

SUMMER
SPRING
TREND REPORTS



淘宝 iFASHION

2024 服饰行业 春夏趋势白皮书



F A S H I O N I N D U S T R Y

目录

服饰行业春夏趋势白皮书

Part1 3
淘宝服饰行业发展概况

Part1 8
2024春夏淘宝服饰趋势
风格发布

Part1 22
2024春夏淘宝服饰品类
趋势洞察

Part1 54
2024淘宝服饰春夏品类
趋势赛道汇总

(趋势风格上新) #

SUMMER
SPRING
TREND REPORTS



Part1

淘宝服饰

行业发展概况

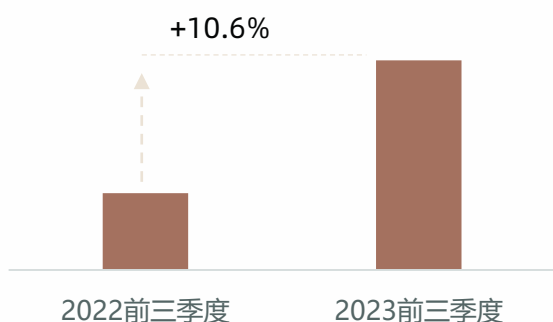
服装市场稳步回暖，淘宝服饰用户消费频次上升

淘宝大服饰行业消费稳步上升，用户粘性显著增加

我国服装市场稳步回暖

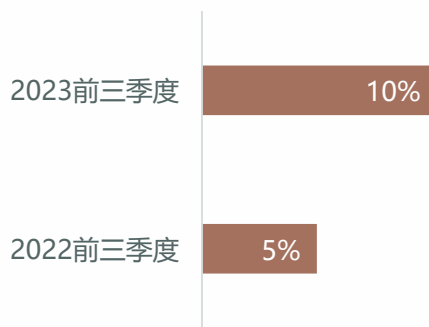
随着人们消费活动逐渐增加，消费场景日益丰富，我国服装市场正稳步回暖。前三季度，我国限额以上单位服装、鞋帽、针纺织品类商品零售总额同比增长10.6%，增速较上年同期回升14.6%；实穿类商品网上零售额同比增长9.6%，增速较上年同期加快4.9%。服装市场呈现由降转增，也反映出我国服装市场活力与韧性持续提升。

2022-2023前三季度我国服装鞋帽针纺织商品零售额



数据来源：国家统计局

前三季度我国实穿类商品网上零售额同比增长幅度

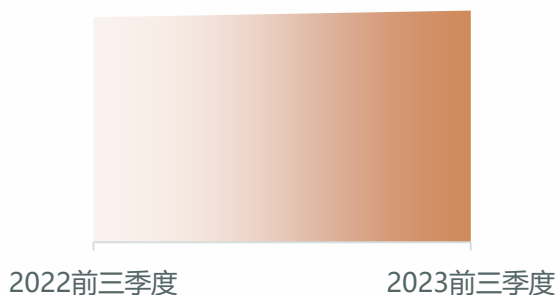


数据来源：国家统计局

淘宝平台服饰消费心智显著提升

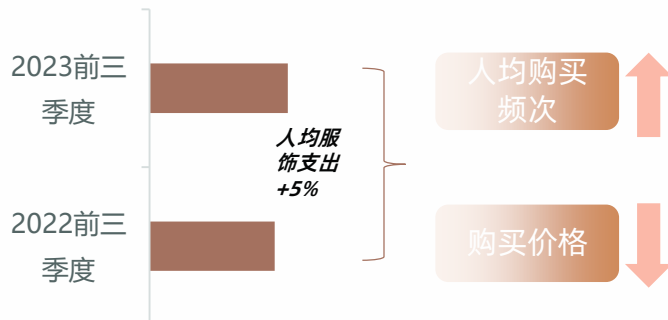
淘宝平台大服饰行业销售规模保持稳定且呈现提升趋势，其中用户消费忠诚度提升，用户平台消费意愿度持续上升。2023年前三季度，淘宝平台用户人均服饰消费支出较同期上升3%，得益于性价比氛围深度建设，用户购买需求得到持续释放，人均购买件数同较同期存在大幅度上涨。

淘宝大服饰行业前三季度消费规模变化



数据来源：阿里消费洞察

淘宝大服饰行业 人均服饰消费支出变化



数据来源：阿里消费洞察

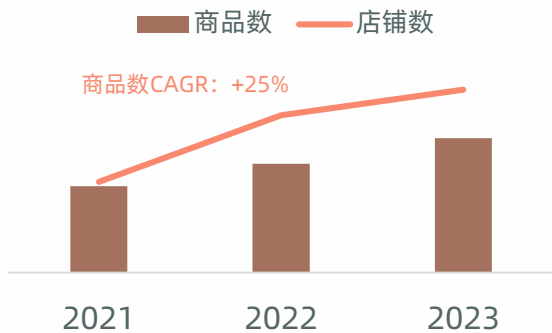
供给深度优化，让用户淘到更多高性价比和潮流尖货

产业带商家入淘趋势明显，特色原创设计供给丰富度进一步提升

海量产业带好物供消费者选择，前三季度产业带商家销售规模同比增长超22%

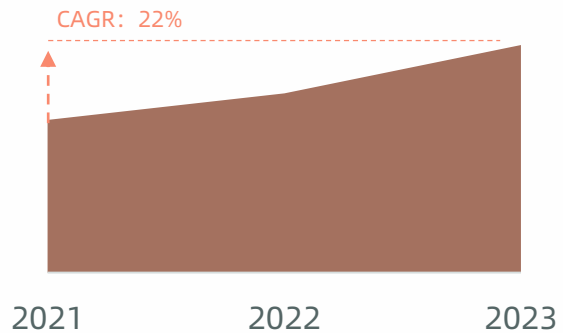
淘宝服饰持续加大产业带商家扶持力度，针对产业带商家进行导购路径、平台政策、新商权益等一系列升级，为产业带中小商家尽可能扫除障碍、降低门槛，提供更好的生意土壤。前三季度，淘宝服饰产业带商家入驻数量持续扩大，动销商品数增长25%，并且在整体销售规模上获得较为显著的增长。

近三年Q1-Q3淘宝服饰产业带商家数及商品数变化



数据来源：阿里消费洞察

近三年Q1-Q3淘宝服饰产业带商家销售规模



数据来源：阿里消费洞察

特色潮流设计商家聚集，原创商品供给丰富度显著提升

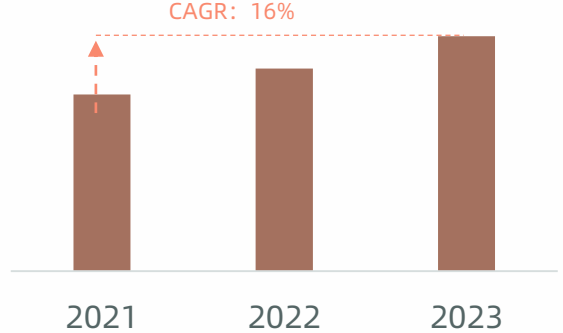
淘宝服饰平台聚集越来越多风格各异、坚持原创设计的特色商家，他们构成了淘宝服饰行业最具腔调的原创时尚力量，引领着别具一格的新审美、新潮流、新风尚。同时，淘宝服饰平台作为新品发售主要前沿阵地，前三季度，供给端百万潮流单品满足不同圈层、不同审美消费群体的个性化需求。

近三年Q1-Q3淘宝服饰特色商家店铺数量



数据来源：阿里消费洞察

近三年Q1-Q3淘宝服饰特色商家动销商品数量



数据来源：阿里消费洞察

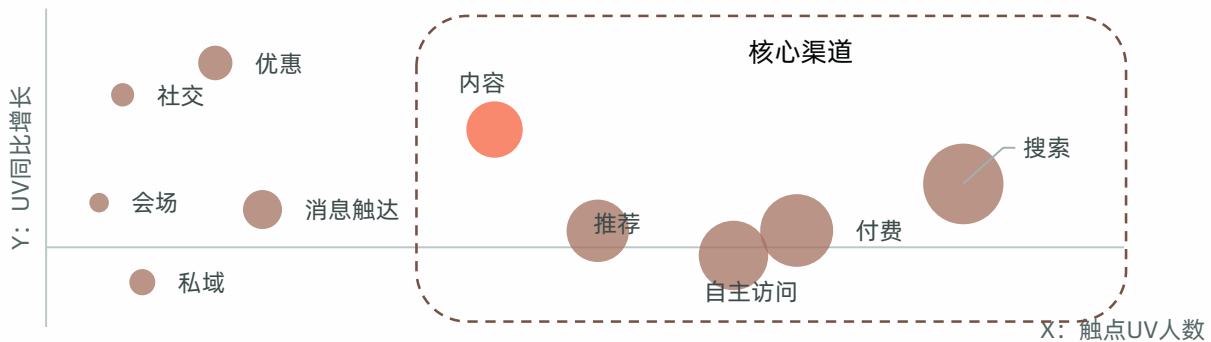
用户搜索兴趣加强，内容渠道引入流量贡献大幅增长

触点矩阵更加完善，搜索/推荐/内容/优惠/社交均呈现增长趋势

搜索渠道访客人数大幅提升，内容成为核心增长渠道，优惠渠道受到用户较高关注度

淘宝服饰触点矩阵日趋完善和多元化，淘内搜索人数显著增长，前三季度搜索渠道访客人数同比提升超16%，用户入淘搜索选购心智日益加深；与此同时，内容渠道快速增长，在核心渠道中趋势表现最为抢眼，此外，优惠渠道和社交渠道也受到用户较高关注度。

2022-2023 前三季度 淘宝大服饰行业触点矩阵变化

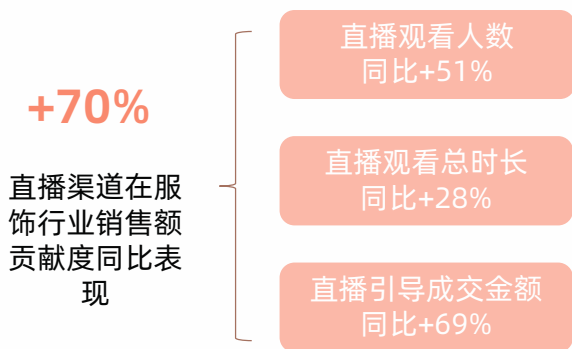


数据来源：阿里消费洞察

直播销售贡献同比增长超70%，短视频引流贡献增长超81%

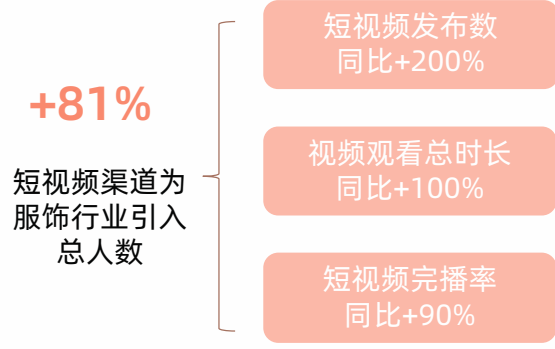
淘宝服饰直播渠道流量和成交贡献双向提升，直播观看人数同比增长超51%，用户直播间观看总时长同比提升超28%，流量提升的同时用户观看兴趣也在逐步加深，直播间引导成交金额同比增长超70%；淘宝服饰短视频渠道内容丰富度进一步加强，内容供给端来看，短视频数量同比增长200%，内容质量同步提升，视频完播率同比提升超90%，整体来看，短视频渠道在引流方面卓有成效，引入总人数同比增长超81%。

前三季度淘宝服饰直播渠道增长表现



数据来源：阿里消费洞察

前三季度淘宝服饰短视频渠道增长表现



数据来源：阿里消费洞察

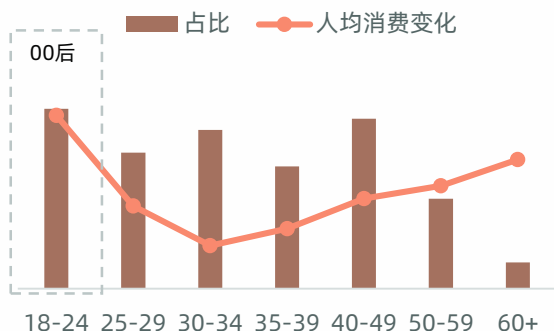
新消费人群显现，零零后进阶“老时尚人”

零零后时尚消费理念更加进阶

零零后成为消费主力，时尚穿搭更关注与穿着场景的适配度

伴随人群更迭，年轻人已然成为时尚行业消费主力军。2023年前三季度，淘宝服饰行业18-24岁零零后达20%以上，18-29岁人群比例超40%。零零后群体在时尚领域消费意愿持续上涨，在淘宝平台服饰人均支出同比上涨近10%。年轻消费者的时尚穿搭更关注与穿着场景的适配度，并且逐步形成了最为适合自己的穿衣理念。他们对时尚领域保持着高频关注，更倾向通过关注时尚穿搭博主学习款式搭配和色彩搭配及新流行风格。

2023Q1-Q3 淘宝服饰消费者年龄分布及客单价趋势



数据来源：阿里消费洞察

年轻消费者时尚穿搭理念

63% 00后认为穿搭更多服务于场景，根据当天的场合调整穿搭风格

52% 00后经常会看时尚内容资讯，以时尚穿搭博主分享和明星私服为主

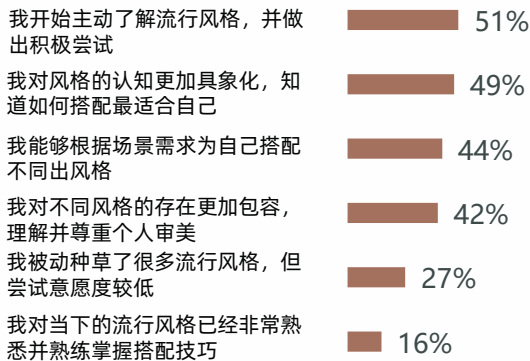
内容关注要素	TOP1	TOP2	TOP3
	学习不同款式之间如何搭配	了解时下的新趋势风格	学习不同色彩的搭配技巧

数据来源：TMIC服饰消费者调研,N=1551

风格认知从“模糊化”到“具象化”，搜索愈发精细和精确化

越来越多年轻消费者对风格的认知呈现从从“模糊”到“清晰”。以新中式风格为例，五年前消费者新中式搜索词大多以汉服、唐装、道袍等基础品类词为主，随着人们对于新中式的尝试意愿和体验加强，用户风格搜索词也变得更加清晰、具象，马面裙、飞机袖、披帛、诃子裙等细分单品逐渐成为用户新中式风格下的热门尝鲜单品。

年轻消费者近一年风格态度变化



数据来源：TMIC服饰消费者调研,N=1551

新中式风格搜索关键词变迁



数据来源：阿里消费洞察

(趋势风格上新) (#)

SUMMER
SPRING
TREND REPORTS



Part2

2024春夏

淘宝服饰

趋势风格发布

2024淘宝服饰春夏六大风格趋势

服饰行业春夏趋势风格再度焕新，淘宝服饰行业综合站内外消费者行为洞察，通过算法结构拟合赛道，行业专家精炼优化进行赛道分析，发布春夏趋势风格，侧写受众TA的画像特征，解读风格下的市场搭配场景及元素款式，对趋势风格进行评估，为行业商家持续输出趋势赛道的商品及运用机会。



Cleanfit

趋势指数 **93.4**

关键款式
极简白色衬衫
直筒超长半身裙
经典直筒牛仔裤
.....



Wasteland
末日废土风

趋势指数 **90.6**

关键款式
染色做旧T恤
褶皱水洗牛仔裤
颓废连帽开衫
.....



Gorpcore
山系户外风

趋势指数 **87.7**

关键款式
冲锋衣
夹克
直筒工装裤
.....



Boudoircore
闺房风

趋势指数 **87.4**

关键款式
薄纱蕾丝连衣裙
蕾丝提花连衣裙
蕾丝吊带背心
.....



Cottagecore
新式田园风

趋势指数 **81.3**

关键款式
经典奶油格纹上衣
棉麻布碎花裙
棉麻防晒上衣
.....



Blokette
少女运动风

趋势指数 **80.8**

关键款式
复古球衣
美式条纹运动套装
蕾丝半身裙
.....

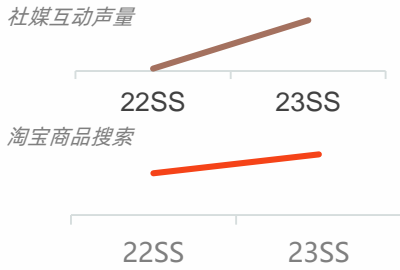
风格解读

趋势风格 | 01

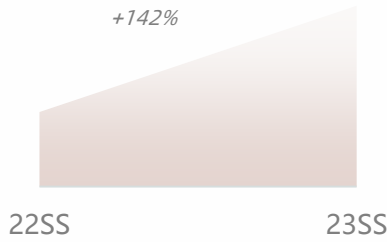
CleanFit

Cleanfit注重视觉舒适度，强调简约轻松的设计，整洁的线条和流畅的剪裁，无过多装饰和复杂图案，细节体现较精细集中，不过分张扬，整体造型干净清爽，是一种友好度和包容度极高、更适合日常的穿搭形式。

22SS-23SS风格关键词站内外趋势变化



22SS-23SS淘宝服饰 CleanFit风格销售趋势



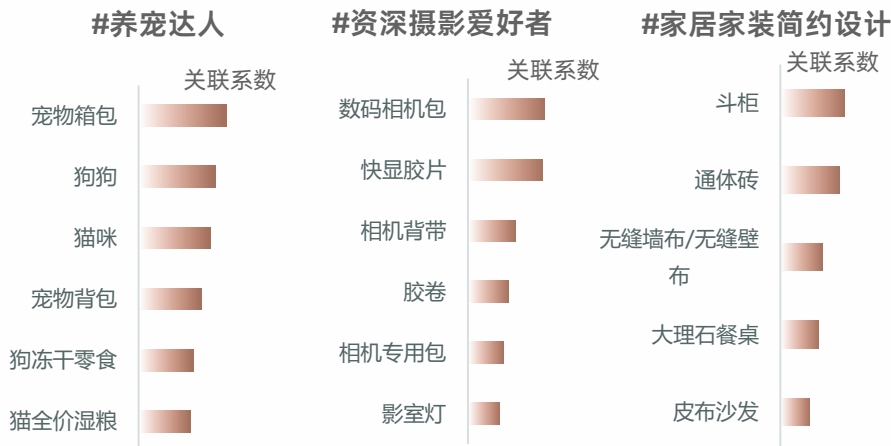
人群侧写

核心人群为18-34岁高线高消女性人群，也是一群爱好摄影的户外运动冒险家，日常与宠为伴，喜欢户外露营、自由骑行，喜欢通过摄影记录生活。

「CleanFit」风格消费者基础画像



「CleanFit」风格消费者全网消费形态

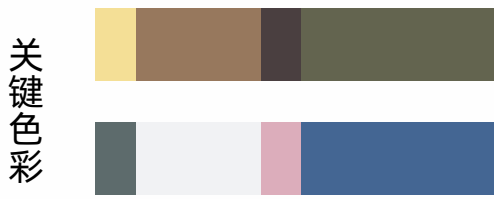


数据来源：阿里消费洞察、智篆GI 图片来源：POP

趋势风格 | 01 CleanFit 货品趋势

型色质解读

Clean Fit的亮点在于通过低饱和的色彩、干净利落的版型及有质感的面料搭配组合，形成一种独特的穿搭公式。牛仔裤、休闲裤、连衣裙、T恤为核心品类，整体以穿着舒适为基础，经典款式颜色化繁为简呈现全新百搭魅力。

