售自己制作的手串串珠、耳环、手链等饰品，近日更是学习了汉服配饰的制作，正打算全面上线。喜欢服装设计的她，下一步还将进军服饰行业，推出含服装与配饰于一体的自有品牌。“创业不仅能让我成为斜杠青年增加收入，也能获得自我价值实现的满足感。”

无独有偶，60后的牛阿姨在网上开出店铺，出售自己制作的衣

帽服装。牛阿姨说，孩子小时候的衣服都是自己做的，如今退休了，有了很多空闲时间，不想荒废了这门手艺，也想得到人们的认可。

数字经济时代，女性有了更多实现梦想的机会，也在用行动证明着自己的能力。淘宝数据显示，截至目前，淘宝天猫女掌柜占比近一半。其中90后女掌柜占比近半，位居第二的是80后女掌柜，占比超过三分之一。随着00后成年，不少人也涌入了淘宝创业大军，00后女掌柜比去年多了一倍。55岁以上的阿姨“入淘”开店越来越多，以求焕发事业“第二春”。阿里系

相关负责人曹先生说，从女性创业的全国区域分布上看，广东第一，江苏的女掌柜人数和浙江并列第二，紧随其后的是山东、上海、北京和河南。作为城市网购的主力军之一，无锡女性的创业数据与全国市场保持一致，从创业类目上来说，她们普遍选择了自己擅长的类目——女装。

此外，从淘宝直播数据来看，女主播人数比去年增长了近3倍。曹先生表示，随着淘宝直播产业的火速发展，直播正在成为数字化经济时代的基础，也成为不少企业的标配。

### 居家生活：跨越性别的“女子力”爆表

如果说以往只有“单身狗”自嘲不需要男朋友，上可换灯泡下可通马桶，那么到了抗疫期间，无论单身与否，“女子力”都被充分的激发了出来，毕竟就算住在隔壁小区，也算是异地恋了。苏宁大数据显示，近一个月，购买五金工具的女性用户同比增长了195.1%，修修补补难不倒她们。近一个月购买擦窗机器人的女性用户同比增长140.5%，购买洗碗机的女性用户同比增长了77.7%。而随着复工的全面推进，

女性购买汽车用品消费金额同比增长235.8%，当然也有部分职业女性依然处于“云复工”状态，购买办公用品，如电脑、鼠标、键盘等的女性用户同比增长了45.8%。

没想到的是，这拨复工潮也成了“女子力”的重要体现。苏宁数据显示，2月9日-3月5日，电热饭盒销量同比增长达到了惊人的1958.6%，电热水杯销量同比增长也达到了459.4%，而家乐福的速溶汤销量同比增长200.8%，不得不说，这届职业女性真是工

作生活两手抓。除了复工，另外一项不得不出门的采购了，而在采购这件事上还是女性占据主导地位。大数据显示，近一个月，家乐福消费者女性占比60.1%，男性则占比39.9%。奶制品、清洁产品和果蔬是女性消费者购物袋里的必备物。据2月9日-3月5日的数据显示，家乐福调料销量同比增长103.5%，而蔬菜销量则同比猛增了303.9%，最受欢迎的还是大白菜、长白萝卜、土豆、卷心菜、西红柿这五种家常菜。

## 甜系“温柔力”满溢——

### 带娃养宠：女性“好为人母”

由于疫情影响，这个假期格外长，某种角度上来说，也是给了她们一个好好陪伴家人的机会，女性的“温柔力”大量释放。苏宁大数据显示，2月5日-3月4日，购买儿童口

罩的女性用户占比64%，购买儿童洗手液的女性用户同比增长209.9%。此外，为了孩子，妈妈们操碎了心。苏宁育婴师咨询者中，女性用户高达占比86%。认真“带娃”的

不止妈妈们，年轻女孩把宠物当孩子也是普遍现象。苏宁数据显示，近一个月，购买宠物食品的女性用户同比增长106.1%，作为自带“母性光辉”的女性，她们“好为人母”。

### 美颜护肤：又美又飒

口罩可以挡住病毒，但挡不住女孩们的美貌。与在家隔离时期的不修边幅不同，“复工潮”来临后，精致的女孩们也回归了。苏宁大数据显示，抗疫期间，戴森吹风机销量同比增长91.2%，理发推子销量同比猛增1069.3%，洗发水销量同比增长119.2%，发膜销量同比增长120.9%，姑娘们纷

纷化身 tony 老师，洗护发进一步到位。此外，近一个月，购买美容仪女性用户同比增长115.9%，购买美妆用品5件以上的女性占比26%，其中眉笔、眉粉销量同比增长117%、眼影销量同比增长128.1%。除了护肤品和化妆品，饰品也是一大亮点，耳环、耳坠销量同比增长94.8%。

