



智篆GI
GROWTH INSIGHTS

2024天猫童装童鞋 秋冬趋势 白皮书



~2024 AUTUMN-WINTER TREND



CHILDREN'S CLOTHING AND SHOES

CONTENTS目录



Part1.
天猫童装童鞋行业消费趋势洞察

Part2.
天猫童装童鞋行业秋冬趋势发布

01.

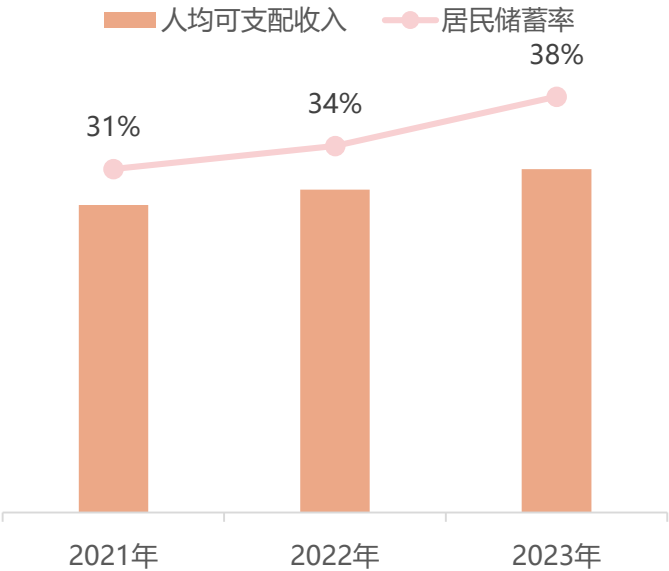
天猫童装童鞋行业 消费趋势洞察



居民消费情绪更加谨慎，但家长优先缩减自我支出，为孩子花费意愿相对稳定

审慎消费理念盛行，近四成家长选择降低自我消费以保证孩子消费支出，童装童鞋消费意愿相对成人自身更具韧性。淘宝天猫近三年数据显示，儿童鞋服在家庭整体鞋服支出比例持续增长，2023较2021年上升9个百分点。

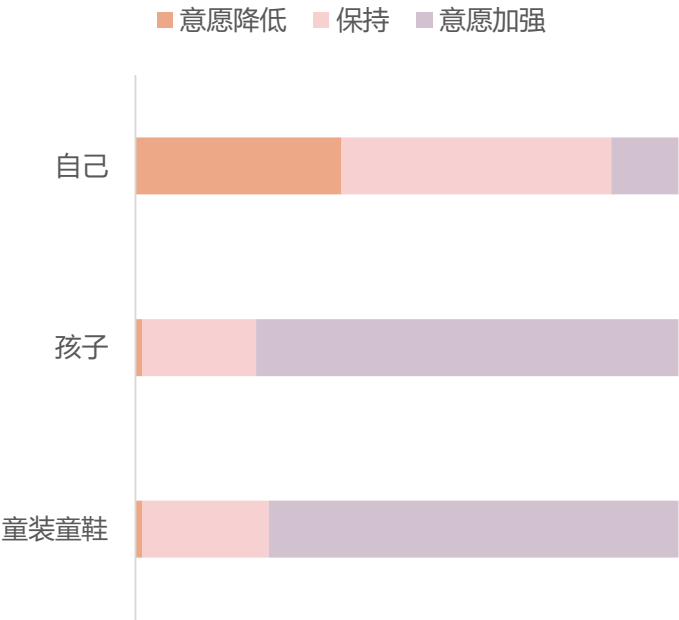
2021-2023我国人均可支配收入vs居民储蓄率



数据来源：国家统计局、CEIC

备注：2023年居民储蓄率为23年Q1数据

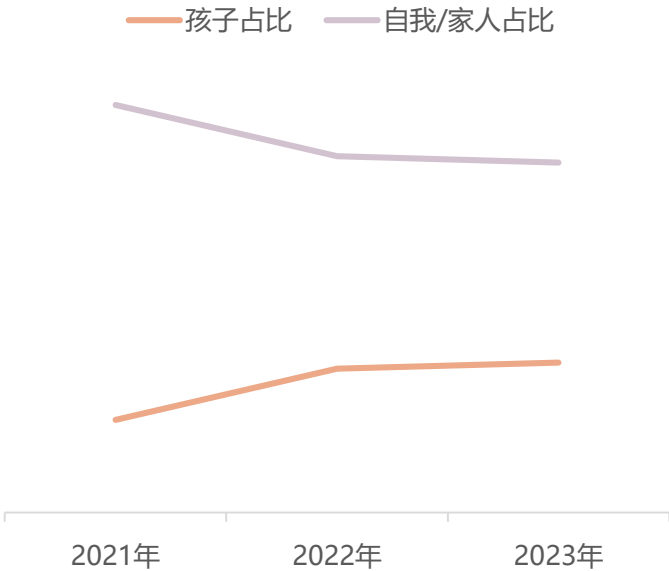
母婴人群近一年消费意愿度变化



数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606

Q：请问对比之前，您最近一年在以下方面的花费有什么变化？

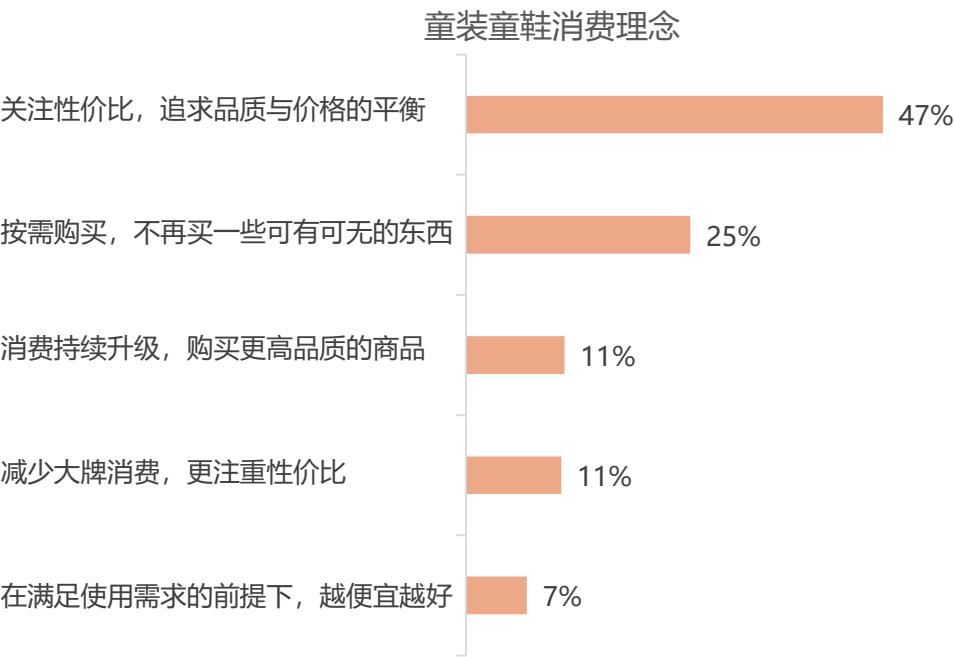
2021-2023淘宝天猫母婴人群儿童服饰vs成人服饰支出比例



数据来源：阿里消费洞察

兼顾“需求与预算”的性价比消费理念养成，不同家庭性价比心智呈现差异化分层

性价比消费理念的核心在于追求品质与价格之间的最佳平衡。“性价比消费”趋势下，童装童鞋行业消费者为孩子消费时的理念也发生分层，当前行业消费者过半人群认为品牌商品为首选，品牌折扣和福利成为重点关注因素，约1/4消费者更看重对于商品的选择，部分消费者保持升级趋势，少量消费者在消费时“价格”成为了最重要的考虑因素。



数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606
Q：.请问以下哪一项更符合您为孩子消费时的理念

品牌惠选家庭

理智消费，关注性价比，对于品牌关注度较高，乐于购买品牌商品，但十分在意品牌折扣和福利

人数占比 55%

商品惠选家庭

理智消费，减少非必要支出，关注性价比，对品牌关注度较低，挑选原则是“只要商品合适就可以”

人数占比 26%

精致消费家庭

保持高消费水准和消费升级的人群，价格敏感度较低，愿意为了高品质商品和高质量生活花费更多

人数占比 13%

实惠至上家庭

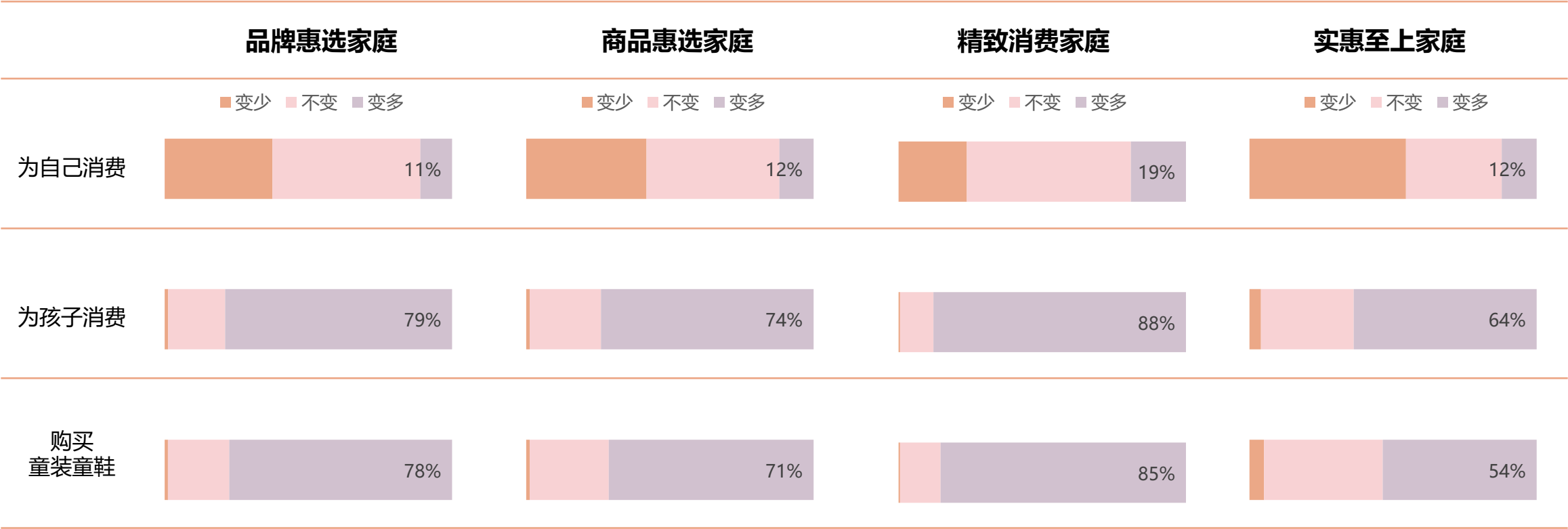
极度关注价格，追求极致低价，对商品的品质要求不高，只要能够满足使用需求，商品越便宜越好

人数占比 6%

数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606，根据童装童鞋品类消费及购买理念交叉划分
Q：请问对比之前，您最近一年在以下方面的花费有什么变化，以下哪一项更符合您为孩子消费时的理念？

多数家庭愿意在孩子穿搭上投入更多，实惠至上家庭面对预算限制也会优先保障孩子消费

精致消费家庭为孩子穿搭消费意愿持续高涨，品牌惠选与商品惠选家庭中，七成家长为孩子穿搭消费持续上升；实惠至上家长选择大幅缩减自我消费，孩子消费支出维持不变，无论是追求品牌与品质的家庭，还是注重实惠的家庭，在孩子穿搭消费上都表现出较高的意愿和投入，反映出当前消费市场对儿童服饰行业的积极预期。



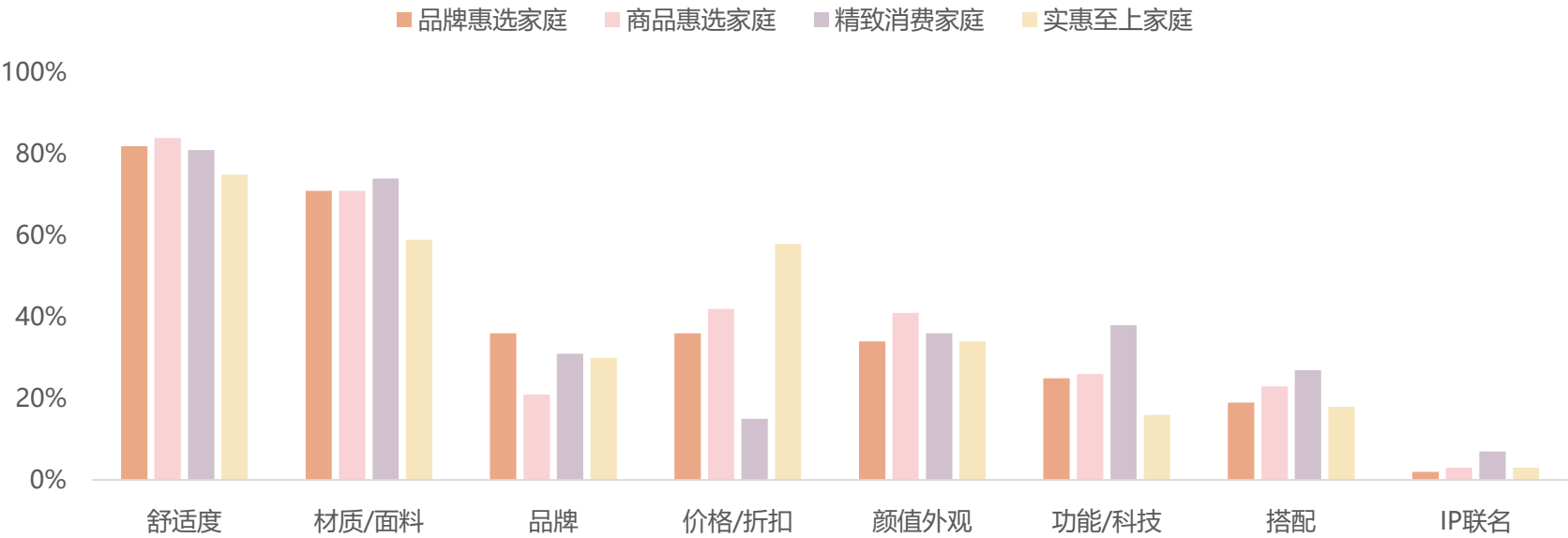
数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606

Q：请问对比之前，您最近一年在以下方面的花费有什么变化？

舒适与材质为基础关注点，多数家庭对童装童鞋价格敏感度较往年呈现增强趋势

舒适度和面料始终是核心关注点，而价格、品牌、颜值、功能等方面的权衡则因家庭消费观念而异，但多数家庭价格敏感度均呈现显著上升趋势。精致消费家庭追求“颜值搭配、功能科技、情感需求”兼而有之；实惠至上家庭尤为注重价格和折扣；品牌惠选家庭更习惯在有“信任基础”的品牌池综合考量产品与品牌福利；商品惠选家庭则对品牌依赖度较低，更多在产品满足需求和符合审美的基础上严格考量性价比。

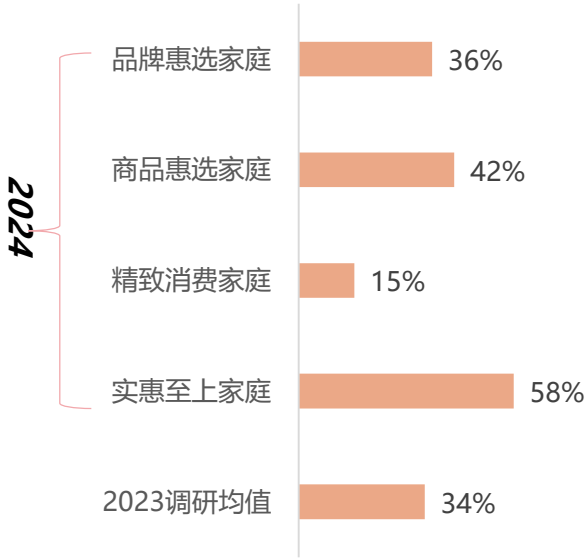
不同消费理念家庭 童装童鞋消费决策关注点



数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606

Q：请问对比之前，您最近一年在以下方面的花费有什么变化？

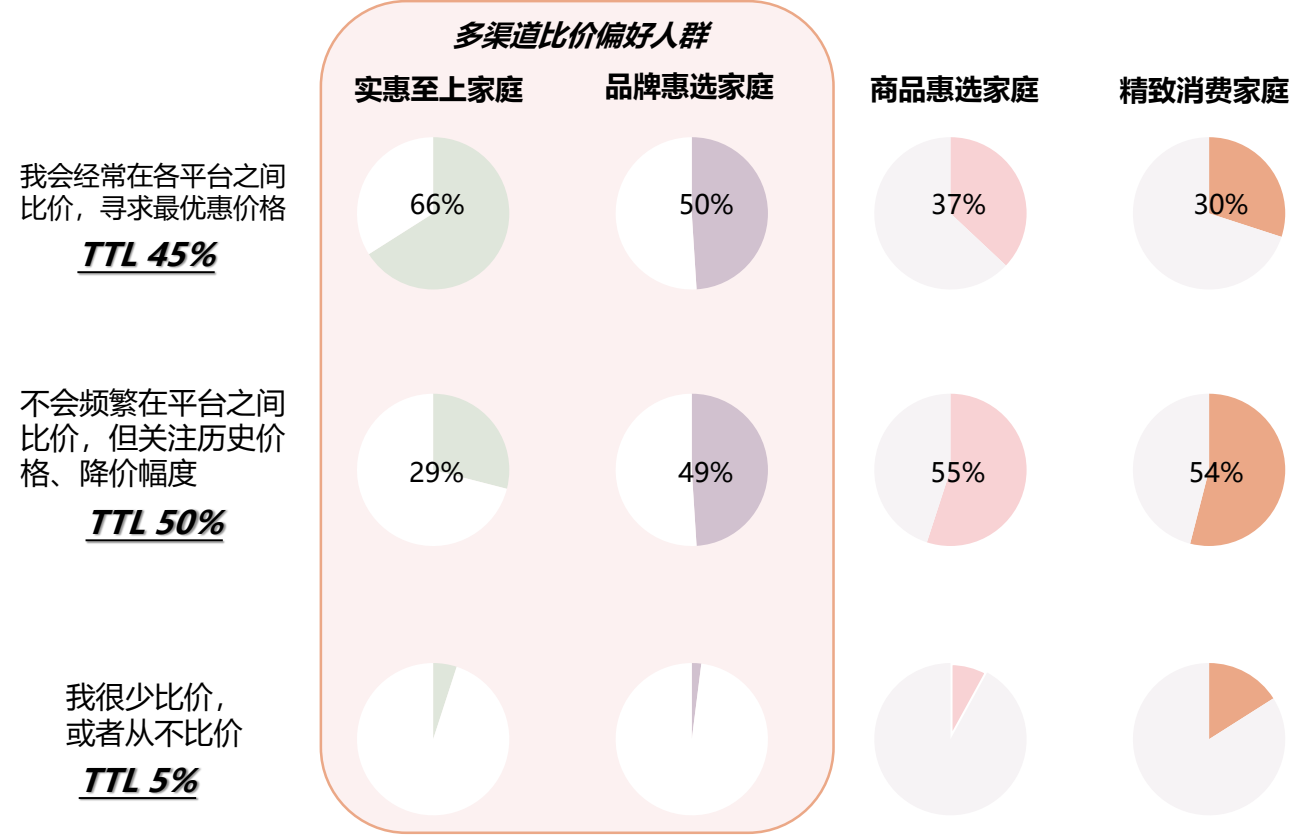
2024童装童鞋价格关注因素vs2023



历史数据来源：《2023天猫童装童鞋趋势洞察白皮书》

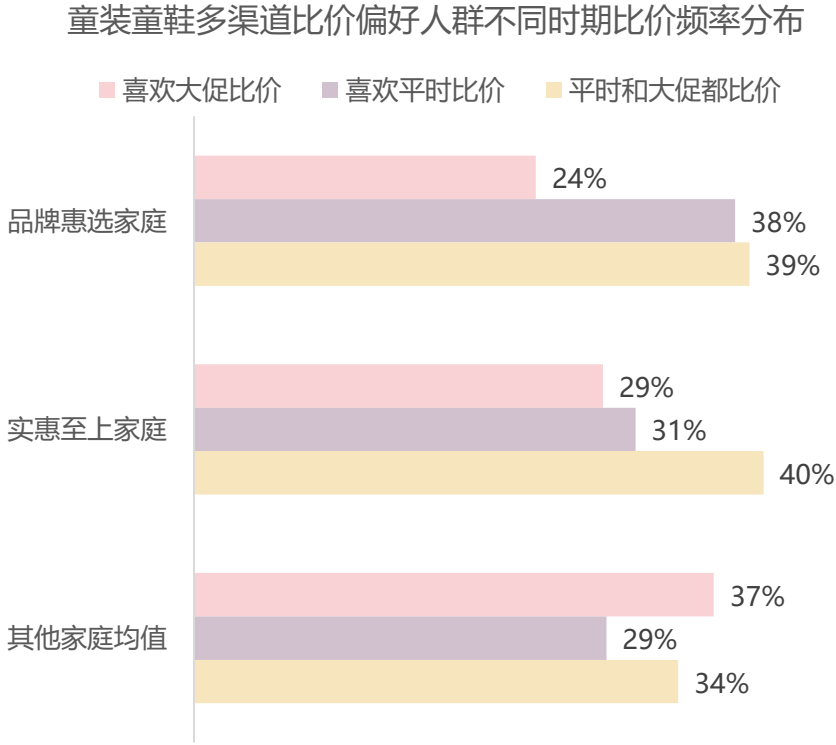
近五成人群养成多渠道比价习惯，比价行为贯穿日常与大促，品牌需要重视全渠道价盘统一

实惠至上家庭多渠道对比心智更加成熟，66%人群经常在各平台之间寻求低价，日常和大促均会进行对比，其次为品牌惠选人群，49%人群多平台比价，也已经养成日常与大促频繁比价习惯，仅大促比价人群不足三成；其他人群多平台横向对比行为不明显，但偏好对商品历史价格和折扣对比，建议重点关注大促价格与往期对比。



数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606

Q：请问您在购买童装童鞋时，是否会有以下比价行为？Base=1496



数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606

Q：请问您童装童鞋购物时的比价行为属于以下哪种？Base=715

实惠至上家庭更爱在拼多多、社群团购、抖音、淘客渠道比价，50元起比价需求显著；品牌惠选家庭更爱在天猫、品牌官网、京东、唯品会渠道比价，100起商品比价需求明显

实惠至上家庭更倾向于在多元化的电商和社群渠道中寻找性价比最优的产品，而品牌惠选家庭则更偏向于在品牌官方或知名电商平台进行比价，确保产品品质和品牌形象的同时，追求合理的价格。这些差异体现了不同家庭在消费观念和预算控制上的不同侧重点。

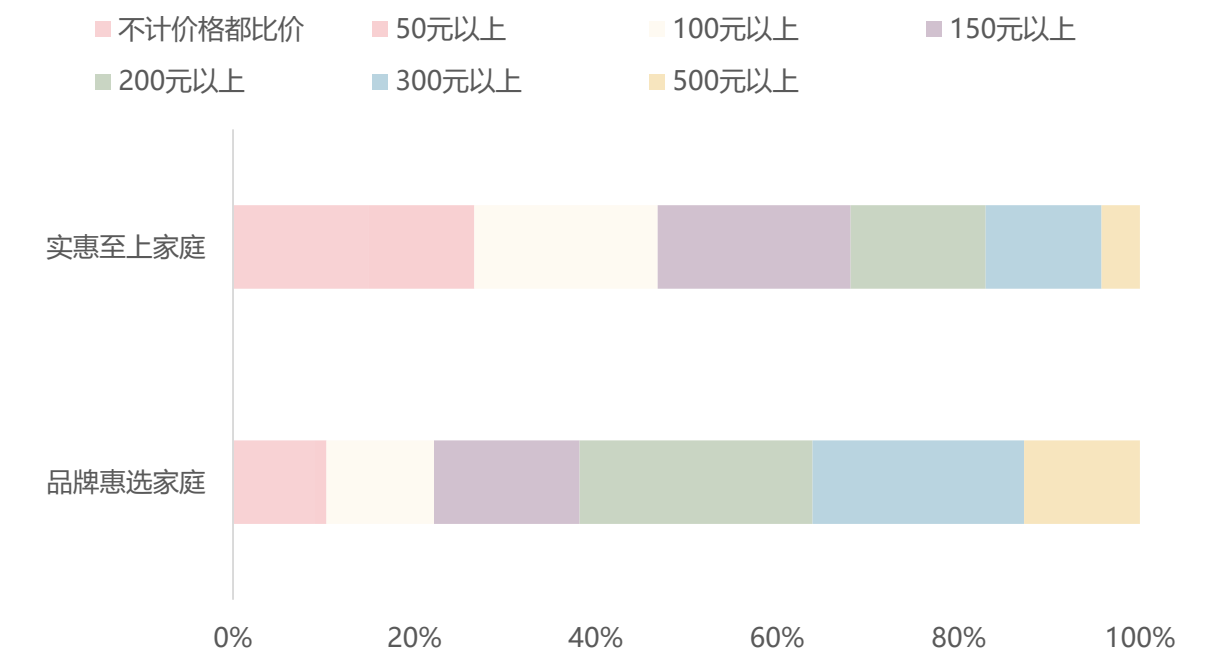
童装童鞋 比价偏好人群 比价平台选择 (TGI)

比价平台	实惠至上家庭	比价平台	品牌惠选家庭
拼多多	157	天猫	108
社群团购	151	品牌官网	105
抖音	114	淘宝	102
淘客渠道	105	京东	102
淘宝	101	唯品会	101
天猫	94	线下渠道	100
京东	93	拼多多	95
唯品会	88	抖音	94
品牌官网	77	淘客渠道	87
线下渠道	63	小红书商城	85
小红书商城	52	社群团购	76

数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606

Q：请问您经常在以下哪些平台比价？Base=1496

童装童鞋 比价偏好人群 发生比价行为时商品价格分布



数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606

Q：您通常在购买多少价格段的商品时会开始比价？Base=1496

天猫平台在品牌惠选家庭和精致消费家庭更具运营优势

品牌惠选家庭更青睐天猫、品牌官网、唯品会等渠道购买，以确保产品品质和正品保障；精致消费家庭更偏好天猫、线下实体店、品牌官网等渠道，注重品牌品质和购物体验；商品惠选家庭渠道偏好更多元，商品是吸引他们核心要素；实惠至上家庭则偏好拼多多、社群团购、抖音、淘客等具有价格优势的平台。

不同人群童装童鞋日常购买渠道偏好（TGI）

品牌惠选家庭		商品惠选家庭		精致消费家庭		实惠至上家庭	
渠道	TGI	渠道	TGI	渠道	TGI	渠道	TGI
天猫	110	小红书商城	149	品牌官网	120	拼多多	256
品牌官网	107	拼多多	139	天猫	114	社群团购	228
唯品会	103	社群团购	129	线下渠道	114	抖音	173
京东	100	抖音	113	唯品会	101	淘客渠道	111
淘宝	100	淘宝	106	社群团购	99	唯品会	111
线下渠道	100	线下渠道	106	京东	99	淘宝	85
淘客渠道	100	淘客渠道	103	淘客渠道	92	品牌官网	79
抖音	92	京东	97	淘宝	89	天猫	56
小红书商城	82	天猫	87	小红书商城	85	京东	55

数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606

Q：请问您更偏好在哪些平台/渠道购物

刚需、场景、颜值成为核心消费驱动力，其中品牌惠选家庭和精致消费家庭对前沿科技的接受度较高，是品牌未来可以升级的趋势方向

刚需类需求如换季购买驱动力普遍提升，除实惠至上家庭外，场景驱动力均显著上升；品牌惠选家庭受颜值需求和促销影响程度加强，功能需求程度维持原有偏好水平；商品惠选家庭则更易受到情感、刚需和颜值驱动，精致消费家庭对前沿科技、颜值风格和亲子感情需求的心智更加显著。



数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606

Q：请问以下哪些情况，会驱动您购买童装童鞋？请问与之前相比，以下驱动因素在您心中的重要程度有什么变化？

拆解天猫忠诚人群历年购物篮热门商品发现，“新功能材质” “新穿衣场景” “新搭配风格” 是驱动用户持续购买的核心要素

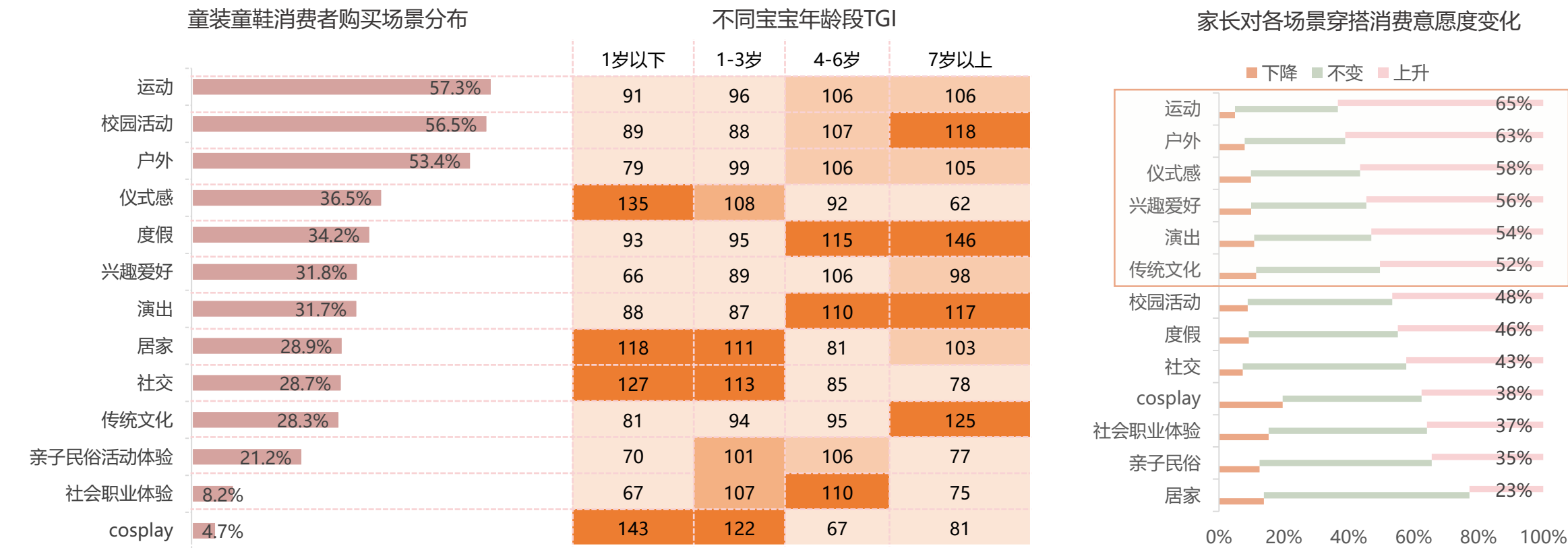
2021-2023天猫童装童鞋忠诚人群购物篮变迁



数据来源：阿里消费洞察

场景|运动、校园、户外场景下儿童穿搭消费需求尤为显著，婴幼儿童更注重仪式感和居家穿搭

婴幼儿童家长更愿意为宝宝居家、仪式感、宴会社交消费；中小童和中大童家长更愿意为运动户外、亲子民俗、兴趣爱好、演出、度假和校园活动消费；其中**运动、户外、仪式感、兴趣爱好、演出、传统文化场景**对儿童穿搭需求的消费驱动力将持续上升。