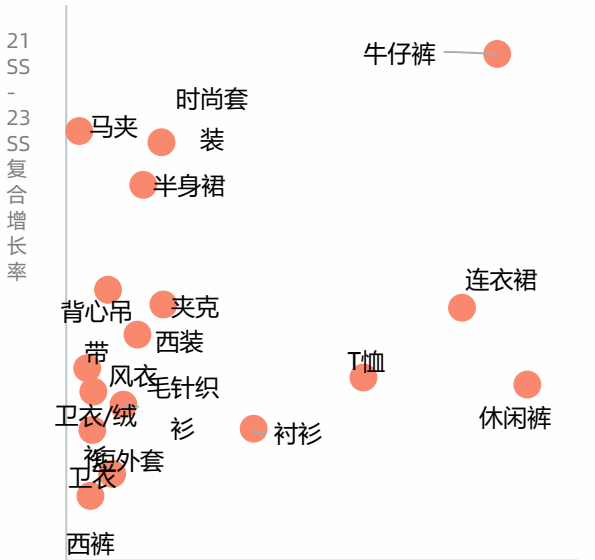


搭配准则

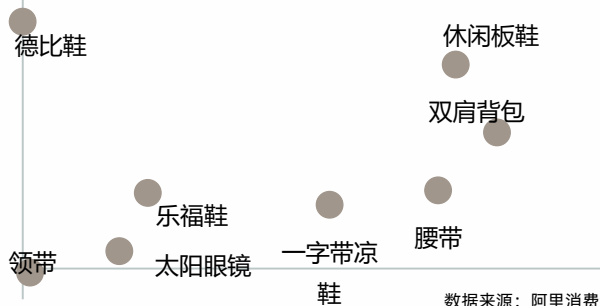
- 无LOGO主义
- 极简剪裁廓形
- 打造层次感
- 经典单品

品类趋势

23SS「CleanFit」淘宝服饰 品类机会矩阵 男女装行业



鞋靴箱包服配行业



数据来源：阿里消费洞察、智篆GI 图片来源：POP



风格解读

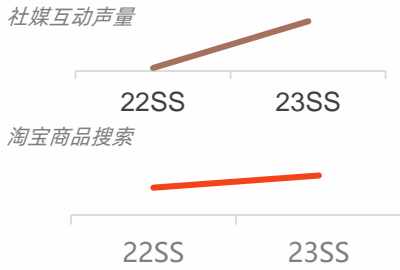
废土风指以废墟、废弃物和荒凉为主题，表现为充满末世感的未来主义美学。不同于y2k文化，废土风是反乌托邦的理念，是高科技低生活下衍生出的破败机能美学，是赛博朋克与末日科幻的结合。

趋势
风格

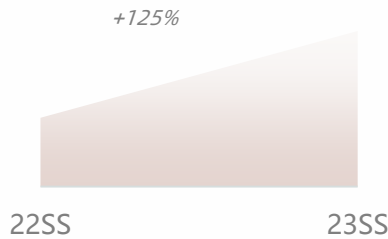
02

末日废土风

22SS-23SS风格关键词站内外需求变化



22SS-23SS淘宝服饰
末日废土风格销售趋势



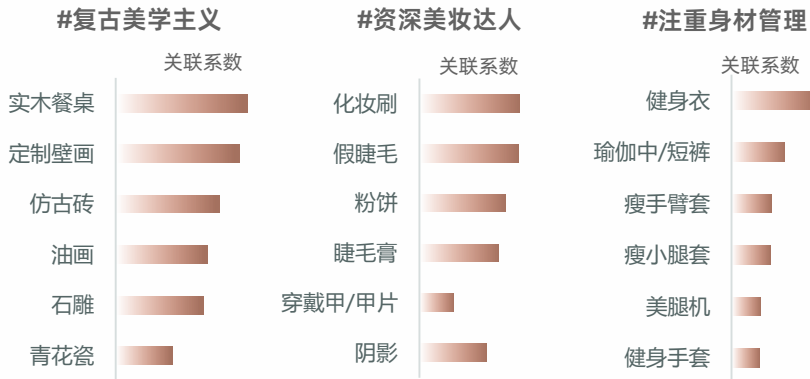
人群侧写

核心人群为18-29岁高线中低消费人群，也是一群追求经典复古风的潮流达人，日常爱美的资深美妆达人，同时通过注重身材管理，日常通过健身塑形保持身材。

「末日废土风」风格消费者基础画像



「末日废土风」风格消费者全网消费形态



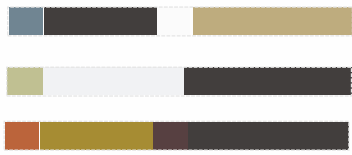
数据来源：阿里消费洞察、智篆GI 图片来源：POP

趋势风格 | 02 末日废土风|货品趋势

型色质解读

破碎、撕裂、补丁等大面积强做旧，不规则剪裁和结构；暗淡陈旧不均匀的染色；另一大特点是技能元素，高科技属性，如机械感、可穿戴拆卸配件。配色方面，以黑白灰和大地色为主，几乎不会出现明亮的色彩。

关键色彩



关键元素

做旧染色

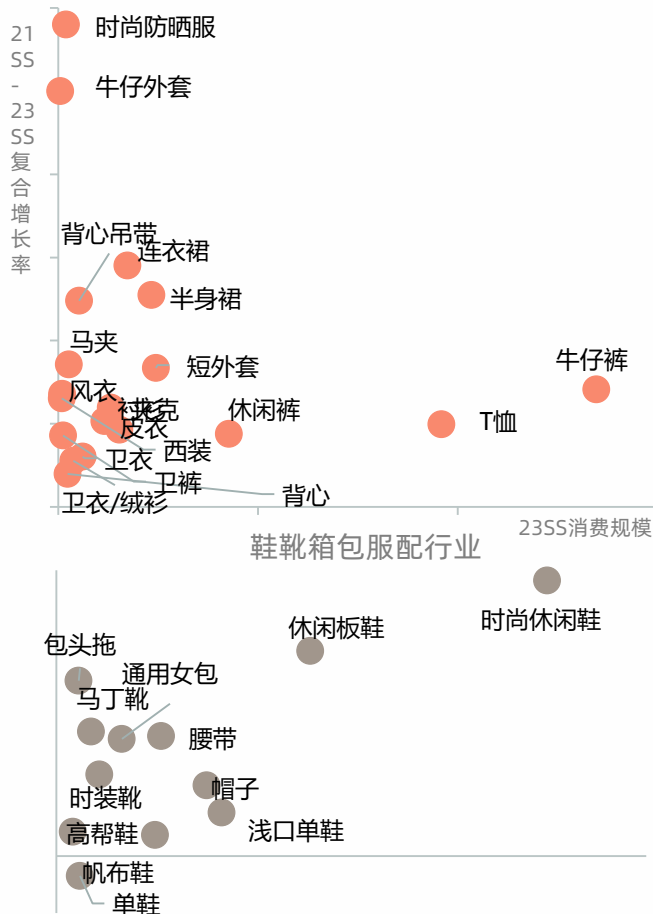
柴油锈迹

破坏磨损

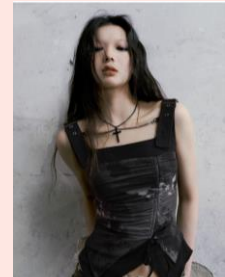
工装解构

品类趋势

23SS「末日废土风」淘宝服饰 品类机会矩阵
男女装行业



染色做旧T恤



朋克蝴蝶网纱吊带



灰色废土流苏包

废土脏洗连帽连衣裙



做旧牛仔裤



褶皱水洗牛仔裤

数据来源：阿里消费洞察、智篆GI 图片来源：POP

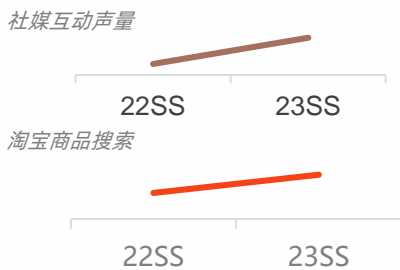
风格解读

趋势风格 | 03

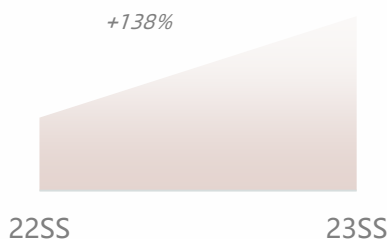
山系户外风

山系户外风将户外运动穿搭融入日常生活，强调实用与时尚并重的搭配。通过多口袋、拼接、抽绳、三合一面料等元素体现户外日常穿搭设计感，春夏季节与户外相呼应，烘托出不同的穿搭时尚。

22SS-23SS风格关键词站内外需求变化



22SS-23SS淘宝服饰山系户外风格销售趋势



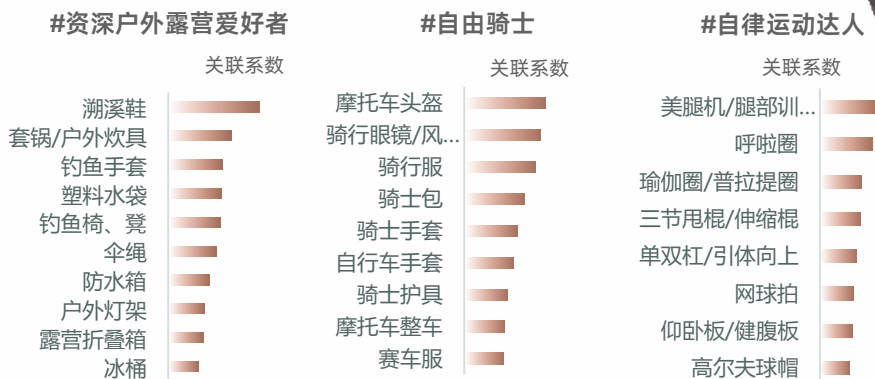
人群侧写

核心人群为18-34岁高线中低消基础人群，这群人是资深户外露营爱好者，同时也是追风的自由骑士，日常会尝试各种运动健身项目，业余生活丰富。

「山系户外风」风格消费者基础画像



「山系户外风」风格消费者全网消费形态



数据来源：阿里消费洞察、智篆GI

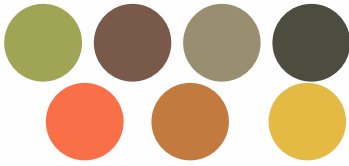


趋势风格 | 03 山系户外风|货品趋势

型色质解读

以休闲裤、夹克、短外套、防晒服为核心品类，加入拉链、抽绳、口袋拼接等元素设计，同时搭配登山鞋、渔夫帽及登山包，营造一种兼顾功能性和时尚性的穿衣方式。

关键色彩

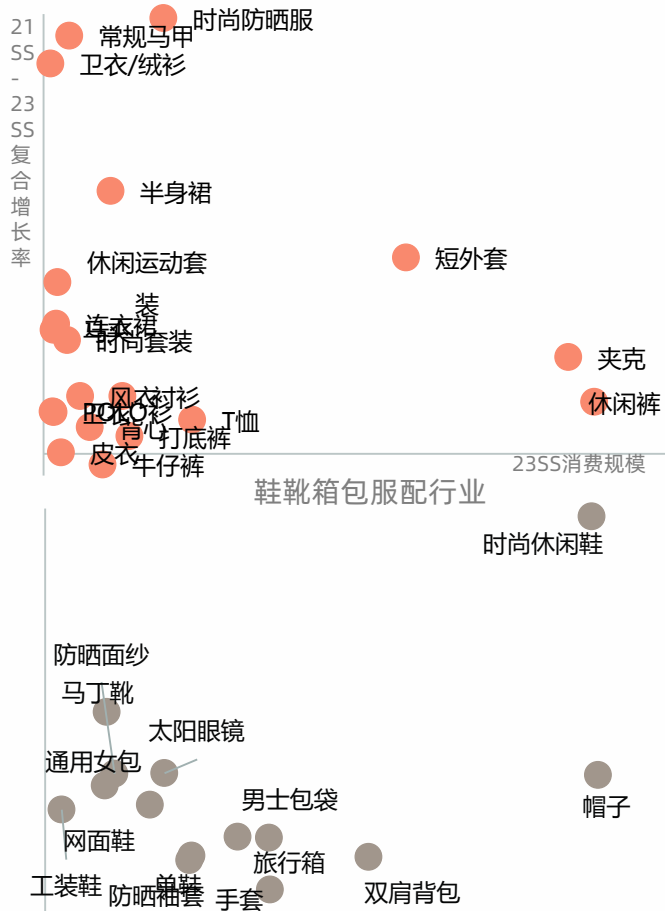


关键元素



品类趋势

23SS「山系户外风」淘宝服饰 品类机会矩阵 男女装行业



数据来源：阿里消费洞察、智篆GI 图片来源：POP

风格解读

“闺房风”将贵族家庭中成年女性的闺房概念延伸到了时尚领域，在设计上注重细节和奢华感，以营造出一种浪漫、柔和的氛围。

趋势
风格

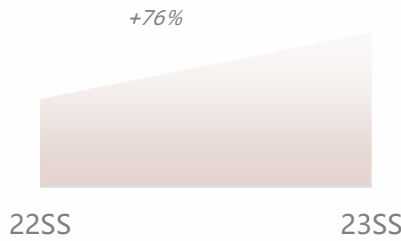
04

闺房风

22SS-23SS风格关键词站内外需求变化



22SS-23SS淘宝服饰
闺房风销售趋势



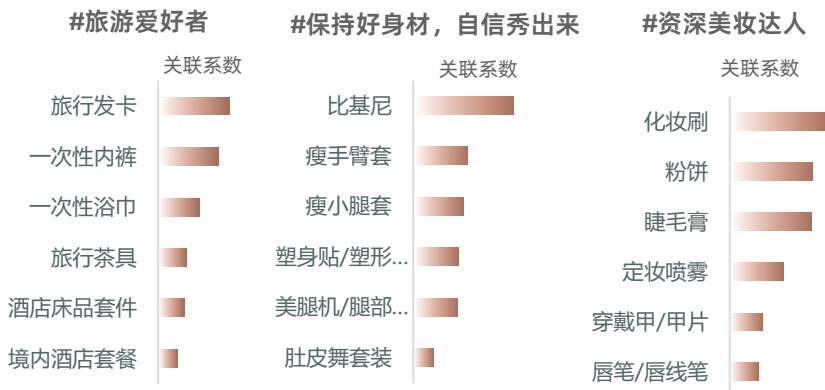
人群侧写

核心人群为18-34岁低线中消女性人群，他们喜欢旅行，同时日常注重身材管理，自信大方秀身材，比较在意个人颜值，资深美妆达人。

「Boudoircore 闺房风」风格消费者基础画像



「Boudoircore 闺房风」风格消费者全网消费形态



数据来源：阿里消费洞察、智篆GI 图片来源：POP

趋势风格 | 04 *Boudoircore* 闺房风 | 货品趋势

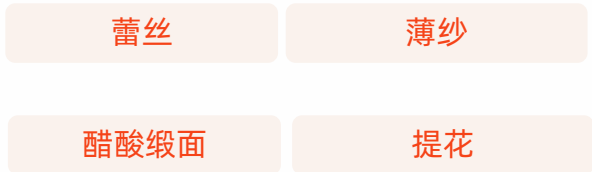
型色质解读

设计上通过加入薄纱、蕾丝元素，突出复古性感主题同时也注入了精致柔美质感。

关键色彩

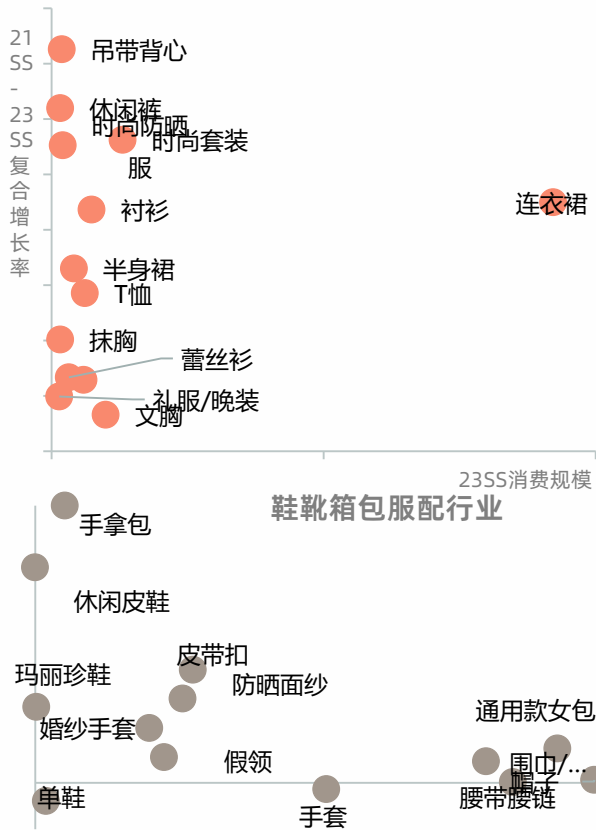


关键材质



品类趋势

23SS「Boudoircore 闺房风」淘宝服饰品类机会矩阵 男女装行业



醋酸蕾丝吊带连衣裙



提花刺绣镂空吊带



复古缎面吊带连衣裙



薄纱连衣裙

风格解读

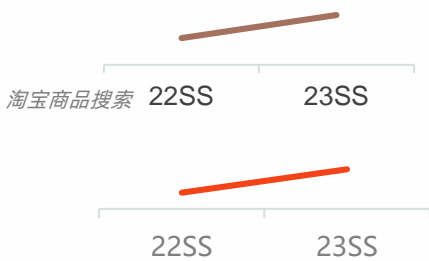
“新式田园风”是欧洲田园生活的现代诠释，这种精致超女性化的风格是当今最流行美学之一。作为近年使大众身心皆处紧张状态的社会环境下的产物，朴实恬淡、反束缚、反矫饰的自然主义风格在艺术产业中显得尤为重要。

趋势
风格

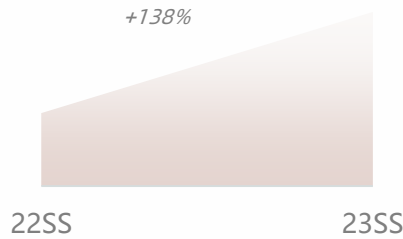
05

新式田园风

22SS-23SS风格关键词站内外需求变化
社媒互动声量



22SS-23SS淘宝服饰
新式田园风格销售趋势



人群侧写

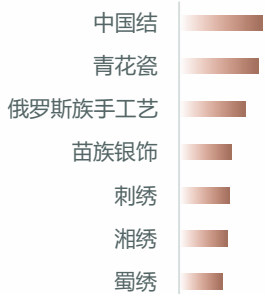
核心人群为18-34岁高线中消女性人群，这群人喜欢民间民族特色手工艺品，同时偏好国风服饰及洛丽塔服饰，偏好有特色的产品，同时会通过运动管理身材。

