

“她经济”视域下女性电子商务消费 主要问题及对策研究

何周斌

上海工程技术大学管理学院, 上海

收稿日期: 2024年5月14日; 录用日期: 2024年5月30日; 发布日期: 2024年8月8日

摘 要

“她经济”是围绕着女性理财、消费而形成的特有的经济圈和经济现象。电子商务领域在“她经济”的助推下发展前景光明,但也存在着些许问题。运用文献资料法对“她经济”视域下女性电子商务消费市场的发展现状、存在的主要问题进行分析,发现存在着商品质量与安全问题,价格不透明与虚假促销,售后服务不到位,个人隐私与信息安全问题等问题。为了更好地推动“她经济”与电子商务领域的深度融合,应以加强商品质量与安全监管,规范价格策略与促销行为,完善售后服务体系,强化隐私保护与信息安全为抓手,各主体应形成合力,更好地促进女性用户电子商务消费的良性发展。

关键词

“她经济”, 女性, 电子商务消费

Research on the Main Issues and Countermeasures of Female E-Commerce Consumption from the Perspective of “Her Economy”

Zhoubin He

School of Management, Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Received: May 14th, 2024; accepted: May 30th, 2024; published: Aug. 8th, 2024

Abstract

“Her Economy” is a unique economic circle and phenomenon formed around women’s finance and

文章引用: 何周斌. “她经济”视域下女性电子商务消费主要问题及对策研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 5993-5998.
DOI: 10.12677/ecl.2024.133740

consumption. The development prospects of e-commerce are bright with the help of “her economy”, but there are also some problems. Using the method of literature review, this paper analyzes the current development status and main problems of the female e-commerce consumption market from the perspective of “her economy”. It is found that there are problems with product quality and safety, opaque prices and false promotions, inadequate after-sales service, personal privacy and information security. In order to better promote the deep integration of “her economy” and the field of e-commerce, efforts should be made to strengthen product quality and safety supervision, standardize pricing strategies and promotional behaviors, improve after-sales service systems, strengthen privacy protection and information security. All parties should work together to better promote the healthy development of female users’ e-commerce consumption.

Keywords

“Her Economy”, Women, E-Commerce Consumption

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

“她经济”一词，最早出现在 2007 年 8 月教育部公布的 171 个汉语新词之中。21 世纪初叶，女性的经济与社会地位均获得了稳步的提升，在她们有了独立自主的消费能力以后，围绕女性消费和理财而形成的经济现象引起了研究学者们的关注。当代经济学家史清琪女士提出了“女性经济”，也就是“她经济”的概念。“她经济”是指随着女性经济和社会地位的提高，围绕女性收入、理财、消费而形成的特有的经济圈和经济现象[1]。近年来，一批女性人才催生了“她经济”，并使其成长、成熟，极大地丰富了中国经济的发展内容。在现代社会中，伴随着女性经济上的独立与自主，形成了旺盛的消费需求与消费能力，特别是知识女性，她们大胆追求彰显个性的形象来展示自己与众不同的气质，使诸如品牌服装之类的产品越来越受到追捧。女性成为一个充满潜力的庞大消费群体，为商家带来新的市场机遇，商家们敏锐地捕捉这一商机，纷纷从女性视角来确定自己的消费群体，研制并开发新产品来迎合女性需求，“女性经济”由此萌生。在“她经济”的发展过程中，尤以电子商务领域的扩张较为引人注目。

随着互联网的普及和电子商务的迅猛发展，电子商务平台已经成为女性消费者购物的重要渠道之一[2]。女性消费者以其独特的消费观念和购物习惯，逐渐在电商领域展现出强大的购买力，推动了电子商务平台的快速崛起。然而，在电商平台产业繁荣的背后，电子商务平台消费也暴露出一系列问题。本文将详细阐述电子商务平台女性用户的消费现状，并对其中的问题进行深入剖析。

2. 电子商务平台女性用户消费情况和特点

2.1. 电子商务平台女性用户消费规模与增长趋势

近些年来，电子商务平台的女性用户数增长速度惊人，群体消费规模持续扩大。据 QuestMobile 数据显示，截止到 2023 年 1 月，移动互联网女性群体活跃用户数达到近 6 亿，其中 24 岁以下的女性占比 24.1%，51 岁以上占比 31.1%；而从线上高消费意愿和高价产品(2000 元以上)的消费能力上看，女性依旧远高于男性。女性消费者在电商平台上的购物频率和购物金额不断增加，涵盖了服装、美妆、家居、母婴等多个领域。尤其是在“她经济”的推动下，女性消费者对商品品质、设计和服务的要求不断提高，