数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606

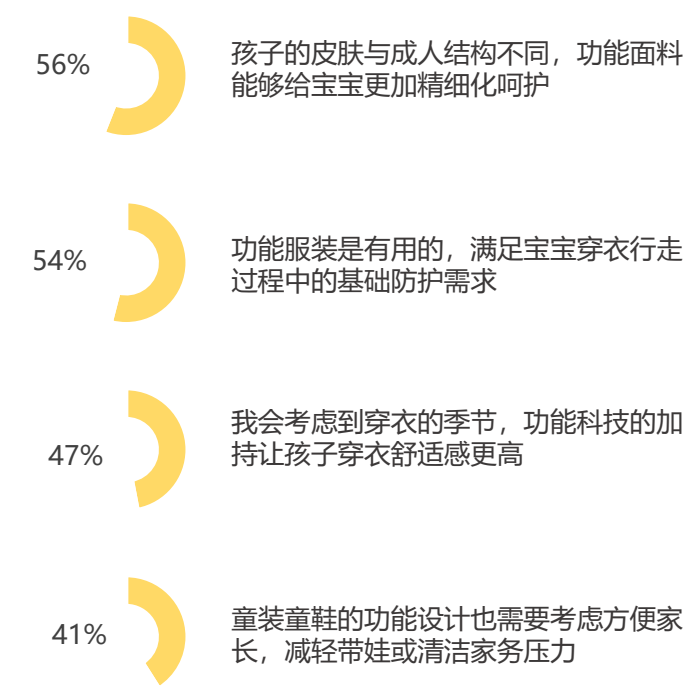
Q：请问您会为了以下那些场景购买童装或童鞋？

Q：请问以下不同穿衣场景，驱动您购买童装或童鞋的程度是否有变化？

功能科技|家长不再满足于服装的基本穿着功能，而是更加注重其舒适性、安全性和防护性

舒适性功能诉求最值得关注，其次为安全性和防护性功能需求；1岁以内关注防着凉、A类、柔软、防摔、抗菌；1-3岁关注防摔、A类、防着凉、防风、防晒；4-6岁对防雨、防污易打理、发热锁温更加偏好；7岁以上则关注排汗、防污、发热、防晒与速干。

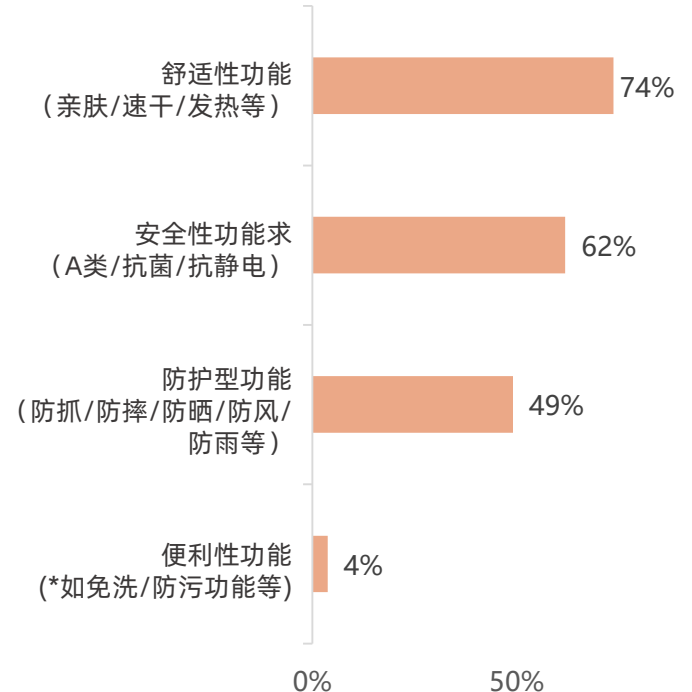
童装童鞋 功能科技理念认知



数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606

Q：请问您是如何看待童装童鞋的功能科技的？

童装童鞋 家长对不同类型功能科技卖点选择



数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606

Q：请问您更愿意给孩子购买什么功能的童装童鞋？

童装童鞋 不同宝宝年龄 功能科技卖点偏好



数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606

Q：请问以下哪些功能更加吸引您消费童装童鞋？

风格认知来源|七成家长风格认知来源于社媒渠道种草，合集/成套搭配是最偏好的种草形式

七成家长风格认知来源于社媒渠道种草，合集/成套搭配是最为偏好的种草形式，其便捷性、多样性、信任感是吸引家长喜欢种草合集的主要因素。从站外种草效果来看，合集类内容爆文数量更多且用户互动兴趣最为浓厚，可通过丰富的内容主题和合集形式来吸引童装童鞋消费者浏览。

童装童鞋 家长风格决策偏好

68%

TOP1.认知来源于小红书、抖音等站外社媒渠道的传播种草

42%

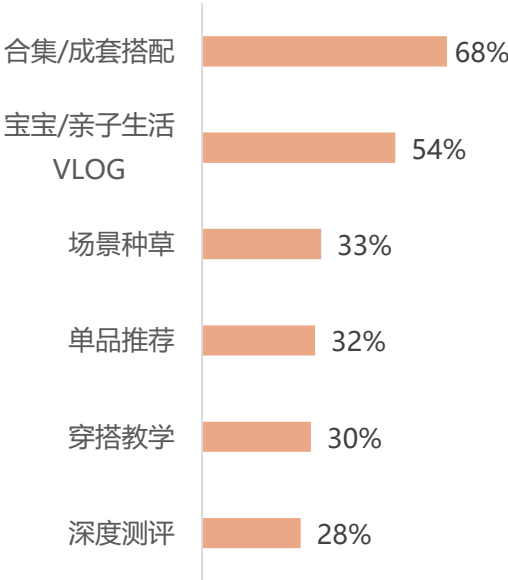
TOP2.认知来源于常买的、关注的品牌设计和导向

37%

TOP3.认知来源于自己对潮流的敏感，认为自己的审美就是潮流风格

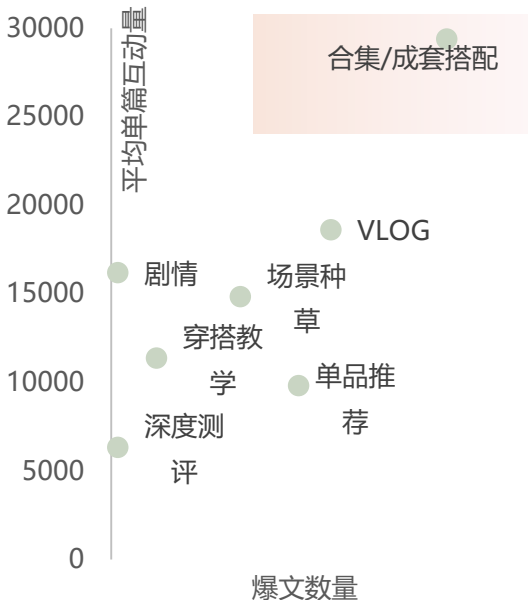
童装童鞋家长偏好种草内容

类型



童装童鞋小红书TOP200爆文

种草内容类型供需分析



小红书TOP200爆文

合集内容类型

- #一个月不重样穿搭合集
- #多场景搭配推荐合集
- #上学一周穿搭合集
- #多角色扮演合集
- #高性价比店铺合集
- #套装搭配推荐合集
- #高性价比童装合集

数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606；
Q：您在童装童鞋的风格选择会被哪些因素影响？

数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，
N=1606；Q：您平时更喜欢什么类型的种草内容？

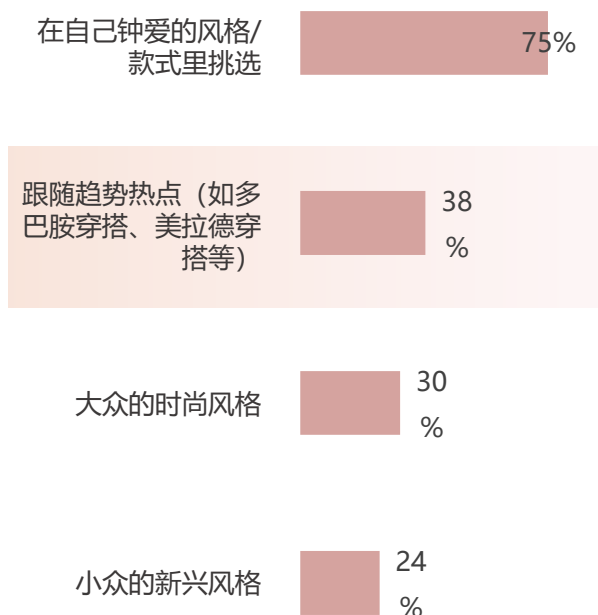
数据来源：智篆GI

数据来源：智篆GI

近四成家长追随趋势热点消费，一二线城市30-34岁高消费力家长最爱追潮

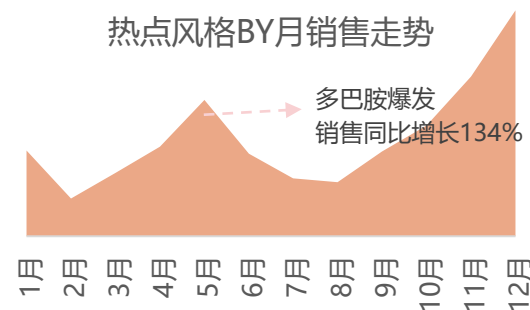
进行风格决策时，家长多会在自己喜欢的风格里自主挑选，四成家长会追随趋势热点为孩子消费。消费端来看，热点趋势能够快速带动销售爆发，越早布局的商家抢占更多市场份额，成交来源基本为店铺新客，其中1-2线城市高消费人群占比均高于行业整体，跟随趋势热点布局货品有利于获取高质量新客。

童装童鞋风格决策偏好

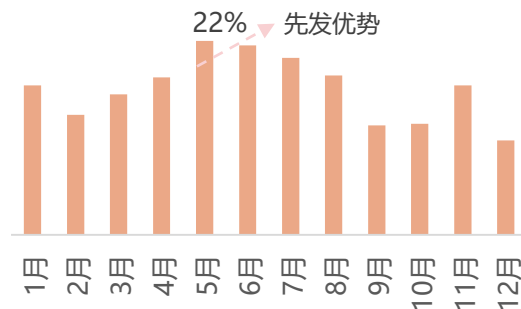


数据来源：智篆GI 童装童鞋消费者调研，N=1606；Q：您在童装童鞋的风格选择会被哪些因素影响？

2023年天猫童装童鞋
热点风格BY月销售走势

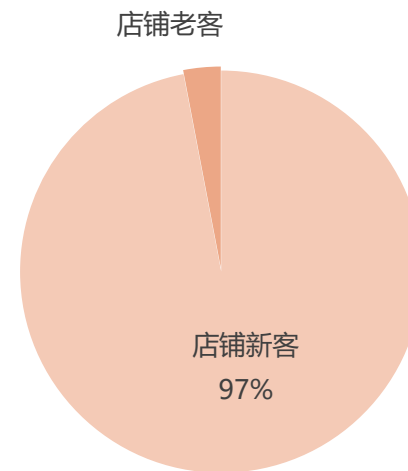


热点风格TOP10商家集中度



数据来源：阿里消费洞察

天猫热点风格下
TOP10商家成交人群结构



数据来源：阿里消费洞察

热点风格成交人群画像

1-2线城市
占比43.8% vs行业整体TGI 103

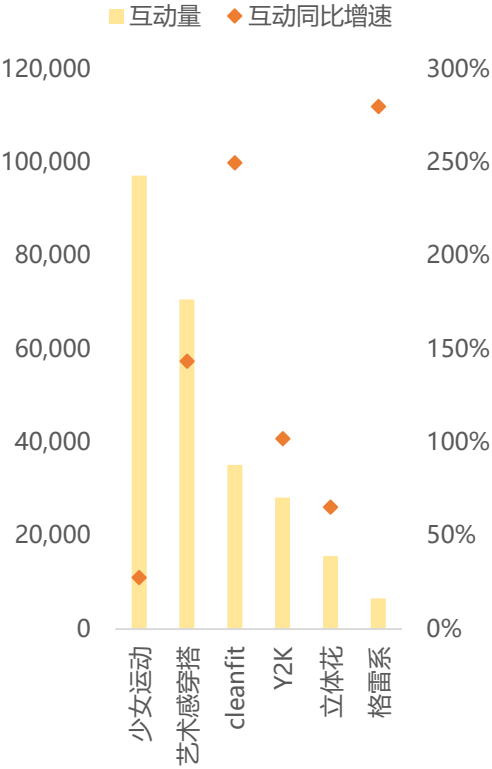
高消费力
占比43.3% vs行业整体TGI 107

30-34岁
占比40% vs行业整体TGI 110

数据来源：阿里消费洞察

当季穿搭热点风格推荐

成人服饰热点穿搭话题
在童装近半年社媒讨论热度及同
比趋势



数据来源：智篆GI

#少女运动/blokette

兼具复古运动的街头感和芭蕾风格的少女感，Blokecore代表元素为球衣、牛仔和球鞋，coquette则追求浪漫与少女感的风格审美，典型元素为蕾丝、荷叶边、丝带、蝴蝶结等。



- 关键单品
- 蝴蝶结卫衣、蕾丝卫衣、木耳边卫衣、蓬蓬裙
拼接运动裤、蕾丝拼接运动套装、花苞运动裙、
复古球衣、丝带德训鞋、丝带运动鞋等
- 典型搭配
- 运动卫衣+百褶裙/蓬蓬裙；蝴蝶结上衣+运动
阔腿裤、POLO衫+网纱裙等

#艺术感穿搭

本季度艺术感穿搭以韩系裙裤叠穿最具代表性，适合出游、逛街、亲子度假等场景穿着，不规则连衣裙搭牛仔裤、蕾丝边罩衫配饰等成为风格下的流行搭配。



- 典型搭配
- 不规则吊带裙+微喇牛仔裤+头巾；蕾丝卫衣+
裙帘+阔腿牛仔裤；蕾丝打底衫+背心裙+休闲
裤

图片来源：网络公开资料

#cleanfit/松弛感穿搭

本季度cleanfit注重视觉舒适度，强调简约轻松的设计，整洁的线条，无过多装饰和复杂图案，通过低饱和的色彩、有质感的面料进行搭配组合。



- 关键单品
- 长袖面膜T恤、男童极简白色衬衫、男童牛仔
衬衫、条纹针织衫、纯色针织衫、oversize卫
衣、阔腿裤等
- 典型搭配
- 极简风羽绒服+休闲裤、双面呢大衣+同色系针
织衫、牛仔衬衫+阔腿牛仔裤、简约白衬衫+灯
笼裤等

2024童装童鞋市场洞察总结

01

居民消费情绪更加谨慎，但家长在家庭经济管理中，即便面临预算限制，也会优先保障孩子的消费需求，孩子穿搭消费上仍保持较高消费意愿，童装童鞋行业在当前经济环境下展现出积极韧性。

02

兼顾需求与预算的性价比消费理念为主流，多数家庭价格敏感度显著上升，多渠道比价“择低购买”消费行为成熟。当前比价行为贯穿日常消费与大促消费，品牌需要重视全渠道价盘统一，避免因价格差异造成流失和因价格混乱导致消费者产生不信任感。

03

场景成为驱动家长消费童装童鞋的核心推动力，儿童运动户外、仪式感、兴趣爱好、演出、传统文化场景下对穿搭需求持续上升。中大童可以重点关注运动户外、校园/演出和出游度假场景，婴幼儿家长更愿意为宝宝居家、仪式感、宴会社交和萌趣cosplay消费。

04

社交媒体时尚热点在童装童鞋的流行趋势加快，热点型风格往往爆发较快，且更容易为品牌获取大量优质新客实现人群破圈。但需要注意的是，时尚热点具有时效性，品牌需要保持敏锐的市场洞察力，及时捕捉并相应，快速抢占市场份额。

05

前沿科技对品牌惠选家庭和精致消费家庭驱动力更高，他们更加关注宝宝不同成长阶段、不同穿着季节、不同穿着场景下的精细化需求，愿意为更好的舒适度、更高的安全性、更全面的防护性而消费，功科科技是品牌未来升级的趋势方向。

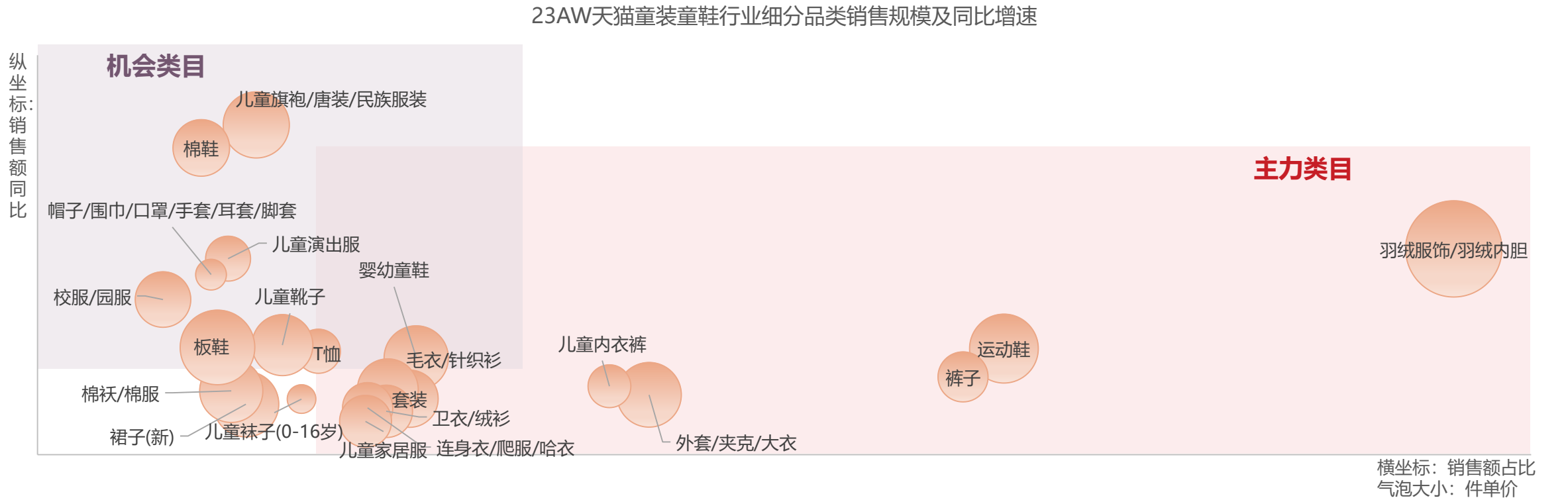
02.

天猫童装童鞋行业 秋冬趋势发布



天猫童装童鞋2024年秋冬类目趋势

羽绒服、运动鞋、裤子、儿童内衣裤和外套/夹克是孩子们秋冬衣的必备单品。棉鞋展现出超越市场的强劲增长势头，在国风国学的热潮推动下，儿童旗袍/唐装/民族服装，迅速发展成为童装行业的高价值品类，儿童汉服市场的潜力巨大，未来发展前景可期。

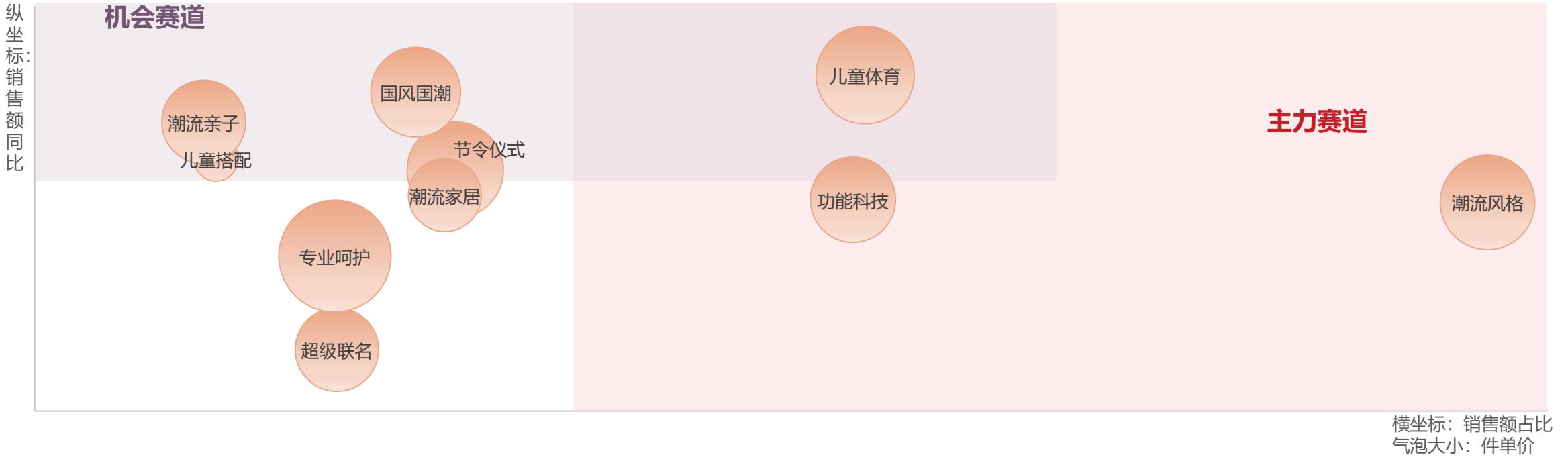


天猫童装童鞋2024年秋冬赛道趋势

潮流风格引领童装童鞋市场发展，功能科技和儿童体育表现优异

潮流风格是23年秋冬季节童装童鞋行业内销售表现最好的TOP赛道，功能科技和契合运动场景的儿童体育赛道表现优异。亲子活动的多元化发展助力潮流亲子快速增长，国风国潮和节令仪式也随着国风兴起受到青睐，具有发展的潜力。

23AW天猫童装童鞋行业十大趋势赛道销售规模及同比增速



数据来源：阿里消费洞察，23AW：2023.8-2023.12，同比22AW：2022.8-2022.12



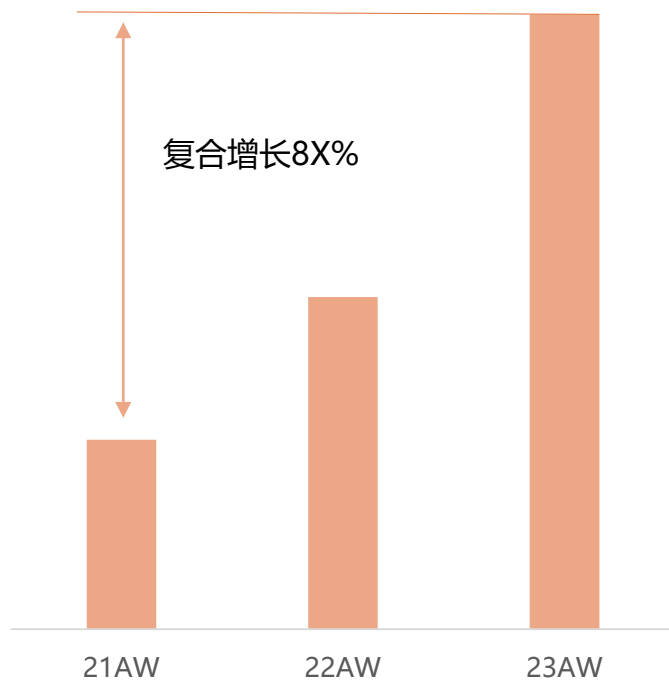
01 潮流风格



02 功能科技

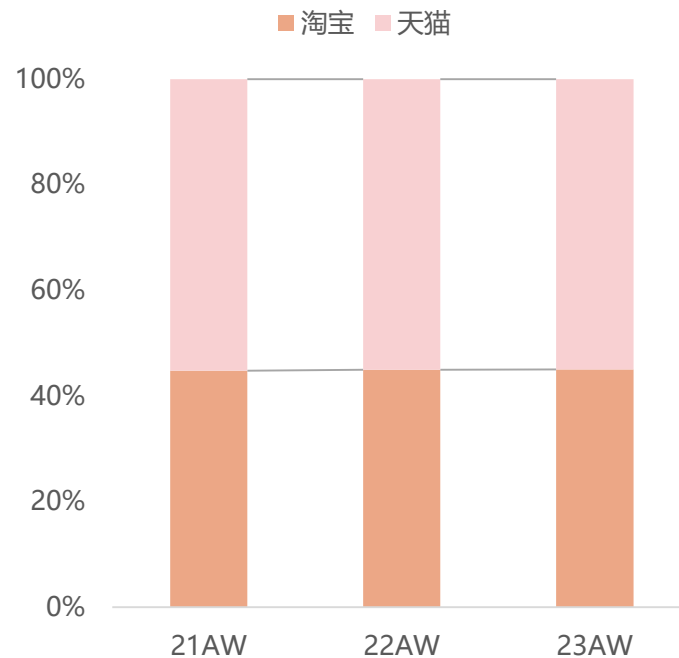
淘系风格童装销售持续增长，天猫占据五成市场份额，消费者偏好度连年提升，未来趋势向好

21AW-23AW淘系风格童装销售规模



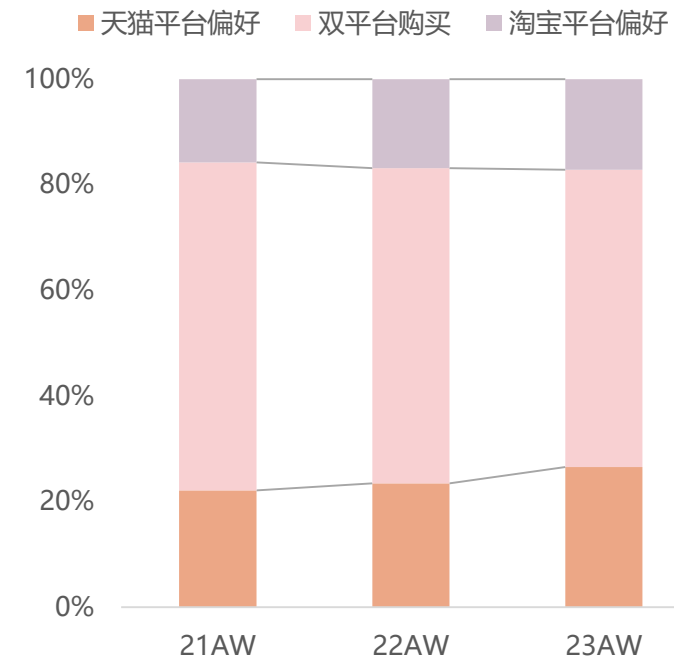
数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

21AW-23AW淘宝&天猫风格童装销售分布



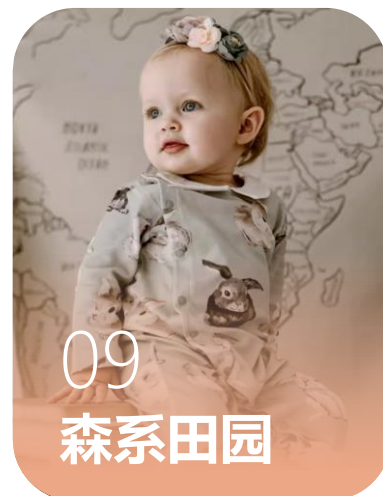
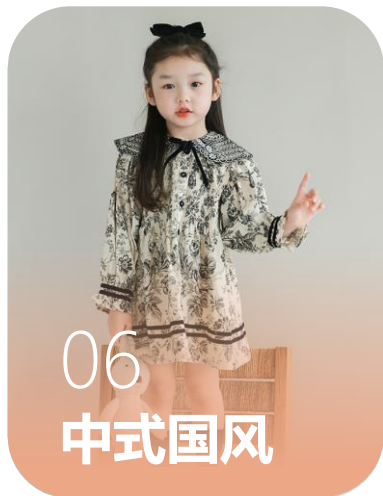
数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

21AW-23AW淘系风格童装购买人数分布



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

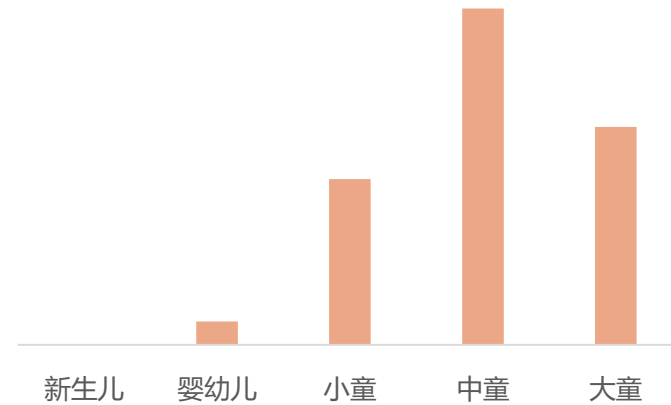
天猫童装童鞋秋冬十大风格发布



A young boy stands in a sun-dappled forest, wearing a bright yellow hooded rain jacket with white piping and a black chest strap. He also wears a purple beanie, grey rain pants with white graphics on the leg, and white sneakers. He holds a black trekking pole in his right hand. The background is a lush green forest with sunlight filtering through the trees.