「新式田园风」风格消费者基础画像

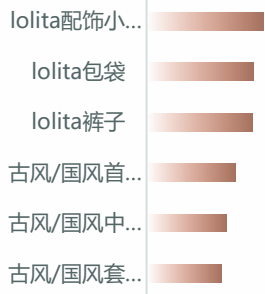


「新式田园风」风格消费者全网消费形态

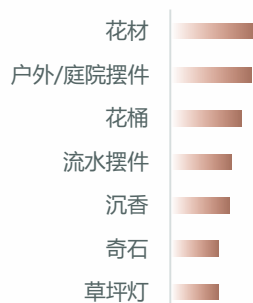
#民间特色手工艺



#偏好国风二次元



#热爱大自然风景



数据来源：阿里消费洞察、智篆GI 图片来源：POP

趋势风格 | 05 新式田园风 | 货品趋势

型色质解读

在色系表达方面，以淡雅调为主，如奶油色、淡粉、柔和的蓝绿和淡黄等，仿佛是从大自然中汲取了灵感，多以荷叶边、褶边印花、刺绣等民俗风元素打造时尚田园基调。

关键色彩



关键元素

荷叶边

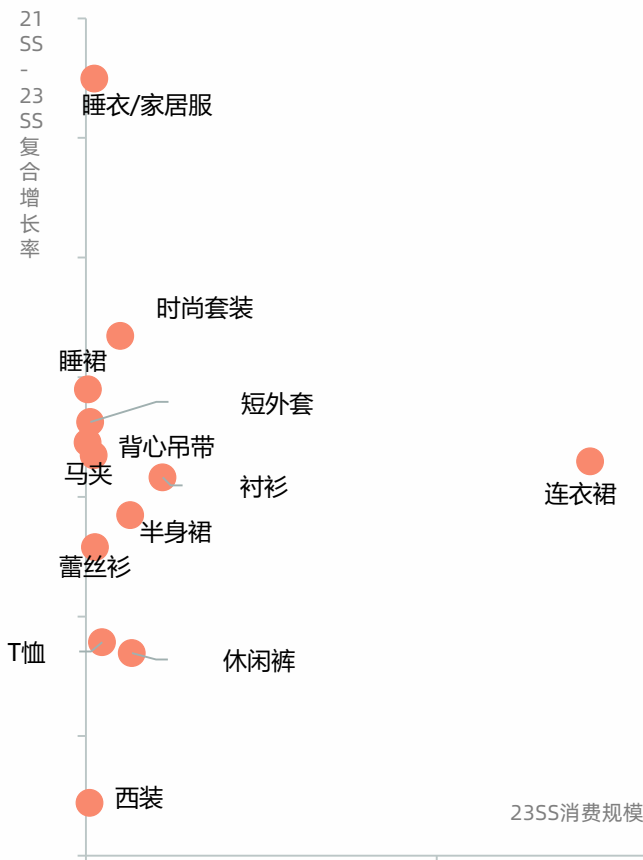
刺绣

明亮花卉

棉麻

品类趋势

23SS「新式田园风」淘宝服饰品类机会矩阵
男女装行业



棉麻刺绣连衣裙



高支高密棉麻混纺水溶印花



花边格纹吊带



花卉亚麻连衣裙

数据来源：阿里消费洞察、智篆GI 图片来源：POP

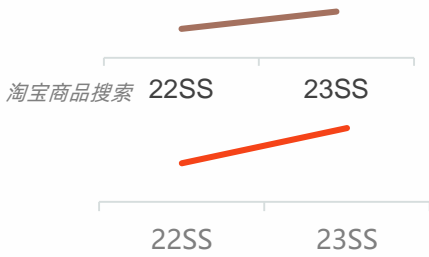
风格解读

Blokette是当前时尚界的新兴混合风格，它巧妙地融合了两种视觉上截然不同的审美概念——Blokecore和Coquette（运动+芭蕾元素），将运动元素和女性化设计元素相互混合，玩弄性别化着装的概念，创造出一种既随性率真，又带点小女人魅力的时尚美学。

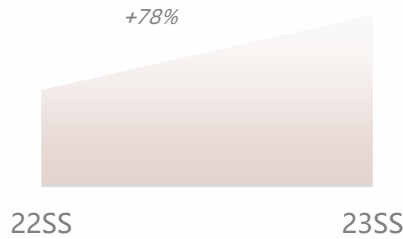
趋势风格 | 06

Blokette

22SS-23SS风格关键词站内外需求变化
社媒互动声量



22SS-23SS淘宝服饰
Blokette风格销售趋势



人群侧写

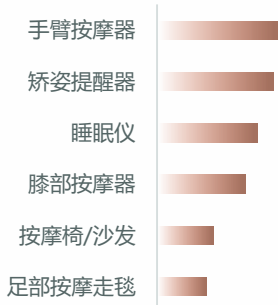
核心人群为18-34岁低线中低消女性人群，他们注重身材管理，会通过口服保健及健身方式保持身材，同时注重身体按摩保健，这群人注重个性化，偏好个性定制

「Blokette少女运动风」风格消费者基础画像

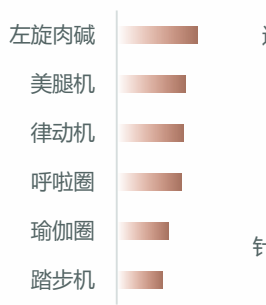


「Blokette少女运动风」风格消费者全网消费形态

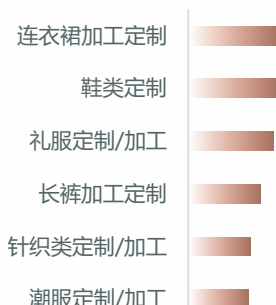
#身体按摩保健



#内外结合管理身材



#个性定制



数据来源：阿里消费洞察、智篆GI 图片来源：POP

趋势风格 | 06 *Blokette* | 货品趋势

型色质解读

Blokecore代表元素为球衣、牛仔和球鞋。Coquette则追求超女性化、浪漫与少女感的风格审美,典型元素为蕾丝、荷叶边、丝带等。

关键元素

蝴蝶结

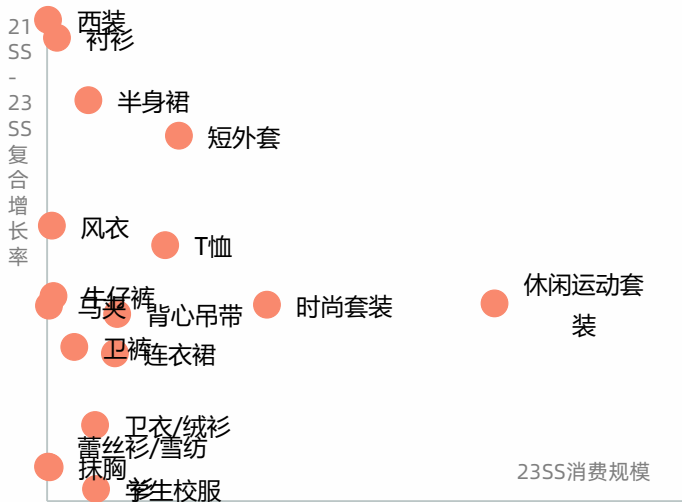
百褶

复古条纹

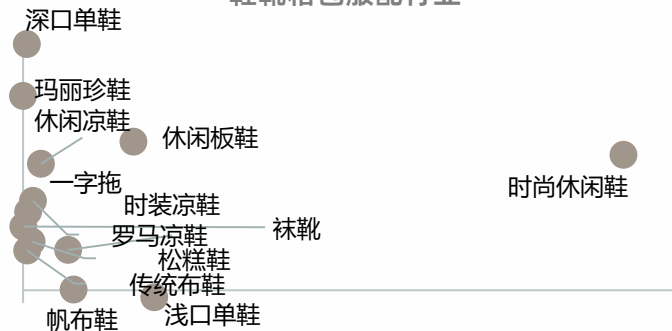
丝带/蕾丝

品类趋势

23SS「Blokette少女运动风」淘宝服饰品类机会矩阵 男女装行业



鞋靴箱包服配行业



数据来源：阿里消费洞察、智篆GI 图片来源：POP

(趋势品类上新) (#)

SUMMER
SPRING
TREND REPORTS



Part3

2024春夏

淘宝服饰

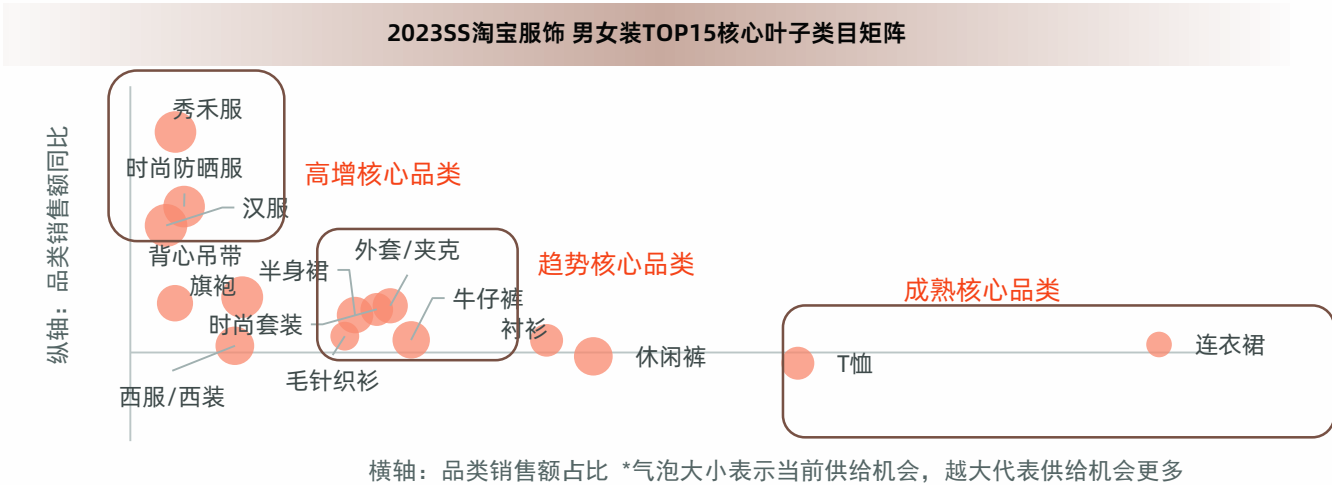
品类趋势洞察

淘宝服饰2024春夏品类矩阵

鞋服需重点关注裙子、T恤、牛仔裤、外套、汉服和单鞋

男女装品类矩阵

鞋服品类春夏整体GMV占比超83%，是商家春夏需要重点关注的市场板块。男女装品类矩阵分布来看，连衣裙、T恤销售贡献尤为显著，GMV占比超30%；次核心品类中，外套、半身裙、牛仔裤增速相对更快；高增长品类呈现特色供给趋势，秀禾服、防晒服和汉服市场高速增长，其中汉服品类供给相对不足，需求尚未得到满足。



数据来源：阿里消费洞察

男女鞋品类矩阵

单鞋、时尚休闲鞋、时装凉鞋为春夏销售主要品类，其中单鞋类目GMV贡献超30%，商家需重点关注；同时，特色供给品类呈现高增长趋势，婚礼场景下的婚鞋增速尤为显著，洞洞鞋、雨鞋春夏消费潜力持续显现。



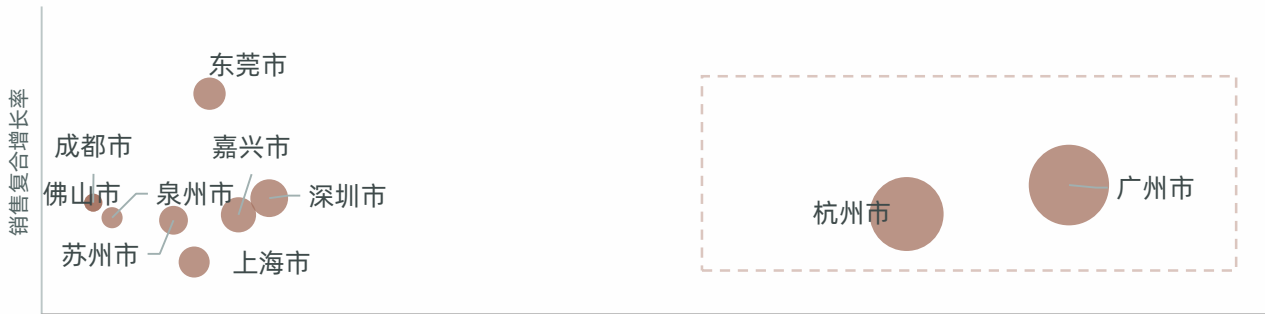
数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 01 连衣裙 | 产业带趋势

广州、杭州产业带占主流，深圳、东莞、嘉兴产业带趋势向好

淘宝服饰连衣裙产业带集中于广州和杭州，销售额占比超过50%且增速领跑；嘉兴、东莞、苏州、成都连衣裙产业带增长趋势向好。其中广州产业带热销款式集中在新中式旗袍、法式复古、泡泡袖；杭州产业带缎面、真丝材质热销属性突出；嘉兴产业带三醋酸双面缎、针织、华夫格、钩花刺绣热销；东莞产业带热销属性则集中在港风、小香风、赫本风、娃娃领。

2023SS淘宝服饰 连衣裙销售规模核心产业带矩阵



产业规模 *气泡大小代表规模大小

数据来源：阿里消费洞察

2023ss淘宝服饰 连衣裙核心产业带热销商品属性

广州	杭州	嘉兴	东莞
衬衫裙 V领褶皱 挂脖连衣裙 鱼骨吊带抹胸裙 小飞袖 泡泡袖 纯欲芭蕾裙 改良旗袍 醋酸 新中式 蕾丝 抽褶针织包臀 蓬蓬裙 重工刺绣 吊带连衣裙 碎花裙 法式极简 礼裙 油画裙 背心连衣裙 娃娃领短裙 牛仔连衣裙	桑蚕丝 抽褶收腰 V领褶皱 方领法式 法式碎花 扎染 水墨蝴蝶印花 公主裙 真丝雪纺 棉麻 印花 灯笼袖 镂空 收腰 天丝 蝴蝶结 礼服 雪纺印花 提花 重工提花旗袍 缎面 荷叶袖 纯欲甜辣 真丝 蛋糕裙	吊带蛋糕裙 三醋酸双面缎 抹胸连衣裙 法式露肩挂脖 油画真丝裙 长袖印花V领 针织吊带长裙 荡领赫本风 镂空 华夫格翻领连衣裙 提花波点吊带 慵懒直筒 小飞袖旗袍 钩花刺绣 泡泡袖a字裙 法式泡泡袖 波点 牛仔甜辣 假两件针织t恤连衣裙 系带V领娃娃裙 碎花吊带 法式茶歇裙 极简背心连衣裙 蕾丝娃娃领衬衫裙	无袖极简连衣裙 法式茶歇百褶裙 轻熟风港味裙 法式油画 泡泡方领 花卉裹身长裙 不规则吊带裙 露背性感吊带 泰式千金 娃娃领碎花 一字肩 初恋茶歇裙 复古赫本风 森系a字裙 小香风 小飞袖 赫本风小黑裙 法式轻奢 醋酸立体花 腰部打条 烫金花朵 不规则撞色

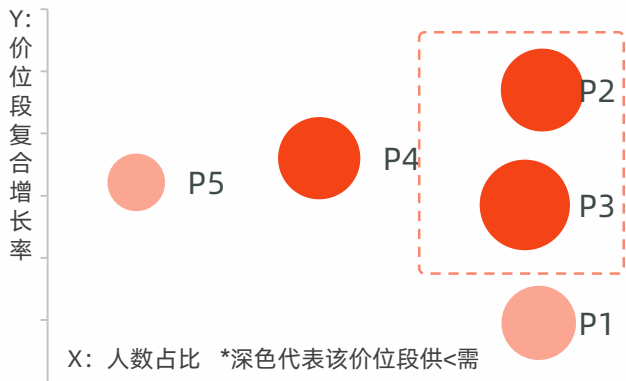
数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 01 连衣裙 | 价格趋势

P2-P4价位段购买需求增加，其中P1-P3更重性价比，P4P5更重材质、品牌和场景

淘宝服饰连衣裙价位以P1-P3为主，其中P2价位段需求增速显著。各价位段决策因子存在显著差异，P1-P3价格因素占据主导地位，其次为款式和风格图案，P4-P5则会更加注重材质、质量、品牌和穿着场合。

2023SS淘宝服饰 连衣裙品类价格带趋势



数据来源：阿里消费洞察

连衣裙各价格层级 购买决策因子调研排序

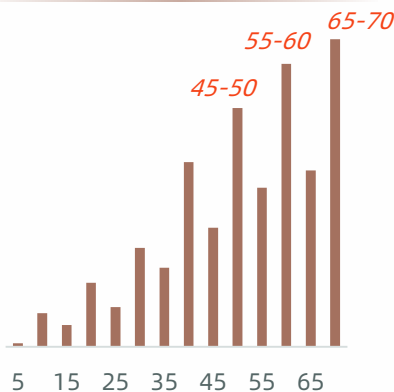
	P1P2	P3	P4	P5
TOP1	价格	领型	材质	质量
TOP2	款式	价格	质量	品牌
TOP3	领型	袖型	图案元素	穿着场合
TOP4	风格	款式	穿着场合	材质
TOP5	图案元素	风格	风格	款式

数据来源：TMIC连衣裙消费者调研，N=607

P1-P3价格敏感度较高，65-70元、75-80元、135-140元需重点关注

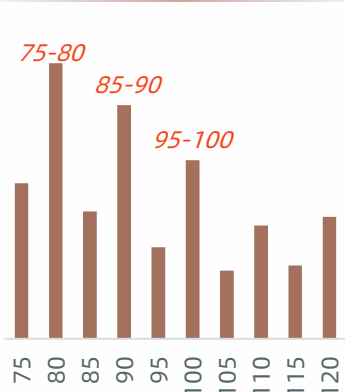
连衣裙P1-P3价位段消费者决策时价格考虑优先级更高，淘宝服饰连衣裙P1价格层级可重点关注45-50元、55-60元、65-70元价位段，P2价格层级可以重点关注75-80元、85-90元、95-100元价位段，P3价格层级可重点关注125-130元、135-140元、155-160元、165-170元价位段。

P1细分价位段人数分布



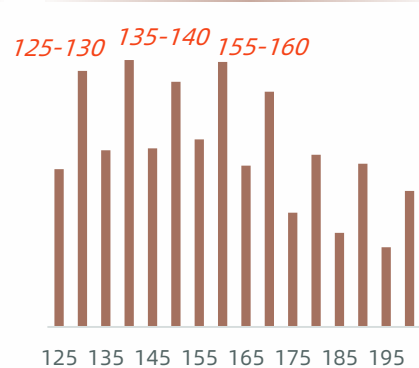
数据来源：阿里消费洞察

P2细分价位段人数分布



数据来源：阿里消费洞察

P3细分价位段人数分布



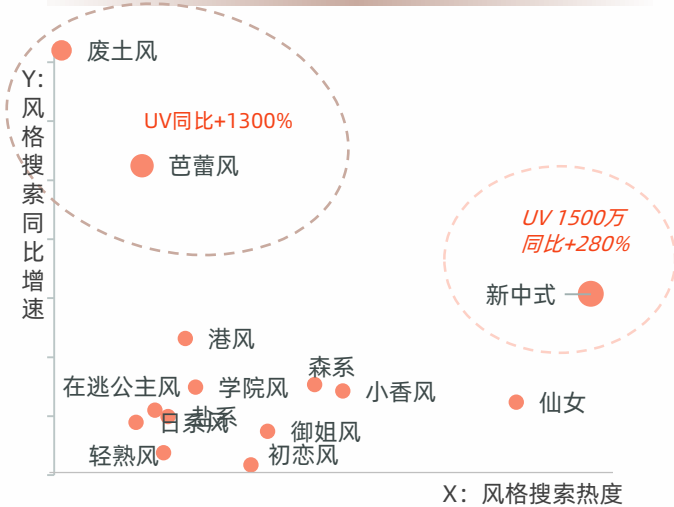
数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 01 连衣裙 | 货品趋势

风格决策心智加强，新中式、芭蕾风、废土风值得重点关注

风格愈来愈受连衣裙消费者重视，相关搜索人数同比增长15%，其中新中式成为热门风格，款式更加细分，新中式吊带连衣裙用户搜索增长超10倍；此外，芭蕾风、废土风新趋风格在连衣裙品类值得重点关注。