进一步推动了商品的迭代更新和电子商务平台的繁荣发展。据《每日互动女性消费市场洞察》报告显示，主流电商平台的女性用户占比达 45.94%，高出全量用户中女性占比 3.6 个百分点。其中，中高消费水平的女性电商用户占比高达 86.81%。此外，在家庭消费方面，女性占据着绝对的主导地位。另据艾媒咨询的数据显示，在中国，75%的家庭总消费都是由女性决策，由此可见女性消费市场的庞大潜力和广阔“钱景”。

同时随着移动互联网的普及和社交媒体的兴起，女性消费者的购物行为也发生了变化，她们更倾向于通过手机端进行购物，并乐于在社交媒体上分享购物心得和体验，这种购物习惯的变化为电子商务平台提供了更多的发展机遇[3]。

2.2. 女性电子商务平台消费特点

女性消费者在电子商务平台上的消费行为呈现出一些显著特点。首先，她们注重购物体验，追求个性化、时尚化的商品。女性消费者在选择商品时，往往注重商品的外观、品质和设计，愿意为符合自己品味和风格的商品买单。其次，女性消费者具有较强的社交属性，她们乐于在购物过程中与他人分享、交流，这也为电商平台提供了社交化营销的机会。此外，女性消费者还注重售后服务和口碑评价，这就要求电商平台在提升商品质量的同时也要加强售后服务体系建设，从而提高用户满意度[4]。

3. 女性电子商务平台消费主要问题

随着互联网的普及和电子商务的快速发展，女性消费者逐渐成为电商平台的重要用户群体。然而，在女性消费者享受便捷购物的同时，也暴露出了一系列问题。本文将围绕商品质量与安全问题、价格不透明与虚假促销、售后服务不到位以及个人隐私与信息安全问题展开论述，深入探讨这些问题产生的原因和影响，并提出相应的建议。

3.1. 商品质量与安全问题

女性消费者在选择商品时，对质量往往有着更高的要求。这是因为她们不仅注重商品的实用性和美观性，更关注商品对身体健康和生活品质的影响。然而在实际购物过程中，女性消费者经常遭遇商品质量问题，如商品存在瑕疵、与描述不符、使用不安全等。例如，某电商平台销售的化妆品，虽然外观精美、价格诱人，但购买使用后却导致消费者皮肤过敏，甚至出现红肿、瘙痒等症状。这种质量问题不仅给消费者带来了身体上的痛苦，也影响了她们对电商平台的信任度。电商平台在商品质量监管方面明显存在缺陷：一方面，平台对商家的入驻审核不够严格，导致一些质量低劣的商品进入市场；另一方面，平台对商品的抽检力度不够，难以及时发现和处理质量问题。因此，电商平台需要加强对商品质量的监管，从源头上保障消费者的权益。

3.2. 价格不透明与虚假促销

女性消费者对价格通常比较敏感，她们在购买商品时会仔细比较不同平台的价格以选择性价比最高的产品。然而，一些电商平台存在价格不透明和虚假促销的问题，这严重侵害了消费者的权益[5]。价格不透明主要表现为电商平台在商品定价时缺乏明确的标准和依据，导致消费者难以判断商品的真实价值。

同时，一些平台还存在价格欺诈行为，如虚构原价、虚假折扣等，误导消费者进行购买。虚假促销则是指电商平台通过夸大宣传、虚假承诺等手段，诱导消费者购买商品。例如，一些平台会推出“限时抢购”、“秒杀”等活动，但实际上商品数量有限或价格并未真正降低，这容易导致消费者产生误解和不满。

这些价格不透明和虚假促销的行为不仅严重损害了消费者的利益，也破坏了市场的公平竞争环境。

因此，电商平台应建立公开透明的定价机制，杜绝虚假促销行为，维护市场秩序和消费者权益。

3.3. 售后服务不到位

女性消费者在购物过程中通常对售后服务有着较高的期待。她们希望在遇到问题时能够得到及时、有效的解决以保障自己的权益。然而，在实际购物过程中，一些电商平台的售后服务却不尽如人意。例如消费者在购买服装后发现尺寸不合适或质量有问题，联系商家退货时却遭遇推诿、拖延等问题，有些商家甚至以各种理由拒绝退货或换货，导致消费者陷入维权困境。