48%
23AW社媒平台互动同比增长

23AW天猫童装行业山系户外风格育龄分布



25

山系户外

//风格型色质

PANTONE 16-0436 TPG

PANTONE 19-1242 TPG

PANTONE 17-1022 TPG

PANTONE 19-0419 TPG

PANTONE 16-1349 TPG

PANTONE 16-1148 TPG

PANTONE 14-0957 TPG



• 工装版型



• 撞色拼接



• 儿童户外鞋



三合一可拆卸

三防工艺

耐磨抗静电

关键视觉



山系户外视觉体系强调利用自然元素和场景特点来构建，背景可参考山川、湖泊、树木等，搭建野炊、秋游等场景配合亮色系户外穿搭，展现孩子的探索意识和玩趣童真。

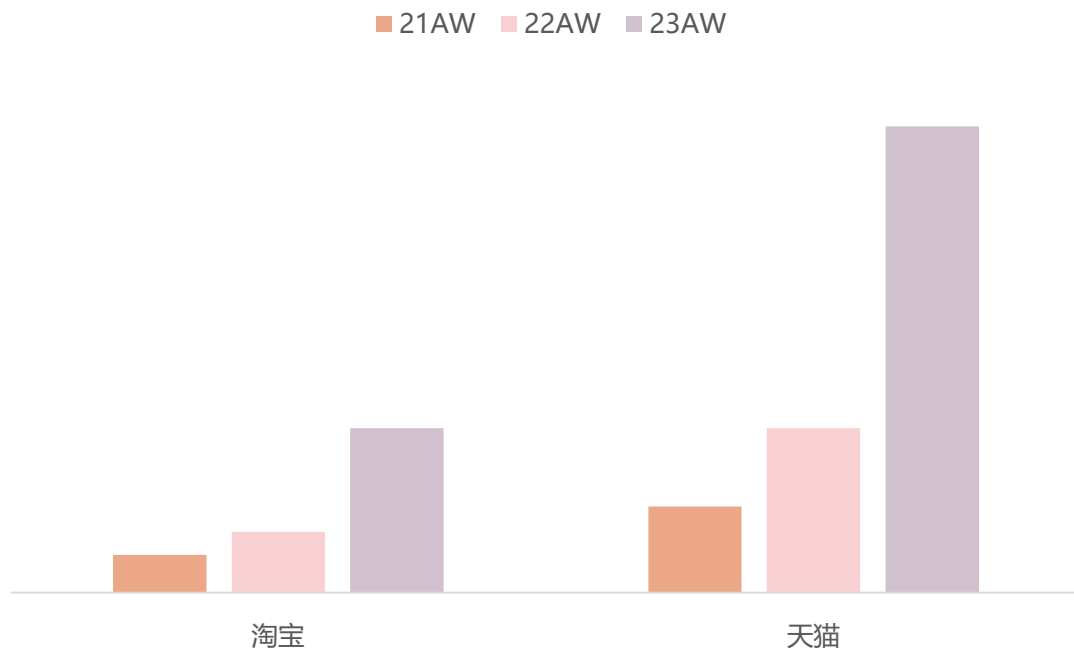


山系户外|淘宝&天猫销售趋势

天猫销售规模快速增长，渗透持续提升，更具优势

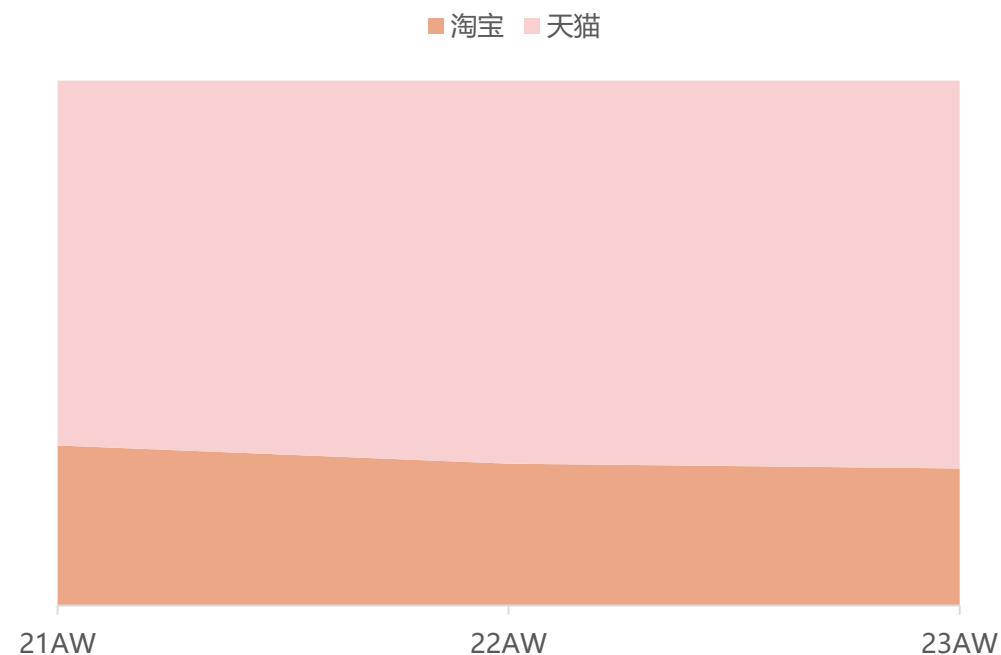
山系户外风格童装在天猫和淘宝平台销售均连年增长，天猫23AW销售涨势迅猛，天猫渗透超70%且持续提升，发展趋势较好。

21-23AW淘宝&天猫童装行业山系户外风格销售金额



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

21-23AW山系户外风格童装淘宝&天猫渗透对比



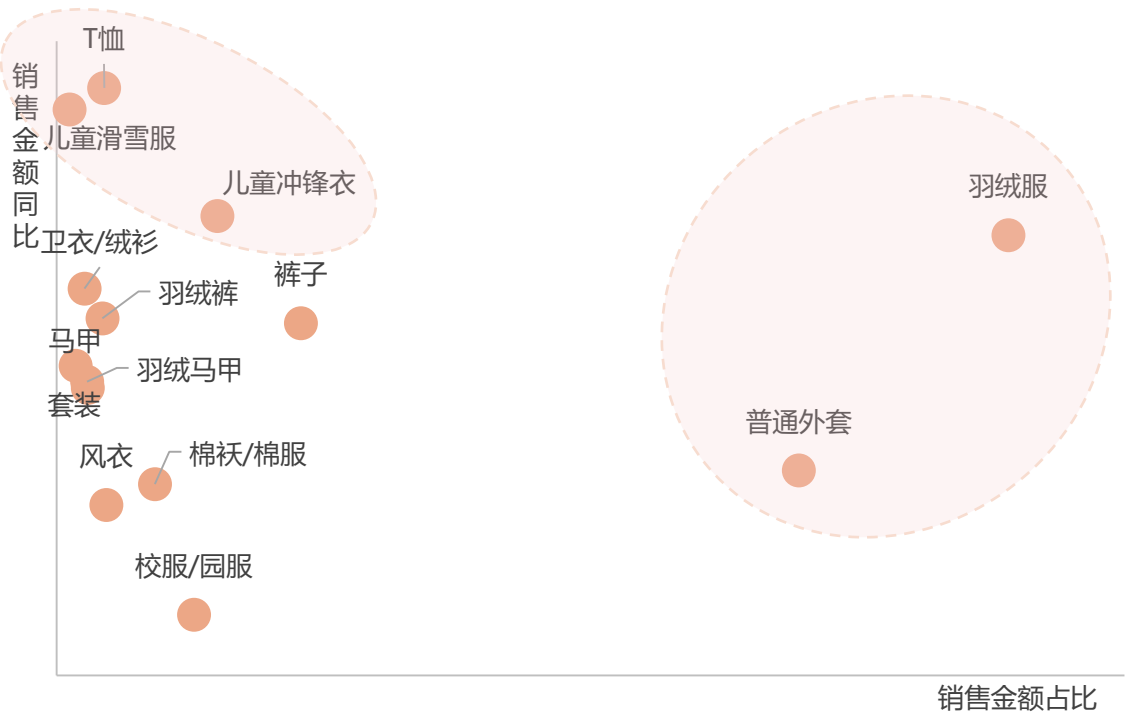
数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

山系户外|淘系品类结构

天猫羽绒服心智较强，儿童冲锋衣、T恤品类具备优势且发展潜力较好，值得关注

山系户外风格童装在淘系以羽绒服品类为主，且增长趋势较好，普通外套是第二大品类，儿童滑雪服、T恤和儿童冲锋衣快速增长，是未来潜力品类，天猫平台羽绒服心智更加成熟，T恤和儿童冲锋衣占比较淘宝平台更高，可重点运营。

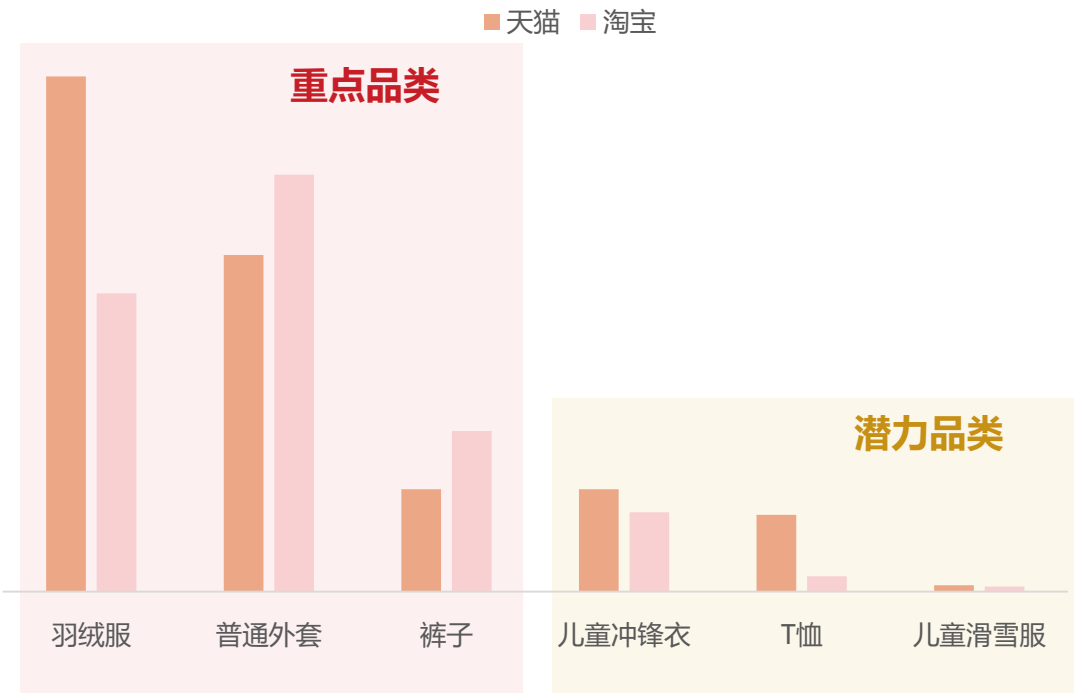
23AW淘系童装行业山系户外风格细分品类销售分布



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

备注：仅筛选销售占比 > 0.5% 的品类展示

23AW山系户外风格重点品类天猫vs淘宝销售占比

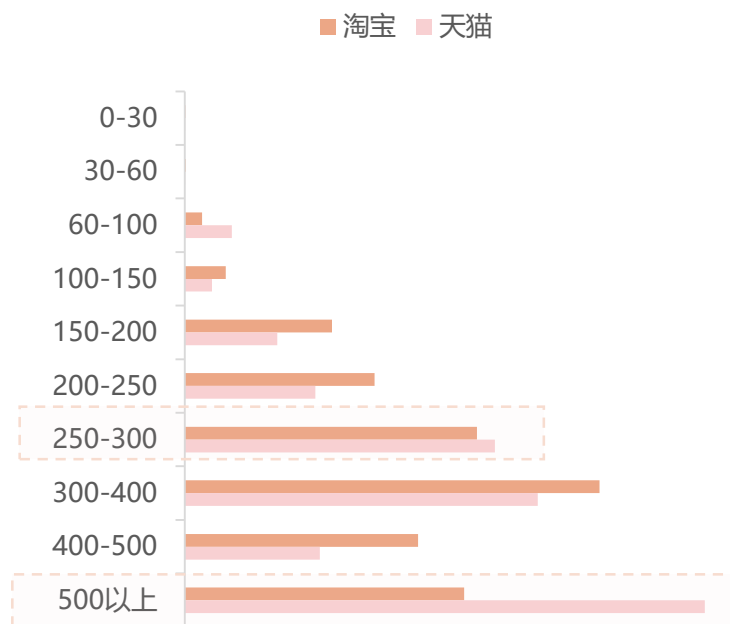


数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

山系户外|重点品类天猫vs淘宝价格带分布

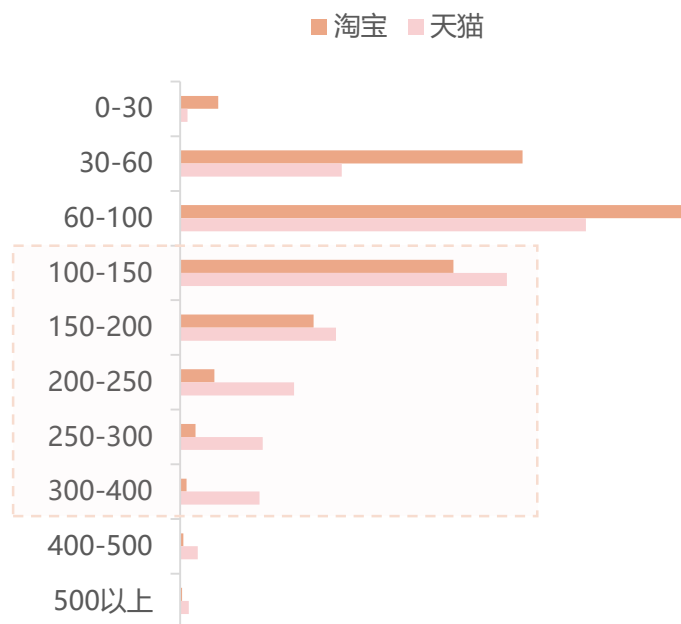
天猫500元以上高价位段羽绒服具备优势，60-100元裤子可加强供给，普通外套主要价格段对比淘宝偏高，需注重货品风格元素和功能科技的体现

23AW淘宝&天猫山系户外羽绒服价格带销售金额分布



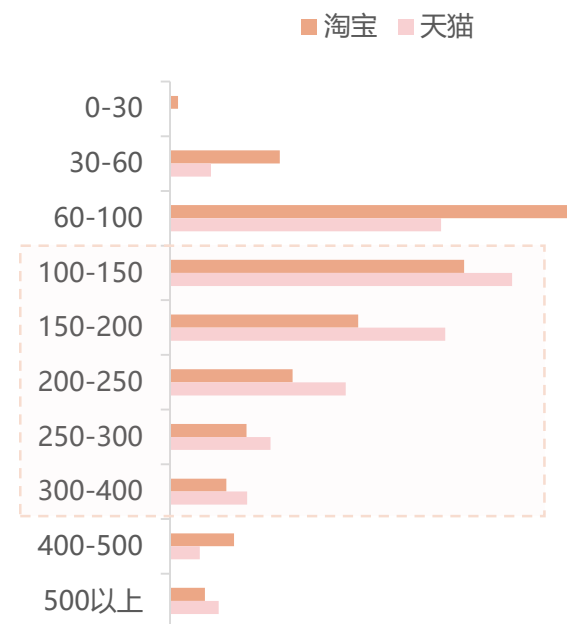
数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫山系户外裤子价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫山系户外普通外套价格带销售金额分布

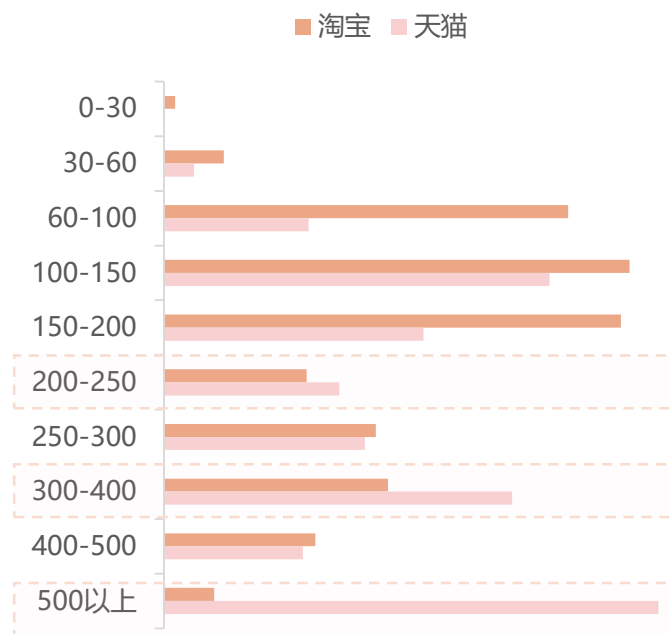


数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

山系户外|潜力品类天猫vs淘宝价格带分布

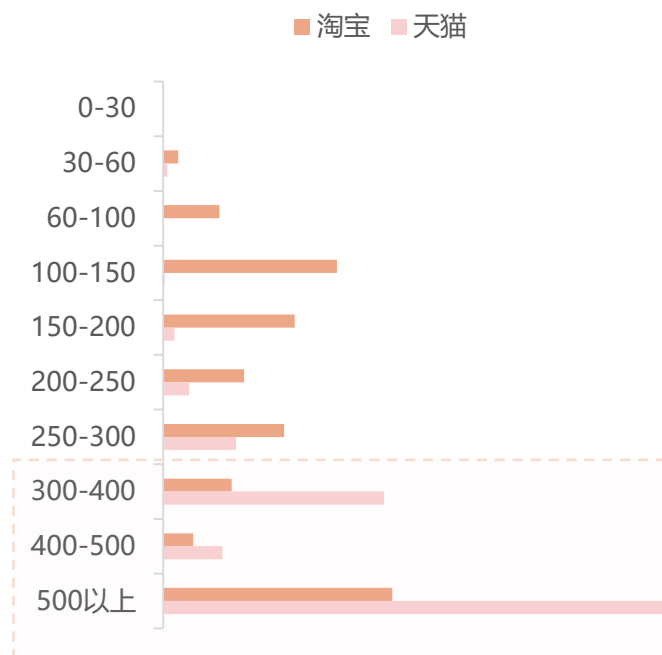
天猫冲锋衣和滑雪服300元以上价位段更具优势，其中冲锋衣200-250元仍有一定机会，可注重货品运营，100-150元T恤与淘宝相差较多，可考虑增加货品供给

23AW淘宝&天猫山系户外儿童冲锋衣
价格带销售金额分布



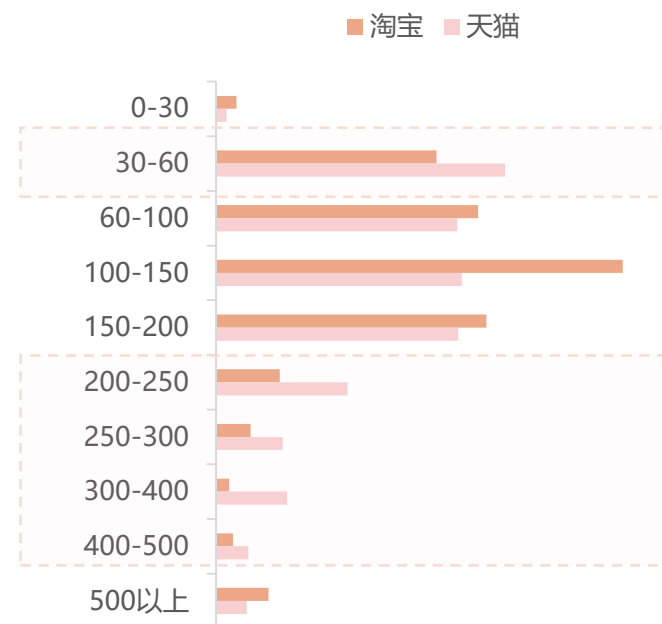
数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫山系户外儿童滑雪服
价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫山系户外T恤价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

山系户外|风格货品

天猫商品功能性较强，产品色彩运用和风格设计仍需优化

天猫TOP商品

货品特征：更强调**功能性**，大多产品具备**防风防水、轻暖、三合一**等功能，**鹅绒**羽绒服备受欢迎。



淘宝TOP商品

货品特征：大胆运用**明亮色系**，**色块分割**、**异材拼接**、假两件、抽绳收腰等更细节具设计感。



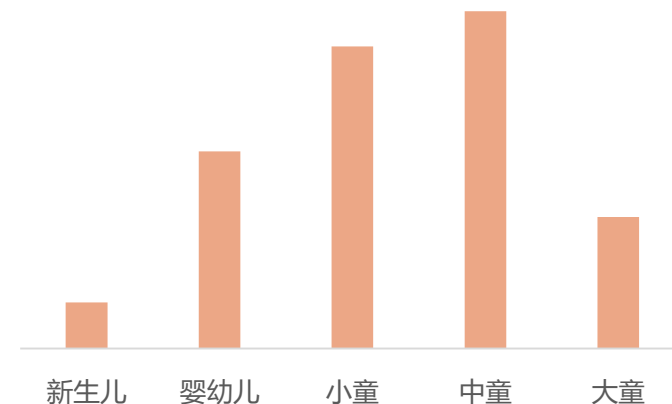
数据来源：阿里消费洞察，23AW：2023年8-12月

浪漫公主包含公主风、浪漫甜心、甜酷少女和千金风，是甜美与甜酷结合的童装风格，它深受小女孩们的喜爱。这种风格的童装通常以粉色、紫色、蓝色等柔和的色调为主，面料多选用舒适柔软的棉质或蕾丝等材质，打造出温柔可爱的感觉。



32%
23AW社媒平台互动同比增长

23AW天猫童装行业浪漫公主风格育龄分布



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI，2021-2023自然年，AW：8-12月，
新生儿：0-3M；婴幼儿：3M-1Y；小童：1-3Y；中童：3-6Y；大童：7Y以上
社媒平台包含：抖音、小红书、微博、知乎、淘宝/京东电商社区、母婴垂类论坛（育儿网、宝宝树、太平洋亲子网、柚宝宝、各地妈妈网）

浪漫公主

//风格型色质

PANTONE 16-2122 TPG

PANTONE 15-1624TPG

PANTONE 17-1022 TPG

PANTONE 11-0104 TPG

PANTONE 12-4202 TPG

PANTONE 13-3805 TPG

PANTONE 15-1322 TPG



量感蝴蝶结



立体装饰花



卡通印花



泡泡袖

层叠网纱裙



灯笼袖上衣

微喇裤

关键视觉

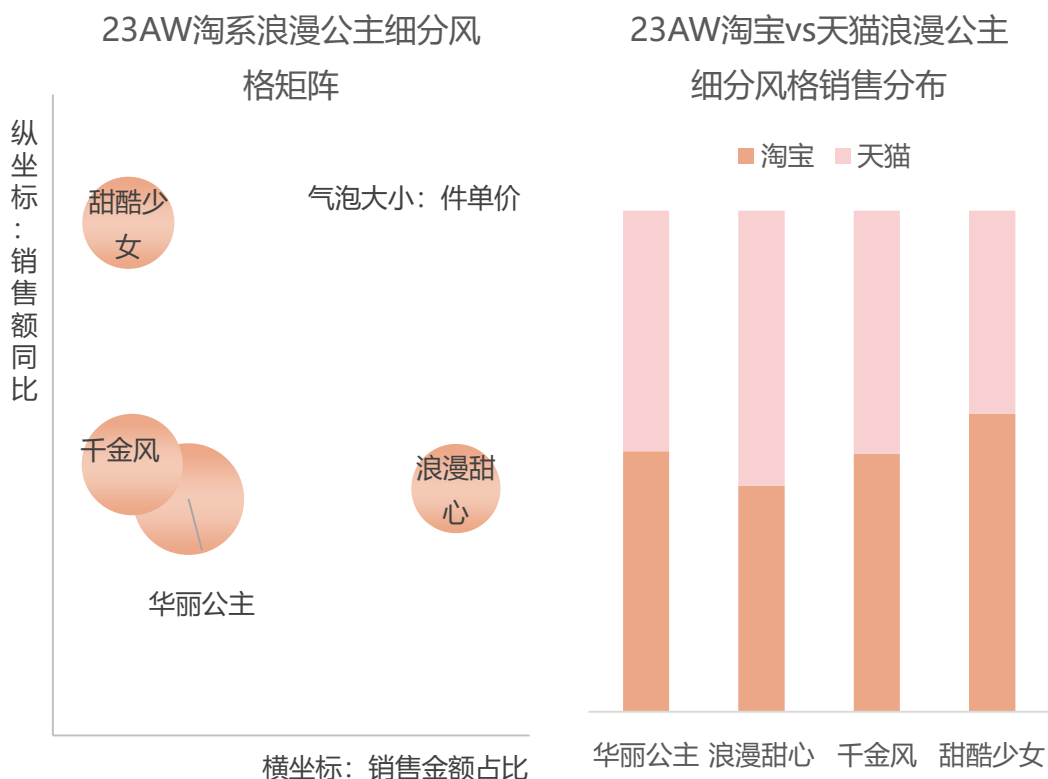
浪漫公主视觉体系以打造浪漫气氛、童话感和梦幻感的华丽公主为主，此外，酷飒感十足的甜酷少女、小香风为代表的千金风、通过甜美元素展现的浪漫甜心风格也备受关注。



图片&数据来源：POP服装趋势网

浪漫公主|细分风格

浪漫甜心为浪漫公主的主要风格，天猫更具优势，华丽公主和千金风平台分布均匀，可注重商品运营，甜酷少女快速增长，天猫渗透较低，需加强供给



数据来源：阿里消费洞察，2022-2023自然年，AW：8-12月



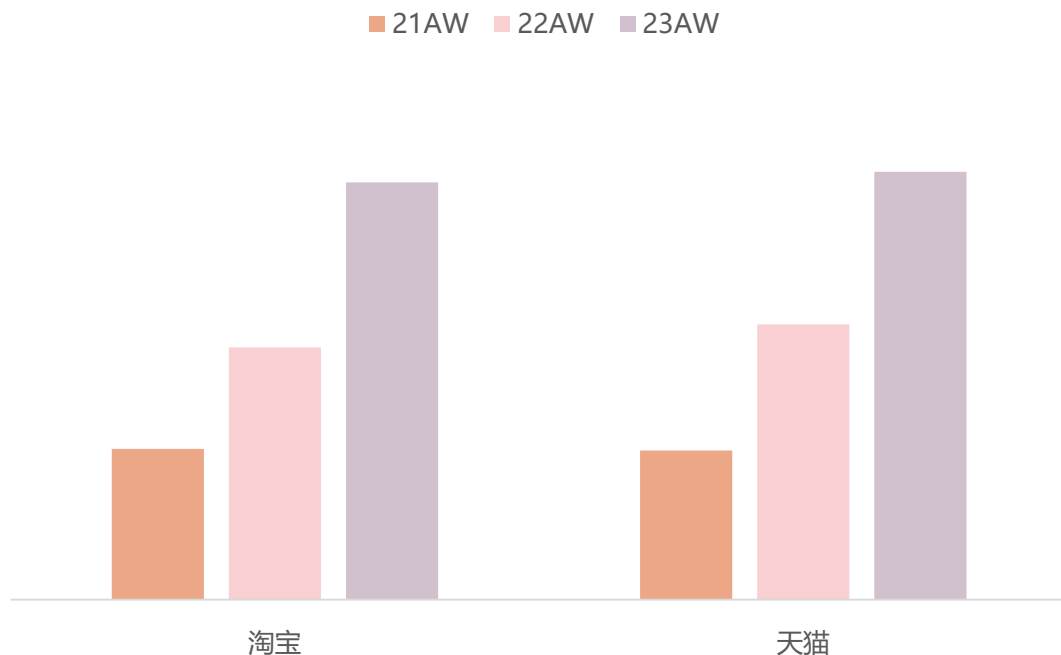
图片来源：POP服装趋势网

浪漫公主|淘宝&天猫销售趋势

两平台销售同步增长，渗透分布均匀，天猫23AW渗透略有缩减，需加强货品布局

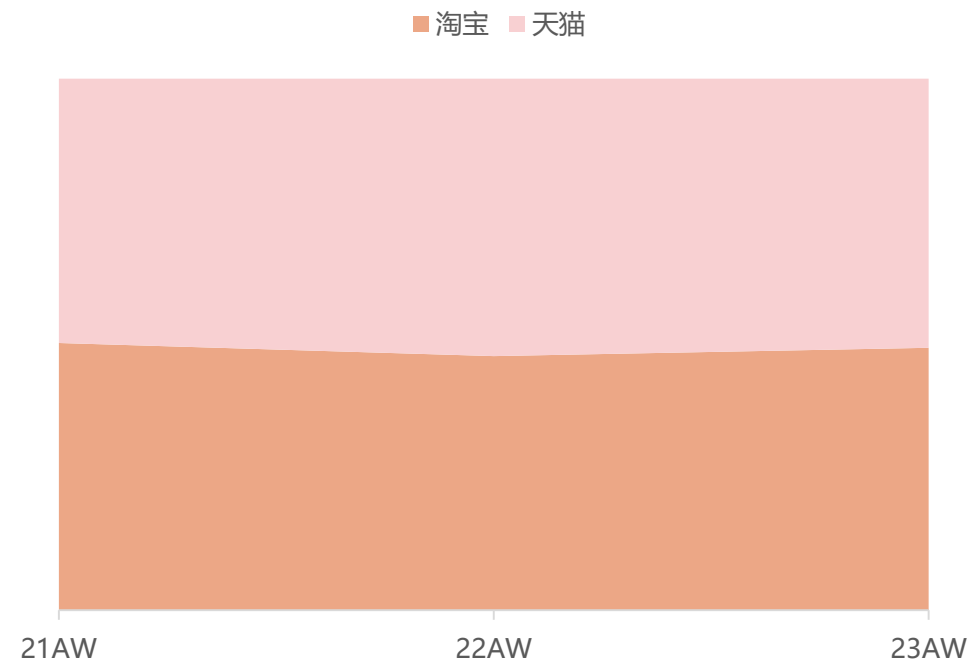
浪漫公主风格童装在天猫和淘宝平台销售增长趋势相同，渗透分布均匀，天猫渗透在23AW略有缩减，需持续增加新品布局抢占份额。

21-23AW淘宝&天猫童装行业浪漫公主风格销售金额



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

21-23AW浪漫公主风格童装淘宝&天猫渗透对比



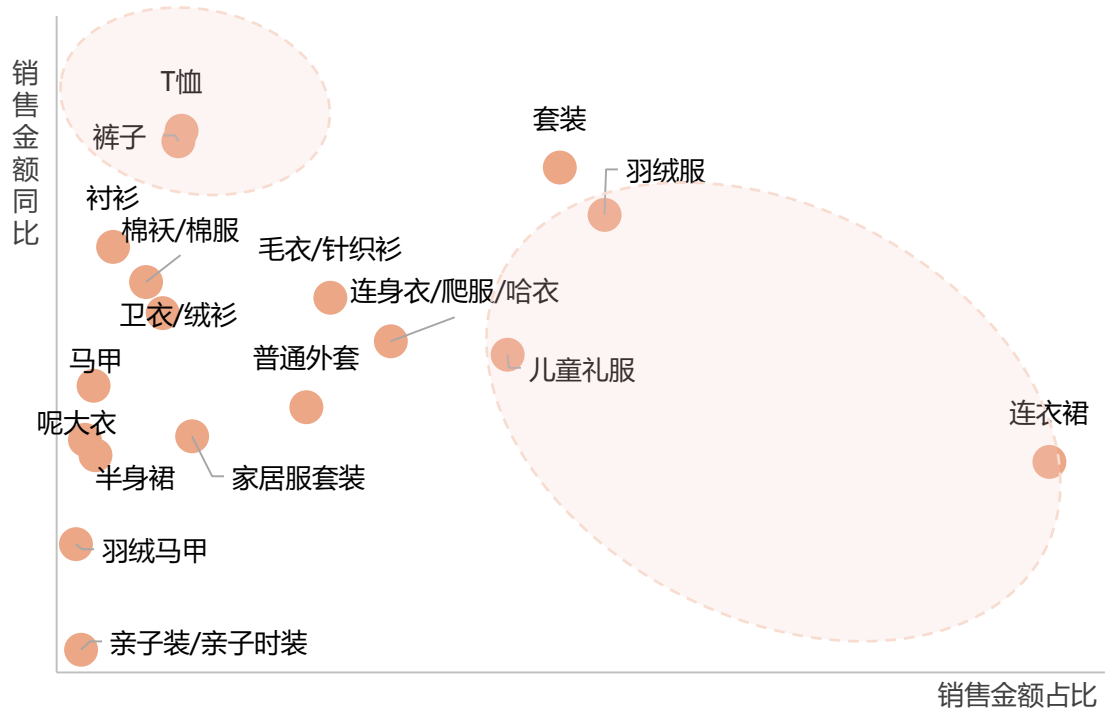
数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