23SS淘宝服饰连衣裙风格搜索热度趋势



数据来源：阿里消费洞察

新中式细分款式搜索热度

- 新中式旗袍连衣裙
TOP1 +200%
- 新中式吊带连衣裙
TOP2 +1200%
- 新中式礼服连衣裙
TOP3 +1800%

核心趋势赛道

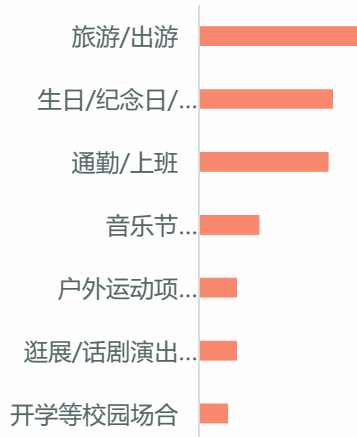
 <p>新中式吊带连衣裙</p> <p>新趋指数 73 蓝海指数 230 GMV同比 135%</p>	 <p>芭蕾风连衣裙</p> <p>新趋指数 87 蓝海指数 23 GMV同比 10703%</p>
 <p>废土风连衣裙</p> <p>新趋指数 75 蓝海指数 22 GMV同比 502%</p>	

数据来源：阿里消费洞察

出游将成为驱动连衣裙消费核心场景，海边度假单品需提前布局

出游/度假当选消费者购买连衣裙的TOP1驱动场景，其次为生日/纪念日等重要仪式场合。出游场景下，海边/海岛度假成为用户目的地首选。站外社交平台上，2023Q2海边度假连衣裙讨论热度仍在持续增长，其中挂脖连衣裙讨论互动量增长超4倍，站内销售额同比增长超190%。

2024SS连衣裙消费驱动场景调研






TOP3旅游目的地类型

- TOP1 海边度假
- TOP2 云南/民俗风情
- TOP3 古镇/人文风情

社媒平台海边度假连衣裙高增关键词

镂空 吊带 挂脖 法式 波西米亚 互动量 +400%

核心趋势赛道	  	<p>挂脖沙滩连衣裙</p> <p>新趋指数 87 蓝海指数 23</p>
--------	--	--

数据来源：TMIC连衣裙消费者调研，N=607

数据来源：智篆GI

连衣裙品类 代表商家 LULUSWINGS

店铺设计理念

店铺风格定位复古黑白甜女装

LuluSwings作为小众设计师品牌，主打可盐可甜的女团学院风，甜美中帶有一点酷飒，品牌设计风格十分突出，款式简约却有不简单的高级感。

店铺运营方法论

定趋势	定风格	定品类	定视觉
洞察行业市场大盘趋势	定位宝贝风格	结合店铺自身调性与特色来定品类	根据店铺视觉把握拍摄风格

店铺连衣裙重点切入赛道：

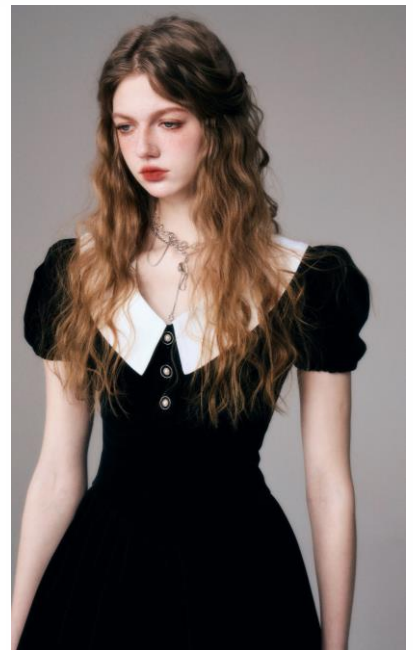
新中式风格连衣裙、芭蕾风连衣裙，围绕重点趋势风格延伸出不同版型、材质单品



新中式吊带连衣裙



芭蕾风束腰蓬蓬裙

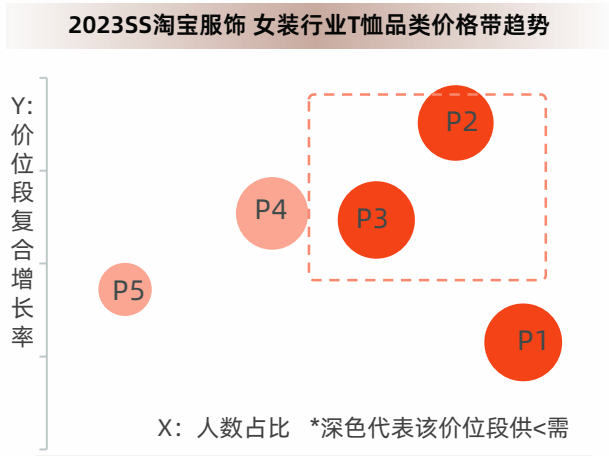


芭蕾风黑色丝绒连衣裙

核心品类 | 02 T恤 | 女装行业价格趋势

P2P3价位段需求持续释放，价格主导消费，P4P5则更多考虑材质、舒适度和品牌

淘宝女装T恤品类以P1-P3价位为主，且供给相对不足，其中P2需求增速明显。各价位段决策因子存在显著差异，P1-P3价格因素占据主导地位，其次为颜色和舒适度，P4-P5则会更加注重材质、品牌和穿着场合。



女装行业T恤各价格层级 购买决策因子排序

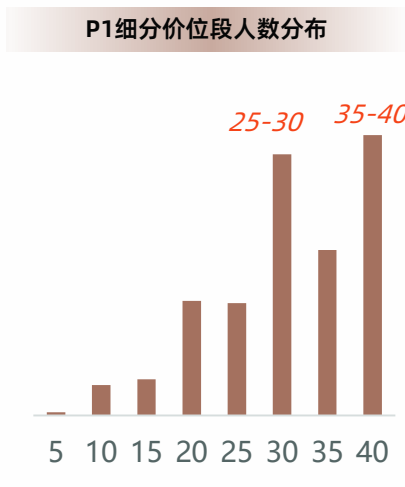
	P1P2	P3	P4	P5
TOP1	价格	颜色	材质	品牌
TOP2	颜色	价格	舒适度	材质
TOP3	舒适度	版型款式	品牌	穿着场合
TOP4	版型款式	风格	场合	舒适度
TOP5	风格	设计元素	版型款式	设计元素

数据来源：阿里消费洞察

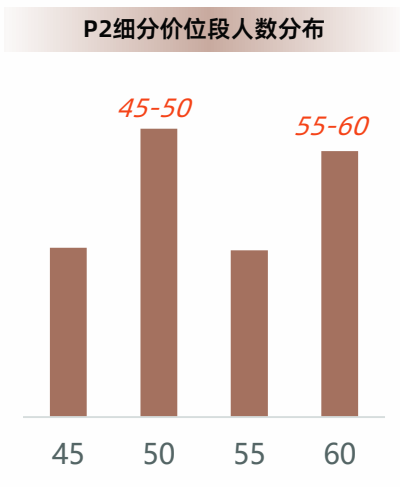
数据来源：TMICT恤消费者调研，N=819

P1-P3价格敏感度较高，35-40元、45-50元、65-70元需重点关注

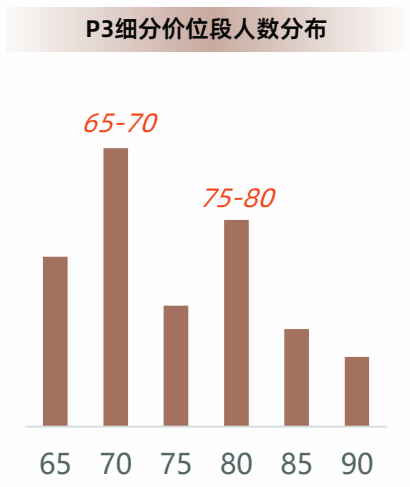
P1-P3需要塑造高性价比心智，其中P1层级可重点关注35-40、25-30元价位段，P2层级可以重点关注45-50和55-60元价位段，P3层级可重点关注65-70和75-80元价位段。



数据来源：阿里消费洞察



数据来源：阿里消费洞察



数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 02 T恤 | 女装行业货品趋势

美式、法式仍为主流风格选择，芭蕾风T恤热度增长超100%

美式、法式、甜辣风格仍占领主流风格地位且用户兴趣持续提升，芭蕾风T恤搜索人数同比增长超100%，且具备一定用户规模，当前蓝海指数相对较高，可考虑加大商品供给；少女风、御姐风T恤也处于增长态势。

23SS淘宝服饰女装T恤风格搜索热度趋势



数据来源：阿里消费洞察

核心趋势赛道

芭蕾风上衣

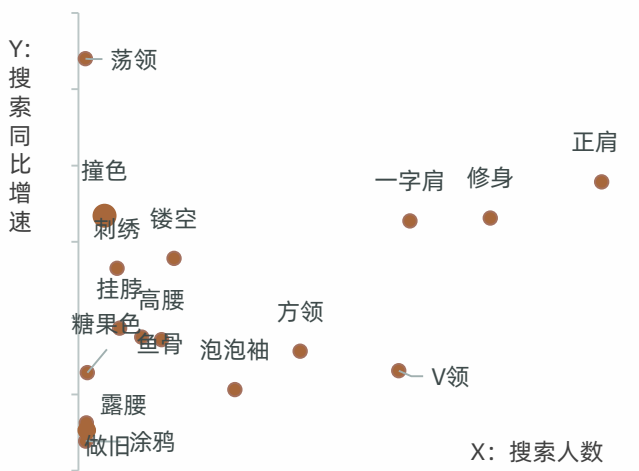
- 新趋指数 93
- 蓝海指数 21
- GMV同比 10504%

数据来源：阿里消费洞察

适配多元风格，正肩、一字领、荡领均迎来大幅消费增长

正肩、一字肩荡领用户消费兴趣正在快速上升，荡领搜索增长趋势远超其他，不规则荡上衣当前趋势表现突出；正肩高领短袖、美式一字肩均呈现较大市场潜力，23春夏GMV同比增长超700%，可重点关注。

23SS淘宝服饰女装T恤版型款式热度趋势



数据来源：阿里消费洞察

核心趋势赛道

正肩高领短袖

- 新趋指数 94
- 蓝海指数 17
- GMV同比 707%

不规则荡领上衣

- 新趋指数 96
- 蓝海指数 18
- GMV同比 16468%

美式风一字领上衣

- 新趋指数 89
- 蓝海指数 21
- GMV同比 741%

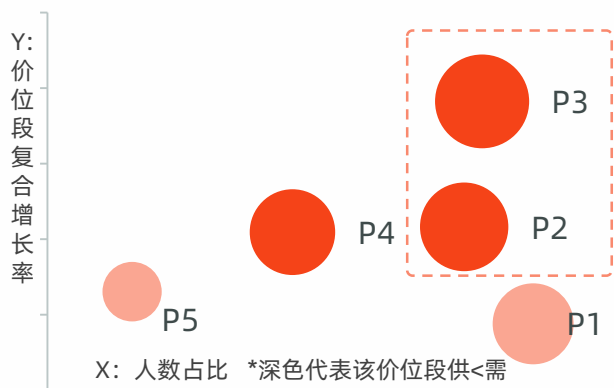
数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 02 T恤 | 男装行业价格趋势

男装T恤可重点关注P3价格层级，用户决策商品颜值和高性价比缺一不可

淘宝男装T恤品类价位以P1-P3为主，其中P2-P3供给相对不足，P3层级需求上升，可重点关注。P1P2价位段更注重价格因素，P3层级商品决策同时追求颜值外观和价格。

2023SS淘宝服饰 男装行业T恤品类价格带趋势



数据来源：阿里消费洞察

男装行业T恤各价格层级 购买决策因子排序

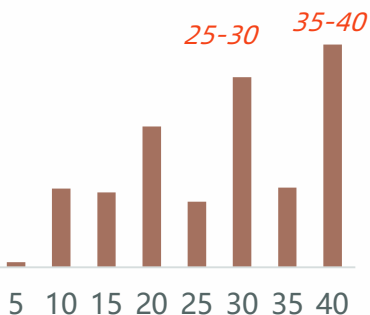
	P1P2	P3	P4	P5
TOP1	颜色	版型款式	材质面料	品牌
TOP2	价格	颜色	舒适度	材质
TOP3	舒适度	风格	场合	场合
TOP4	穿着场合	价格	设计元素	舒适度
TOP5	设计元素	穿着场合	品牌	设计元素

数据来源：TMICT恤消费者调研，N=819

P1-P3价格相对敏感，可重点关注35-40元、65-70元、75-80元价位段

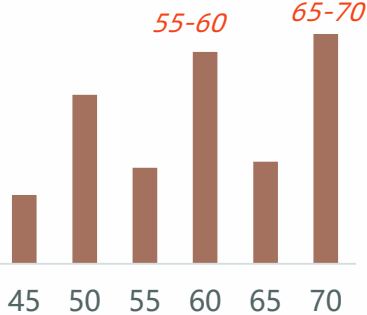
男装T恤P1-P3价位段消费者决策时更重价格，淘宝男装T恤P1价格层级可重点关注25-30、35-40元价位段，P2价格层级可以重点关注55-60元和65-70元价位段，P3价格层级可重点关注75-80、85-90、95-100元价位段。

P1细分价位段人数分布



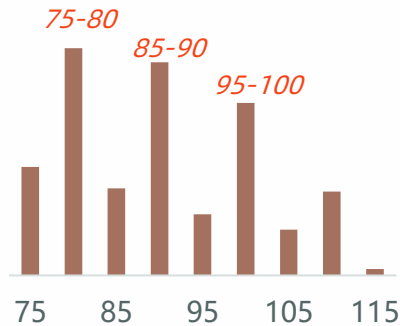
数据来源：阿里消费洞察

P2细分价位段人数分布



数据来源：阿里消费洞察

P3细分价位段人数分布

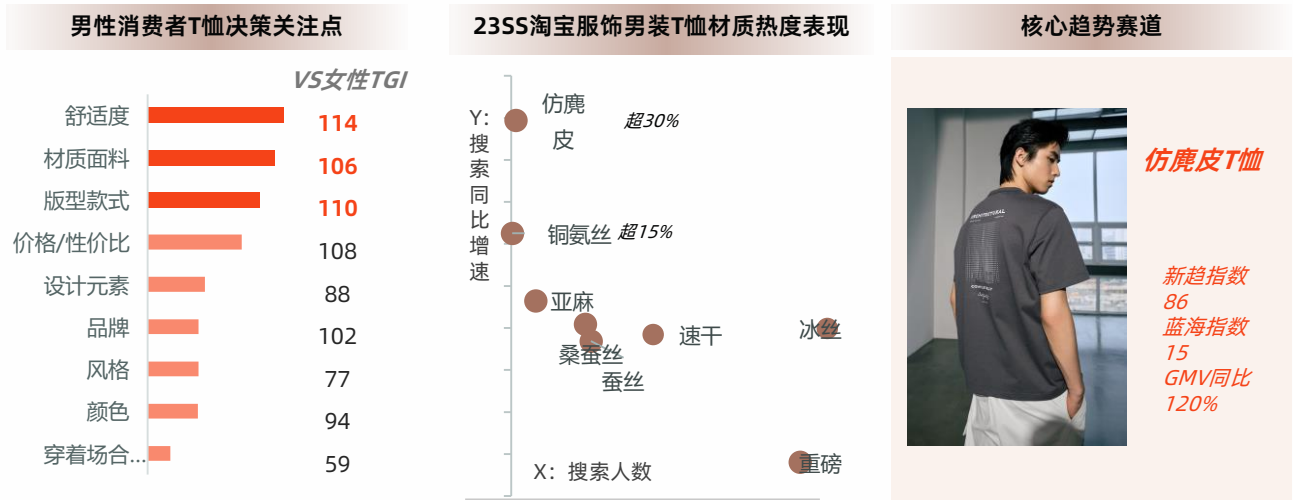


数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 02 T恤 | 男装行业货品趋势

冰丝、重磅材质仍为主流选择，仿麂皮、铜氨丝面料认知提升，消费兴趣显著加强

男性T恤消费者相对女性会更加关注舒适度、材质面料和版型款式。面料趋势来看，冰丝、重磅认知度较高，仿麂皮、铜氨丝材质认知渗透度快速上升。



数据来源: TMIC男装T恤消费者调研, N=607

数据来源: 阿里消费洞察

数据来源: 阿里消费洞察

无袖、正肩仍保持较高热度，更具修饰作用的垫肩款式受到男性消费者青睐

男性消费者在挑选款式时也开始向“修饰需求”进阶，今年春夏以来，显头小、显肩宽、能够修饰身材比例和个人气质的垫肩设计闯入消费者视野，搜索增速提升，且淘内销售同比提升超130%。



数据来源: 阿里消费洞察

数据来源: 阿里消费洞察

T恤品类 代表商家



ARISEISM

店铺T恤重点切入赛道:

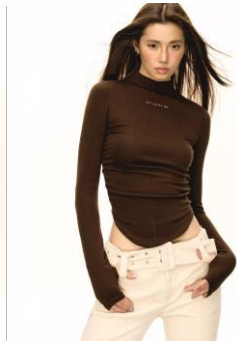
美式复古一字肩T恤、美式复古小高领T恤、复古一字肩芭蕾风上衣

店铺设计理念

ARISEISM成立于2022年春，从ASIAN GIRL出发之后经过一段时间的摸索和敲打，设计风格融合新式东方美学,摇滚乐赛车,插画等诸如此类亚文化。品牌希望让更多人认识到一些非常有意思的亚文化，向大家传达特别的文化及时尚态度。



美式复古一字肩T恤



美式复古小高领T恤



复古一字肩芭蕾风上衣

T恤品类 代表商家

SIMPLE PROJECT

店铺T恤重点切入赛道:

液氨面料连肩廓形T恤、抗皱毛巾料交错袖T恤、坑条肌理感编织T恤

店铺设计理念

SIMPLE寓意着简约的核心，PROJECT是更具实验性的尝试和项目，二者互相影响，焕新表达。品牌秉持简约·富有质感·实用·经典的核心理念，主张新颖表达，将设计聚焦于优良的剪裁以及独特的材料，为经典单品注入现代感,于产品细节处蕴藏巧思。



液氨面料连肩廓形T恤



抗皱毛巾料交错袖T恤



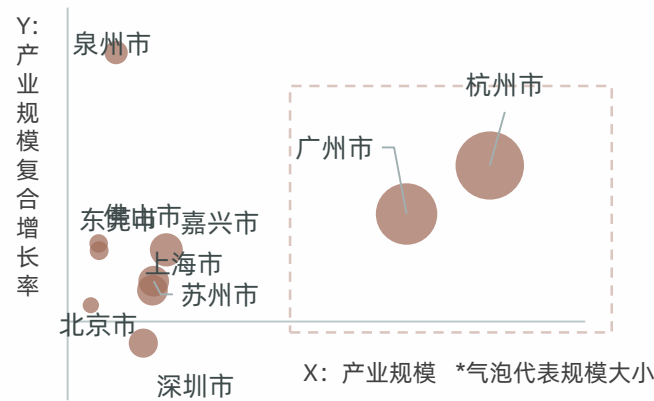
坑条肌理感编织T恤

核心品类 | 03 外套|产业带趋势

女装外套以杭州、广州较为突出、男装外套泉州占据主要市场，揭阳产业带快速提升

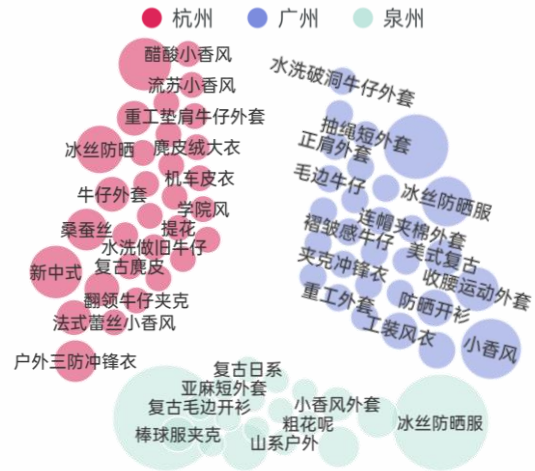
淘宝女装外套集中在广州和杭州产业带，泉州趋势向好；冰丝防晒、冲锋衣外套普遍热销，广州牛仔款式更多样；杭州新中式、小香风热度高，醋酸、麂皮、桑蚕丝材质热销；泉州山系户外风为主、亚麻材质热销。