为了让自己更精致，女性还加持了各种黑科技。在考拉海购上，41%的女性分期购买健身环，13%的女性给宝宝分期买智能安抚玩偶。买电子美容仪的女性接近50%，脱毛仪、美牙仪等被越来越多的女性加入购物车，体现出她们越来越硬核的生活方式。

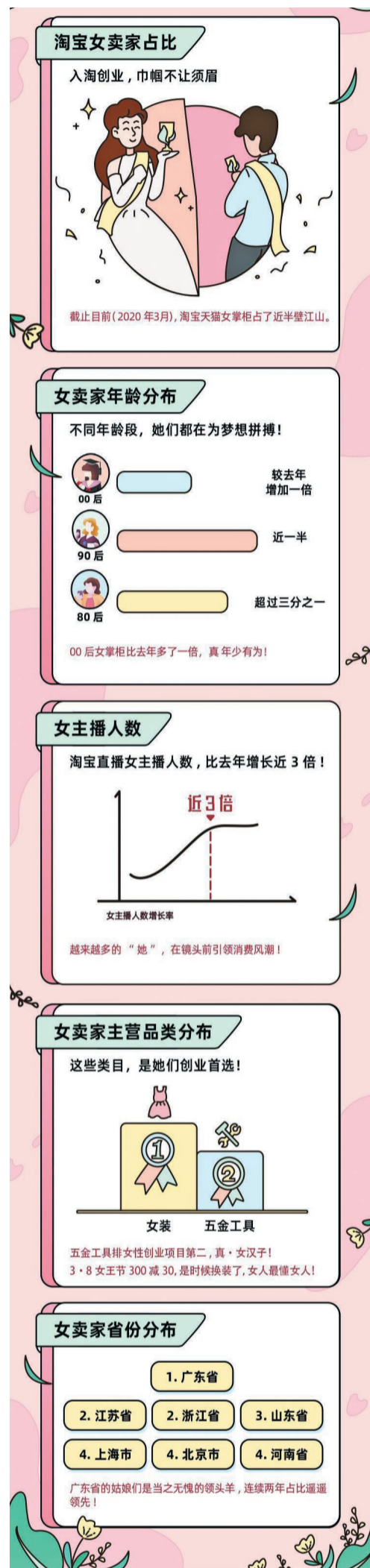
### 分期消费：聪明花钱，平等回馈

当代无锡女性的甜系属性，还体现在她们的理财消费观上。据了解，无锡女性不仅分期买大牌包包、零食礼包和日常用品，她们也喜欢和伴侣相互分期送礼物，传递着更现代、平等的婚恋观。市民张小姐就是免息分期的拥趸，她用这种分期方式在网上买了一款近900元的料理锅，每月只需支付30多元，连续支付2年即可。“每月几十块钱完全没压力，但我却能提前2年用到这口锅！”她还通过分期在线为男友买情人节礼物，笑称“一报还一报”。

“分期消费行为的背后，是新一代女性的生活智慧和态度。”曹先生说，随着经济收入的增加，女性的社会地位越来越高，消费越来越以悦己为中心。对她们来说，我喜欢才是最重要，并尽情享受购物的过程。考拉海购数据显示，有80%的女性分期购买上万元的轻奢包包，也有19%的女性选择分期买百元巨型零食大礼包，甚至一包纸巾、一瓶矿泉水也乐意分期。分期消费的常态化，让女性有更大的尝鲜热情。在考拉上，12%的女性分期购买了无钢圈文胸，10%的女

性分期购买卫生棉条。这些贴身物品的革新，也反映出女性对“悦人不如悦己”的认同。此外，82%的女性分期购买6000元以上的包包送给男士，29%的女性会分期给另一半买瑞士手表。新一代女性的独立，也体现在购物车里，不仅接受另一半的礼物和惊喜，也乐意平等回馈。实际上，女性的关怀要比男性更加细腻。考拉数据显示，全站女性最爱分期给男士买某品牌洗面奶，除了常见的鞋、帽、衣，还有13%的女性分期买男士内裤。

苏宁易购相关负责人王女士说，女性使用任性付分期订单占比由去年26%提升至39.4%；分期订单金额同比则增长246.4%。苏宁24期免息焕新节上，女性使用任性付享受免息订单96.4%，明显高于男性用户，属于天生的能花会花小能手。除了必不能少的护肤品、化妆品以外，女性购买游戏类产品比例上升了240%。她表示，随着“女性经济”的快速崛起和人们消费理念的进化，分期付款已成当代年轻女性热衷的消费方式。（金恬伊）



(淘宝天猫供图)