浪漫公主|淘系品类结构

连衣裙为核心品类，天猫占比偏低可加强运营，T恤、裤子品类发展潜力较好

浪漫公主风格童装在淘系以连衣裙品类为主，套装、羽绒服和儿童礼服是第二梯队品类，其中套装和羽绒服快速增长，未来趋势良好，T恤、裤子同比提升较快，是未来潜力品类，天猫平台儿童礼服心智更加成熟，裤子占比较淘宝平台更高，可重点运营。

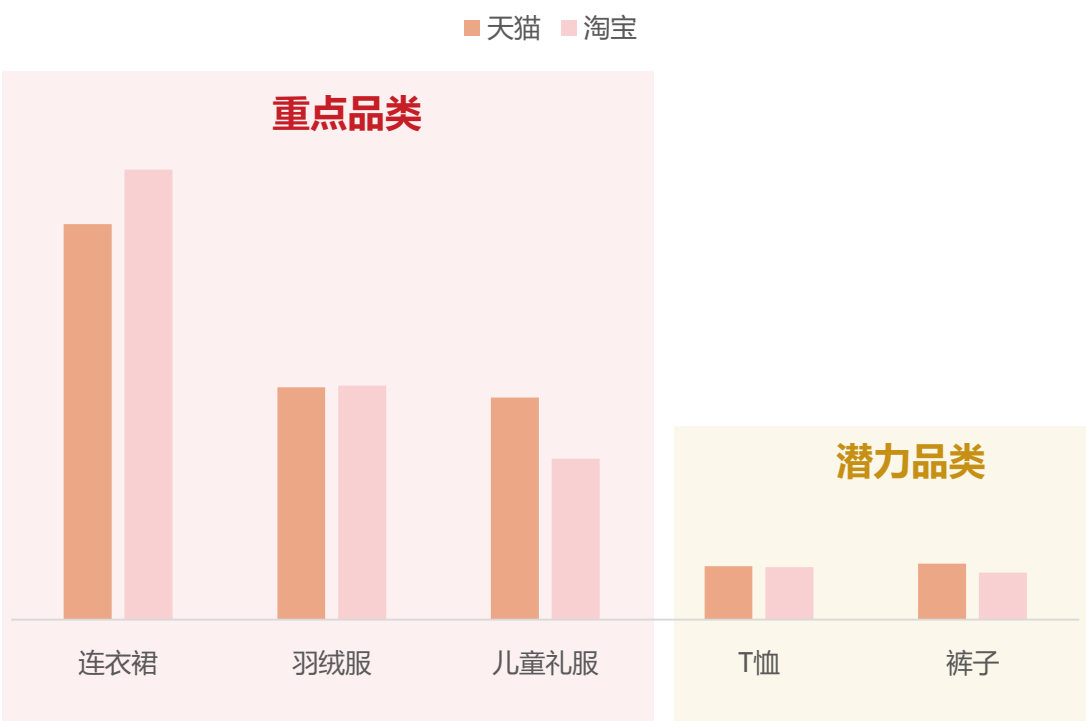
23AW淘系童装行业浪漫公主风格细分品类销售分布



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

备注：仅筛选销售占比 > 0.5% 的品类展示

23AW浪漫公主风格重点品类天猫vs淘宝销售占比

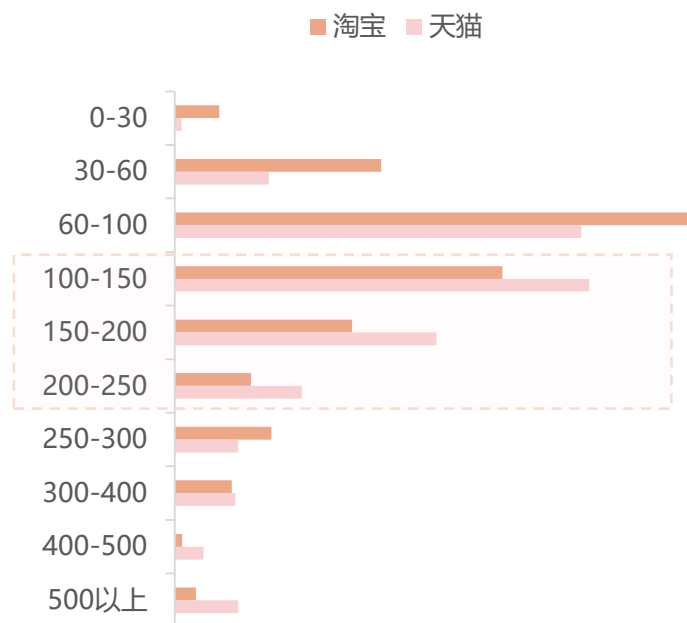


数据来源：阿里消费洞察，23AW：2023年8-12月

浪漫公主|重点品类天猫vs淘宝价格带分布

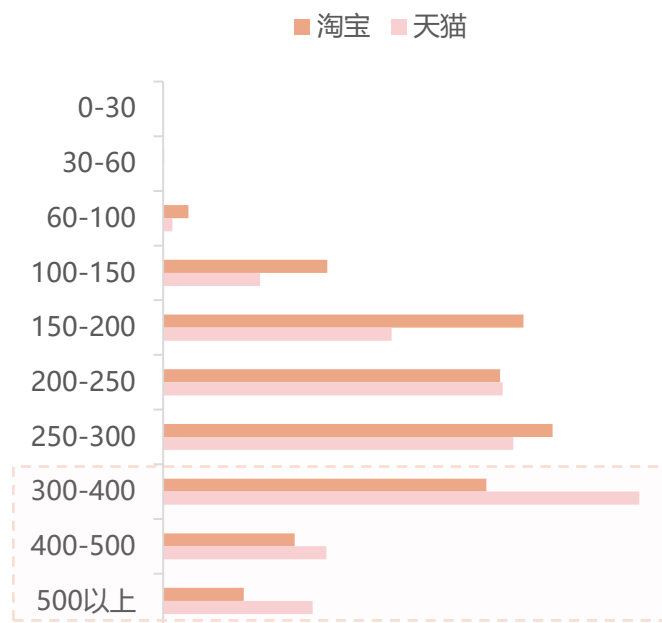
天猫150元以上连衣裙和儿童礼服占比较高，需注重货品风格元素体现，300元以上羽绒服具备优势，250-300元价位段仍有提升空间

23AW淘宝&天猫浪漫公主连衣裙价格
带销售金额分布



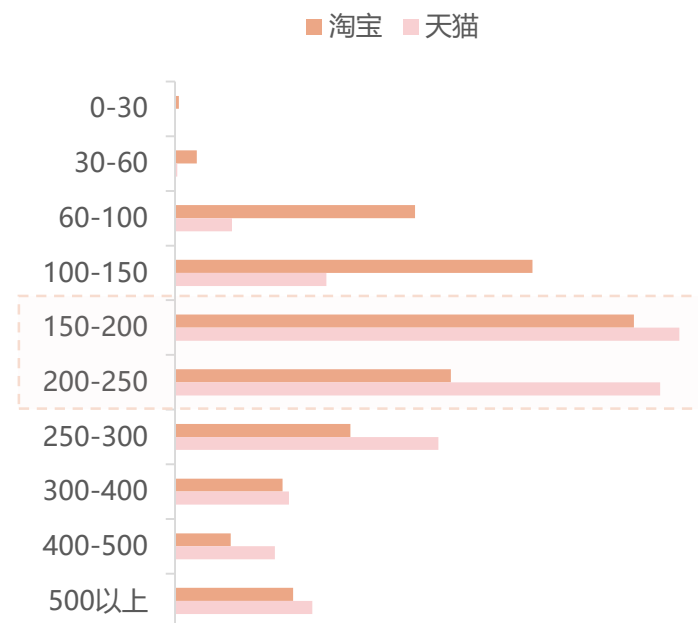
数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫浪漫公主羽绒服价格
带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫浪漫公主儿童礼服价
格带销售金额分布

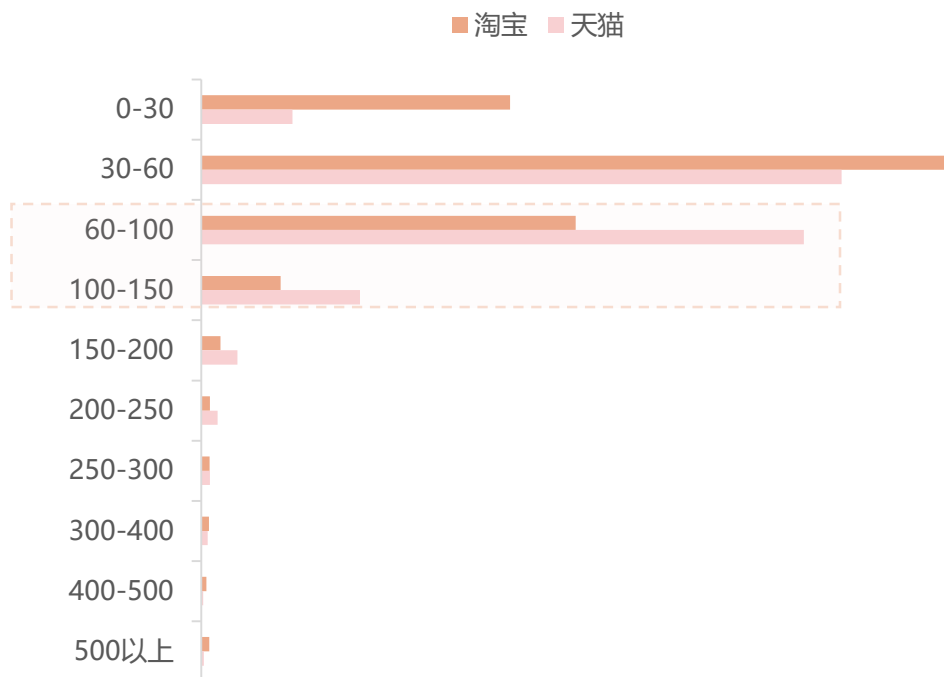


数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

浪漫公主|潜力品类天猫vs淘宝价格带分布

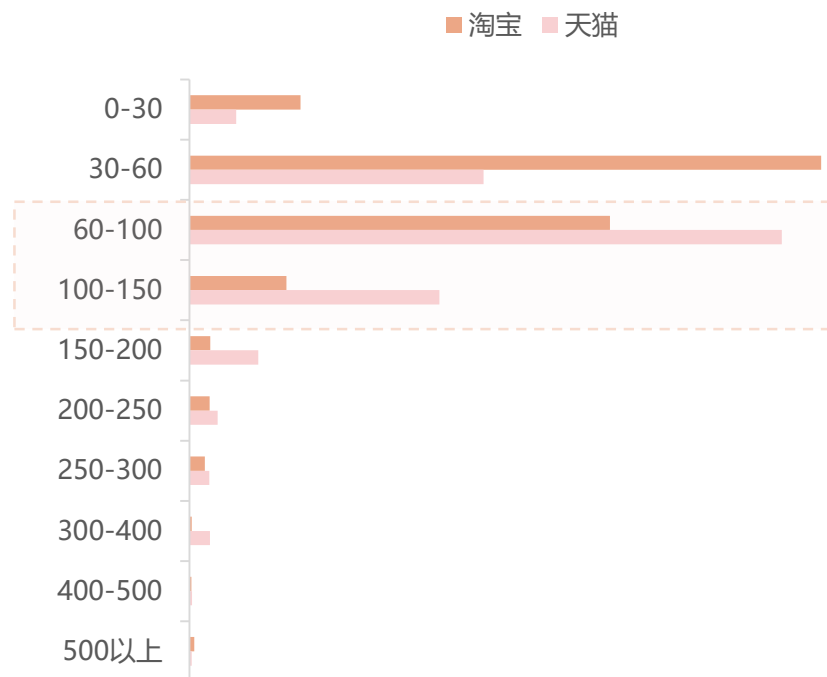
对比淘宝，天猫在T恤和裤子品类价格段偏高，60-100元是主要价位段，需注重货品风格元素体现，30-60元偏低价位段可考虑适当增加供给

23AW淘宝&天猫浪漫公主T恤价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫浪漫公主裤子价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

浪漫公主|风格货品

天猫以浪漫甜心风格为主，千金风、甜酷少女在淘宝备受欢迎，值得关注

天猫TOP商品

货品特征：羽绒服/外套心智成熟，**多以印花、色彩体现风格特征，IP联名商品受欢迎。**



公主风炫彩羽绒服



艾莎IP羽绒服



甜酷满印连帽外套



泡芙羽绒服



小香风两件套



泡泡袖网纱公主裙



卡通风衣



儿童喇叭裤

淘宝TOP商品

货品特征：**蓬松版型网纱裙**较多，多运用**异材拼接**，款式相对多样化，**千金风**和**甜酷少女风**在淘宝有更多的体现。



牛角扣抽绳收腰羽绒服



小香风蛋糕裙



彩点毛绒外套



泡泡袖打底衫+花苞背心裙



花呢拼接接衣裙



羊毛提花针织开衫



休闲工装两件套

趋势风格|街头潮酷



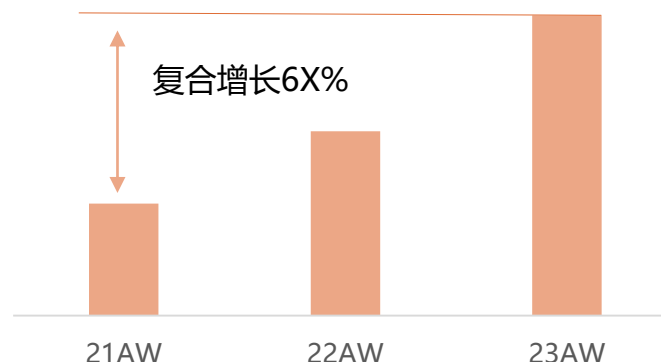
街头潮酷是融合了潮酷、中性穿搭和机能风的童装风格，特色在于其大胆的色彩运用和个性独特的图案设计。色彩选择多以橙、紫、蓝等鲜明色彩为主，图案设计涵盖抽象的几何图形、流行的字母印花等元素，充分展现潮酷童装的时尚魅力。



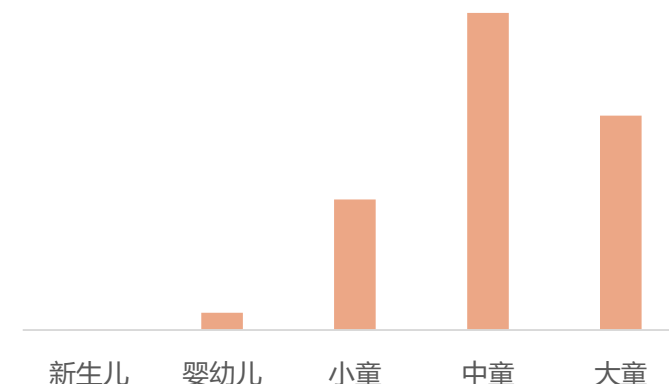
5224W+
23AW社媒平台内容互动量

170%
23AW社媒平台互动同比增长

21AW-23AW淘系童装行业街头潮酷风格销售规模



23AW天猫童装行业街头潮酷风格育龄分布



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI，2021-2023自然年，AW：8-12月，
新生儿：0-3M；婴幼儿：3M-1Y；小童：1-3Y；中童：3-6Y；大童：7Y以上
社媒平台包含：抖音、小红书、微博、知乎、淘宝/京东电商社区、母婴垂类论坛（育儿网、宝宝树、太平洋亲子网、柚宝宝、各地妈妈网）

街头潮酷

//风格型色质

PANTONE 18-3839 TPG

PANTONE 17-4432 TPG

PANTONE 19-3901 TPG

PANTONE 18-3932 TPG

PANTONE 15-1611 TPG

PANTONE 18-5806 TPG

REFERENCE金属银



关键视觉



街头潮酷强调穿搭的自由、随性和创新，场景可选择涂鸦墙、滑板公园等具有现代感的环境，利用墨镜、帽子、背包、耳机等配饰增添潮流氛围。

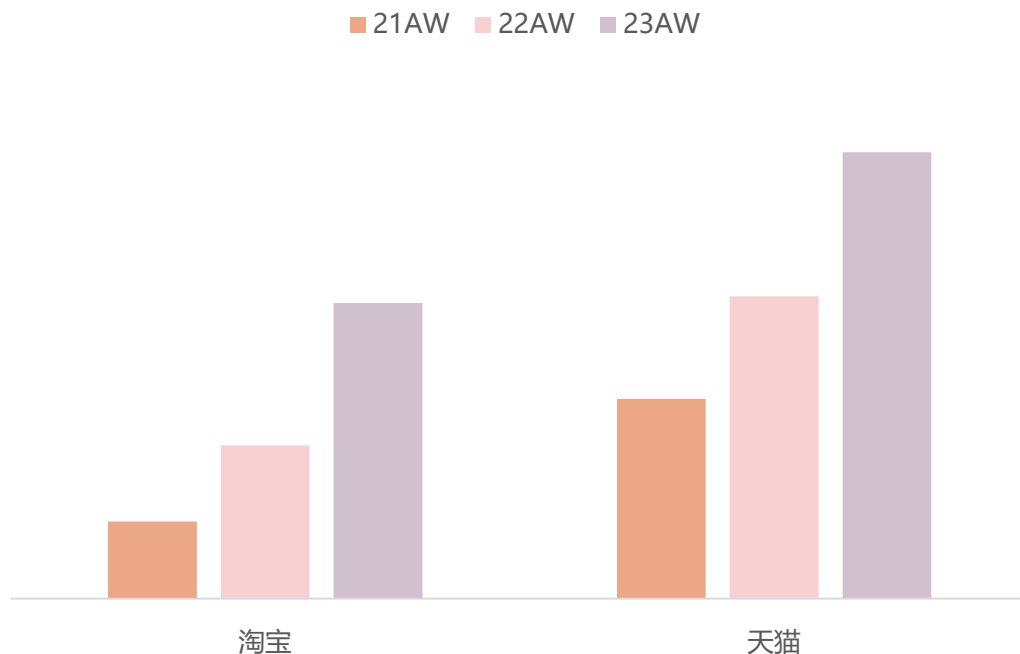


街头潮酷|淘宝&天猫销售趋势

天猫销售增长，但渗透缩减，份额逐渐被淘宝抢占，需注重新品布局

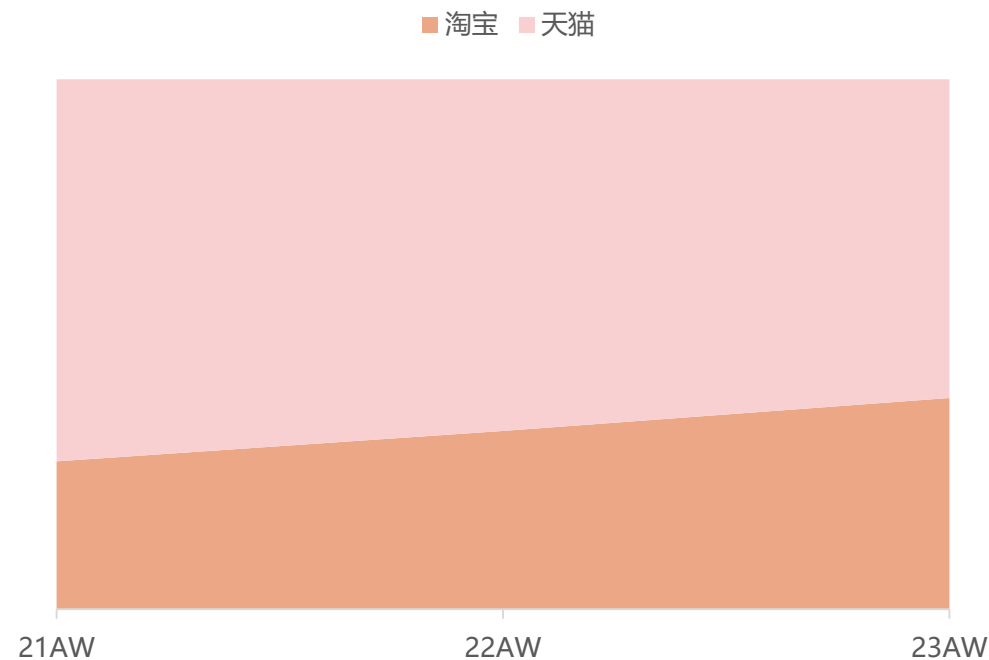
街头潮酷风格童装在天猫和淘宝平台销售均连年增长，当前市场平台分布以天猫为主，但份额逐渐被淘宝抢占，需布局新品持续抢占份额。

21-23AW淘宝&天猫童装行业街头潮酷风格销售金额



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

21-23AW街头潮酷风格童装淘宝&天猫渗透对比



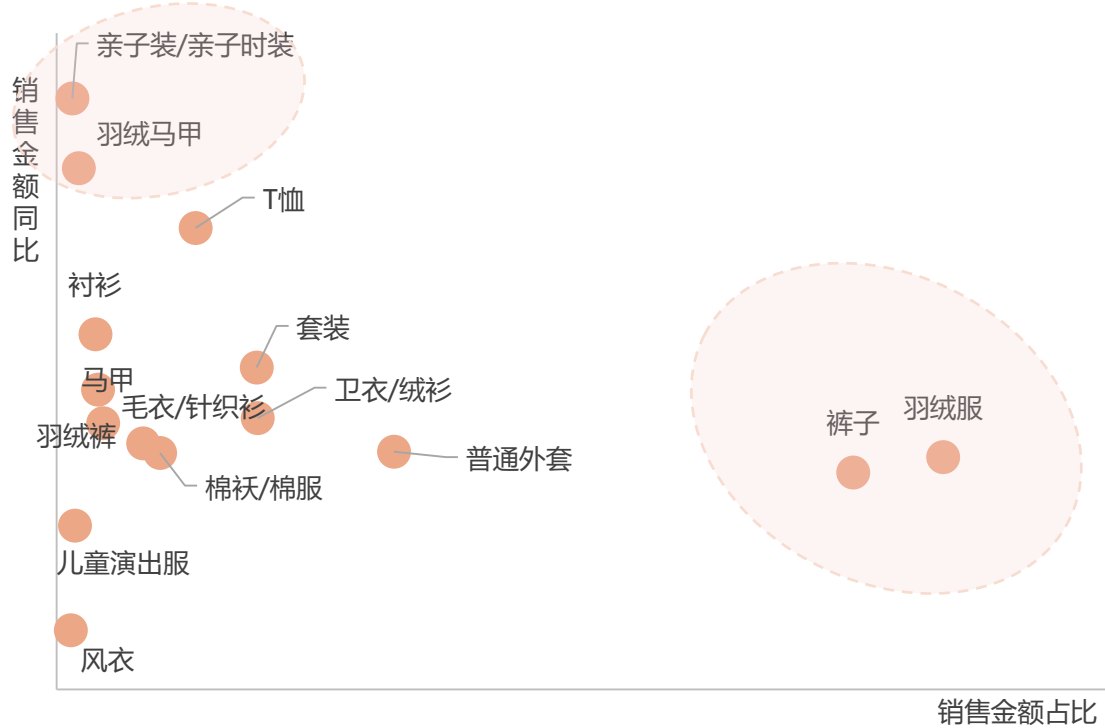
数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

街头潮酷|淘系品类结构

天猫羽绒服心智较强，裤子可加强商品供给，羽绒马甲和亲子装发展潜力较好

街头潮酷风格童装在淘系以裤子和羽绒服品类为主，亲子装、羽绒马甲和T恤快速增长，是未来潜力品类，天猫平台羽绒服心智更加成熟，占比较淘宝平台更高，可重点运营。

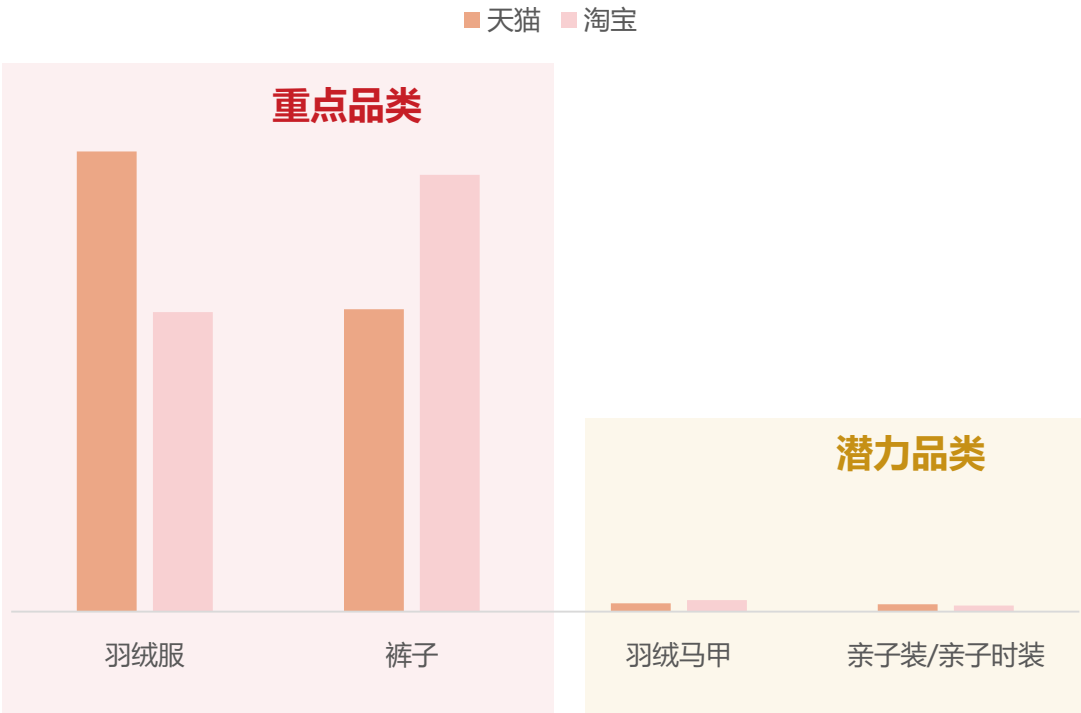
23AW天猫童装行业街头潮酷风格细分品类销售分布



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

备注：仅筛选销售占比 > 0.5% 的品类展示

23AW街头潮酷风格重点品类天猫vs淘宝销售占比

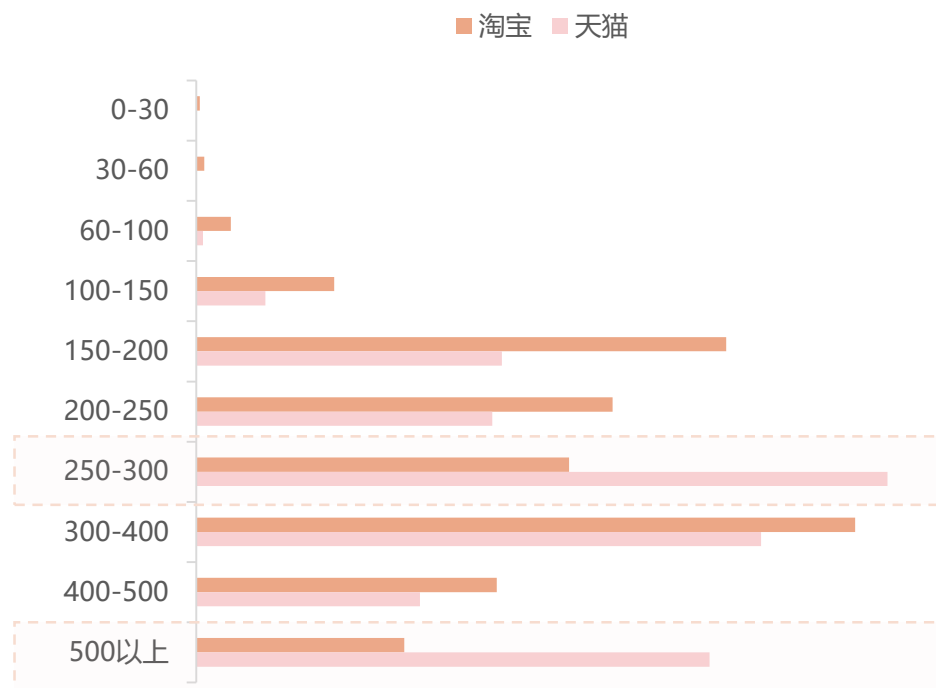


数据来源：阿里消费洞察，2023自然年，AW：8-12月

街头潮酷|重点品类天猫vs淘宝价格带分布

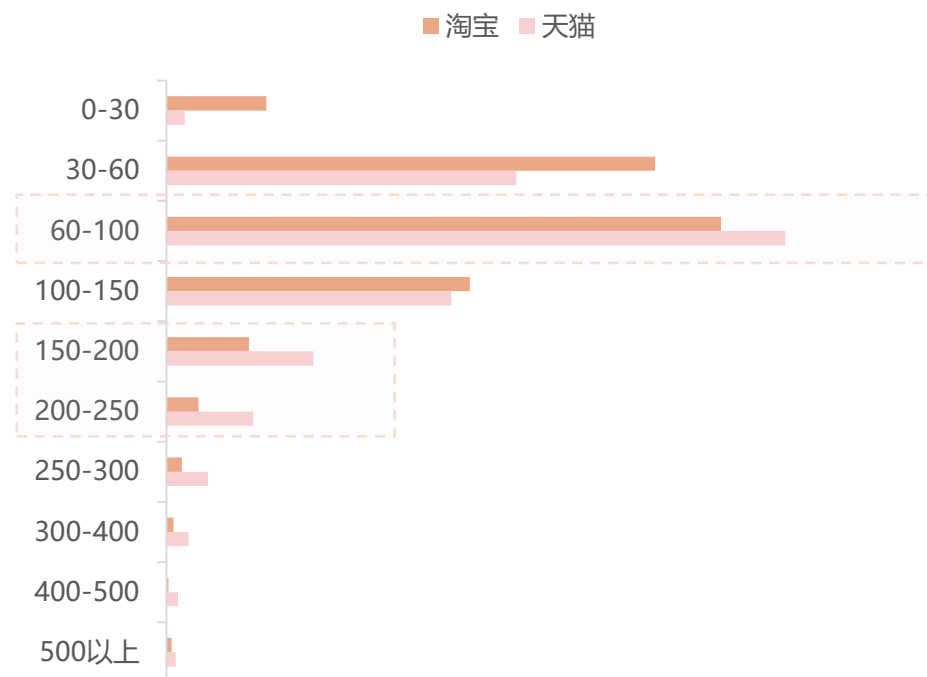
天猫羽绒服在250-300和500以上更具优势，裤子主要集中在60-100元价位段，200元以上货品占比偏高

23AW淘宝&天猫街头潮酷羽绒服价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫街头潮酷裤子价格带销售金额分布