2023SS淘宝服饰 女装外套 核心产业带矩阵



数据来源：阿里消费洞察

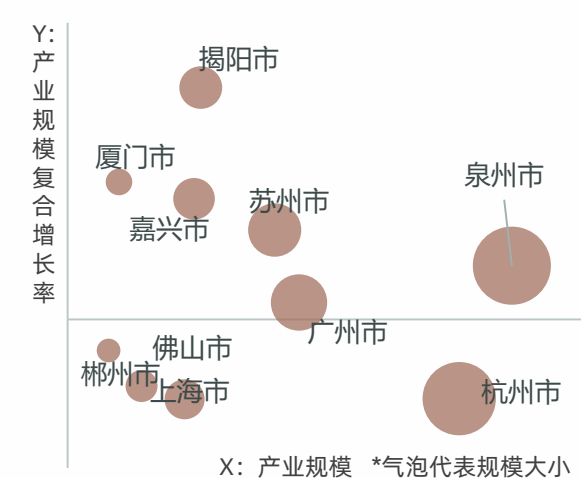
女装外套核心产业带热销商品属性



数据来源：阿里消费洞察

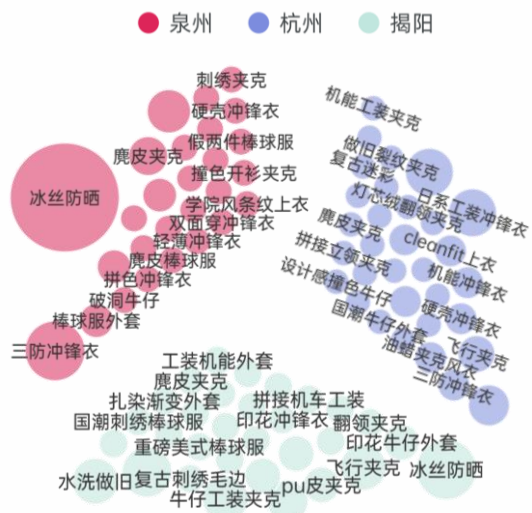
男装外套产业带以泉州和杭州最为突出，揭阳产业带增速较快；泉州产业带集中在冰丝防晒、冲锋衣；杭州产业带集中在冰丝防晒、皮夹克；揭阳产业带热销款式以牛仔外套、棒球服为主。

2023SS淘宝服饰 男装外套 核心产业带矩阵



数据来源：阿里消费洞察

男装外套核心产业带热销商品属性



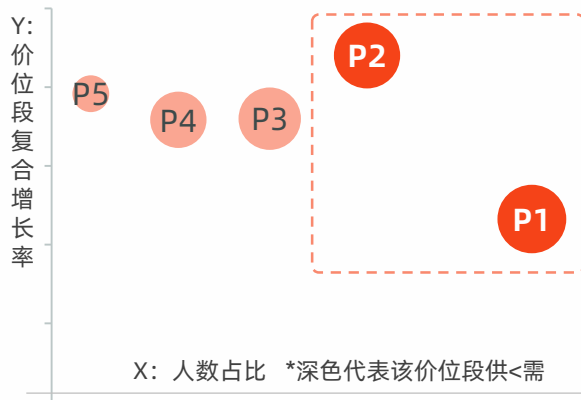
数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 03 外套|女装行业价格趋势

P1P2价格层级更具市场潜力，决策更关注风格和性价比；P4P5则更注重穿着场合

淘宝女装外套价位以P1-P2为主，且供给相对不足，其中P2价位段需求增长。各价位段决策因子存在显著差异，P1-P3价格因素占据主导地位，其次为款式和风格图案，P4-P5则会更加注重材质、质量、品牌和穿着场合。

2023SS淘宝服饰 女装行业外套品类价格带趋势



数据来源：阿里消费洞察

女装行业外套各价格层级 购买决策因子排序

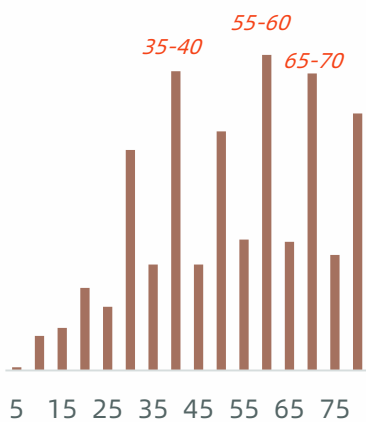
	P1P2	P3	P4	P5
TOP1	颜色	颜色	穿着场合	品牌
TOP2	价格	图案元素	舒适度	穿着场合
TOP3	版型款式	版式款式	品牌	材质面料
TOP4	风格	价格	材质面料	舒适度
TOP5	舒适度	风格	设计工艺	版型款式

数据来源：TMIC外套消费者调研，N=745

P1-P3价格敏感度较高，55-60元、85-90元、155-160元需重点关注

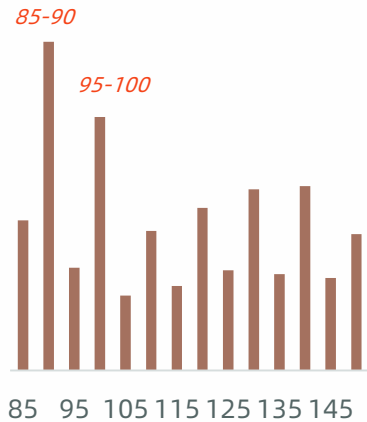
女装外套P1-P3价位段消费者决策时更重价格，P1价格层级可重点关注55-60元、65-70元、35-40元、75-80元价位段，P2价格层级可以重点关注85-90元、95-100元价位段，P3价格层级可以重点关注155-160元、165-170元、195-200元价位段。

P1细分价位段人数分布



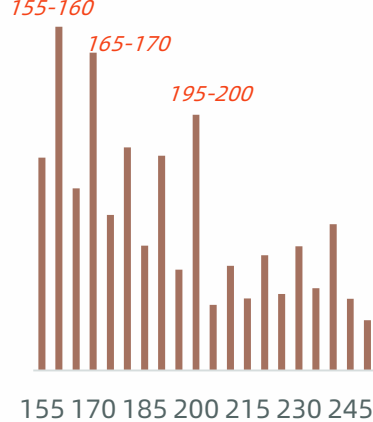
数据来源：阿里消费洞察

P2细分价位段人数分布



数据来源：阿里消费洞察

P3细分价位段人数分布



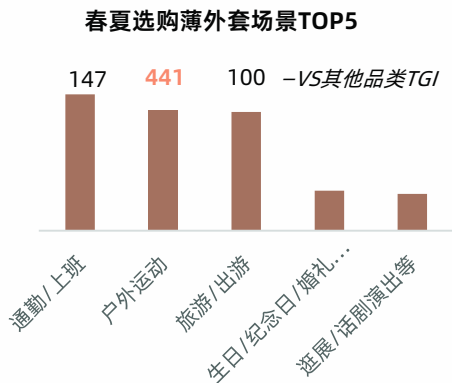
数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 03 外套 | 女装行业货品趋势

户外运动场景需求持续释放，冲锋衣选择趋于个性化

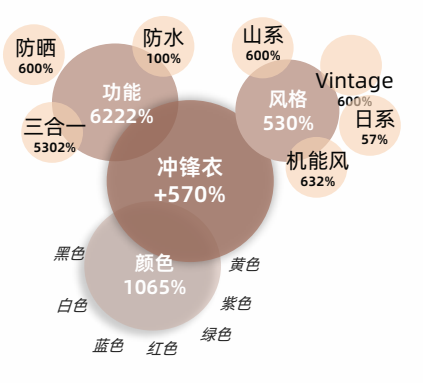
女装外套春夏需求场景以通勤和户外运动为主，相较于其他品类，外套在户外需求上TGI最为显著，冲锋衣是核心选择。今年春夏以来，淘宝服饰冲锋衣需求趋于个性化，朝着多元化风格、功能和颜色细分进阶。

40% 女装外套消费者受场景驱动



数据来源：TMIC服饰消费者调研，N=607

23SS淘宝女装冲锋衣细分搜索趋势



数据来源：阿里消费洞察

核心趋势赛道



冲锋衣

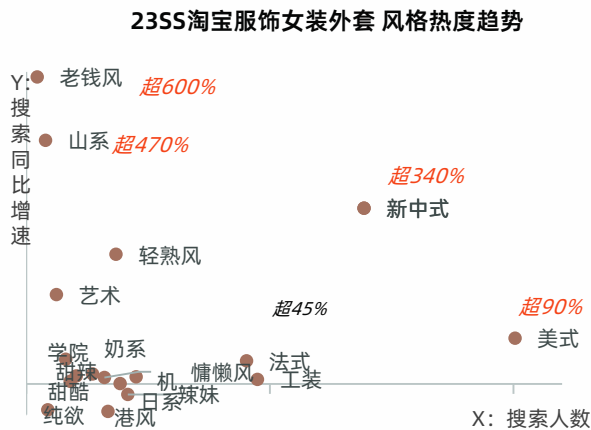
新趋指数 68 | 蓝海指数 75 | GMV同比 85%

数据来源：阿里消费洞察

美式、新中式风外套需重点关注，新趋风格中老钱风、山系风增速尤为突出

美式、新中式、法式保持较高热度且保持较高增速，新趋风格中，老钱风、山系风需求呈现爆发式上涨；其中新中式风格可结合不同元素、款式、材质、功能开拓细分商品，新中式罩衫外套新趋指数相对更高。

30% 23SS女装外套风格搜索同比增速



数据来源：阿里消费洞察

核心趋势赛道

新中式开衫
新中式防晒衫
新中式外搭罩衫
新中式禅意上衣
新中式盘扣外套
新中式西装

款式搜索细分
新中式细分

新中式罩衫外套
新趋指数 85
蓝海指数 15

山系风外套
新趋指数 77
蓝海指数 46

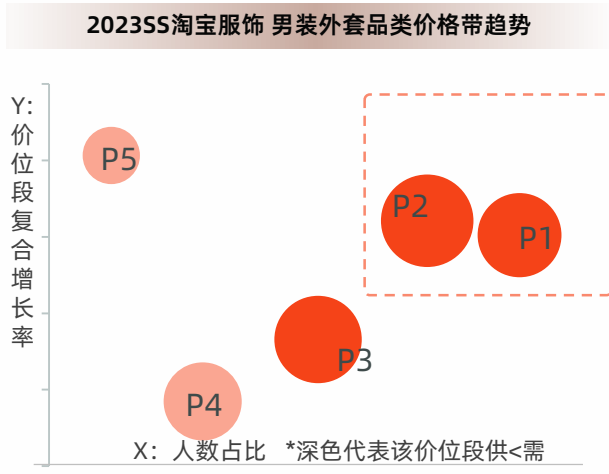
老钱风外套
新趋指数 70
蓝海指数 50
GMV同比 15014%

数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 03 外套 | 男装行业价格趋势

男装外套P1P2为核心，价格是首要决策因素，P3更注重版型和风格；P5更重品牌和材质

淘宝男装外套价位以P1-P3为主，且供给相对不足，P5价位段需求增速显著。P1-P2价格因素影响较大，P3注重版型款式和风格，P4-P5则会更加注重穿着场合、品牌和材质面料。



数据来源：阿里消费洞察

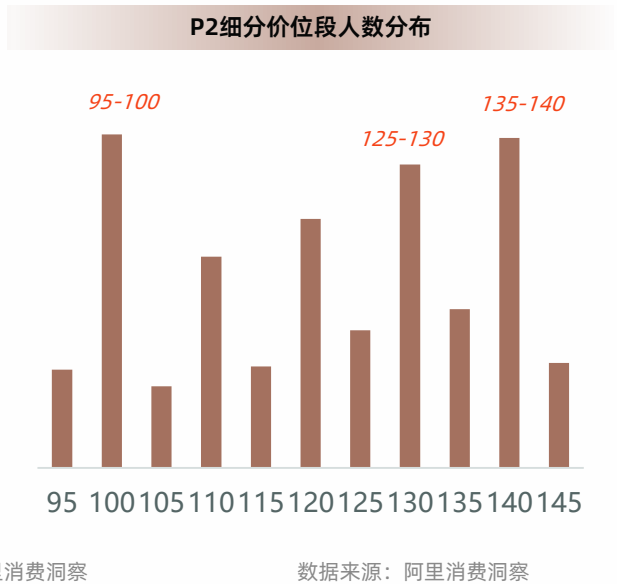
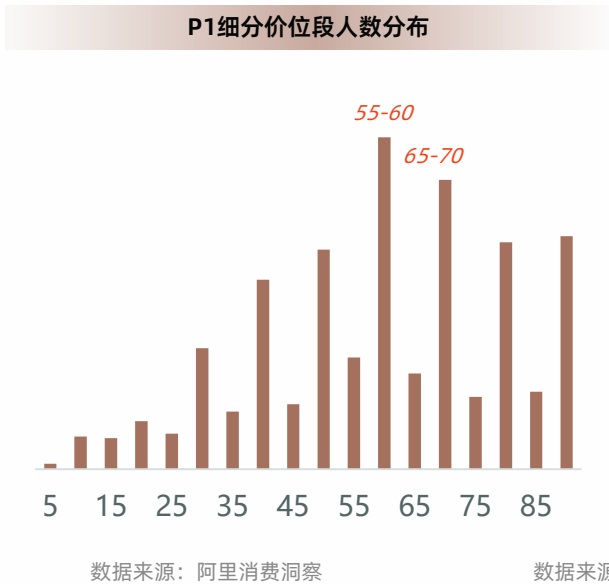
男装行业外套各价格层级 购买决策因子排序

	P1P2	P3	P4	P5
TOP1	价格	版型款式	穿着场合	品牌
TOP2	颜色	风格	颜色	材质面料
TOP3	舒适度	设计工艺	舒适度	舒适度
TOP4	图案元素	图案元素	品牌	版型款式
TOP5	风格	材质面料	版型款式	穿着场合

数据来源：TMIC外套消费者调研，N=745

P1P2价格敏感度较高，55-60、65-70、95-100、135-140元价位段需重点关注

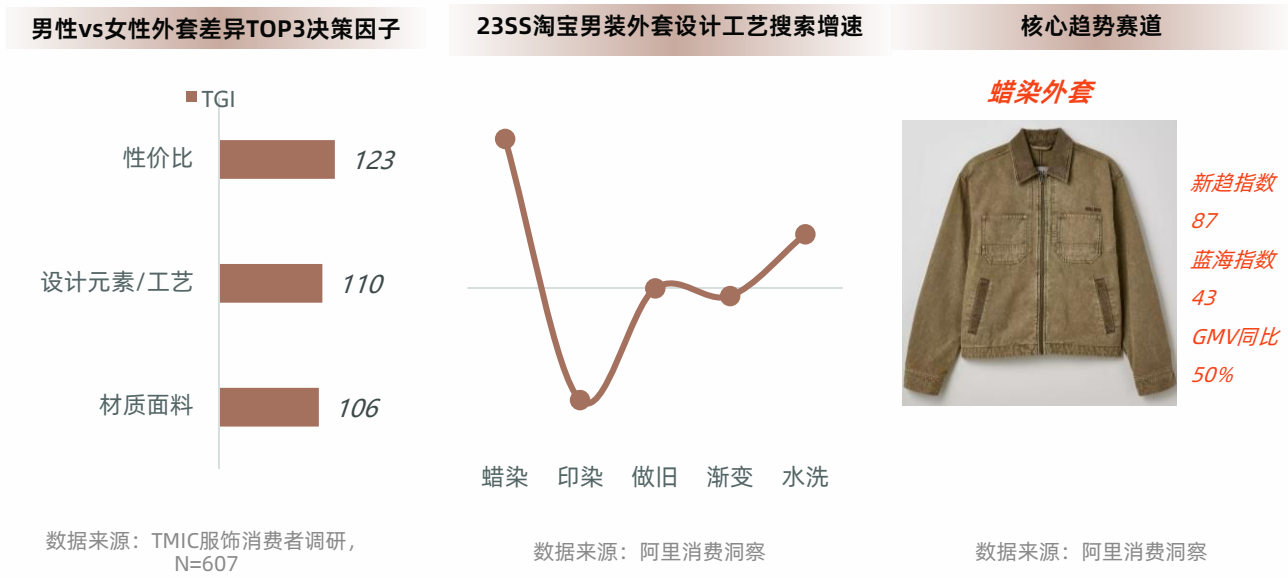
男士薄外套P1-P3价位段消费者决策时更重价格，淘宝服饰男士薄外套P1价格层级可重点关注55-60元、65-70元价位段，P2价格层级可以重点关注95-100元、135-140元、135-140元、125-130元价位段。



核心品类 | 03 外套 | 男装行业货品趋势

男性相对更加关注设计工艺和材质面料，蜡染外套关注度快速提升

男性消费者选购外套时更加关注价格、设计工艺和材质面料，其中蜡染工艺在男装外套搜索增速突出，且淘宝销售潜力较好，蓝海指数更高，可重点关注。



美式风、复古工装需求稳定扩张，新中式、CleanFit等新趋风格呈现需求和消费双增趋势

美式风、工装风为男装外套主流需求，clean fit及新中式风格趋势增速明显，其中男装新中式风格外套下，中山服成为热度TOP1细分单品。



外套品类 代表商家

CEST NOUS

店铺设计理念

Cest Nous店铺设计灵感来源于上世纪的后朋克、垃圾摇滚等音乐和小众文化，用破坏手法与不规则剪裁，赋予抽象涂鸦灵魂。将女性的浪漫特质融入暗黑朋克美学，表现一种颓废阴郁的独特美感。