电商平台在售后服务体系建设上存在缺陷。一方面，平台对商家的售后服务行为缺乏有效的监管和约束，导致一些商家在售后服务方面态度消极、处理不当；另一方面，平台自身的售后服务流程也存在繁琐、不透明等问题，使得消费者在维权过程中感到困惑和无助[6]。为了提升售后服务质量，电商平台应建立完善的售后服务流程和规范，明确商家的售后服务责任和义务。同时，平台还应加强对商家售后服务行为的监管和考核，对违规行为进行处罚和公示，以维护消费者的合法权益。

3.4. 个人隐私与信息安全问题

在电商平台购物时，女性消费者需要提供个人信息以完成交易。然而，这些个人信息往往面临着泄露和滥用的风险。一旦信息被泄露或滥用，不仅可能导致消费者受到经济损失，还可能威胁到其人身安全[7]。一些平台在收集、存储和使用用户信息时缺乏必要的保护措施，导致信息泄露事件频发。同时，一些平台还存在滥用用户信息的问题，如未经用户同意将信息用于商业推广等。

为了保障用户的隐私和信息安全，电商平台应采取一系列措施。首先，平台应建立完善的用户信息管理制度，明确信息收集、存储和使用的规则和流程。其次，平台应采用先进的加密技术和安全措施，确保用户信息在传输和存储过程中的安全性。此外，平台还应加强对员工的信息安全培训，提高员工对用户信息保护的意识和能力。

综上所述，女性用户在电子商务平台消费过程中面临的问题主要集中在商品质量与安全问题、价格不透明与虚假促销、售后服务不到位以及个人隐私与信息安全问题等方面。这些问题不仅损害了消费者的利益，也影响了电商平台的声誉和可持续发展。因此，电商平台应加强对这些问题的关注和解决，从源头上保障消费者的权益，提升服务质量，赢得消费者的信任和支持。同时，政府部门和消费者组织也应加强对电商平台的监管和合作，共同推动电子商务行业的健康发展。

4. 促进女性电子商务平台消费问题解决的对策与建议

随着女性消费者对电子商务平台购物的需求日益增长，平台所面临的问题也亟待解决。针对这些问题，本文提出以下对策与建议，旨在帮助电商平台提升服务质量，保障消费者权益，促进平台的健康发展。

4.1. 加强商品质量与安全监管

针对女性消费者对商品质量高度关注的现象，电商平台应建立严格的商品审核机制。首先，平台应设立专门的商品审核团队，对上架商品进行严格把关，确保商品质量符合相关标准和消费者的期望。其次，平台应建立商品质量追溯体系，对商品的来源、生产过程等进行全程跟踪，以便在出现质量问题时能够迅速定位并解决问题。此外，电商平台还应加强与政府部门的合作，共同打击假冒伪劣产品。平台应积极配合政府部门开展商品质量抽检工作，及时上报抽检结果，对不合格商品进行下架处理。另外平台还应与政府部门建立信息共享机制，共同打击制售假冒伪劣产品的违法行为，维护市场秩序和消费者权益。

4.2. 规范价格策略与促销行为

为了解决电商平台上的价格不透明和虚假促销问题，首先应呼吁电商平台公开透明定价，杜绝虚假促销。平台应制定明确的价格策略，对商品进行明码标价，避免虚构原价、虚假折扣等误导消费者的行为。同时，平台还应加强对商家价格行为的监管，对违规行为进行处罚，维护市场价格的公平性和合理性。

其次，建立价格监督机制也是必要的。电商平台应设立价格监管部门，对平台上的商品价格进行实时监控，发现价格异常或违规行为及时进行处理。此外，平台还应加强与消费者组织的合作，接受消费者的价格投诉和举报，对投诉进行核实和处理，保障消费者的合法权益。

4.3. 完善售后服务体系

为了回应女性消费者对售后服务的期待，电商平台应提升售后服务质量，提高消费者满意度。首先，平台应建立完善的售后服务流程和规范，明确售后服务人员的职责和权限，确保消费者在遇到问题时能够得到及时、有效的解决。

其次，建立快速响应机制也是关键。电商平台应设立专门的客服团队，对消费者的售后问题进行快速响应和处理。同时，平台还应建立多渠道的沟通方式，如在线客服、电话客服、邮件等，方便消费者随时联系并解决问题。