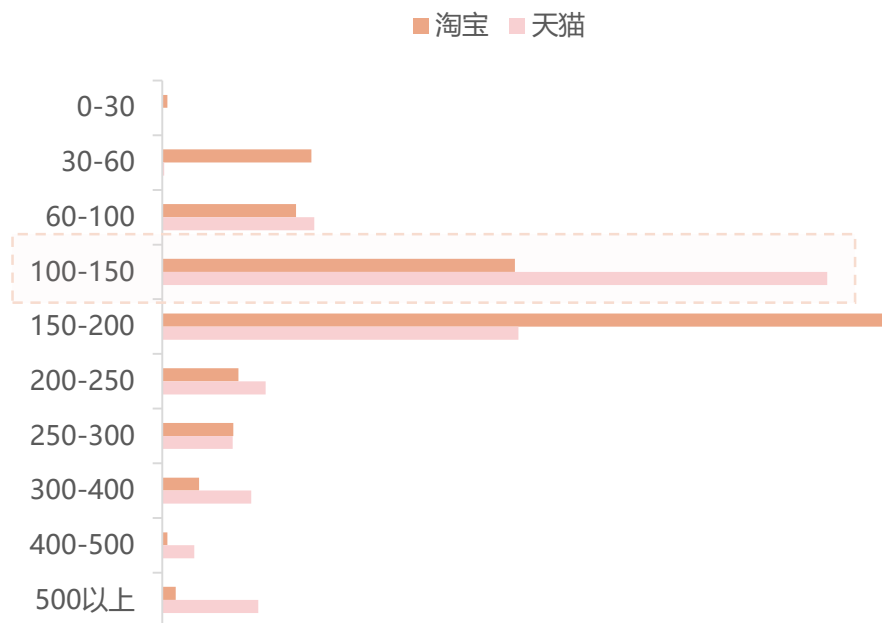


数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

街头潮酷|潜力品类天猫vs淘宝价格带分布

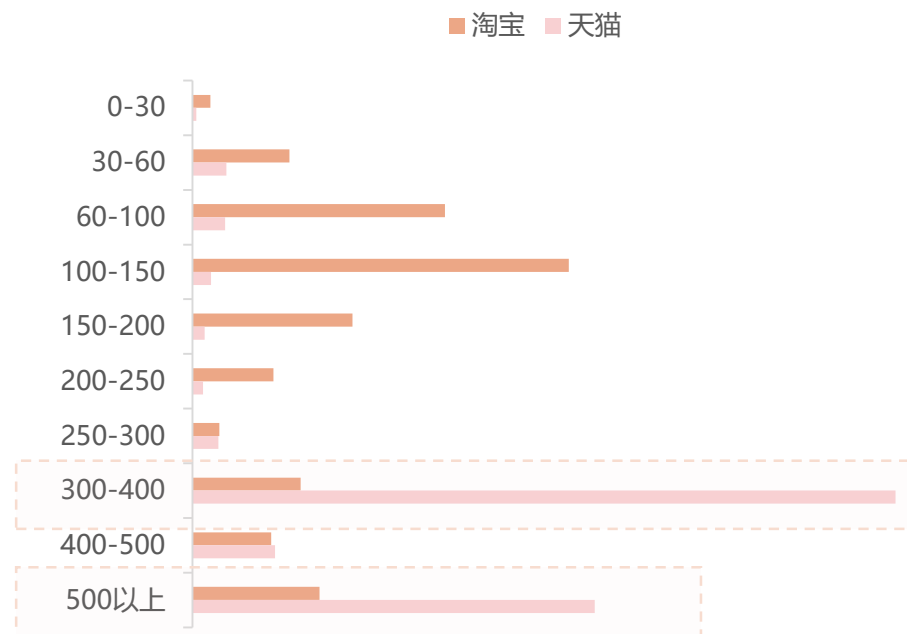
天猫150-200元价位段羽绒马甲占比偏低可加强供给，300元以上亲子装具备优势，风格元素需更明显，200元以下价位段仍有提升空间

23AW淘宝&天猫街头潮酷羽绒马甲价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫街头潮酷亲子装/亲子时装价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

街头潮酷|风格货品

天猫货品以工装版型为主，淘宝货品材质多样，明线分割/羊角袖等元素倍具潮流感

天猫TOP商品

货品特征：**工装版型**备受欢迎，**口袋元素**应用较多，棒球服和卫衣呈现**拼色特征**。



工装大口袋羽绒服



工装多口袋羽绒服



拼接中性风棒球服



撞色插肩袖卫衣



工装羽绒裤



宽松直筒牛仔裤



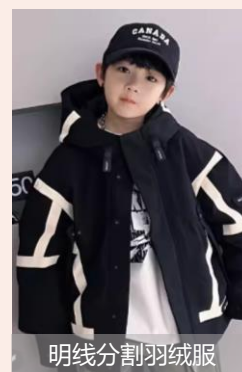
大口袋工装裤

淘宝TOP商品

货品特征：**材质多样化**，TOP商品中包含摇粒绒、天鹅绒、麦穗绒、PU皮等多种材质，**明线分割**、**羊角袖**等元素更具潮流感。



天鹅绒收腰连帽插肩羊角袖撞色卫衣 + 工装宽松阔腿裤



明线分割羽绒服



印花渐变羽绒服



摇粒绒多口袋冲锋衣



多口袋抽绳工装裤



大口袋麦穗绒外套



夹棉皮衣棒球服

数据来源：阿里消费洞察，23AW：2023年8-12月

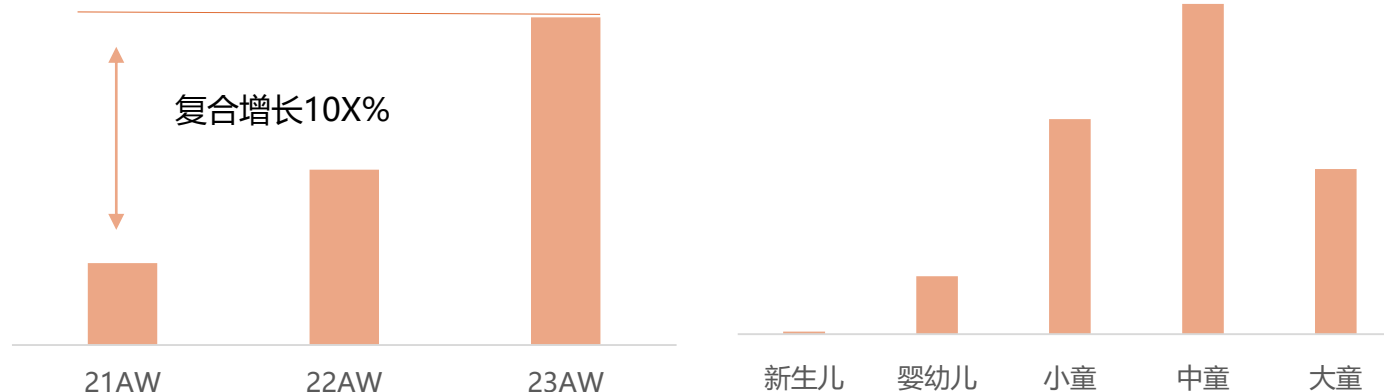
时尚休闲童装风格，融合了韩式、日式和美式三大休闲风格，注重舒适、自然与实用，同时强调元素设计，如拼接面料、潮酷印花、亮色点缀等，款式上丰富多样，逐渐接近成人的流行廓形和色系。



2100W+
23AW社媒平台内容互动量

316%
23AW社媒平台互动同比增长

23AW天猫童装行业时尚休闲风格育龄分布



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI，2021-2023自然年，AW：8-12月，
新生儿：0-3M；婴幼儿：3M-1Y；小童：1-3Y；中童：3-6Y；大童：7Y以上
社媒平台包含：抖音、小红书、微博、知乎、淘宝/京东电商社区、母婴垂类论坛（育儿网、宝宝树、太平洋亲子网、柚宝宝、各地妈妈网）

时尚休闲

//风格型色质

PANTONE 18-1547 TPG

PANTONE 19-3864 TPG

PANTONE 19-5421 TPG

PANTONE 12-0602 TPG

PANTONE 17-1316 TPG

PANTONE 19-0822 TPG

PANTONE 19-1101TPG



• 休闲翻领



• 字母印花



• 拼接剪裁



落肩宽松卫衣

• 哈伦裤



截短羽绒服

• 直筒裤

关键视觉



时尚休闲主要以轻松氛围和生活气息为主，场景可选咖啡馆、公园等具有休闲氛围的地点，利用柔和自然光或温暖的室内光线，营造出温馨、舒适、休闲的感觉。



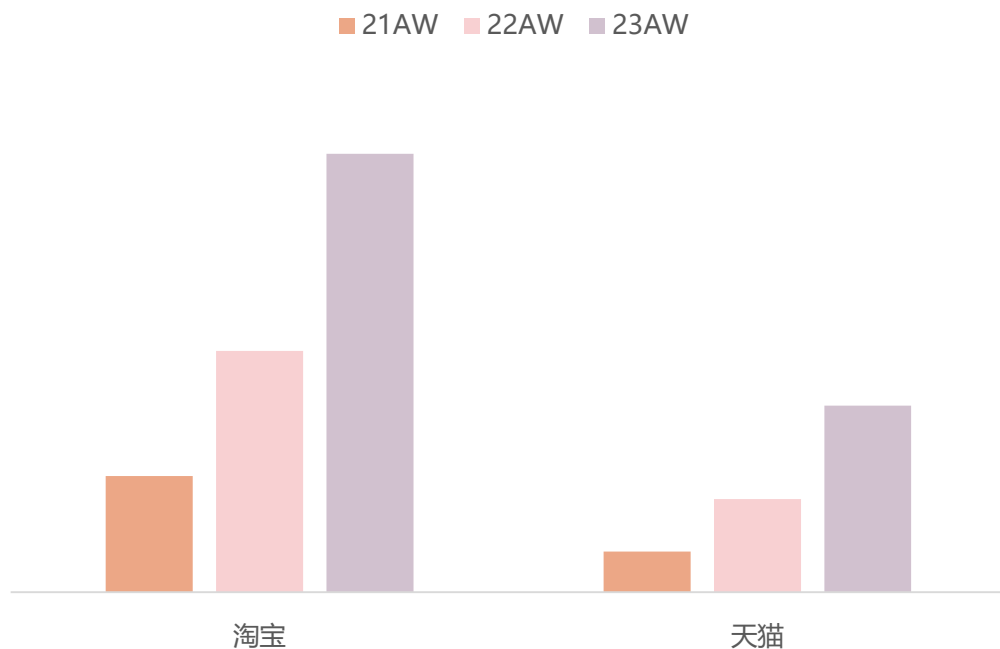
图片&数据来源：POP服装趋势网

时尚休闲|淘宝&天猫销售趋势

风格市场以淘宝平台为主，天猫销售增长，渗透持续提升，趋势向好

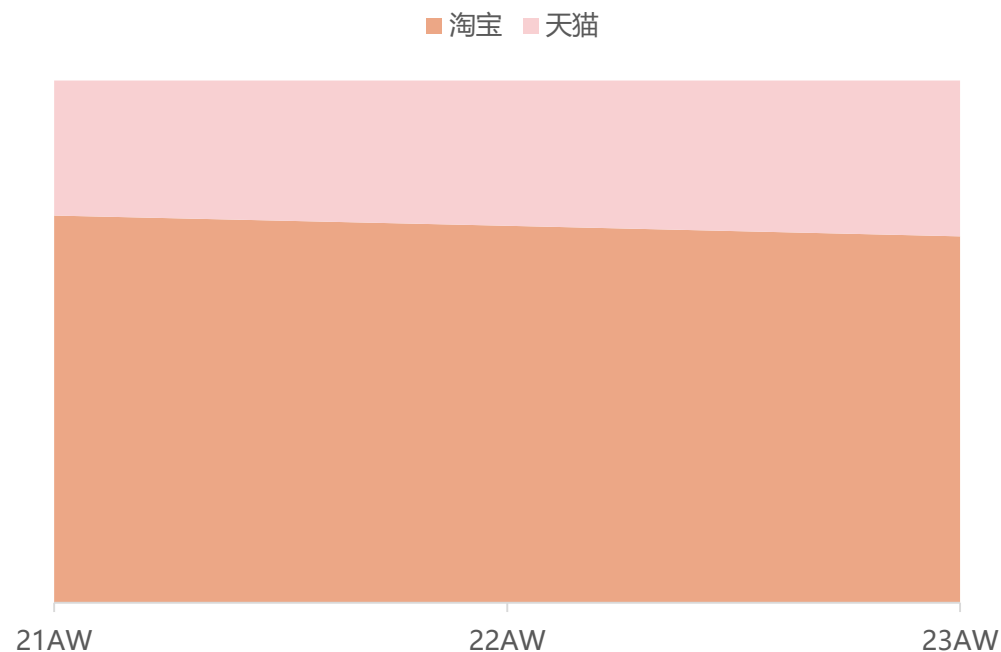
时尚休闲风格童装在淘宝和天猫平台均连年增长，当前市场以淘宝平台为主，天猫渗透持续提升，未来趋势良好。

21-23AW淘宝&天猫童装行业时尚休闲风格销售金额



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

21-23AW时尚休闲风格童装淘宝&天猫渗透对比



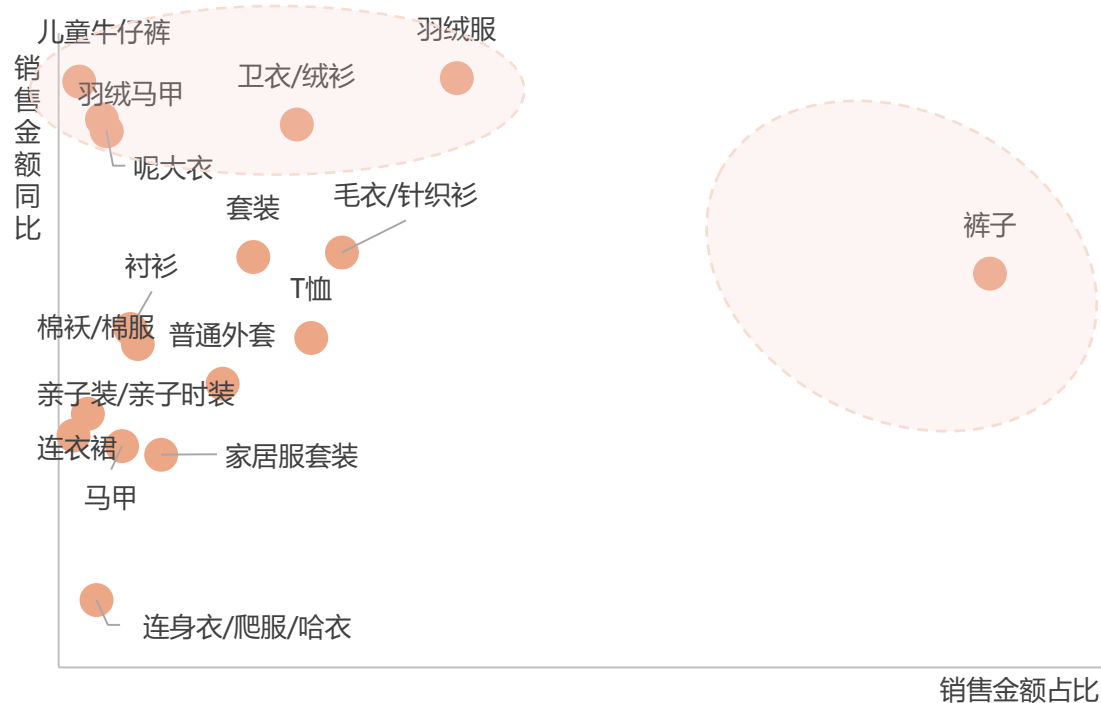
数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

时尚休闲|淘系品类结构

天猫裤子心智强，羽绒服可加强商品供给，呢大衣/羽绒马甲/牛仔裤发展潜力较好

时尚休闲风格童装在淘系以裤子为核心品类，羽绒服、卫衣/绒衫为第二梯队且快速增长的高潜品类，儿童牛仔裤、呢大衣、羽绒马甲当前销售占比较少但同比快速提升，是未来潜力品类，对比淘宝，天猫在裤子、儿童牛仔裤品类的心智较强，可重点运营，羽绒服、卫衣、呢大衣仍有可提升空间。

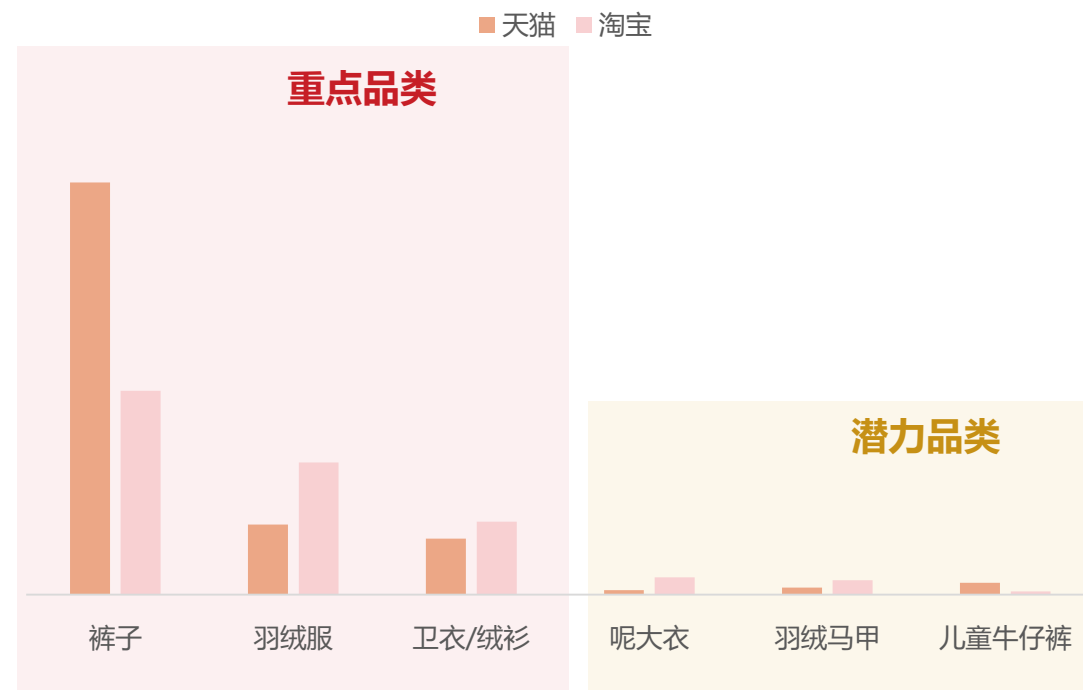
23AW淘系童装行业时尚休闲风格细分品类销售分布



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

备注：仅筛选销售占比 > 0.5% 的品类展示

23AW时尚休闲风格重点品类天猫vs淘宝销售占比

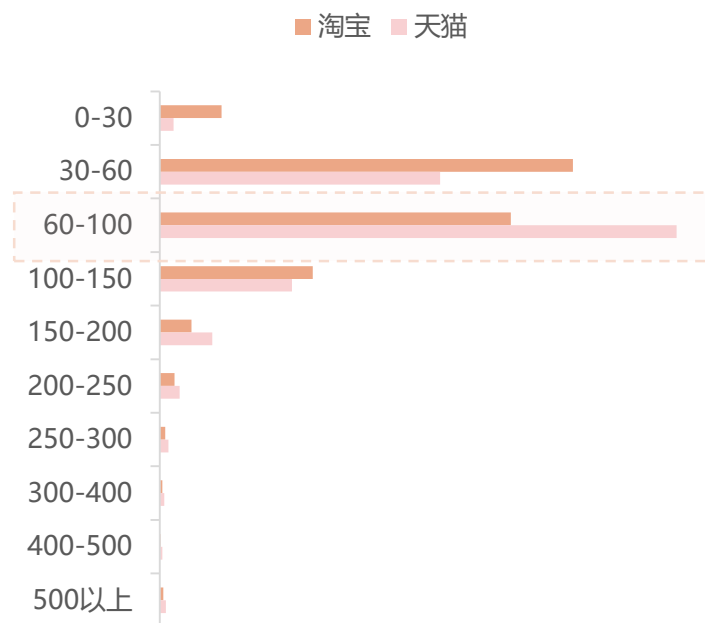


数据来源：阿里消费洞察，2023自然年，AW：8-12月

时尚休闲|重点品类天猫vs淘宝价格带分布

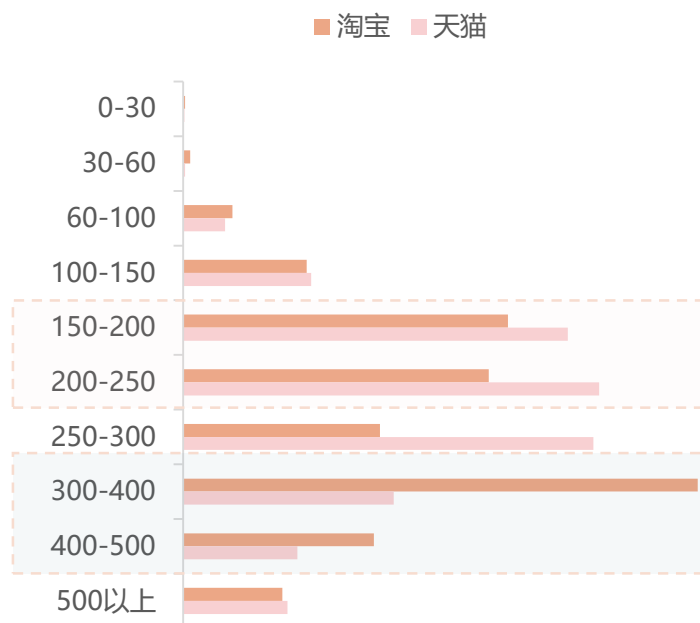
天猫300-400元的羽绒服、60-150元卫衣/绒衫仍有可提升空间，可加强货品供给

23AW淘宝&天猫时尚休闲裤子价格带
销售金额分布



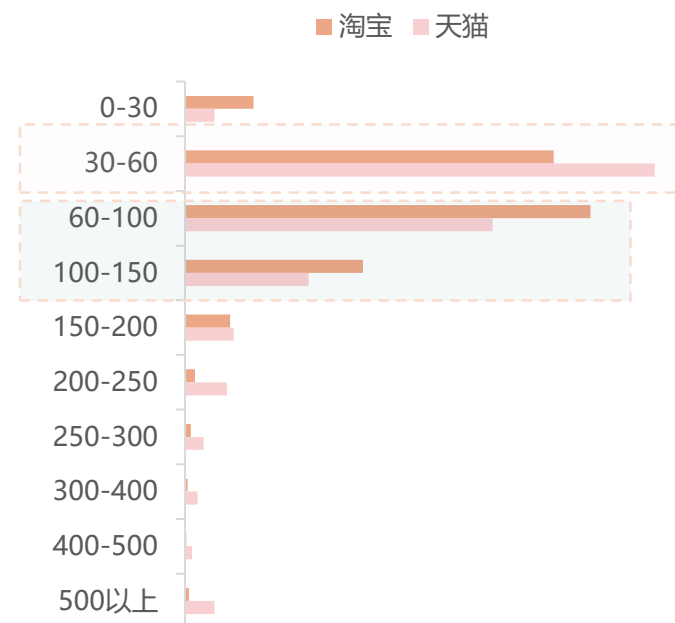
数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫时尚休闲羽绒服价格
带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫时尚休闲卫衣/绒衫价
格带销售金额分布

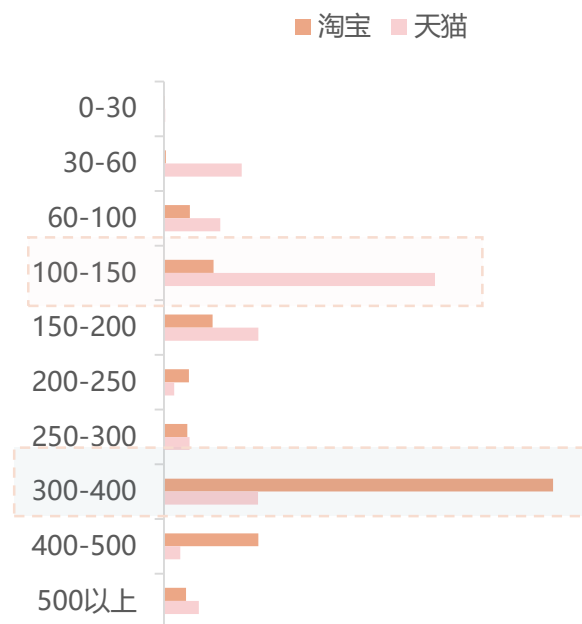


数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

时尚休闲|潜力品类天猫vs淘宝价格带分布

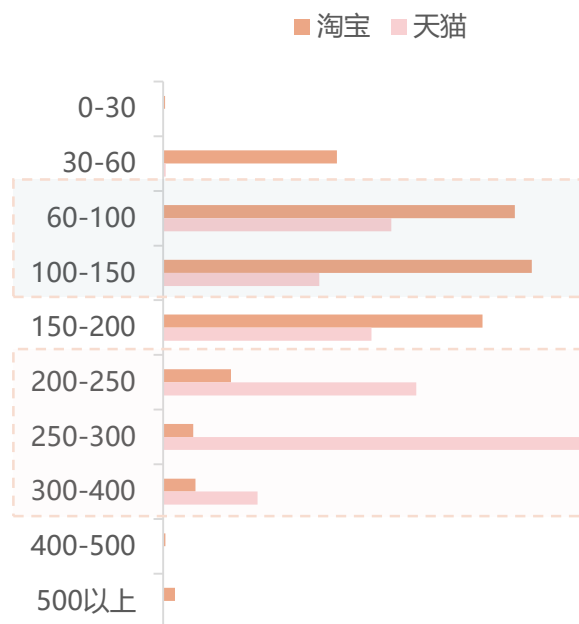
天猫300-400元呢大衣可增加货品供给，200-400元羽绒马甲、100元以上牛仔裤占比较高，需注重货品风格的体现，60-200元羽绒马甲仍有提升空间

23AW淘宝&天猫时尚休闲呢大衣价格
带销售金额分布



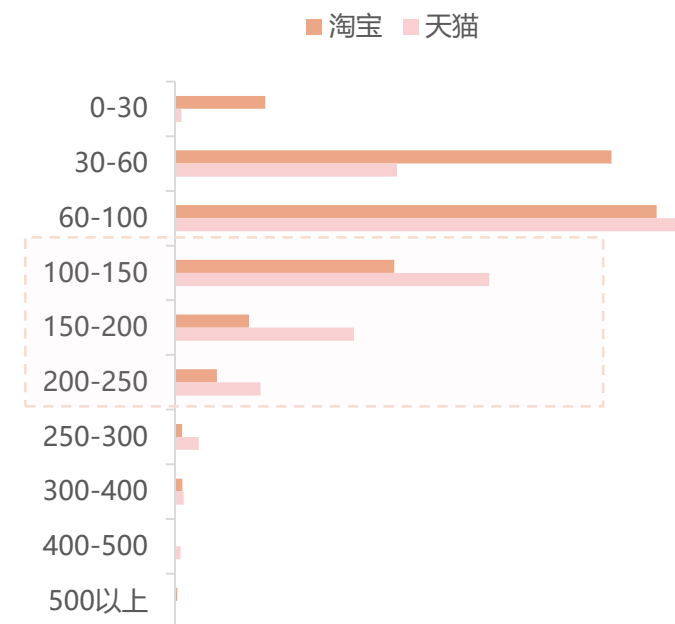
数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫时尚休闲羽绒马甲价
格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫时尚休闲儿童牛仔裤
价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

时尚休闲|风格货品

天猫货品设计相对简单，淘宝货品设计更加多元，风格呈现逐渐向成人接近

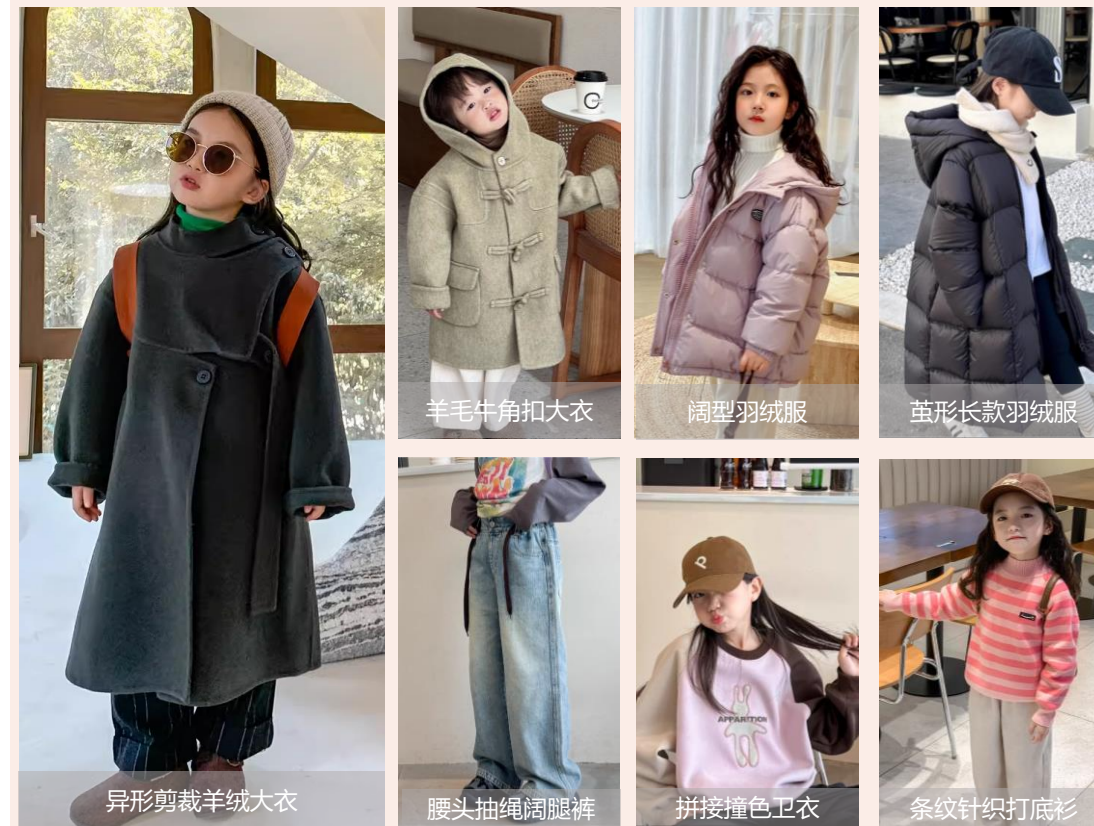
天猫TOP商品

货品特征：货品**设计简约**，上衣多运用**翻领、茧形元素**，**灯芯绒裤子**较受欢迎。



淘宝TOP商品

货品特征：**风格逐渐向成人趋同**，韩系休闲风格更受欢迎，**牛角扣、异形剪裁、腰头抽绳**等元素商品**更具时尚感**。



数据来源：阿里消费洞察，23AW：2023年8-12月

趋势风格|简约优雅

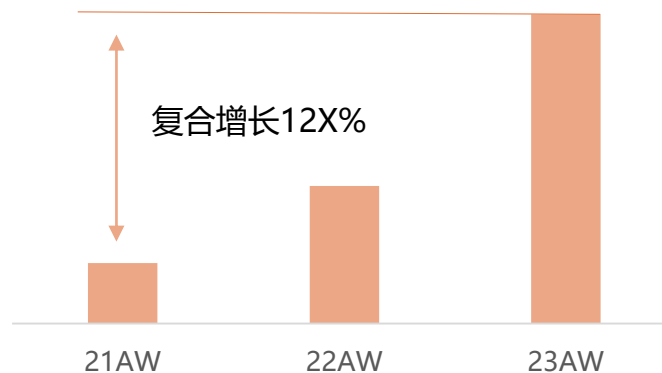
简约优雅童装风格以其纯粹的色彩和简练的线条为特色，追求最本质的美学。在款式上，简约优雅强调剪裁的精准与细节的打磨，让孩子们在穿着中既方便又自在。



