

随着消费能力的进一步提升,女性购物趋势越来越精细化、分层化,不同的年龄段呈现出不同的消费特点——

她们的钱花到哪儿了?

本报记者 齐晓梅

“不算不知道,一算吓一跳。每月工资的一半我居然买了化妆品和衣服,再算上还房贷,成了‘月光族’。”收到还款账单后,李慧不免还是有些吃惊。

有数据显示,我国拥有4亿年龄在20岁—60岁之间的女性消费者,她们撑起了10万亿元的庞大消费市场。

人物:李慧(95后)

关键词:悦己

作为单身贵族的李慧,没有宠物,没有车,平时住单位宿舍,只有周末回家,日子过得比较简单。她的日常消费里最主要的是服饰和美妆护肤,这两项占据了一大半,剩下的就是买些日用品、偶尔外出旅游等。

李慧的手机里安装有各种APP。前一秒,她在某社交平台上刚被美妆达人“种草”了某品牌的新款粉底液,虽然价格有些小贵,但是“值得拥有”;后一分钟,她已经在各种APP上比价准备下单。

“我的‘种草’一般来自社交平台上关注的美妆博主的分享,以及身边朋友真实使用后的推荐,很少接受陌生网红的‘种草’。通常是看到有博主推荐,正好有需求,就会在各平台比价后入手。”李慧说。

李慧印象最深的一次购物,就是去年花500多元入手了某国际知名品牌的一款精华。由于价格偏贵,加之自己从没买过精华,李慧为此做了很多功课。她到很多购物平台比价,看留言,



搜使用感受。

“以前总觉得精华太贵,实属难以承受。‘种草’久了,还是在某电商平台以商场专柜价6折的价格‘拔草’。没想到,试用后整体感觉还不错。”对于化妆品,李慧有自己的消费理念——底妆和彩妆选知名品牌。

至于选购服饰,李慧则更愿意到实体店享受试穿的过程。

“鞋子要去大型商场买,网上的不如商场的穿着舒适。衣服嘛,有几家特色小店比较符合我的穿衣风格,价格也便宜。”周末逛商场和特色服装小店是李慧的“保留项目”。

李慧将几家经常光顾的小店店主加为微信好友,时常关注朋友圈,遇到店里上新,总是第一时间到店选购。

“冬天买的还少些,夏天经常进店就买,有时三五件,有时六七件,回家后就把手里的衣服换一茬。”李慧说。

人物:王琦(85后)

关键词:育婴

脚踏琴、布书、爬爬垫、纸尿裤……在刚刚过去的“6·18”购物节,王琦抓住机会给家中满5个月的二宝囤货。

“生个孩子不是‘添双筷子’那么简单,需要家庭具有一定的经济能力。自从有了二宝,家庭开销更大了。”王琦简单看了一下近几个月的支付清单,主要花销集中在奶粉和各种婴儿用品上。

大宝和二宝相差5岁,好多东西由于保存不当也用不成了。早在二宝出生前,王琦就已经不停地“买买买”。孩子出生后,奶粉、纸尿裤更是一天也不能断。“前三个月,每月至少用4包纸尿裤。由于是纯奶粉喂养,每月需要5罐奶粉。除此之外,衣服、隔尿垫、帽子等必需品也要紧锣密鼓地跟上。”

在她看来,只要经济条件允

许,还是愿意在孩子成长期间“尽量买好的”:奶粉要选知名品牌,衣服要纯棉的,玩具要绿色环保的。

王琦有网络购物习惯,经常在淘宝等网站上买一些纸尿裤等婴儿用品。但是奶粉和衣服,她只选择从线下母婴店里购买。为此,她还加入了母婴店的微信团购群,经常在有促销活动时囤货。

“一罐奶粉就要400元,纸尿裤每包大概50元;前期孩子长得快,衣服至少俩月就得换。再算上各种玩具,合计下来,每月花销都要超过2000元。”王琦说。

她告诉记者,虽然夫妻俩都是上班族,但日子过得并不轻松。目前,养孩子的花销基本在吃喝上。可孩子一旦生病,那费用就更多了。

前段时间,为了给二宝治疗湿疹,王琦试遍了各种方法,光药膏就买了好几种。“一瓶治疗湿疹的乳液就要200元,还买过一款网红红治疗湿疹的药膏,花了100元,但效果都不好。”

“二宝马上就要添加辅食了,这又是一笔开销。”王琦说。

人物:张燕(70后)