店铺运营方法论

定风格	定品类	推新品	定视觉
根据市场趋势定位品牌设计风格	结合店铺暗黑美学调性来确定品类	根据新品上市时间重点打造新品运营推广	根据店铺视觉把握拍摄风格

店铺外套重点切入赛道：

设计感不对称宽松外搭、褶皱雪纺防晒外搭开衫、印花拼接运动服外套，围绕重点风格延伸出不同版型、面料、场景的单品



设计感不对称宽松外搭



褶皱雪纺防晒外搭开衫

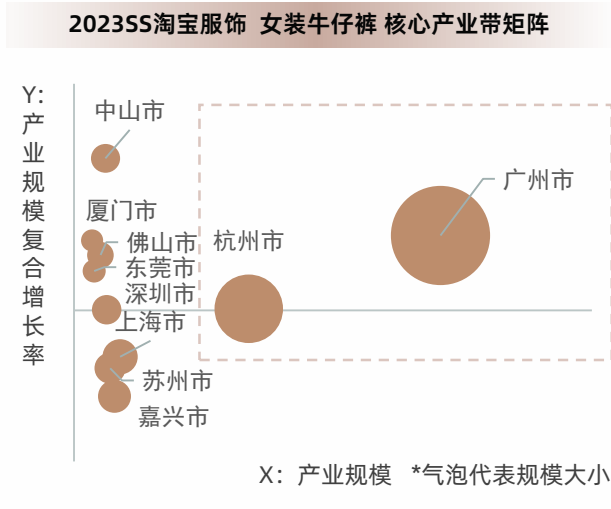


印花拼接运动服外套

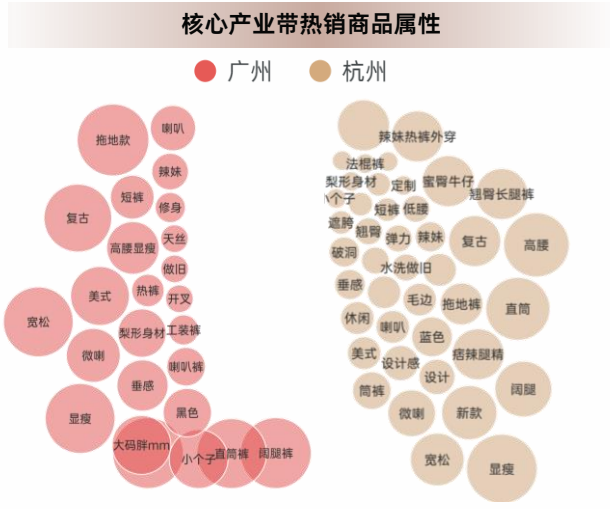
核心品类 | 04 牛仔裤 | 产业带趋势

女装牛仔裤核心产业带为广州、杭州，男装牛仔裤核心产业带为广州、揭阳

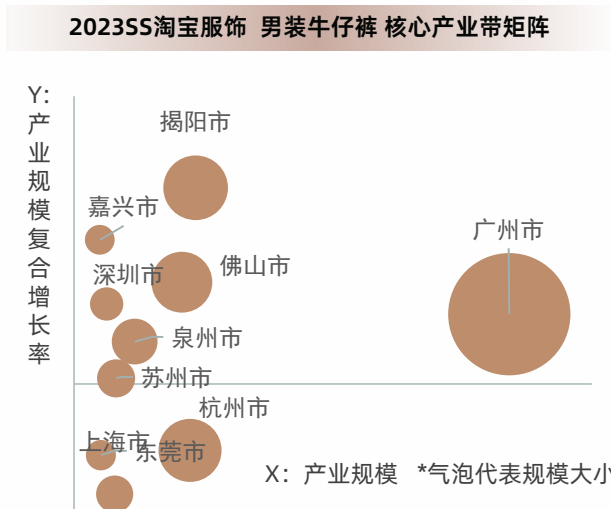
淘宝服饰牛仔裤产业带以广州最为突出；女装牛仔裤高腰显瘦、梨形身材热销属性突出，男装牛仔裤热销宽松直筒、弹力牛仔裤，主要供销大众消费者偏好产品；杭州女装牛仔裤产业带销售占比排名第二，热销款式集中在高腰直筒显瘦、提臀微喇辣妹款。揭阳男装牛仔裤产业带增长趋势向好，产业带热销属性集中在各式潮流复古做旧风格、牛仔短裤等。



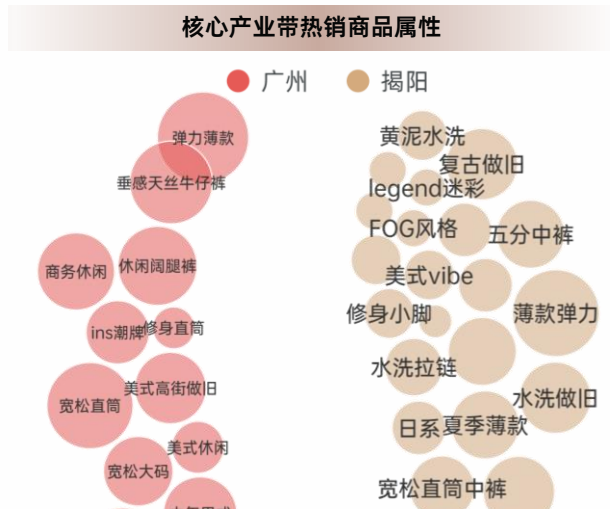
数据来源：阿里消费洞察



数据来源：阿里消费洞察



数据来源：阿里消费洞察

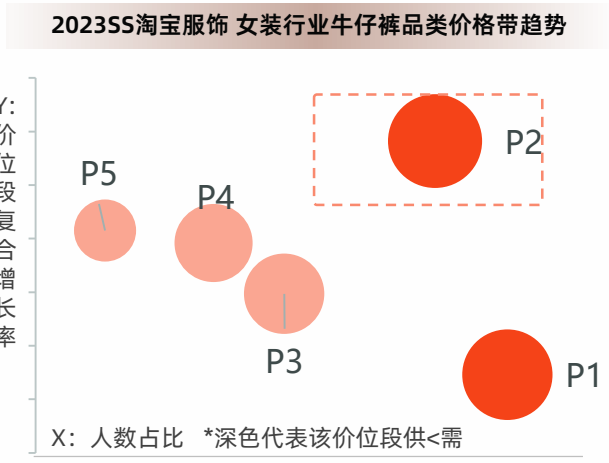


数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 04 牛仔裤|女装行业价格趋势

P2为核心趋势价位段，颜色、价格、风格为主要决策因素

淘宝服饰女装牛仔裤价位以P1、P2为主，且供给相对不足，其中P2价位段需求增速明显。各价位段决策因子区别较大，P1-P3颜色因素占据主导地位，其次为价格、风格，P4-P5则更注重舒适度、材质和品牌。



女装行业牛仔裤 各价格层级 购买决策因子排序

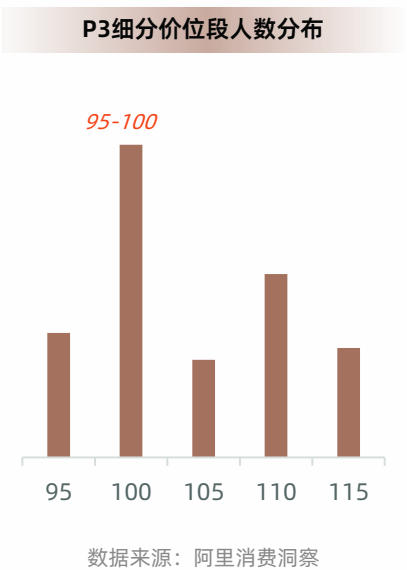
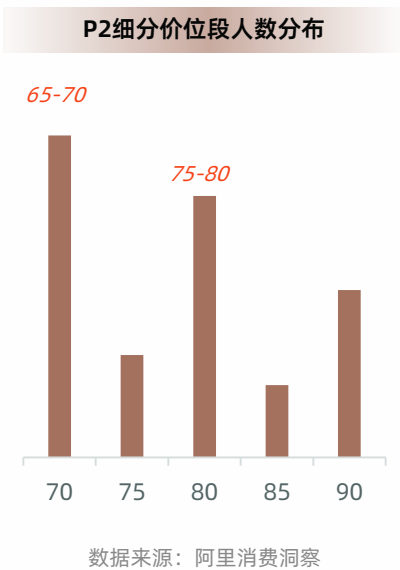
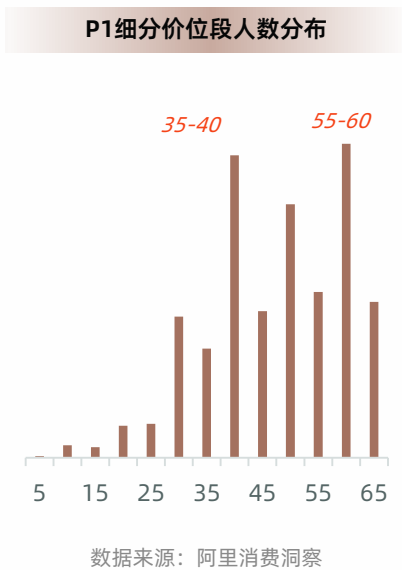
	P1P2	P3	P4	P5
TOP1	颜色	颜色	舒适度	舒适度
TOP2	价格	价格	材质	品牌
TOP3	风格	风格	品牌	材质
TOP4	图案元素	材质	款式	款式
TOP5	款式	搭配性	搭配性	搭配性

数据来源：阿里消费洞察

数据来源：TMIC牛仔裤消费者调研，N=691

P1-P3价格敏感度较高，35-40、55-60、65-70、95-100元需重点关注

女装牛仔裤P1-P3价位段消费者决策时更重价格，淘宝服饰女装牛仔裤P1价格层级可重点关注35-40元、55-60元价位段，P2价格层级可以重点关注65-70元、75-80元价位段；P3价格层级可以重点关注95-100元价位段。

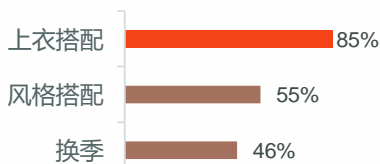


核心品类 | 04 牛仔裤 | 女装行业货品趋势

消费者尤为关注版型款式搭配，法棍裤迎来消费热度，废土风等小众风格增长显著

女性购买牛仔裤更多会考虑与上衣搭配和风格搭配，版型与风格适配尤为重要。版型趋势来看，直筒、阔腿、微喇仍受欢迎，法棍裤迎来增长；风格则呈现向小众化趋势，美式为主流，废土风、小香风、Y2K增长显著。

春夏选购牛仔裤驱动因子TOP3

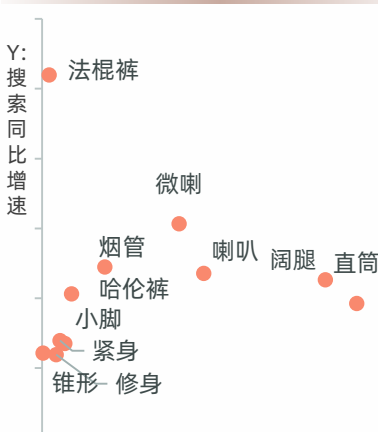


上衣搭配场景牛仔裤决策因子TOP3



数据来源：TMIC服饰消费者调研，N=607

23SS淘宝女装牛仔裤版型热度趋势



数据来源：阿里消费洞察

23SS淘宝女装牛仔裤风格搜索趋势



数据来源：阿里消费洞察

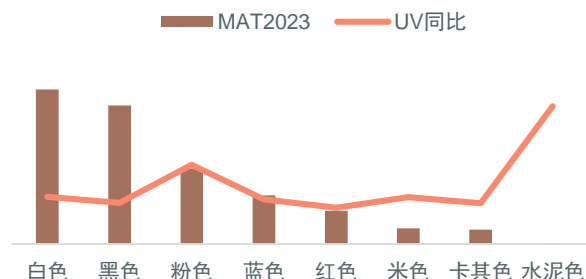
从基础色向小众色系进阶，粉色、水泥色牛仔裤受关注度愈发明显

女性消费者选购牛仔裤相对男性更加关注颜色，且呈现出从黑白蓝等基础颜色向小众化、个性化色彩进阶趋势，粉色、水泥色站内搜索热度持续提升，水泥色牛仔裤消费增长更加明显。

TGI 107

女性消费者偏好在购买牛仔裤时考虑颜色

23SS淘宝服饰女装牛仔裤颜色热度



数据来源：阿里消费洞察

核心趋势赛道

水泥色牛仔阔腿裤

新趋指数	蓝海指数	GMV同比
70	73	463603%

废土风微喇裤

新趋指数	蓝海指数	GMV同比
75	38	6484%

法棍烟管裤

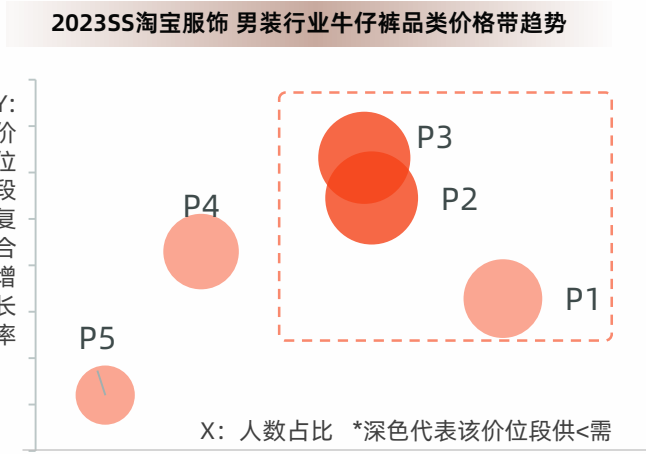
新趋指数	蓝海指数	GMV同比
84	65	144%

数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 04 牛仔裤 | 男装行业价格趋势

P2P3为核心趋势价位段，颜色、风格、价格为核心决策因素

淘宝服饰男装牛仔裤价位以P2、P3层级趋势较为突出，且供给相对不足。各价位段决策因子区别较大，P1-P3颜色、价格、风格因素占据主导地位，P4-P5则更注重舒适度、材质和品牌。



男装行业 牛仔裤各价格层级 购买决策因子排序

	P1P2	P3	P4	P5
TOP1	颜色	颜色	舒适度	舒适度
TOP2	风格	款式	材质	材质
TOP3	价格	风格	款式	品牌
TOP4	图案元素	价格	品牌	场景
TOP5	搭配性	搭配性	搭配性	搭配性

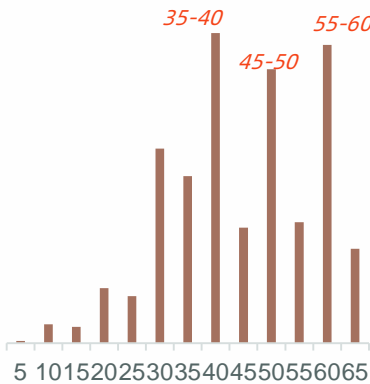
数据来源：阿里消费洞察

数据来源：TMIC牛仔裤消费者调研，N=691

P1-P3价格敏感度相对更高，核心关注35-40、75-80、115-120元价位段

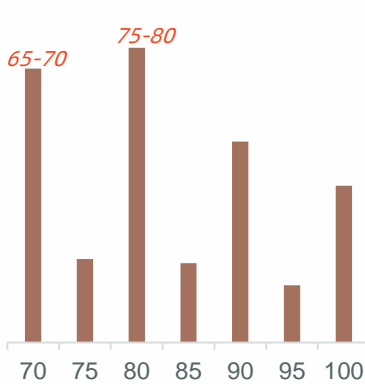
男士牛仔裤P1-P3价位段消费者决策时更重价格，淘宝服饰男士牛仔裤P1价格层级可重点关注35-40、55-60、65-70元价位段，P2价格层级可以重点关注85-90、85-100元价位段，P3价格层级可重点关注105-110元、115-120元价位段。

P1细分价位段人数分布



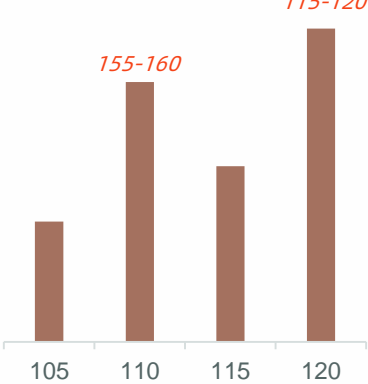
数据来源：阿里消费洞察

P2细分价位段人数分布



数据来源：阿里消费洞察

P3细分价位段人数分布



数据来源：阿里消费洞察

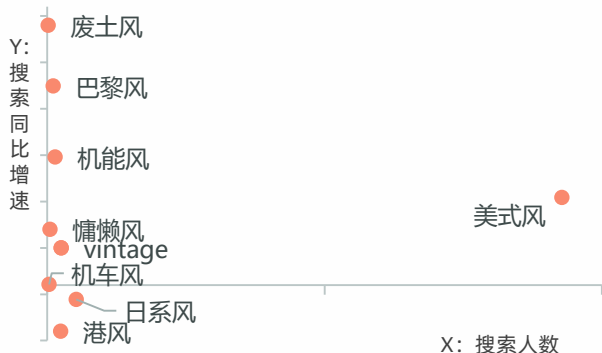
核心品类 | 04 牛仔裤 | 男装行业货品趋势

男装牛仔裤风格呈现多样化，美式热度持续增长，废土风、机能风热度飙升

风格愈来愈受男装牛仔裤消费者重视，2023SS风格相关搜索UV同比增长36%，其中美式风成为热门风格，款式呈现等多样化，其中美式风直筒牛仔裤热度最高；此外，废土风新趋风格在男装牛仔裤品类值得重点关注。

36% 23SS男装牛仔裤风格搜索同比增速

23SS淘宝服饰男装牛仔裤风格搜索趋势



数据来源：阿里消费洞察

核心趋势赛道

废土风牛仔裤



新趋指数 75
蓝海指数 38

美式风直筒长裤



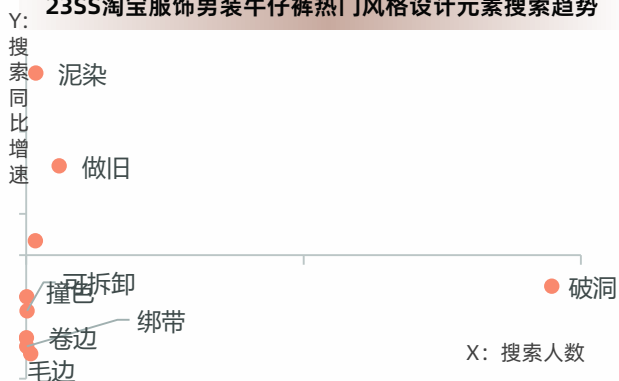
新趋指数 76
蓝海指数 30

数据来源：阿里消费洞察

复古回潮，泥染、做旧设计元素愈发受男性消费者青睐

男性消费者主要偏好8090、千禧年代的old school复古做旧等元素，除却当下复古回潮的因素，破洞、拼接撞色不规则等元素更能彰显个性，与他人不同，其中泥土与牛仔服装的接触和浸染，可以形成独特的纹理和深浅不一的黄绿色层次，使得牛仔服装呈现出自然、原始的色彩效果，重新走入大众视野。

23SS淘宝服饰男装牛仔裤热门风格设计元素搜索趋势



数据来源：阿里消费洞察

核心趋势赛道

做旧泥染牛仔裤



新趋指数 98
蓝海指数 43
GMV同比 2536%

数据来源：阿里消费洞察

牛仔裤品类 代表商家



SagiDolls少女斗志

店铺设计理念

SagiDolls少女斗志是甜酷风原创设计女装品牌。融合甜和酷两个本是对立的风格，结合东方女孩的身材特点，设计出好看特别的款式。体现出女孩的乖巧俏皮古灵精，更加展现出女孩儿就是天使和小恶魔的化身。

店铺运营思路

定风格	颜色搭配	定新品	定视觉
结合当下流行元素、面料等因素，确定甜酷风格	在风格基础上确定以紫黑搭配为店铺主导色彩	新品坚持“落地大众女孩儿的同时也需要与众不同”的理念	根据不同时期推出的单品系列会配合不同的拍摄主题

店铺牛仔裤重点切入赛道：

红格绑带牛仔裤、高腰做旧须边设计牛仔短裤、高腰蓝色星星时髦流苏牛仔短裤



红格绑带牛仔裤



高腰做旧须边设计
牛仔短裤



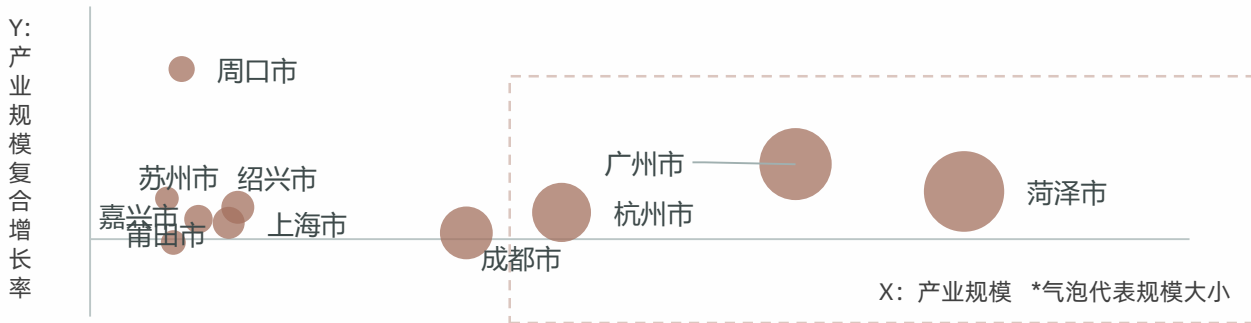
高腰蓝色星星时髦流苏牛仔短裤

核心品类 | 06 汉服产业带趋势

菏泽、广州、杭州为核心产业带，周口产业带增长超200%，绍兴、苏州产业带稳步增长

淘宝服饰汉服品类产业带相对集中在菏泽市、广州市和杭州市，周口市产业销售增速表现突出。广州产业带热销商品多以改良、日常化汉服为主，菏泽产业带热销商品属性集中在宋制、唐制、明制、魏晋风汉服；杭州产业带热销商品则多以文化联名、织金、重工刺绣更加突出，款式多为马面裙、诃子裙、大袖衫；周口产业带热销商品多集中在凤冠霞帔类传统婚服、重工、天丝材质较为突出，款式多为交衿裙、大襟衫、改良裤子。