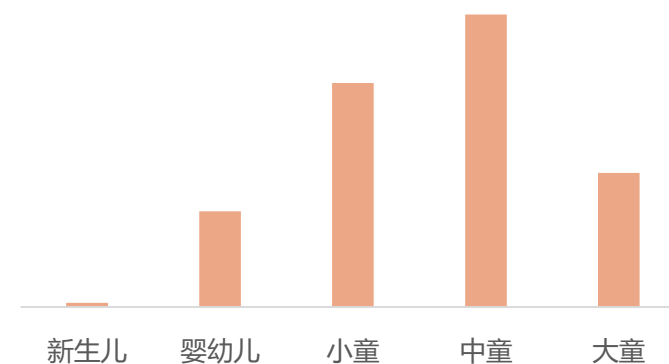
463W+
23AW社媒平台内容互动量

352%
23AW社媒平台互动同比增长

21AW-23AW淘系童装行业简约优雅风格销售规模



23AW天猫童装行业简约优雅风格育龄分布



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI，2021-2023自然年，AW：8-12月，
新生儿：0-3M；婴幼儿：3M-1Y；小童：1-3Y；中童：3-6Y；大童：7Y以上
社媒平台包含：抖音、小红书、微博、知乎、淘宝/京东电商社区、母婴垂类论坛（育儿网、宝宝树、太平洋亲子网、柚宝宝、各地妈妈网）

简约优雅

//风格型色质

PANTONE 15-1624 TPG

PANTONE 13-1409 TPG

PANTONE 14-1110 TPG

PANTONE 11-0507 TPG

PANTONE 16-3921 TPG

PANTONE 15-0000 TPG

PANTONE 19-4008 TPG



落肩拼接毛衣



• 粗花呢



• 荷叶边/荷叶领



简约打底衫

香蕉裤

关键视觉

简约优雅是一种追求简单、精致的美学风格，强调通过精简的穿搭和构图来传达出优雅的品味，场景可选择布局简单的室内或自然景观，使用柔和、自然的光线，以营造温馨、舒适的氛围，搭配礼帽，提包等配件以显品味。



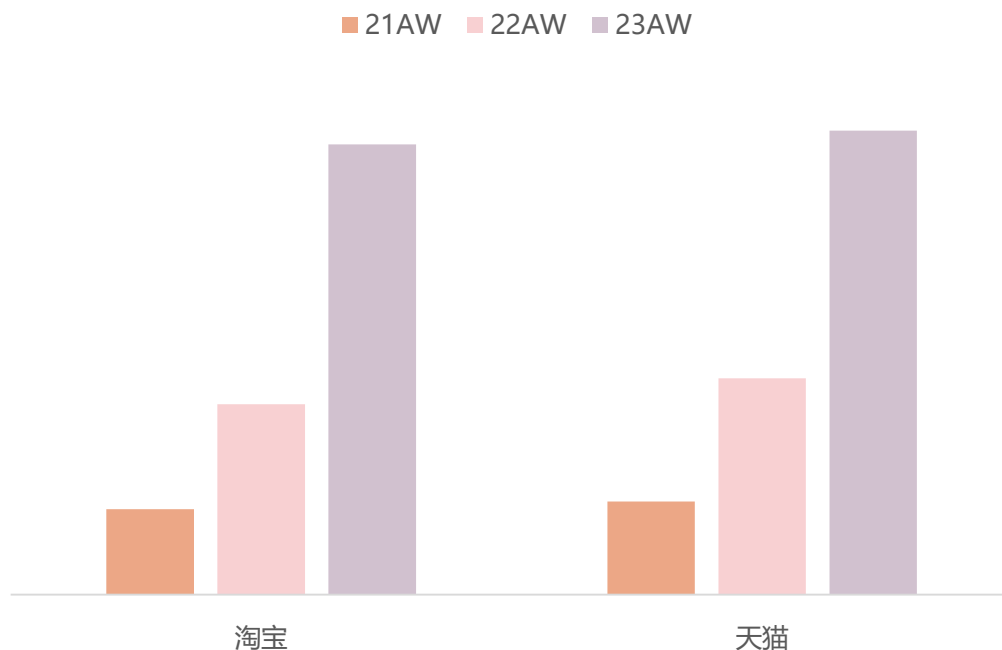
图片&数据来源：POP服装趋势网

简约优雅|淘宝&天猫销售趋势

天猫销售增长，23AW渗透略有缩减，需注重新品布局

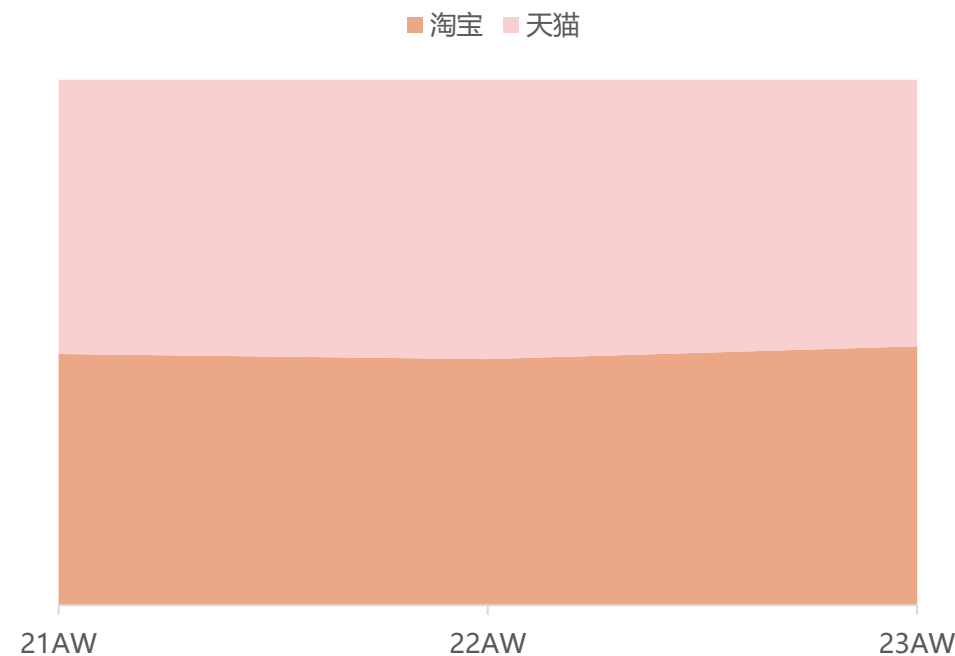
简约优雅风格童装淘宝和天猫平台均连年增长，当前市场淘宝和天猫渗透相近，天猫23AW渗透略有缩减，需布局新品持续抢占份额。

21-23AW淘宝&天猫童装行业简约优雅风格销售金额



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

21-23AW简约优雅风格童装淘宝&天猫渗透对比



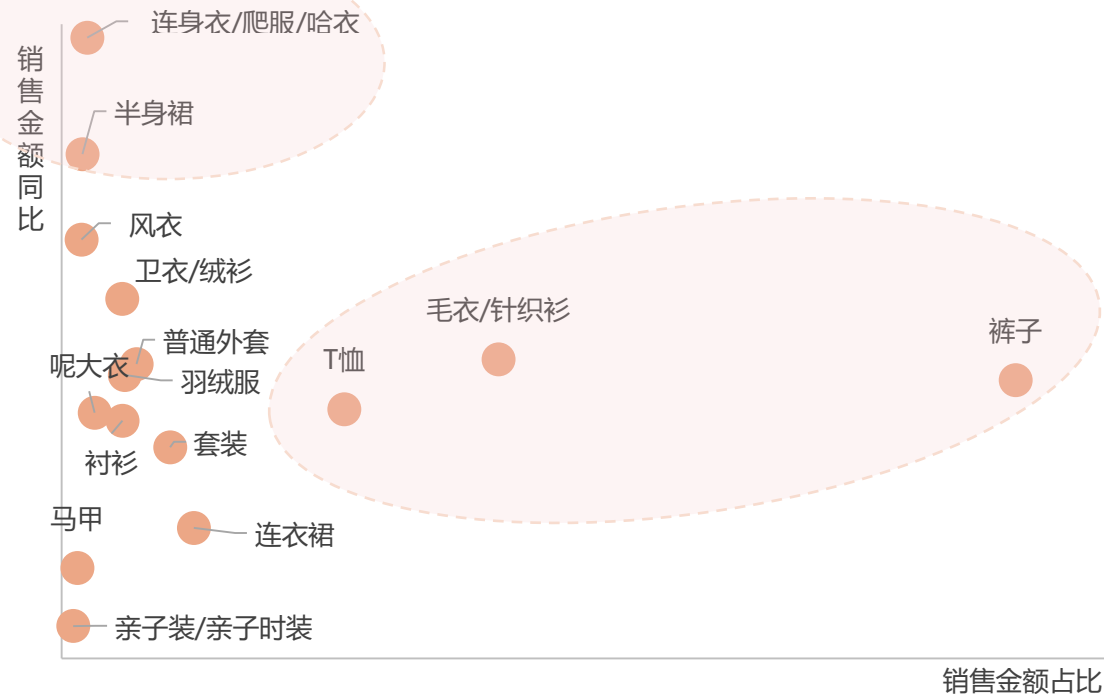
数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

简约优雅|淘系品类结构

天猫毛衣更具优势，裤子可加强货品布局，连身衣/半身裙发展潜力较好

简约优雅风格童装在淘系以裤子为核心品类，毛衣/针织衫和T恤为第二大品类，增速可观，哈衣/爬服、半身裙快速增长，是未来潜力品类，对比淘宝，天猫在毛衣/针织衫、哈衣/爬服品类心智较强可重点运营，裤子、半身裙货品供给仍有提升空间。

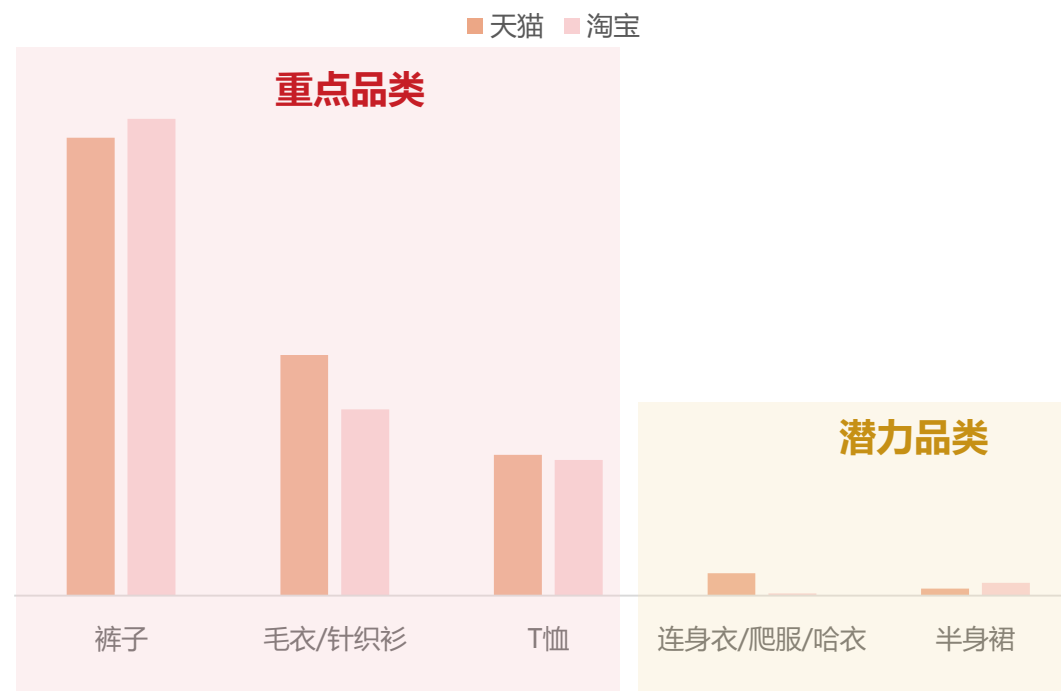
23AW淘系童装行业简约优雅风格细分品类销售分布



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

备注：仅筛选销售占比 > 0.5% 的品类展示

23AW简约优雅风格重点品类天猫vs淘宝销售占比

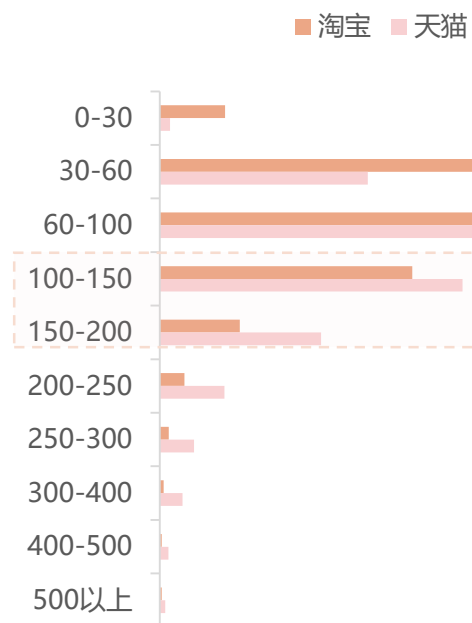


数据来源：阿里消费洞察，2023自然年，AW：8-12月

简约优雅|重点品类天猫vs淘宝价格带分布

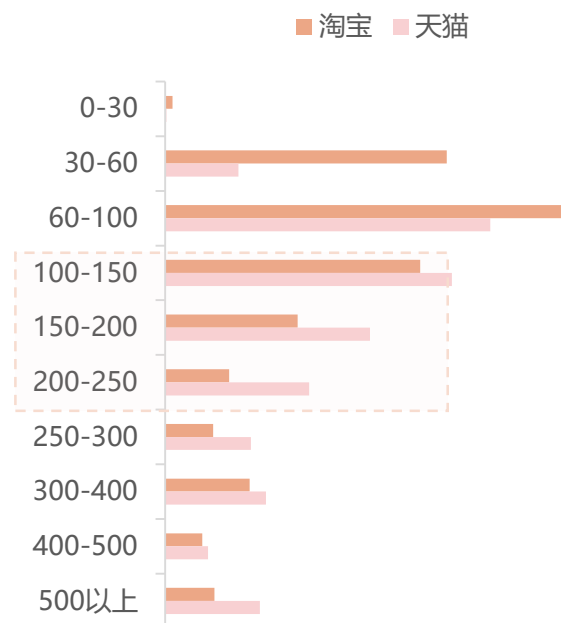
天猫100元以上裤子、毛衣/针织衫和60元以上T恤占比较高，需注重货品风格元素体现，30-100元毛衣/针织衫仍有可提升空间

23AW淘宝&天猫简约优雅裤子价格带
销售金额分布



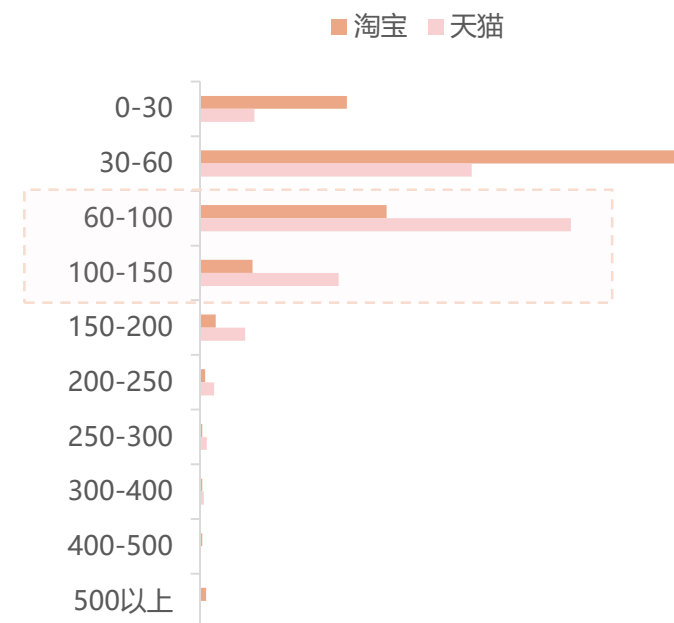
数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫简约优雅毛衣/针织衫
价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫简约优雅T恤价格带销
售金额分布

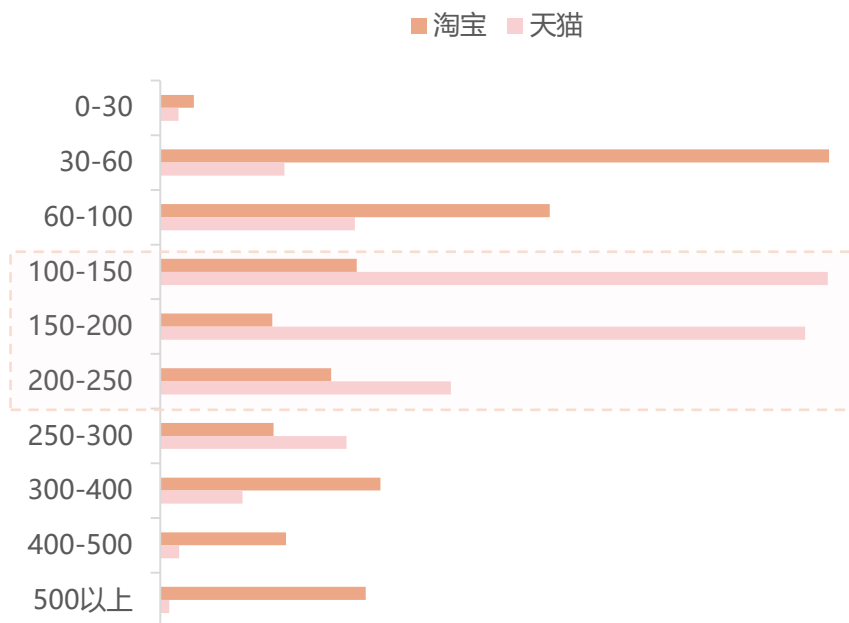


数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

简约优雅|潜力品类天猫vs淘宝价格带分布

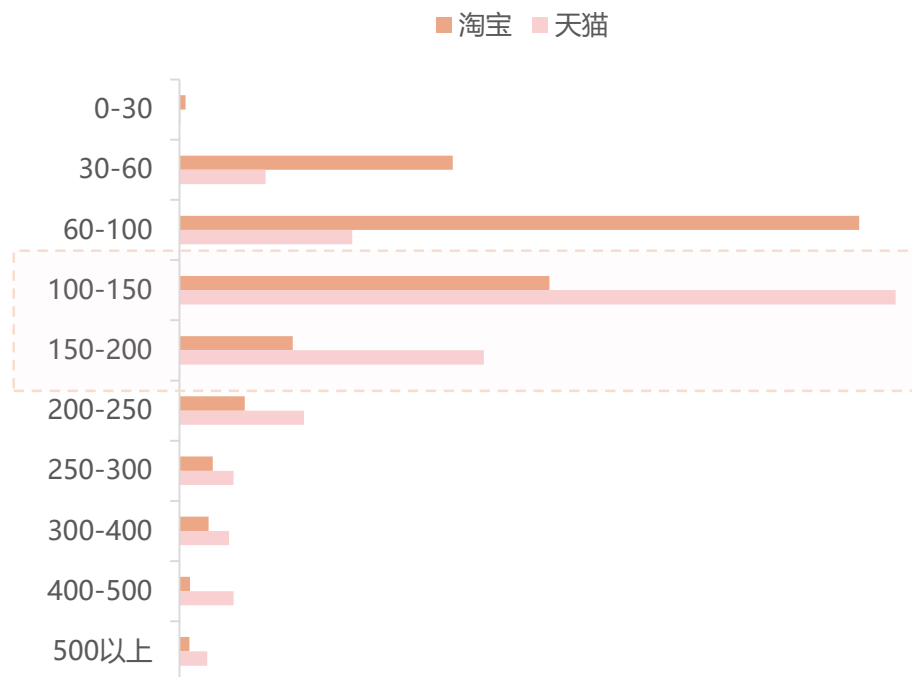
天猫100-300元价位段连身衣、100元以上半身裙占比较高，需注重货品风格体现，60-100元半身裙仍有提升空间，可加强货品供给

23AW淘宝&天猫简约优雅连身衣/哈衣/爬服价格带
销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫简约优雅半身裙价格带销售金额分布



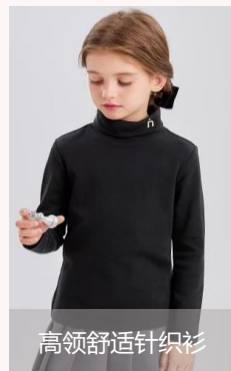
数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

简约优雅|风格货品

天猫货品多以元素设计为主，淘宝货品注重剪裁，香蕉裤等成人流行款式有所体现

天猫TOP商品

货品特征：风格更多体现在**元素设计**，如**渐变色拼接**、**荷叶领**、**绞花工艺**、**精灵帽**、**空气层**等。



淘宝TOP商品

货品特征：风格更多体现在**剪裁设计**，**注重版型**，如**截短收腰**、**廓形**、**假两件**、**香蕉裤**型等。



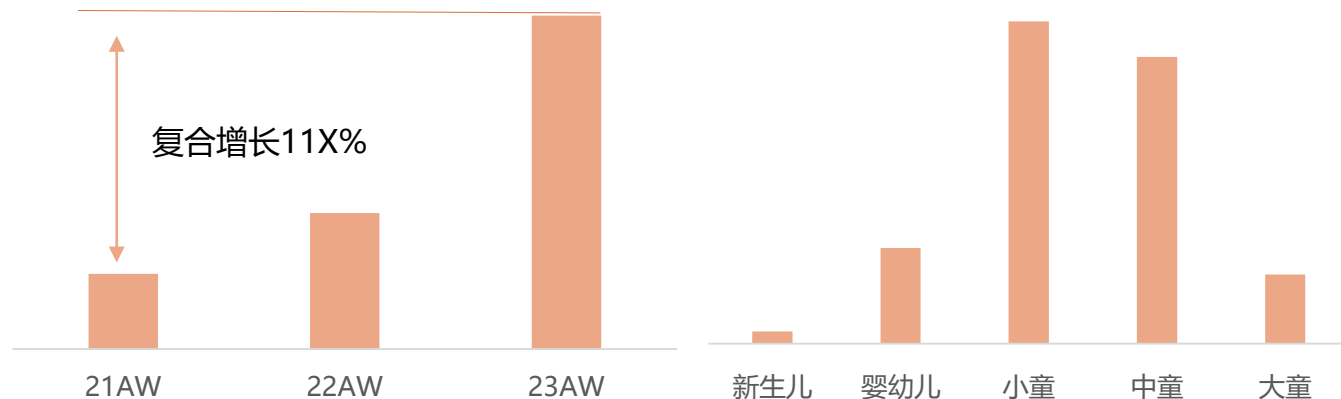
数据来源：阿里消费洞察，23AW：2023年8-12月

中式国风童装风格是对东方古典美学的现代解读，为儿童打造一种典雅的穿着体验，图案设计上，则融入了国画、刺绣等传统艺术元素，款式设计上，中式国风童装巧妙地融入了中式盘扣、马蹄袖、对襟等传统元素，展现出独特的东方美学魅力。



139%
23AW社媒平台互动同比增长

23AW天猫童装行业中式国风风格育龄分布



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI，2021-2023自然年，AW：8-12月，
新生儿：0-3M；婴幼儿：3M-1Y；小童：1-3Y；中童：3-6Y；大童：7Y以上
社媒平台包含：抖音、小红书、微博、知乎、淘宝/京东电商社区、母婴垂类论坛（育儿网、宝宝树、太平洋亲子网、柚宝宝、各地妈妈网）

中式国风

//风格型色质



传统纹样刺绣



毛条拼接



盘扣装饰



云肩设计



斜襟设计



暗纹提花



水墨山水图案



明制短袄

织金马面裙



• 新中式旗袍



• 旗袍领连衣裙



• 毛条拼接刺绣马甲



• 改良国风盘扣衬衫

关键视觉

中式国风强调在保持中式传统韵味的同时，融入现代审美观念，新中式风格穿搭融入古街出游、新年等场景，增添书法、国画等经典的中式元素来更好地传达传统文化。

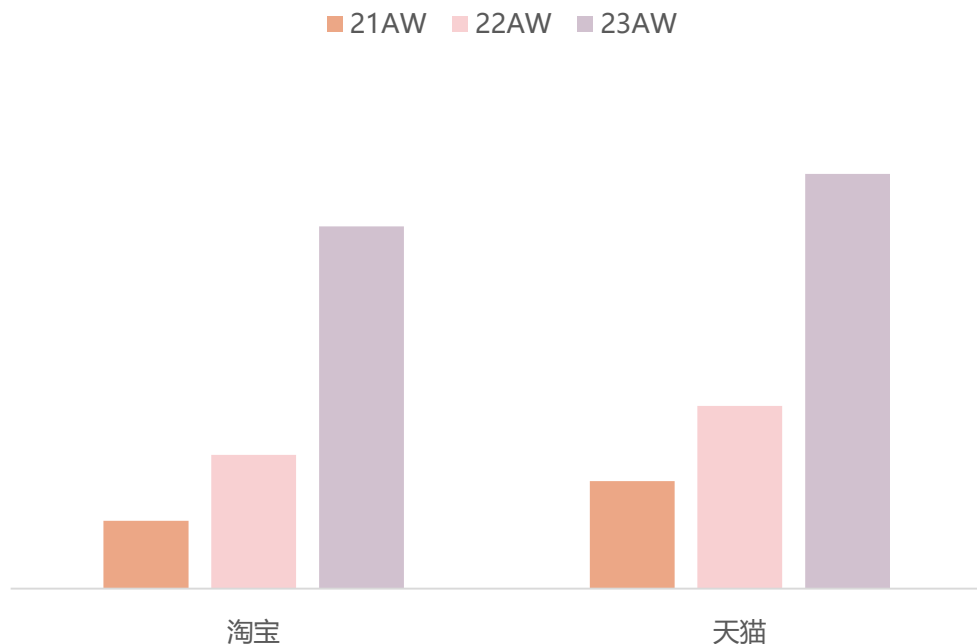


中式国风|淘宝&天猫销售趋势

天猫销售增长，但渗透缩减，份额逐渐被淘宝抢占，需加强商品供给

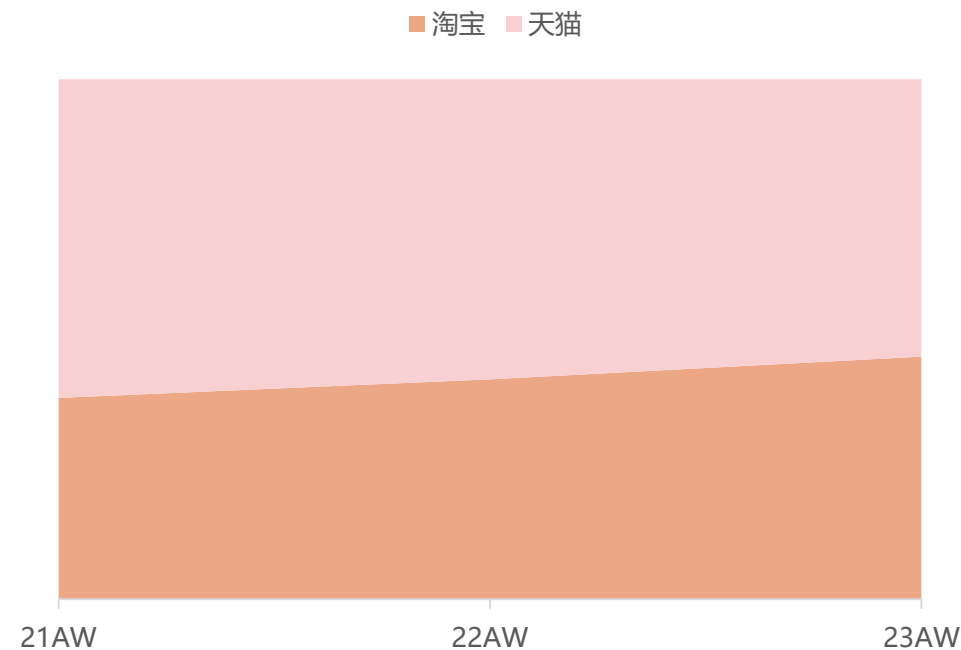
中式国风风格童装在淘宝和天猫平台均连年增长，当前市场以天猫为主，但天猫今年渗透有明显缩减，份额被淘宝抢占，在货品布局上需重点加强。