关键词:品质

“自从发现了微信记账本功能,我开始记账,这才发现每个月花费都不少。”张燕就职于市区某事业单位,在许多人看来,她工资并不低,但她却坦言:“早已习惯了手机支付,挣得多花得也多。”

“由于长期伏案工作,我的颈椎、腰椎都不太好,花1000元办了张保健卡。加油花了300元,交了200元话费,还花298元报名了线上课程,剩下的就是家庭日常开销了。”张燕翻看着6月份的账单,发现月支出已超过5000元。

周末闲暇,张燕喜欢逛花卉市场,不时会买几盆多肉植物和盆栽花卉,带回家装饰阳台小花园。

“有一次,我在花卉市场发现一家外贸陶瓷店,被店里各种风格的餐具所吸引,挑选了几款餐盘,花了240元。”张燕说,其实家中餐具并不少,但看到质感高级的款式,还是忍不住“剁手”。

除此之外,张燕对自己和家人日常饮食的营养均衡和搭配十分重视,也因此被平台里各种直播带货“围攻”。

“我在抖音平台关注了几个专卖生鲜食品的账号,每天都会看他们的直播。直播中,主播会介绍本地特色农产品和生鲜,品种多又新鲜,还送货上门。”

刚捕捞上岸的大虾,新鲜的带鱼,不同产地的芒果、红薯……张燕说,仅上个月,她通过短视频平台购买了六七种新鲜果蔬和水产品。

“短视频平台改变了我的消费习惯,让我体验了购物便利,但同时也诱导我冲动消费。”意识到这一问题,张燕现在下单前都会先去几个电商平台看看、比价,“生活需要品质,但也要讲求实惠”。

零投诉、零风险,在上级行非现场检查 and 年终省行特检组全面检查中全部合规,受到省分行的肯定和客户的广泛认可。

为了给客户筑起一道金融屏障,吴四合充分发挥建行“智能化、数据化、远程化”三位一体的风险防控体系,通过“全网点、全渠道、全流程”覆盖的严密风控网络,有效扼制了电信网络诈骗资金转移的源头,一年来,共截堵案件8起,为客户挽回资金损失27万元。

奉献使得甘霖来。吴四合2019年被评为建行河北省分行内控合规先进个人,多次当选华油建行先进个人、优秀共产党员,连续三年工作考核为优秀,2020年被评为建行沧州分行十大感动人物。

惟有情深化春雨 全心全意为客户——记建行华北石油分行ATM管理中心主任吴四合

吴四合带领员工对全行83台自助设备逐机检查,开机率达到99.6%,设备缺钞率为零,客户投诉率为零,保持了ATM设备高效运行,做到了零差错、零投诉、零风险,成为不受疫情影响的“直通车”。

为客户提供安全的存、取款环境,吴四合对离行自助设备每天进行三次消毒和安全巡检,把疫情防控责任记在心里、担在肩上、落在行动上。在一次对设备进行消毒巡检过程中,吴四合不慎跌倒,致使左手臂骨折。没想到第二天,打上石膏挎着胳膊的吴四合正常来到单位上班。同事们劝他回家休养,他总

是说“我在单位看着才放心,伤才养的快”,直到痊愈他没有歇过一天假。

为完成自助设备升级改造,吴四合积极与设备厂家工程师沟通,在投入大量精力后,全行83台设备在任丘辖内全部实现清机刷脸加钞作业,有效地防范了清机加钞带来的风险。同时,吴四合完善客户刷脸操作功能,为客户带来了极大的便利,刷脸服务成为华油建行自助设备的“新名片”。

为控制和化解风险,一年来,吴四合走基层下网点先后牵头组织开展了6次重点领域合规检查、5次全行内控案防警示教育、4次非法集资

专项排查、每月员工行为排查等多项活动,涉及人员5000余人次,积极推动七个层次内控案防体系建设,强化全行案件防控线索核查和责任追究,构建案防合规文化建设,守牢经营发展底线,为华油建行多年零案件作出了突出贡献。

为不断提高服务水平,吴四合要求员工每天都要及时处理客户的吞卡与卡钞问题。连续多年,华油建行ATM管理中心做到了零差错、

狮城善建者 建行风采录



人行28年来,建行华北石油分行ATM管理中心主任吴四合,始终把“做事先做人,万事勤为先”作为行为准则,积极进取,甘于奉献,为客户默默贡献自己的力量。

坚守“疫线”,奋战“疫线”,确保自助设备24小时正常运行。2020年席卷全国的新冠疫情,打乱了所有人的正常生活。“疫情就是号令”。疫情发生后,为满足客户现金存取需要,减少网点歇业对现金服务的影