2023SS淘宝服饰 汉服品类销售规模核心产业带矩阵



数据来源：阿里消费洞察

2023ss淘宝服饰 连衣裙核心产业带热销商品属性



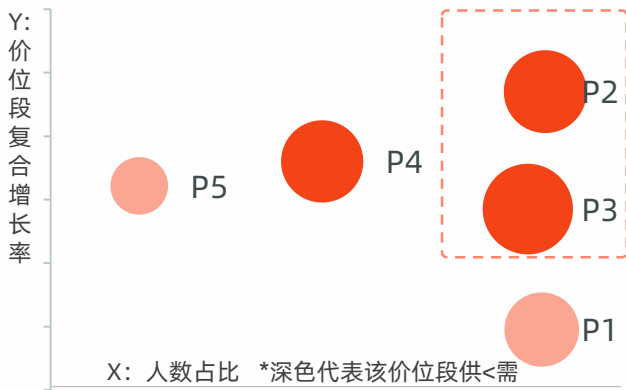
数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 05 汉服 | 价格趋势

P2-P3为核心价位段，受颜色、价格驱动，P4P5受款式工艺驱动

淘宝服饰汉服价位以P2-P3为主，供给相对不足，其中P2价位段需求增速显著。各价位段决策因子存在显著差异，P1-P3价格因素占据主导地位，其次为款式和风格图案，P4-P5则会更加注重材质、质量、品牌和穿着场合。

2023SS淘宝服饰 汉服品类价格带趋势



数据来源：阿里消费洞察

汉服各价格层级 购买决策因子排序

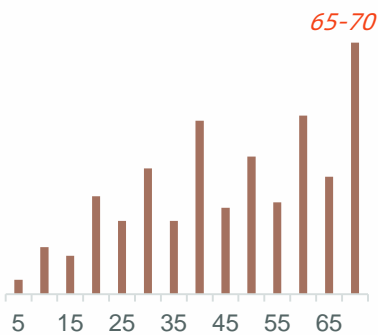
	P1P2	P3	P4	P5
TOP1	发货时间	颜色	款式	工艺
TOP2	颜色	发货时间	工艺	材质面料
TOP3	价格	价格	舒适度	品牌
TOP4	设计元素	穿着场合	风格	舒适度
TOP5	朝代形制	朝代形制	材质面料	款式

数据来源：TMIC汉服消费者调研，N=711

P1-P3价格敏感，核心关注65-70元、85-90元、134-140元价位段

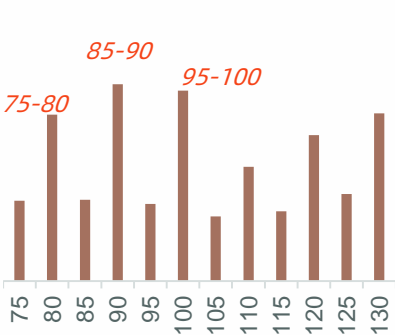
汉服P1-P3价位段消费者决策时更重价格，淘宝服饰汉服P1价格层级可重点关注65-70元价位段，P2价格层级可以重点关注75-80元、85-90元、95-100元价位段，P3价格层级可重点关注135-140元、145-150元、165-170元价位段。

P1细分价位段人数分布



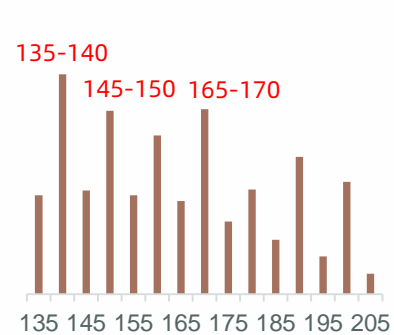
数据来源：阿里消费洞察

P2细分价位段人数分布



数据来源：阿里消费洞察

P3细分价位段人数分布

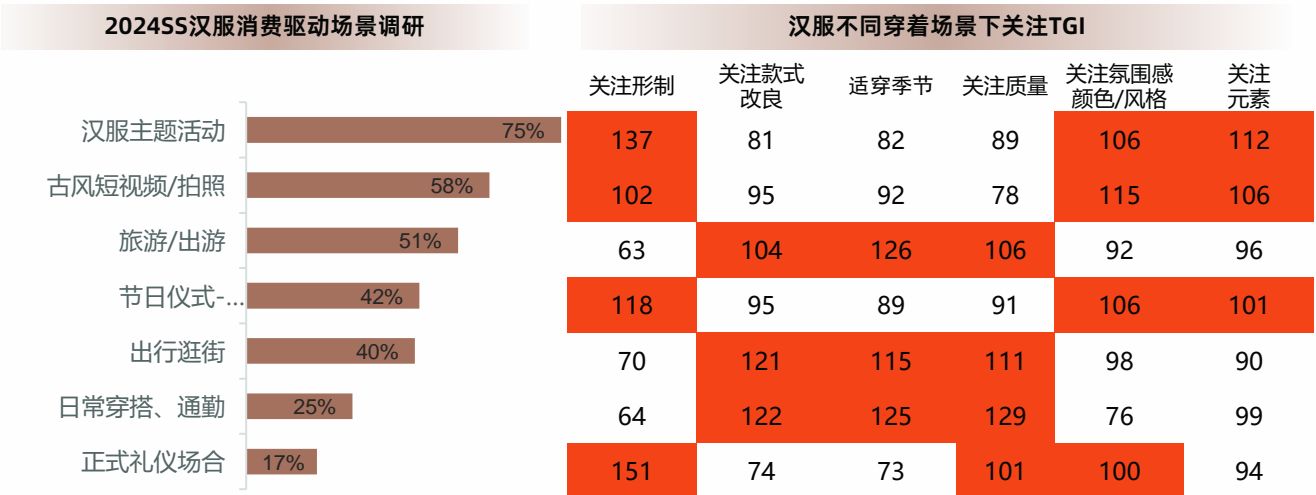


数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 05 汉服 | 货品趋势

汉服穿着场景愈发细分，各场景下的购买关注点存在显著差异

年轻消费者汉服穿着场合不断拓展，主题活动、拍短视频/拍照、出游为主要驱动场景，另外超40%消费者会在节日仪式场合、日常出行逛街穿着；出游、逛街、日常通勤场景下，较为关注汉服的款式改良程度、适穿季节；传统主题活动、拍照、节日仪式等场景下，相对关注形制和氛围感。

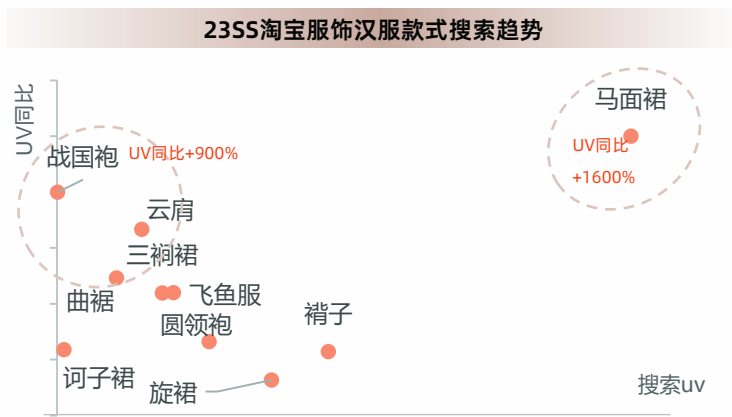


数据来源：TMIC汉服消费者调研，N=711

数据来源：TMIC汉服消费者调研，N=711

马面裙热度居高不下，战国袍、三衿裙热度快速增长

马面裙成为汉服品类下热度TOP1单品，消费者对日常可穿着的褙子、旋裙款式也有较大购买兴趣，趋势款式来看，三衿裙、云肩、战国袍UV同比增速快，其中战国袍UV同比增长超九倍，战国袍强调宽松剪裁和流线型设计，以其特有的“氛围感”“宿命感”走入大众视野；马面裙UV同比增长超1600%，织金重工款式深受消费者喜爱。



数据来源：阿里消费洞察



数据来源：阿里消费洞察

汉服品类 代表商家



DOUBLE SEVENTH

店铺汉服重点切入赛道:

博物馆联名镂玉梳斜马面裙、明制多色马面裙、拼接绣花三裱裙



博物馆联名
镂玉梳斜马面裙



明制多色马面裙



拼接绣花三裱裙

店铺设计理念

店铺以工匠人文精神为本，新锐创新设计把传统文化融入汉服与生活。致力于非遗的古今新用，自信、多元化的展示传统工艺的无限可能。汉服的背后是纹样，纹样的背后是历史痕迹和人的情感，通过连接不同的人 and 事，把民族传统技艺一点点串联起来，让更多人感受到自己民族的文化和历史意义。

汉服品类 代表商家



店铺汉服重点切入赛道:

半高领衬衫仿妆花织金马面裙、立领衬衫马甲背带马面裙、飞机袖改良三裱裙



半高领衬衫仿妆花织金
马面裙



立领衬衫马甲背带
马面裙



飞机袖改良三裱裙

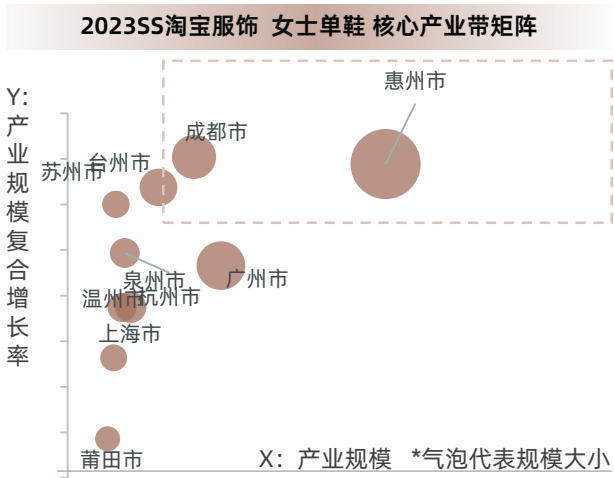
店铺设计理念

店铺以当代纺织科技复原华夏千年丝织工艺，并运用到传统服饰上，设计理念是传承中式元素与文化的同时，加入现代改良，更适配今人的穿着需求和中式审美观。致力于织造精美与舒适兼具的当代汉服。主打休闲通勤的风格，设计简约大气，小众又高级。

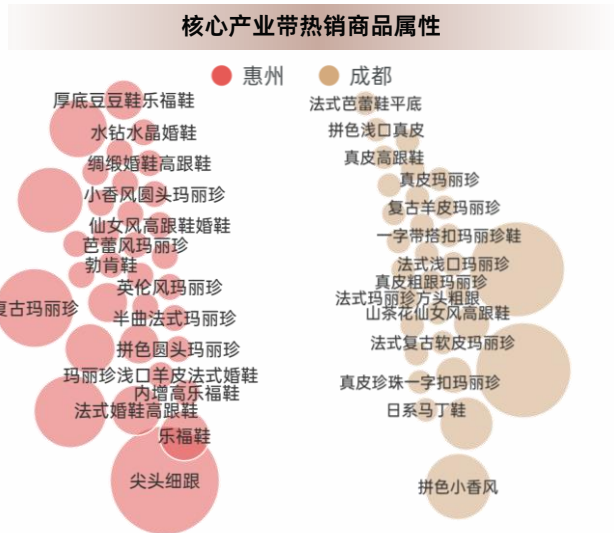
核心品类 | 06 时尚单鞋 | 产业带趋势

女士单鞋产业带以惠州、成都表现最为突出

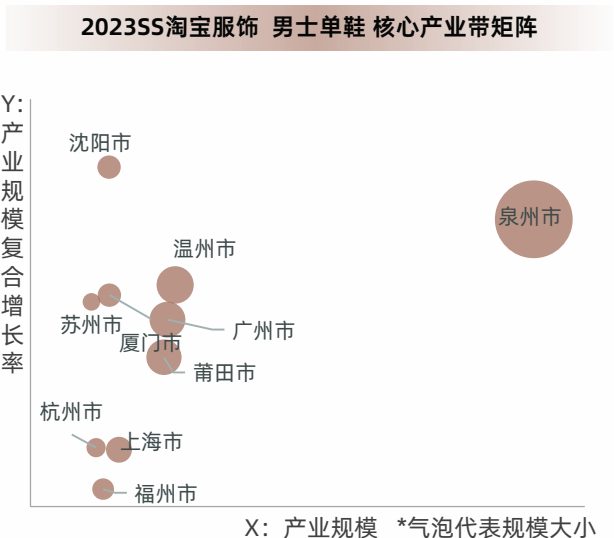
淘宝女式单鞋产业带集中在惠州和成都，销售额占比35%，其中惠州产业带热销款式多为高跟鞋、勃肯鞋及玛丽珍鞋，成都热销属性多为马丁鞋、小香风及芭蕾舞鞋；男式单鞋以泉州占比较高，同时沈阳增速较快，其中泉州产业带热销款式多为英伦皮鞋、商务男鞋、豆豆鞋。



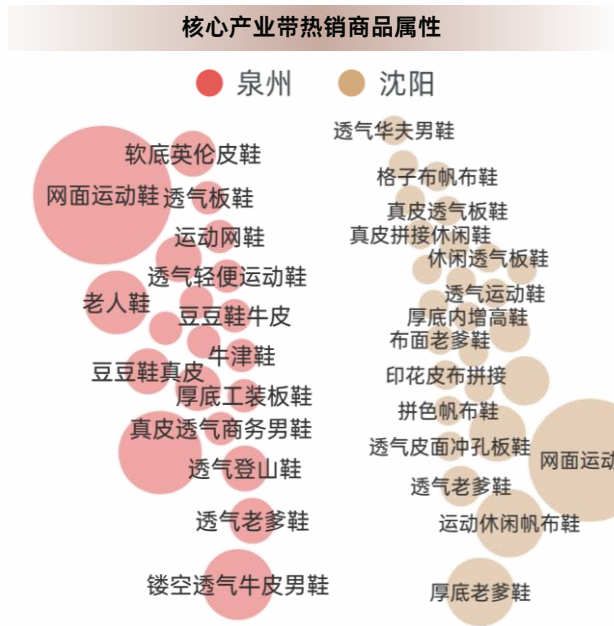
数据来源：阿里消费洞察



数据来源：阿里消费洞察



数据来源：阿里消费洞察



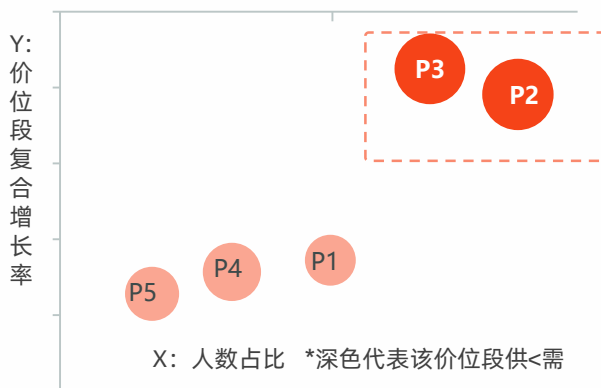
数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 06 时尚单鞋 | 价格趋势

核心关注P2、P3价位段，P2受价格驱动更加明显，P3则综合考虑场景、颜值和价格

淘宝女士单鞋价位以P2P3为主，其中P2价位段需求增速显著。各价位段决策因子存在显著差异，P1-P3价格因素占据主导地位，其次为款式和风格图案，P4-P5则会更加注重材质、质量、品牌和穿着场合。

2023SS淘宝服饰 女士单鞋品类价格带趋势



数据来源：阿里消费洞察

女士单鞋各价格层级 购买决策因子调研

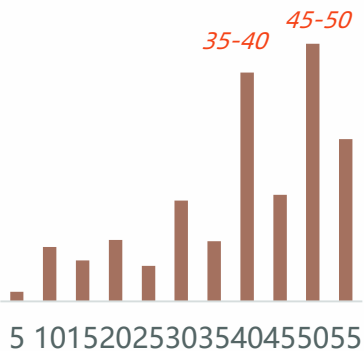
	P1P2	P3	P4	P5
TOP1	价格	场景搭配	质量	质量
TOP2	颜值	材质面料	材质面料	品牌
TOP3	场景搭配	颜值	鞋底材质	功能科技
TOP4	材质面料	价格	场景搭配	鞋底材质
TOP5	鞋底材质	鞋底材质	颜值	颜值

数据来源：TMIC时尚单鞋消费者调研，N=501

P3-P3价格敏感度更高，核心可关注45-50、65-70、135-140元

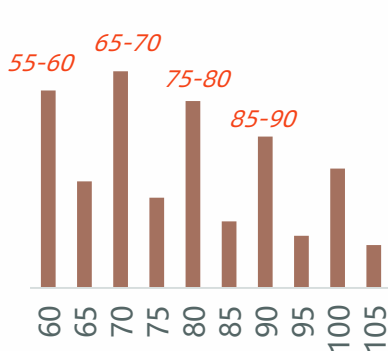
女士单鞋P1-P3价位段消费者决策时比较关注价格，女士单鞋P1价格层级可重点关注35-40元、45-50元价位段，P2价格层级可以重点关注55-60元、65-70元、75-80元、85-90元价位段，P3价格层级可重点关注115-120元、125-130元、135-140元价位段。

P1细分价位段人数分布



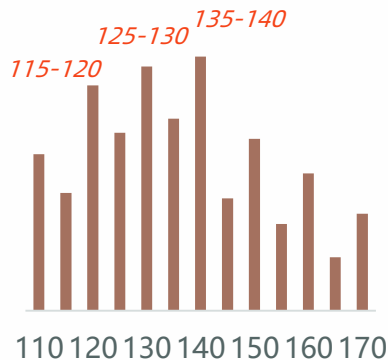
数据来源：阿里消费洞察

P2细分价位段人数分布



数据来源：阿里消费洞察

P3细分价位段人数分布

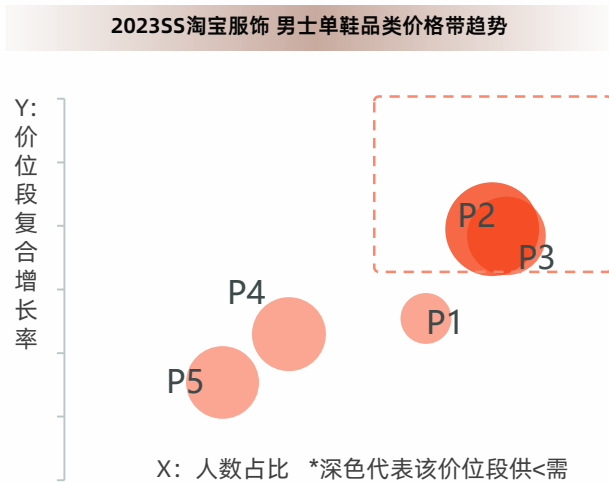


数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 06 时尚单鞋 | 价格趋势

P2P3需核心关注，价格和颜值驱动消费决策；P4P5则更注重材质、舒适和功能性

男士单鞋以P2-P3为主，供给均相对不足。各价位段决策因子存在显著差异，P1-P3价格因素占据主导地位，P4-P5则会更加注重质量、品牌和功能科技。



数据来源：阿里消费洞察

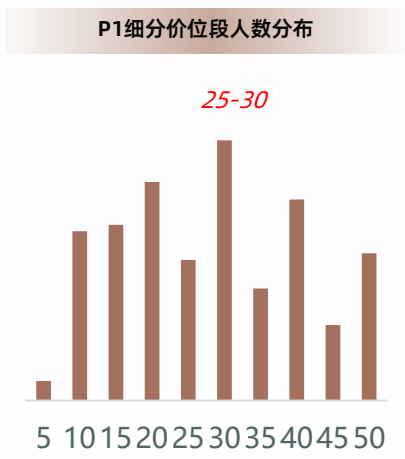
男士单鞋各价格层级 购买决策因子调研

	P1P2	P3	P4	P5
TOP1	价格	场景搭配	质量	质量
TOP2	颜值	价格	材质面料	品牌
TOP3	材质面料	颜值	鞋底材质	功能科技
TOP4	鞋底材质	材质面料	场景搭配	鞋底材质
TOP5	场景搭配	鞋底材质	价格	材质面料