21-23AW淘宝&天猫童装行业中式国风风格销售金额



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

21-23AW中式国风风格童装淘宝&天猫渗透对比

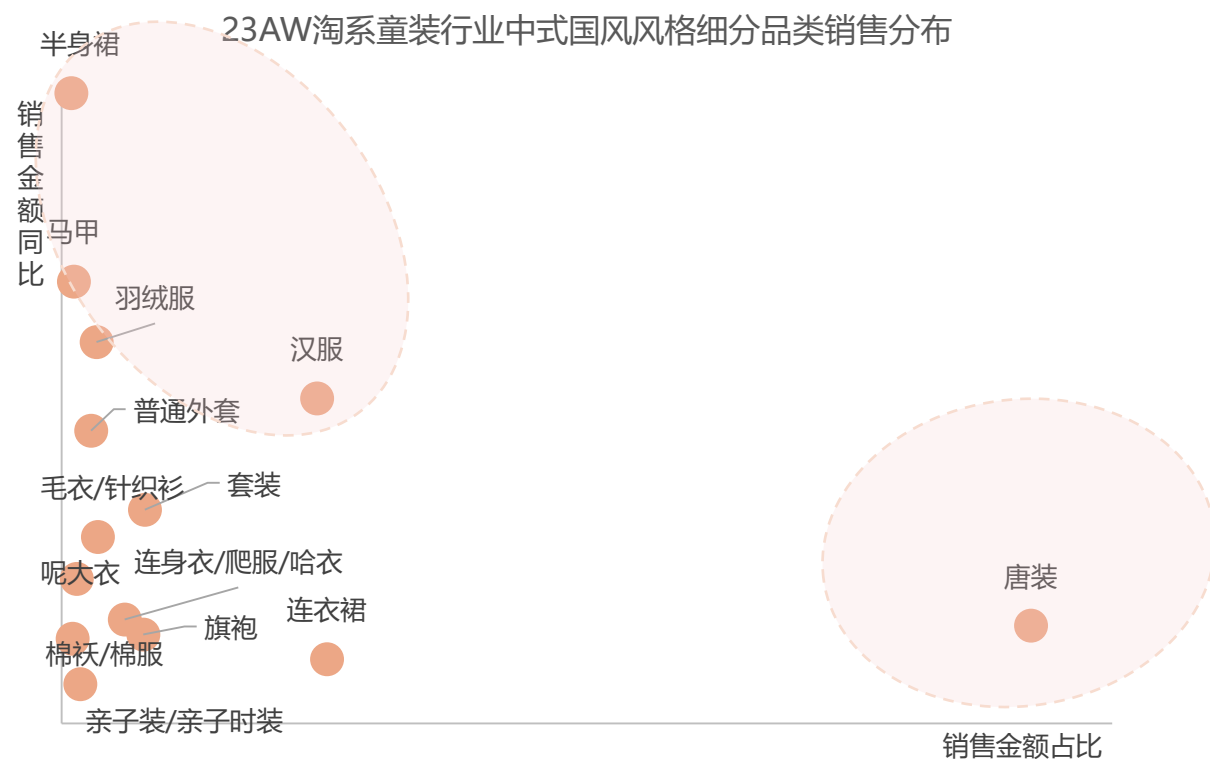


数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

中式国风|淘系品类结构

天猫唐装更具优势，羽绒服/马甲等中式改良货品快速增长，值得关注

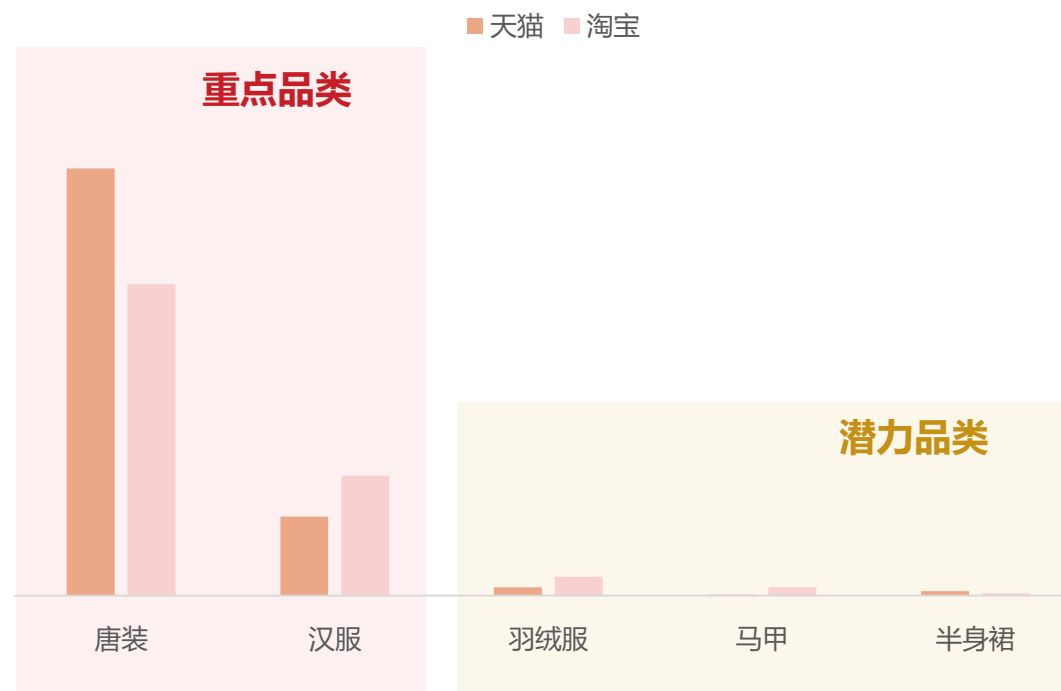
中式国风风格童装在淘系以唐装为核心品类，汉服和连衣裙位居第二梯队，其中汉服增速可观，半身裙、马甲、羽绒服快速增长，是未来潜力品类，对比淘宝，天猫在唐装的心智更加成熟，可重点运营，汉服、羽绒服、马甲占比偏低，可增加货品布局。



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

备注：仅筛选销售占比 > 0.5% 的品类展示

23AW中式国风风格重点品类天猫vs淘宝销售占比

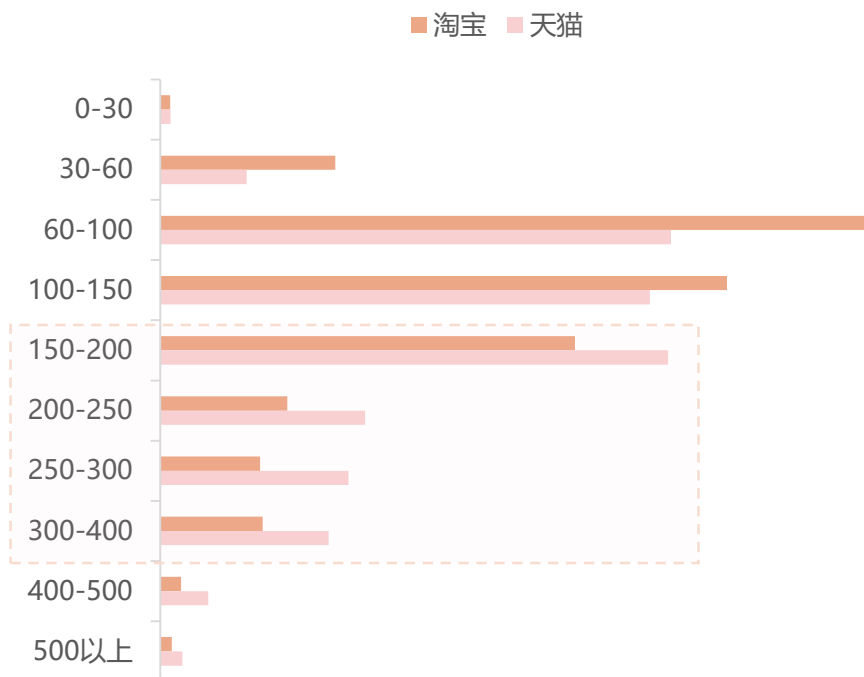


数据来源：阿里消费洞察，2023自然年，AW：8-12月

中式国风|重点品类天猫vs淘宝价格带分布

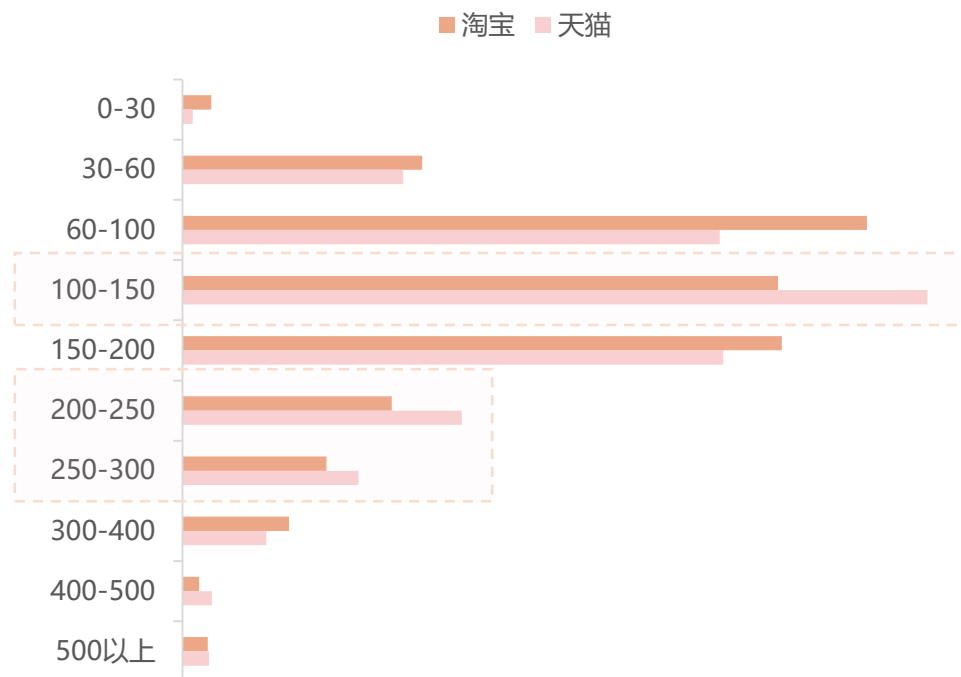
天猫150元以上唐装和200元以上汉服占比较高，需注重货品风格元素体现，60-100元唐装和汉服仍有可提升空间

23AW淘宝&天猫中式国风唐装价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫中式国风汉服价格带销售金额分布

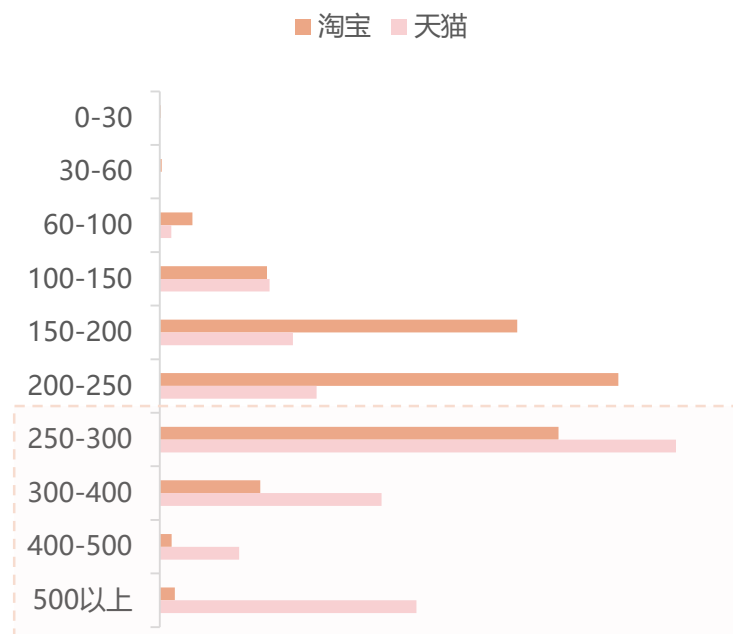


数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

中式国风|潜力品类天猫vs淘宝价格带分布

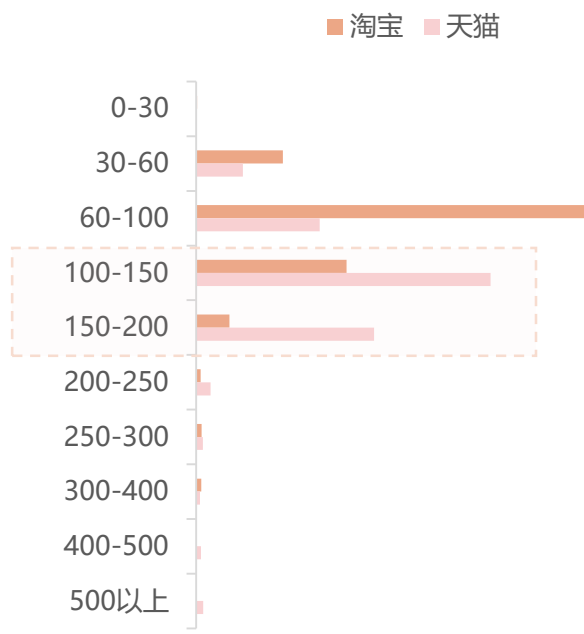
天猫250元以上羽绒服、100元以上马甲和半身裙占比较高，需注重货品风格元素体现，150-250元羽绒服、60-100元马甲和半身裙仍有可提升空间

23AW淘宝&天猫中式国风羽绒服价格
带销售金额分布



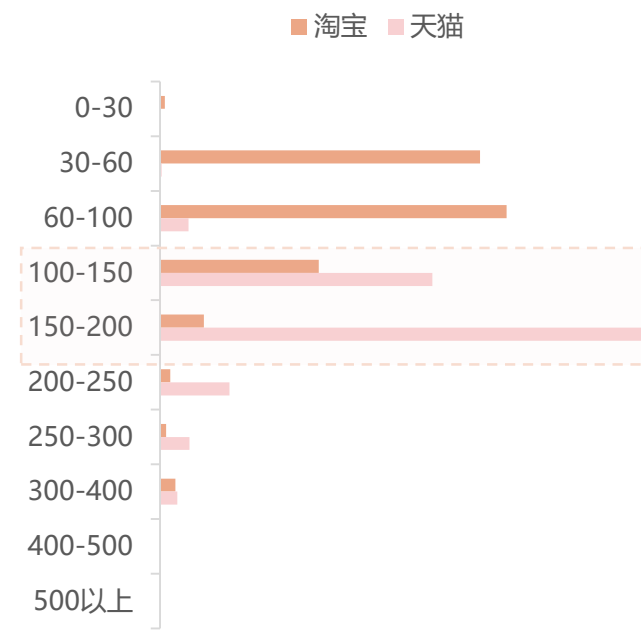
数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫中式国风马甲价格带
销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫中式国风半身裙价格
带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

中式国风|风格货品

天猫以传统匠心的汉服为主，淘宝货品注重新中式的融合改良，更适合日常场景穿着

天猫TOP商品

货品特征：**马面裙套装**备受欢迎，商品多融入**中国传统元素**，如祥云、刺绣、云肩等类。



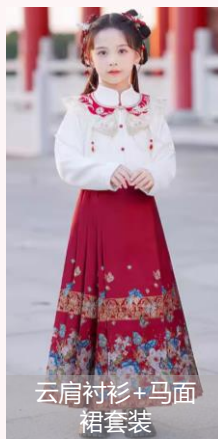
祥云上衣+喷金马面裙



刺绣旗袍连衣裙



毛条斗篷披风



云肩衬衫+马面裙套装



中式祥云毛衣



毛条刺绣马褂套装



唐制半臂假三件连衣裙

淘宝TOP商品

货品特征：不拘泥于传统版型和图案，更多是**传统中式风格的改良**，融入现代搭配，如提花棉服、流苏盘扣马甲、刺绣羽绒服等。



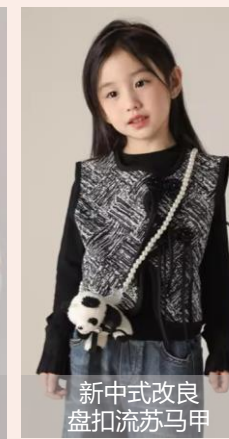
新中式撞色提花棉服



提花旗袍连衣裙



盘扣刺绣羽绒服



新中式改良盘扣流苏马甲



织金刺绣马面裙



提花夹棉旗袍



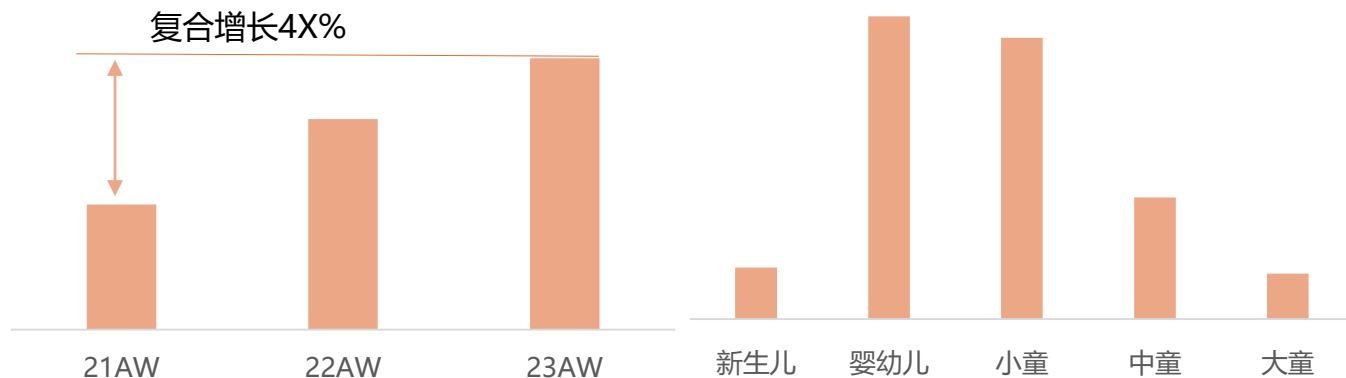
不对称撞色毛绒旗袍领马甲

萌趣造型风格凭借别具一格的可爱因子和趣味设计，为孩子们精心营造了一个童话王国。这一系列童装色彩明亮柔和，仿佛置身梦幻仙境。在款式设计上，以猫咪、小兔子等可爱动物为灵感源泉，注重打造萌趣可爱的造型，使得童装更加生动有趣。



153%
23AW社媒平台互动同比增长

23AW天猫童装行业萌趣造型风格育龄分布



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI，2021-2023自然年，AW：8-12月，
新生儿：0-3M；婴幼儿：3M-1Y；小童：1-3Y；中童：3-6Y；大童：7Y以上
社媒平台包含：抖音、小红书、微博、知乎、淘宝/京东电商社区、母婴垂类论坛（育儿网、宝宝树、太平洋亲子网、柚宝宝、各地妈妈网）

萌趣造型

//风格型色质



• 立体造型装饰



• 立体刺绣



• 卡通印花



• 撞色拼接



• 立体动物造型羽绒连体衣



• 满身印花连体衣



• 绒毛材质立体造型连体衣



• 立体造型羽绒服



• 立体装饰/挂件

关键视觉



萌趣造型风格旨在展现生动活泼、充满童趣的宝宝形象，可通过宝宝玩耍时的抓拍来体现，同时配合色彩亮丽的元素，丰富画面的同时也能更好的展现活泼可爱的童真效果。

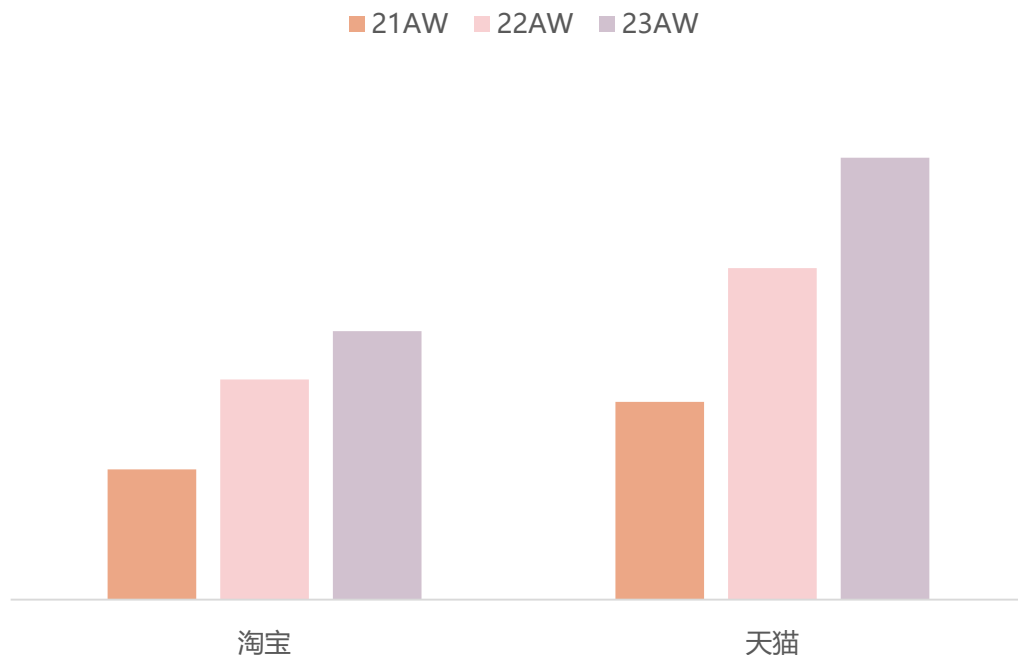


萌趣造型|淘宝&天猫销售趋势

天猫销售增长，23AW渗透较明显提升，趋势良好

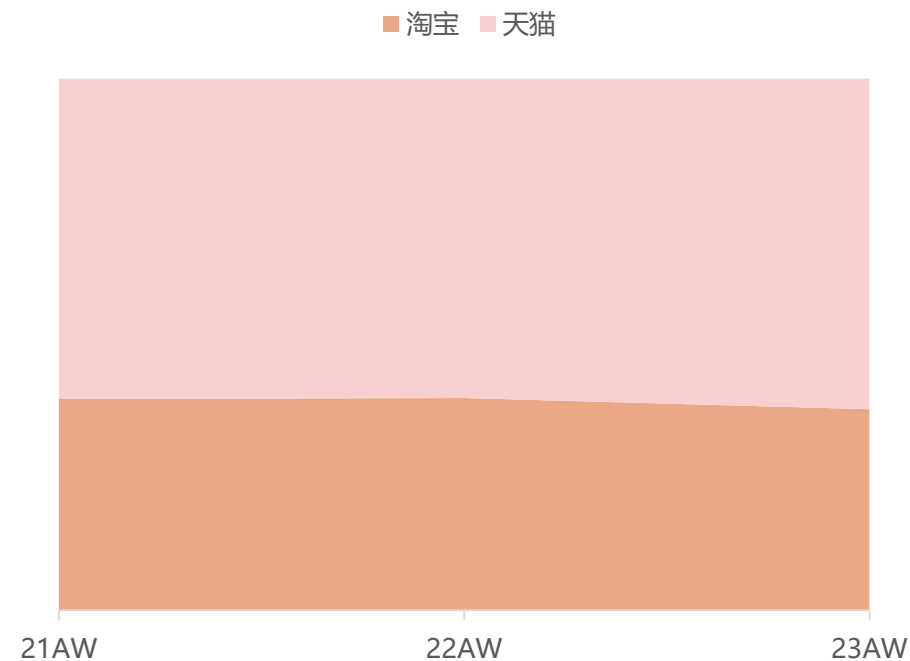
萌趣造型风格童装在淘宝和天猫平台均连年增长，天猫增势较好，渗透持续提升，未来趋势良好。

21-23AW淘宝&天猫童装行业萌趣造型风格销售金额



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

21-23AW萌趣造型风格童装淘宝&天猫渗透对比



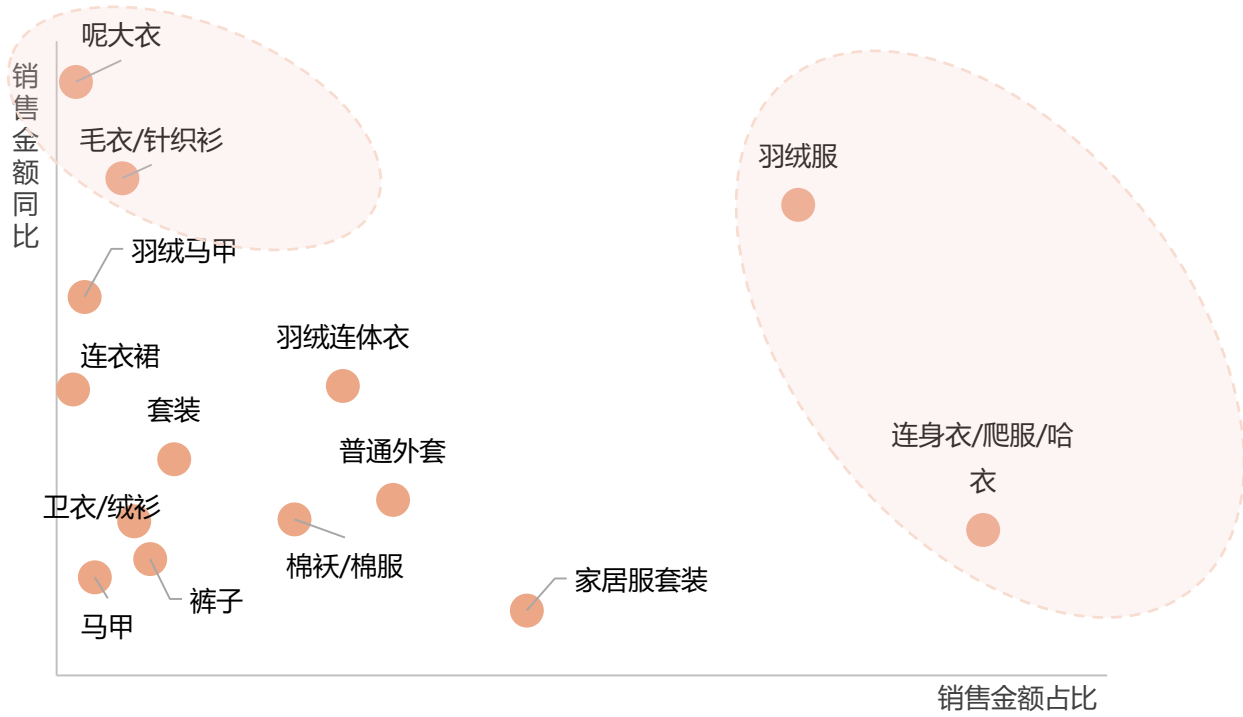
数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

萌趣造型|淘系品类结构

天猫羽绒服和家居服套装的心智较强，毛衣/针织衫和呢大衣快速增长

萌趣造型风格童装在淘系以哈衣/爬服和羽绒服为核心品类，羽绒服快速增长，具有广阔的发展前景，呢大衣和毛衣/针织衫快速增长，是未来潜力品类，对比淘宝，天猫在羽绒服的心智较强，可重点运营，哈衣/爬服、毛衣/针织衫及呢大衣占比偏低，可增加货品布局。

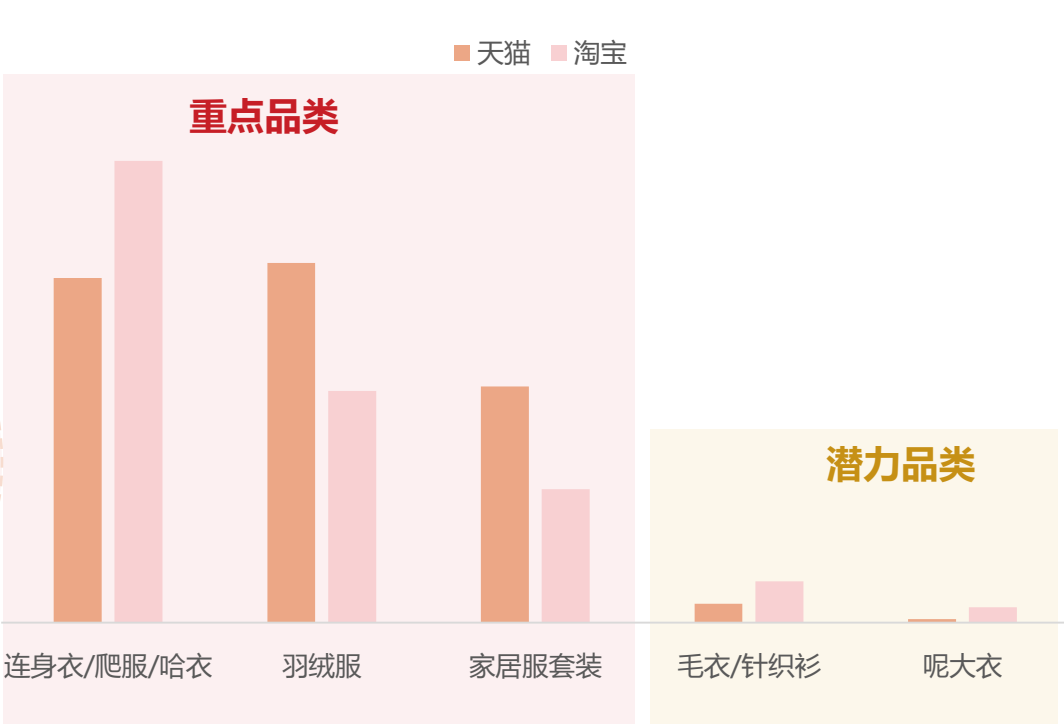
23AW淘系童装行业萌趣造型风格细分品类销售分布



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

备注：仅筛选销售占比 > 0.5% 的品类展示

23AW萌趣造型风格重点品类天猫vs淘宝销售占比

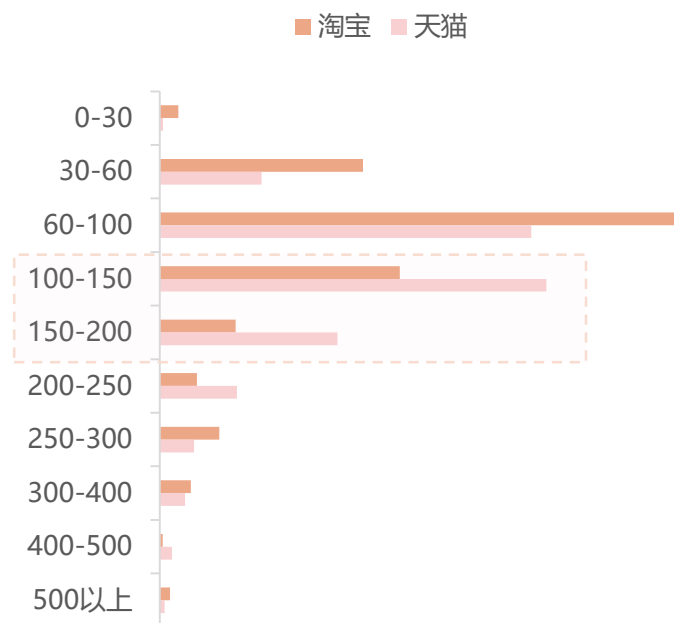


数据来源：阿里消费洞察，2023自然年，AW：8-12月

萌趣造型|重点品类天猫vs淘宝价格带分布

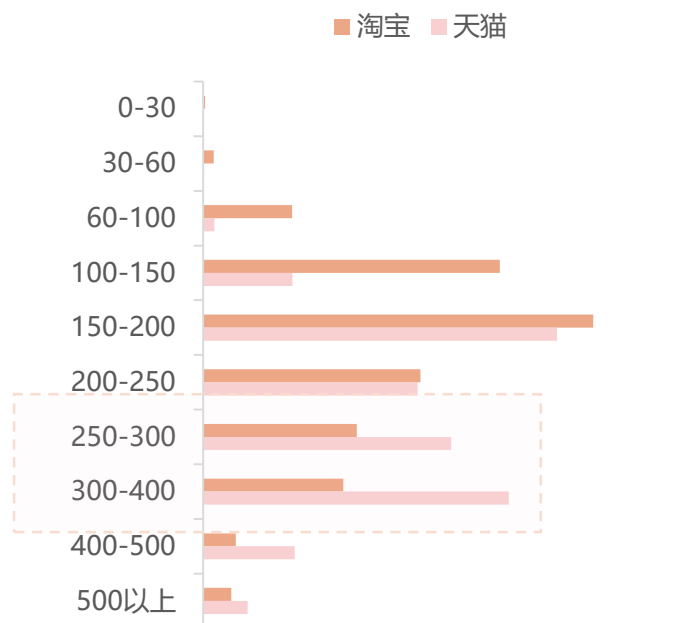
天猫连身衣和家居服套装150元以上占比高，需注重货品风格元素体现，60-100元价位段仍有可提升空间，羽绒服在250元以上具备优势，100-150元仍有提升空间