此外，电商平台还应加强对商家售后服务行为的监管。平台应建立商家售后服务评价体系，对商家的售后服务质量进行定期评估和排名，对表现不佳的商家进行警示或处罚。这种评价模式将有助于促使商家提升售后服务水平，提高消费者的购物体验。

4.4. 强化隐私保护与信息安全

在保护用户隐私和信息安全方面，电商平台应加强对用户隐私和信息的保护。首先，平台应建立完善的用户信息管理制度，明确信息收集、存储、使用和共享的规则和流程。同时，平台还应加强对员工的信息安全培训，提高员工对用户信息保护的意识和能力。

其次，采用先进的加密技术和安全措施也是必要的。电商平台应使用先进的加密技术对用户信息进行加密处理，确保信息在传输和存储过程中的安全性。此外，平台还应建立多层防御机制，包括防火墙、入侵检测系统等，防止黑客攻击和数据泄露事件的发生。

除了技术手段外，电商平台还应加强与用户的沟通与互动。平台应定期向用户发布隐私政策和信息安全提示，提醒用户注意保护个人信息。同时，平台还应建立用户反馈机制，及时收集和处理用户对隐私保护和信息安全方面的意见和建议，不断改进和完善相关措施。

综上所述，加强商品质量与安全监管、规范价格策略与促销行为、完善售后服务体系以及强化隐私保护与信息安全是电商平台应对女性消费者购物问题的重要对策与建议。通过实施这些措施，电商平台将能够提升服务质量，保障消费者权益，赢得消费者的信任和支持，实现平台的可持续发展。同时，政府部门和消费者协会也应加强对电商平台的监管和合作，共同推动电子商务行业的健康发展。

5. 结论

随着“她经济”时代势头的不断显现，女性消费者已经成为了某些消费领域的主力军，其中以电子商务产业最具代表性。而女性在电子商务平台消费过程中面临的种种问题也日益凸显，亟需得到妥善解决。这不仅关乎消费者的切身利益，也关系到电商平台的可持续发展和社会的和谐稳定。因此，我们有必要对这些问题进行深入分析，并提出切实可行的对策与建议。

综上所述,女性电子商务平台消费问题虽然严重且紧迫,但只要我们积极采取措施加以解决,并紧抓“她经济”的发展机遇,相信女性电子商务平台一定能够迎来更加美好的未来。在这个过程中,政府部门、电商平台、消费者协会以及整个社会都应一道努力,从而形成合力,共同推动电子商务行业的健康发展和社会的和谐稳定。女性消费者在电商平台购物时所面临的问题是多元化的,需要从多个维度进行解决。电商平台应树立以消费者为中心的服务理念,不断优化服务流程、提升服务质量,确保消费者的权益得到充分保障。同时,政府部门也应加强对电商平台的监管力度,制定更加完善的法律法规,规范市场秩序,保护消费者的合法权益。此外,消费者协会和社会各界也应积极关注女性消费者在电商平台购物时所面临的问题,加强宣传教育,提高消费者的维权意识和能力。在未来的发展中,电子商务平台将继续发挥其在推动经济发展、促进消费升级方面的重要作用。我们期待看到更多优秀的电商平台涌现出来,为女性消费者提供更加优质、便捷、安全的购物体验。同时,我们也希望女性消费者能够更加理性、健康地进行消费,实现个人价值和社会价值的双赢。

参考文献

- [1] 代俐. “她经济”背景下的酒店产品营销策略[J]. 生产力研究, 2011(5): 142-143.
- [2] 吕君, 张士强, 王妍曦. “互联网+ 她经济”商业模式创新研究[J]. 商业经济研究, 2018(24): 91-93.
- [3] 吴小凤. 女性 APP 掘金“她经济” [J]. 青年记者, 2015(26): 71-72.
- [4] 金祖旭. 电子商务市场中“她经济”模式精准营销策略[J]. 商业经济研究, 2017(23): 59-61.
- [5] 冯辉, 马瑞阳. 平台价格补贴行为的法律规制[J]. 社会科学家, 2023(9): 98-105.
- [6] 王晗, 孙雨晨. 基于交易三阶段的电子商务卖家信用评价模型研究[J]. 征信, 2020, 38(3): 31-38.
- [7] 梁栋. 电子商务消费者个人信息保护的规范路径——基于 6 类 12 家电商平台隐私政策的实证研究[J]. 大连理工大学学报(社会科学版), 2022, 43(3): 102-112.