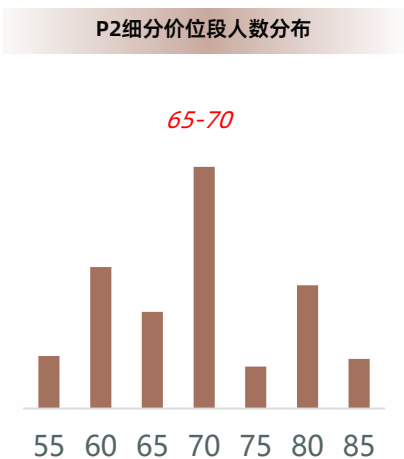
数据来源：TMIC时尚单鞋消费者调研，N=501

P1-P3价格相对敏感，核心关注65-70元、85-90元、125-130元价位段

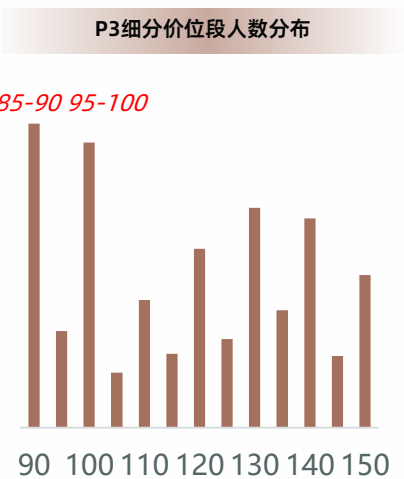
男士单鞋P1-P3价位段消费者决策时更重价格，P1价格层级可重点关注15-20元、25-30元、35-40元价位段，P2价格锚点为65-70元，P3价格层级可重点关注85-90元、95-100元价位段。



数据来源：阿里消费洞察



数据来源：阿里消费洞察

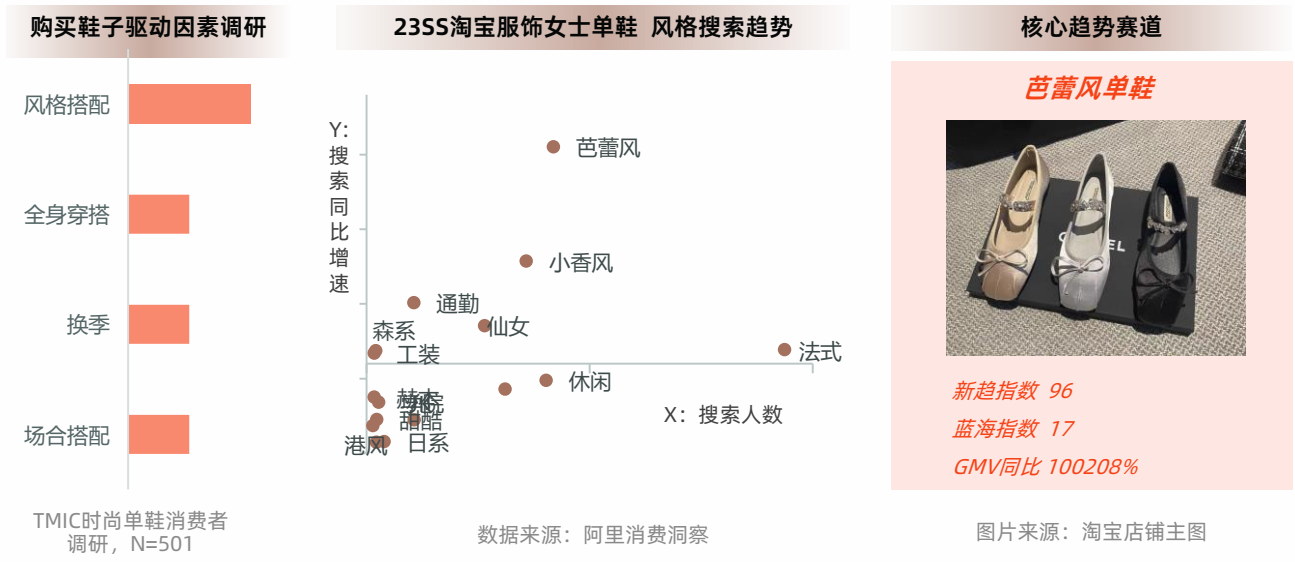


数据来源：阿里消费洞察

核心品类 | 06 时尚单鞋 | 货品趋势

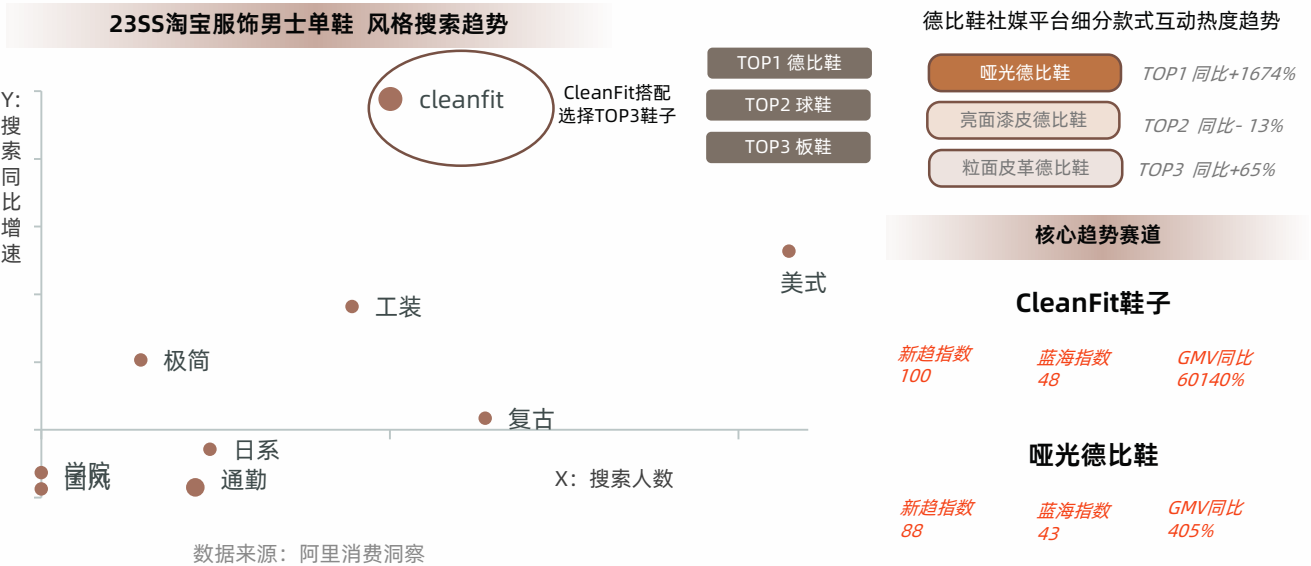
单鞋消费尤为注重风格和整体搭配，法式持续受欢迎，小香风、芭蕾风热度大幅增长

消费者购买鞋子更多会考虑与整体风格搭配，女士单鞋风格搜索热度下芭蕾风表现突出，搜索热度同比增长近150%。



男性趋势风格可重点关注CLEANFIT，德比鞋具备较好搭配属性

男士穿搭风格逐渐趋向于简约化，clean fit风格受到大众的欢迎，增长趋势明显，同时clean fit风格鞋子社媒内容互动热度快速增长，德比鞋受到消费者关注，哑光德比鞋收获越来越多潮男青睐。



(趋势赛道发布) #

SUMM
SPRING
TREND REPORTS



Part4

2024淘宝服饰

春夏品类

趋势赛道汇总

趋势
赛道

女装行业 春夏品类核心趋势赛道

短外套

新中式改良上衣、中国风皮衣、新中式显瘦外套、小香风新中式外套、新中式禅意风外套

新中式披肩、新中式夹克、新中式外搭罩衫、轻国风开衫、植物染外套、毛边短款牛仔外套

废土风牛仔外套、老钱风短款外套、法式小型外套、美式风街头外套、废土风外套、山系外套

撞色冲锋衣、冲锋衣、无帽风衣、薄款防晒、甜辣风美式风外套、欧美风街头外套

风衣

短款薄风衣外套、英伦风立领风衣、新中式风衣、连帽大衣、山系风衣、法式复古风风衣

皮衣

美式风皮衣外套、晕染皮衣外套、拼色皮衣外套、廓形西装皮衣、廓形皮衣外套

正肩机车皮衣、短款廓形皮衣

西装

枪驳领西装、酷飒风西装外套、多巴胺风西装、学院风正装

T恤

芭蕾风上衣、甜美风打底衫、地雷系短袖、茶艺风短袖、不规则荡领上衣、y2k风亚比风上衣、

多巴胺风小衫、芭蕾风绑带上衣、正肩高领短袖、多巴胺风甜辣风上衣、美式风一字领上衣

法式茶歇系上衣、三粒扣打底衫、宽领短袖、黑灰拼接上衣、外穿鱼骨上衣、爵士风收腰上衣

爵士风宽松罩衫、荡领修身上衣

趋势
赛道

女装行业 春夏品类核心趋势赛道

短外套

芭蕾风连衣裙、废土风纱裙、芭蕾风收腰连衣裙、芭蕾风蓬蓬裙、废土风连衣裙、挂脖沙滩裙
多巴胺风礼服裙子、多巴胺风针织连衣裙、多巴胺风衬衫裙、多巴胺风吊带长裙、多巴胺风鱼尾裙
古风清冷系连衣裙、olite风拖尾裙子、千金感背心裙、牛仔衣连衣裙、缎面小礼裙、正肩包臀裙
新中式吊带连衣裙、新中式长衫、清冷系禅意风连衣裙

汉服

新中式三裱裙、战国袍、织金重工马面裙、复原直裾

衬衫

对襟上衣、遮臀小衫、亚文化衬衫、挂脖挖肩上衣

卫衣

地雷系卫衣、正肩立领卫衣、球服卫衣、插肩袖修身卫衣、刺绣插肩袖卫衣、内搭正肩卫衣
美式风挂脖卫衣、y2k风卫衣外套

裤子

法棍烟管裤、水泥灰阔腿裤、直筒降落伞裤、水泥灰小脚裤、欧式法棍裤、水泥灰哈伦裤
花朵香蕉裤、高腰伞兵裤、抽绳降落伞裤、伐木工装裤、美式风直筒长裤、超长糯米裤
废土风微喇裤、多巴胺风喇叭裤、y2k风低腰裤、多巴胺风卫裤、cleanfit裤子、芭蕾风裤子
中国风新中式牛仔裤、新中式禅意风裙裤、新中式缎面裤子、热咖啡裤子
微喇糯米裤、工装风微喇裤、重磅微喇牛仔

趋势
赛道

男装行业 春夏品类核心趋势赛道

夹克

cleanfit外套、痞帅风衬衫外套、老钱风夹克、软壳防风冲锋衣、防风衣冲锋衣、登山服冲锋衣
几何图案冲锋衣、多口袋拉链外套、斜拉链冲锋衣、压胶冲锋衣、蜡染外套、新中式中山服

风衣/皮衣

新中式风衣、三防风衣、cleanfit皮衣、垫肩夹克皮衣

西装

新中式西装、新中式中山服、痞帅风中山服、枪驳领西装、亮闪西装

T恤

重磅短袖、重磅刺绣短袖、美式复古风重磅短袖、重磅宽松打底衫、重磅圆领短袖、仿鹿皮恤
赛车风短袖、机车风短袖、酷帅短袖、复古风球服、哥特风短袖、垫肩短袖、燕尾短袖

衬衫

禁欲系衬衫、美式风格子衬衫、内搭衬衫打底衫、新中式衬衫、慵懒衬衫、工装风衬衫
无领衬衫、防皱衬衫、学院风衬衫、工装风衬衫

卫衣

美式风无领卫衣、美式复古风拼接卫衣、美式复古风无帽卫衣、美式风套头卫衣、垫肩卫衣外套
泥染外套、渐变色水洗卫衣、直喷卫衣、赛车服卫衣、重磅卫衣、cleanfit卫衣、双面卫衣

裤子

美式风直筒长裤、废土风微喇裤、巴黎风牛仔裤、cleanfit裤子、废土风牛仔裤、复古风美式风裤子
抽绳微喇牛仔裤、做旧泥染牛仔裤、泥染微喇裤、三条杠牛仔裤、渐变色直筒牛仔裤、破洞微喇裤

趋势
赛道

男女鞋|内衣行业 春夏品类核心趋势赛道

女鞋

芭蕾风玛丽珍鞋、芭蕾风平底鞋、芭蕾风单鞋、芭蕾风皮鞋、内增高芭蕾舞鞋

厚底增高松糕鞋、厚底两穿勃肯鞋、厚底软底勃肯鞋、厚底法式小皮鞋

蓬蓬鞋、小猪形鞋子、软底羊皮鞋、翻折长筒靴、细跟扣带高跟鞋

国潮风面包鞋、法式浅口单鞋、老钱风靴子、老钱风鞋子

慵懒外穿拖鞋、一体增高洞洞鞋

男鞋

军勾马丁靴、旋转钮扣马丁靴、牛仔布马丁靴、牛筋底耐磨凉鞋、老爹鞋、毬球鞋、按摩鞋

哑光德比鞋、磨砂德比鞋、水洗德比鞋、勃肯鞋、水洗皮鞋、防水防滑登山鞋、美式风面包鞋

大头运动鞋、星星运动鞋、美式风板鞋、透气德训鞋、cleanfit鞋子

踩屎感拖鞋、防滑防臭洞洞鞋、人字形防滑拖鞋

内衣

无袖睡裙、新中式睡裙、前扣吊带睡裙、蝴蝶睡裙、二次元风睡袍、睡衣长袍、浴巾睡袍

小恶魔睡袍、法式晨袍、多巴胺风睡衣、甜美风睡衣、防凸点睡衣

田园风家居服、超薄美肤衣、外穿居家服

连体收腹塑形裤、打底收腹安全裤、收小肚子腹带、提臀假跨垫

趋势
赛道

箱包服配行业 春夏品类核心趋势赛道

箱包

迷你小废包、轻便手提包、大容量手提托特包、大容量痛包、三用托特包、硬底款托特包

牛仔布痛包、祖母格编织包、渐变色牛仔包、背包型玩偶、月牙形腋下包

小香风保龄球包、小香风双肩背包、海岛风包包、可爱风斜挎相机包

新中式手提包包、禅意风包包

帽子

中国风新中式帽子、老钱风帽子、y2k前进帽、废土风堆堆帽、美式复古风前进帽、度假风帽子

派对帽、富贵感帽子、亚比风帽子、无印风帽子、渐变色水桶帽、定型贝雷帽

大头围猫耳帽、猫耳帽大头定型贝雷帽、大头礼帽、大头围冷帽堆堆帽、冷帽堆堆帽

大帽檐登山帽、可折叠防晒帽、挂式渔夫帽、挂式防晒帽、鸭舌渔夫帽、行山帽

手表

心形手表、古风机械表、机械风手表、登山表

眼镜

猫眼形防晒墨镜、登山眼镜、二合一近视眼镜墨镜、防雪盲墨镜、印花墨镜

趋势赛道商家运营链路：

“商机发现”系淘系集中平台各方能力，洞察全网趋势，分析消费者行为后上线的消费趋势洞察功能，为广大淘宝商家提供从发现趋势到运营趋势再到运营效果的全链路运营牵引：

STEP1 发现机会

发现趋势



问地址【千牛工作台】后点击商品-商机发现-选择商机

行业精选



行业精选为平台行业小二针对考虑站内外需求，结合站内外市场分析以及消费者洞察拟合成的重点赛道，**优先级权益较高**，目前仅针对部分行业主联商家进行开放，如有需求请联系各行业小二进行白名单申请。

趋势详情



点击右上方可以进入查看趋势白皮书
点击**趋势赛道名称**可以进入查看趋势数据详情

STEP2 上新提报

现货提报

【现货提报】-选择符合对应趋势市场的定义和画像的单品后点击提报即为提报该单品，提报后的商品会进入后方待审核池，如果审核成功后可以在【我的提报】查看商品状态。

上新计划

【上新计划】-平台鼓励商家进行上新计划提报，行业小二会优先关注基于上新计划提报过来的商品并辅以新品扶持资源。

点击首页右上角“运营效果”可以查看本店所有运营中的趋势和运营数据：



STEP3 效果追踪



首页点击**【运营效果】**可查看本店已经在运营的趋势市场机会数据，包括本店在其中每一个单品获取的流量、成交等数据情况，以便店铺针对趋势市场运营情况进行商品企划及运营方针的调整

报告作者&致谢

报告指导委员会

- 看山 淘天集团服饰时尚总经理
叶挺 阿里巴巴淘宝教育事业部-总经理
王丽 智篆GI-副总经理
知悦 淘天集团服饰时尚货架运营负责人

报告作者

- 程芷涵 智篆GI 数据咨询总监
孙泽 智篆GI 高级数据分析师
鲍雨 智篆GI 数据分析师

视觉设计

- 辛巴 智篆商业 资深视觉设计专家
短短 智篆商业 高级创意设计

报告共创

本报告由特色生态成长中心和智篆GI共同完成
特色生态成长中心：拣米、叶申、苏芮、阿慈、逾沙

特别鸣谢

特别感谢ARISEISM、Cest Nous、Simple Project、七月夕 原创国风汉服、SagiDolls少女斗志、织造司、LuluSwings等商家的大力支持

联系我们

微信公众号



联系邮箱

zzgi@zhizhuan100.com

关于我们&免责声明

智篆GI

新消费领域数字化增长研究咨询服务机构

智篆GI隶属于杭州智篆文化传播有限公司，专注新消费领域数字化增长研究，以全域数据为驱动，为客户提供行业研究、战略咨询、消费者洞察、全域数字化增长解决方案等专业服务，助力客户商业决策及增长创新。

数据来源

《2024淘宝ifashion服饰行业春夏趋势白皮书》产出报告数据基于阿里消费数据、TMIC、社媒平台及外部资料等数据来源。

数据周期及指标说明

报告整体时间段：2021-2023年，具体数据指标请参考各页标注。

知识产权声明

本数据报告页面所含的全部内容(包括但不限于文字、数据、图片、图表、标志、标识、商标、商号等)知识产权等权益均归杭州智篆文化传播有限公司(以下简称“我司”)所有。凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得对数据报告部分或全部内容进行复制、转载、公开展示，亦不得截取、重制、修改、改编、或以任何形式提供给第三方使用。任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司知识产权等合法权益，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

免责条款

本报告所涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考，不代表版权或发布方存在任何商业上的承诺或保证。