23AW淘宝&天猫萌趣造型连身衣/哈衣/爬服价格带销售金额分布



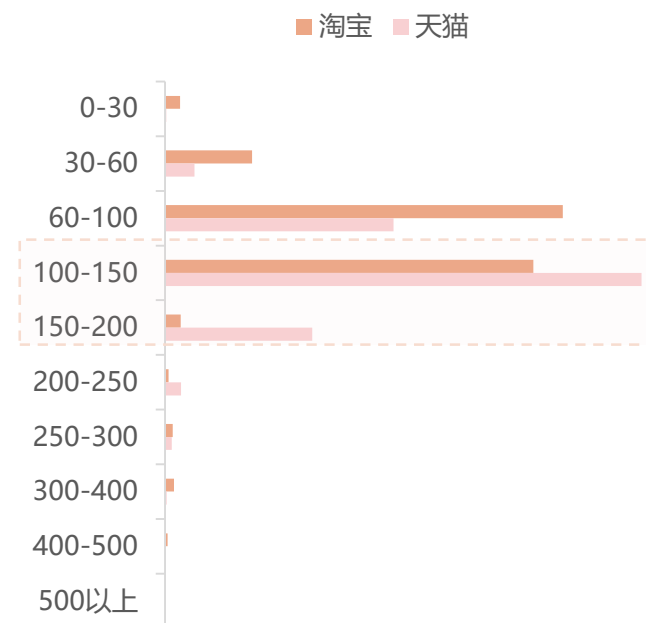
数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫萌趣造型羽绒服价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫萌趣造型家居服套装价格带销售金额分布

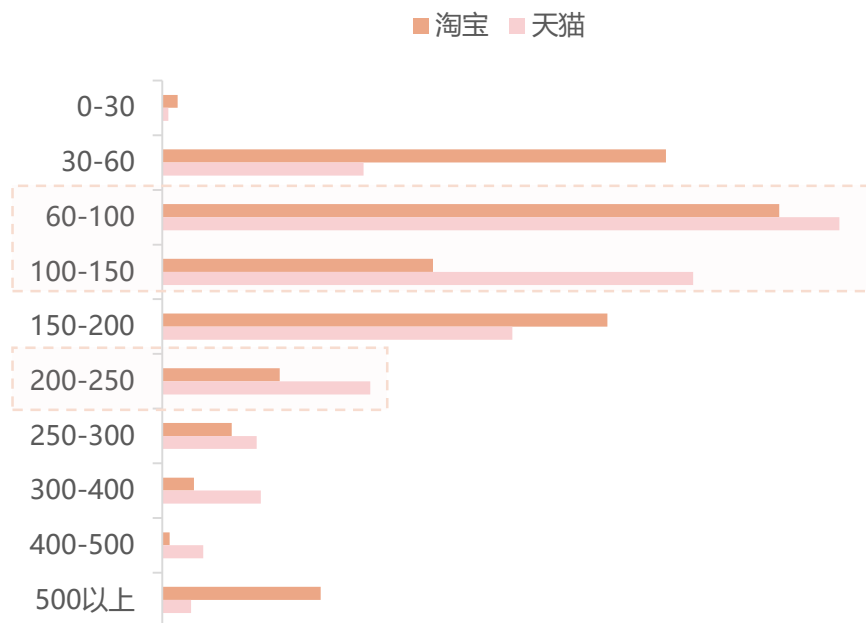


数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

萌趣造型|潜力品类天猫vs淘宝价格带分布

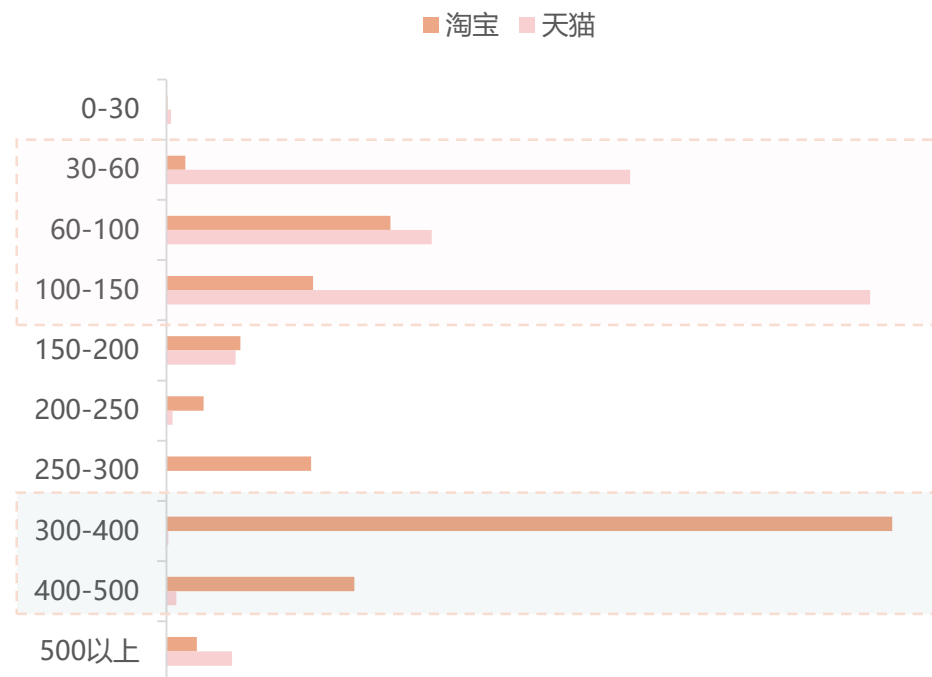
天猫毛衣/针织衫在30-60元和150-200元价位段仍有提升空间，可加强货品供给，呢大衣品类当前集中于150元以下偏低价位段，300-400元可增加商品供给

23AW淘宝&天猫萌趣造型毛衣/针织衫价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫萌趣造型呢大衣价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

萌趣造型|风格货品

天猫的立体设计以帽子为主，淘宝体现了更丰富的立体元素如挂饰/刺绣等值得关注

天猫TOP商品

货品特征：**立体设计集中在帽子上**，多以**动物耳朵**造型展示，品类相对集中，以羽绒服为主。



淘宝TOP商品

货品特征：**立体元素更加丰富**，除帽子造型外，**立体刺绣**也是主要元素，毛绒连体衣较受欢迎，迪士尼**场景化穿搭**令人眼前一亮。



数据来源：阿里消费洞察，23AW：2023年8-12月

趋势风格|元气学院



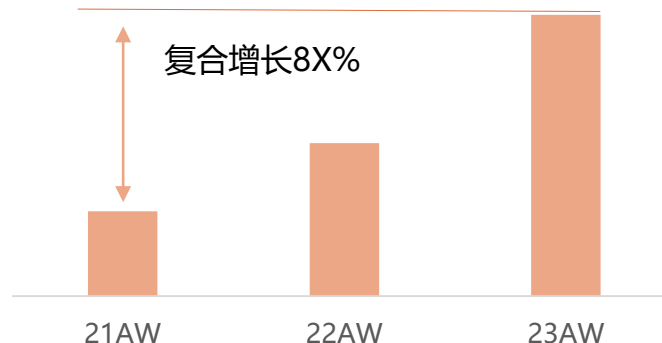
元气学院风格，将学院派的经典风范与个性潮流元素相结合，打造出一种别致的时髦书卷气。在款式设计上，采纳了学院风的传统图案，如格纹、领带和徽章等，同时又注入了街头风格的现代感，如印花图案和宽松剪裁等，让孩子们在穿着中展现自己的个性与魅力。



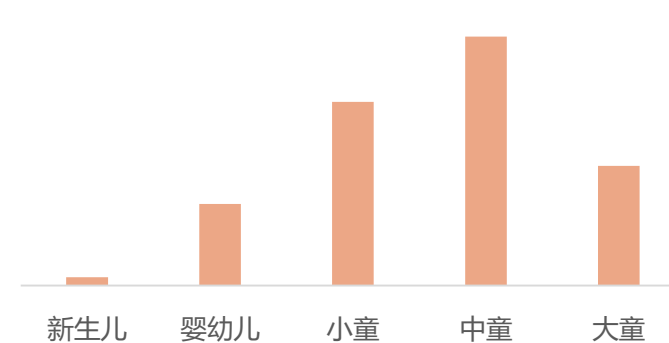
150W+
23AW社媒平台内容互动量

239%
23AW社媒平台互动同比增长

21AW-23AW淘系童装行业元气学院风格销售规模



23AW天猫童装行业元气学院风格育龄分布



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI，2021-2023自然年，AW：8-12月，
新生儿：0-3M；婴幼儿：3M-1Y；小童：1-3Y；中童：3-6Y；大童：7Y以上
社媒平台包含：抖音、小红书、微博、知乎、淘宝/京东电商社区、母婴垂类论坛（育儿网、宝宝树、太平洋亲子网、柚宝宝、各地妈妈网）

元气学院

//风格型色质

PANTONE 19-3953 TPG

PANTONE 14-4102 TPG

PANTONE 12-0812 TPG

PANTONE 11-4001 TPG

PANTONE 18-1657 TPG

PANTONE 19-5513 TPG

PANTONE 19-4003 TPG



• 徽章刺绣



• 航海元素



• 植绒贴布



• 打底衬衫

• 学院背心



• 拼色棒球服



• 海军领

关键视觉



元气学院风主要展现的是青春、活泼和学术氛围，利用校园元素，如操场、教学楼、图书馆、林荫小道等，搭配书包、眼镜、书本等道具来营造浓厚的学院氛围。

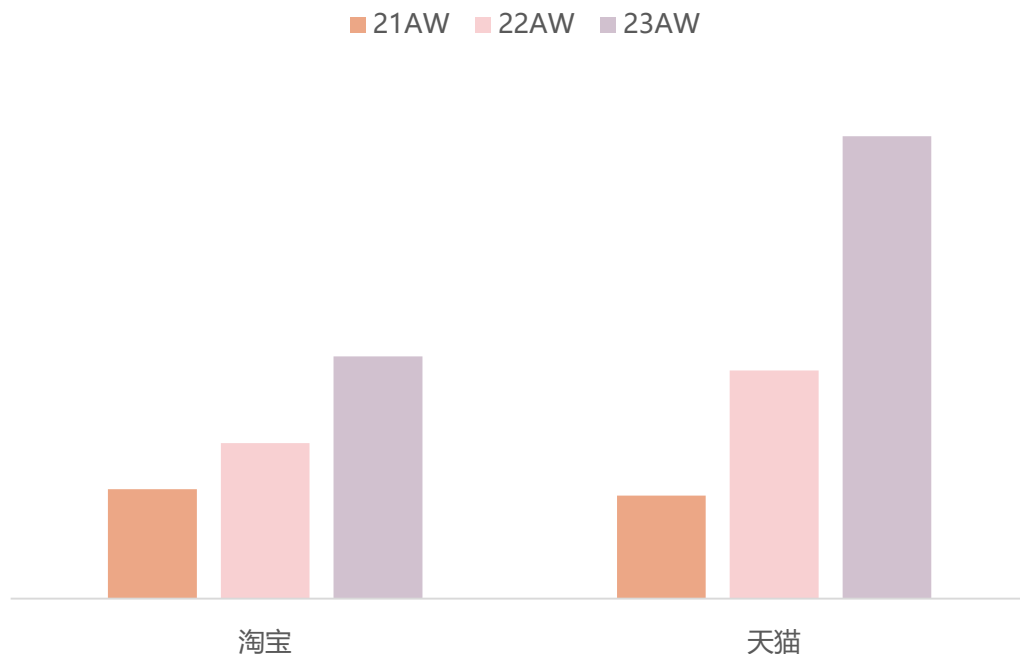


元气学院|淘宝&天猫销售趋势

天猫销售规模快速增长，渗透持续提升，更具优势

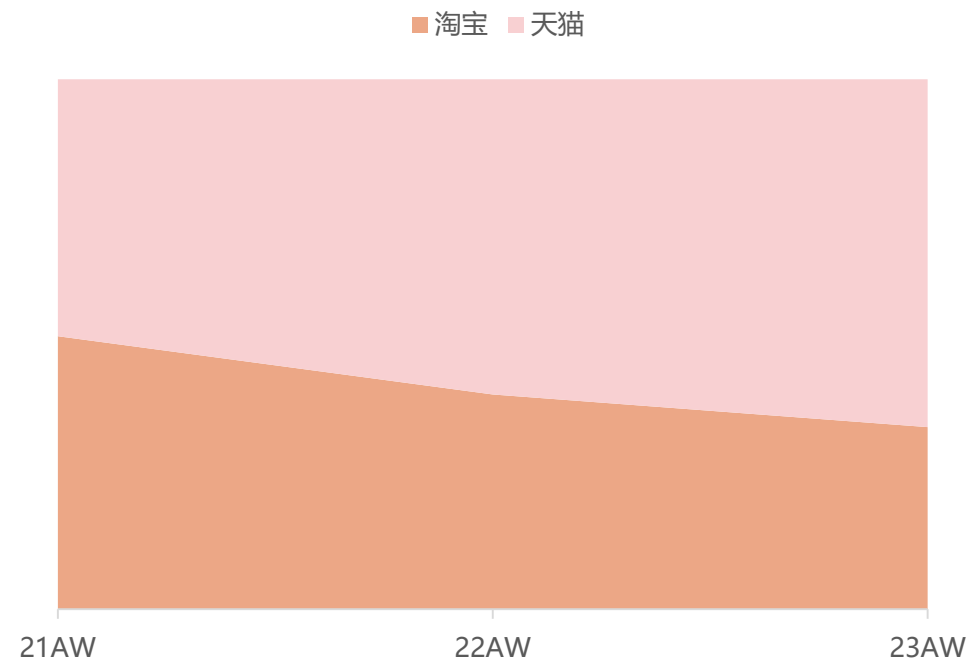
元气学院风格童装在淘宝和天猫平台均连年增长，天猫增势较好，渗透持续提升，未来趋势良好。

21-23AW淘宝&天猫童装行业元气学院风格销售金额



数据来源：阿里消费洞察，2023自然年，AW：8-12月

21-23AW元气学院风格童装淘宝&天猫渗透对比

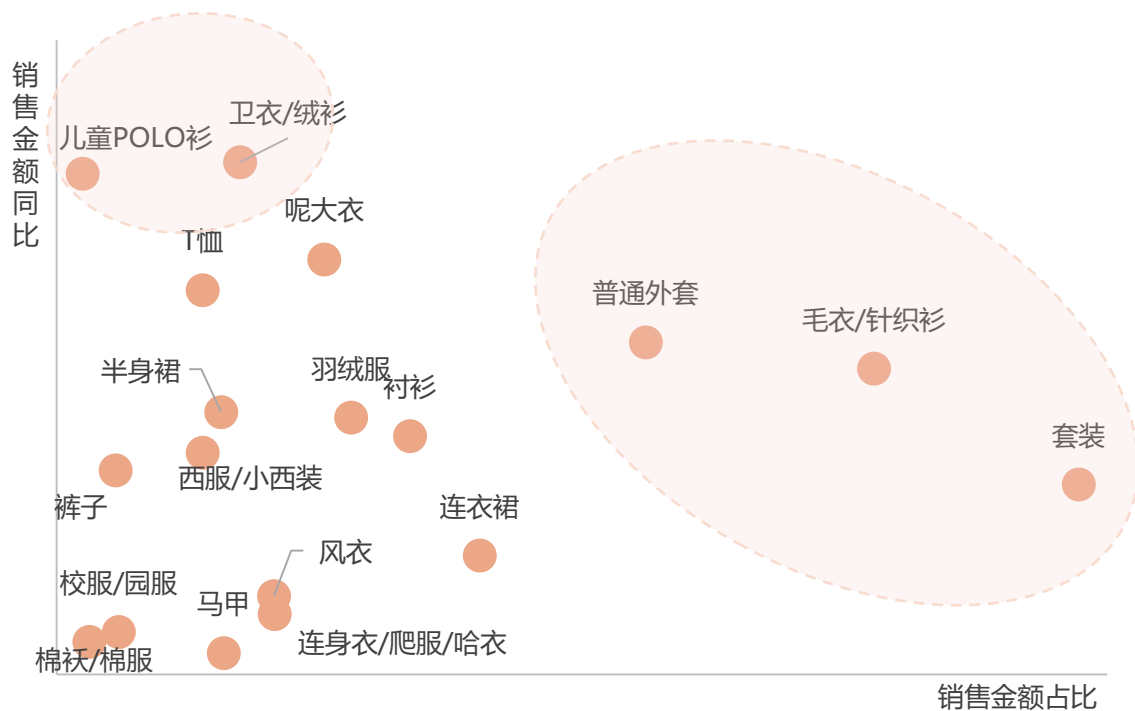


数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

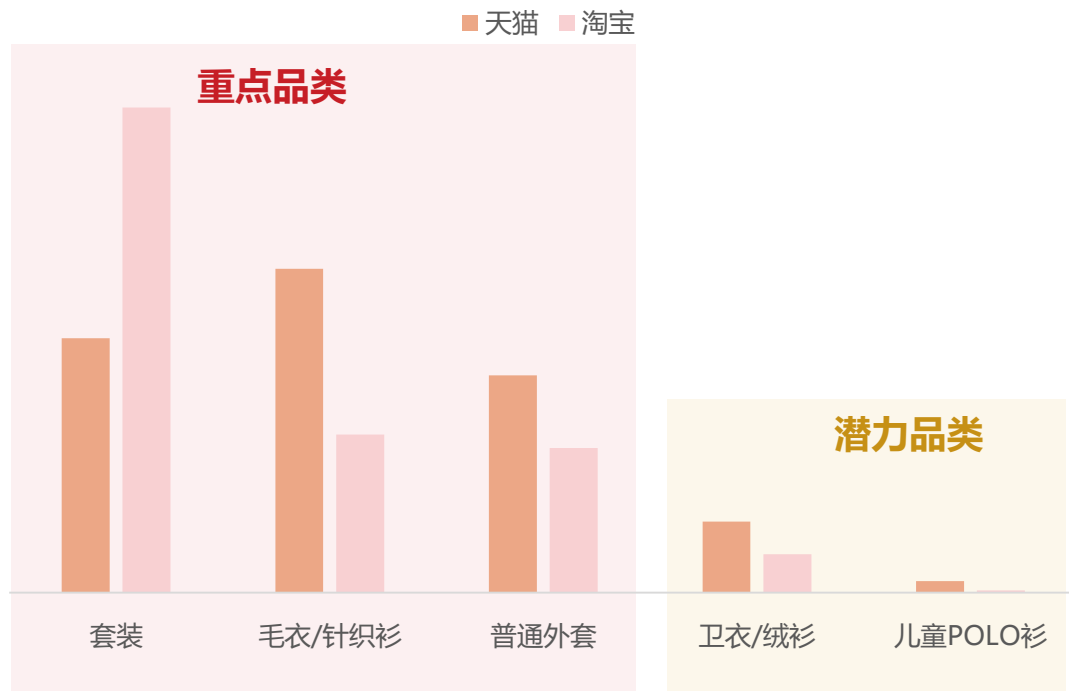
天猫毛衣/普通外套心智强，套装可加强供给，卫衣及polo衫快速增长，值得关注

元气学院风格童装在淘系以套装为核心品类，毛衣/针织衫、普通外套位居第二梯队，增长趋势较好，卫衣/绒衫和儿童POLO衫快速增长，是未来潜力品类，对比淘宝，天猫在毛衣/针织衫、普通外套、卫衣/绒衫和儿童POLO衫的心智均较强，可重点运营，套装品类可增加商品供给。

23AW元气学院风格重点品类天猫vs淘宝销售占比



备注：仅筛选销售占比>0.5%的品类展示

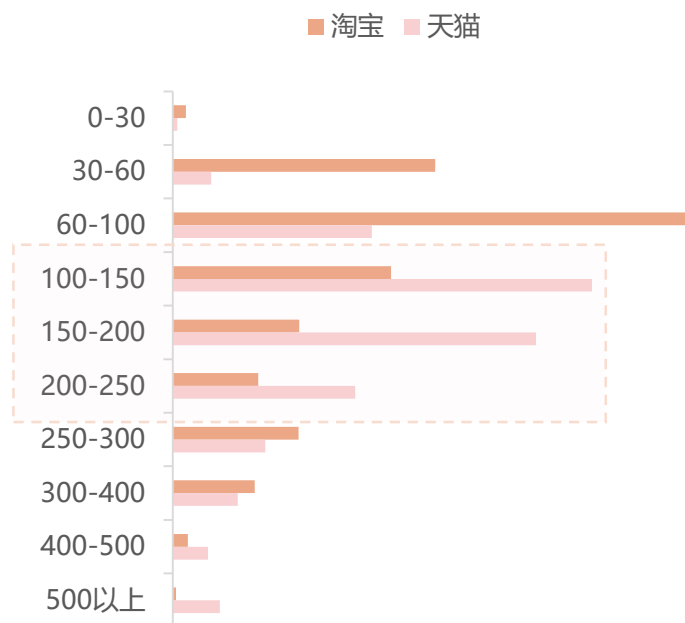


数据来源：阿里消费洞察，2023自然年，AW：8-12月

元气学院|重点品类天猫vs淘宝价格带分布

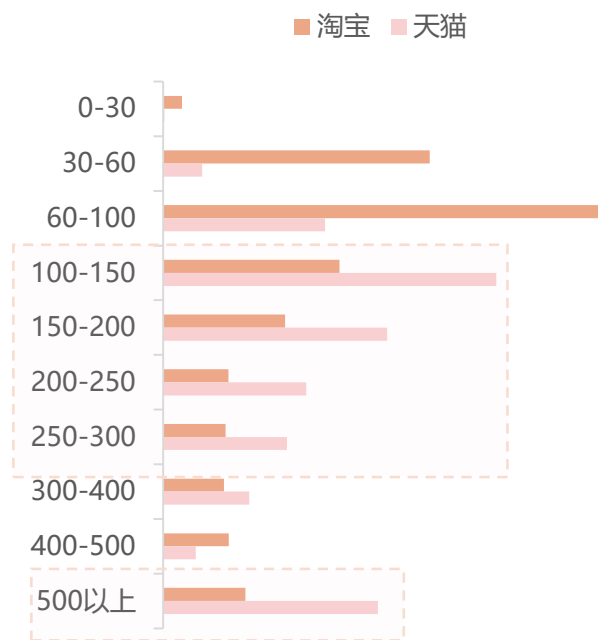
天猫100元以上套装/毛衣、150元以上普通外套占比较高，需注重货品风格体现，60-100元价位段套装/毛衣和60-150元普通外套均有提升空间

23AW淘宝&天猫元气学院套装价格带
销售金额分布



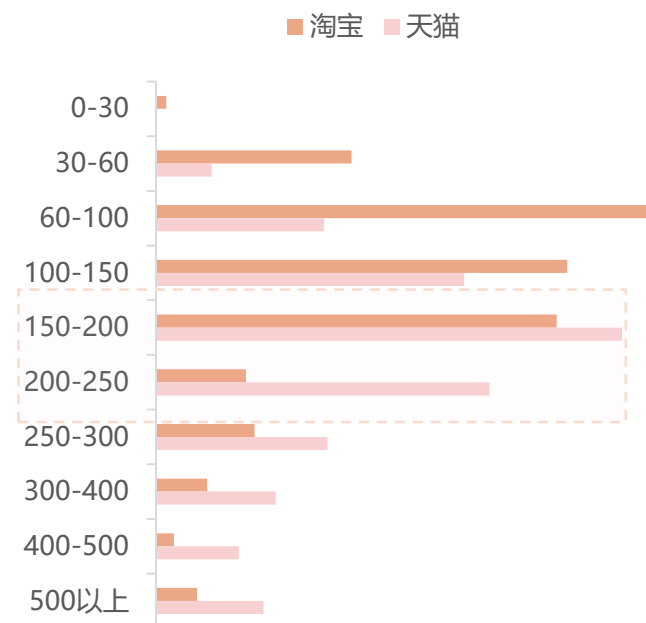
数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫元气学院毛衣/针织衫
价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫元气学院普通外套价
格带销售金额分布

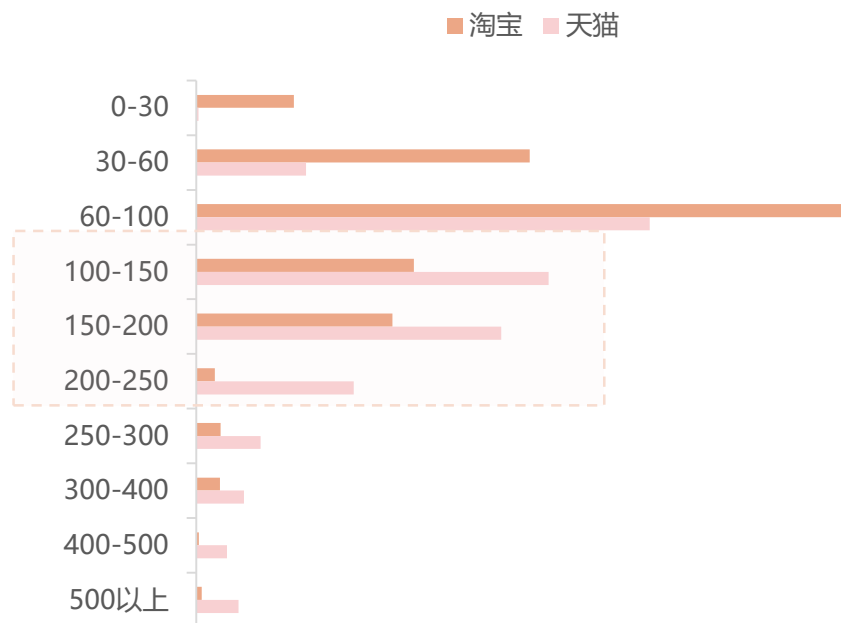


数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

元气学院|潜力品类天猫vs淘宝价格带分布

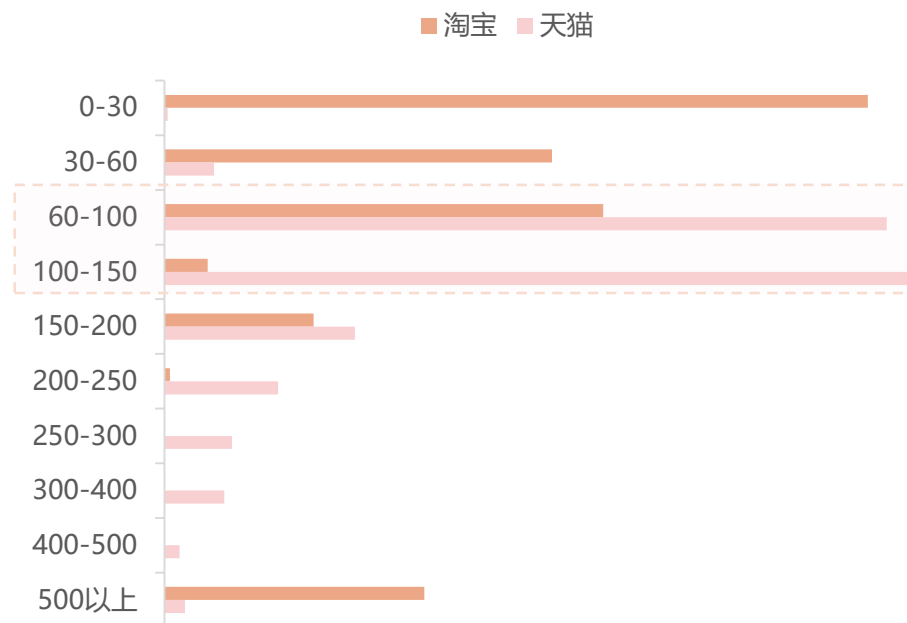
天猫60-100元卫衣/绒衫仍有提升空间，可加强货品供给，100元以上卫衣/绒衫和60元以上POLO衫，货品风格需更加显著

23AW淘宝&天猫元气学院卫衣/绒衫价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫元气学院儿童POLO衫价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

元气学院|风格货品

天猫以正统学院为主，淘宝与运动休闲结合的复古学院/美式学院/时装学院更受欢迎

天猫TOP商品

货品特征：表现为更加**正统的学院风格**，海军领、牛角扣等经典学院元素运用较多，TOP商品**多为羽绒服/外套**。



淘宝TOP商品

货品特征：**风格表达休闲化**，**学院风套装受欢迎**，通过融入学院风元素展现更多样化的穿搭。



数据来源：阿里消费洞察，23AW：2023年8-12月

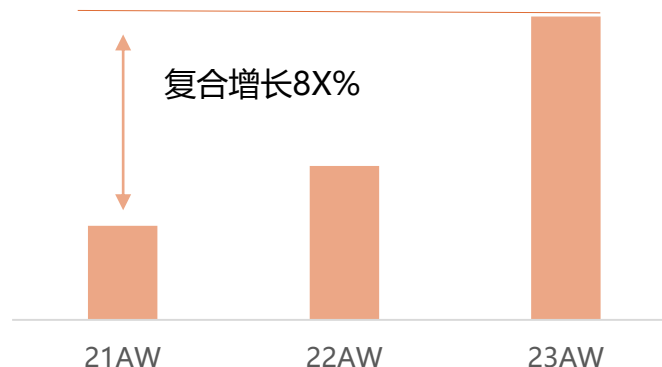
趋势风格|森系田园



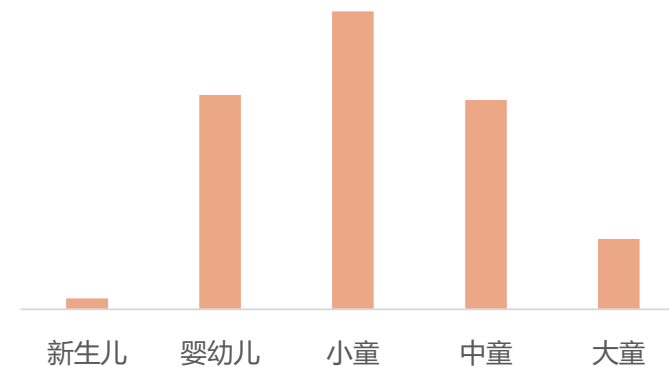
森系田园童装风格在色彩上以清新自然的颜色为主色调，营造出宁静舒适的氛围，设计方面，童装巧妙地融入了森林元素，如树叶、花朵、小动物等，通过精细工艺，使得每件童装都如一幅栩栩如生的新森林画报，让人仿佛置身于大自然之中。



21AW-23AW淘系童装行业森系田园风格销售规模



23AW天猫童装行业森系田园风格育龄分布



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI，2021-2023自然年，AW：8-12月，
新生儿：0-3M；婴幼儿：3M-1Y；小童：1-3Y；中童：3-6Y；大童：7Y以上
社媒平台包含：抖音、小红书、微博、知乎、淘宝/京东电商社区、母婴垂类论坛（育儿网、宝宝树、太平洋亲子网、柚宝宝、各地妈妈网）

森系田园

//风格型色质

PANTONE 11-4201 TPG

PANTONE 14-1508 TPG

PANTONE 17-1040 TPG

PANTONE 17-1142 TPG

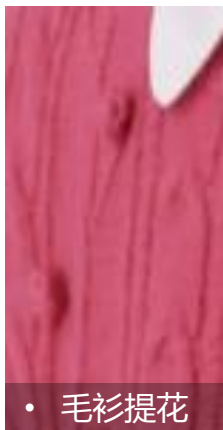
PANTONE 14-6312 TPG

PANTONE 19-1930 TPG

PANTONE 12-1106 TPG



• 碎花图案



• 毛衫提花



• 棉麻混纺



• 羊毛色织纱



• 针织开衫



• 森系宽松连衣裙



• 衬衫式轻暖羽绒服

关键视觉



森系田园是自然、清新风格的代表，视觉表达强调宁静、和谐、浪漫的氛围。善于运用树木、花草、小溪等自然元素，利用草帽、花环、篮子等配饰，以营造出一种自然舒适的感觉。



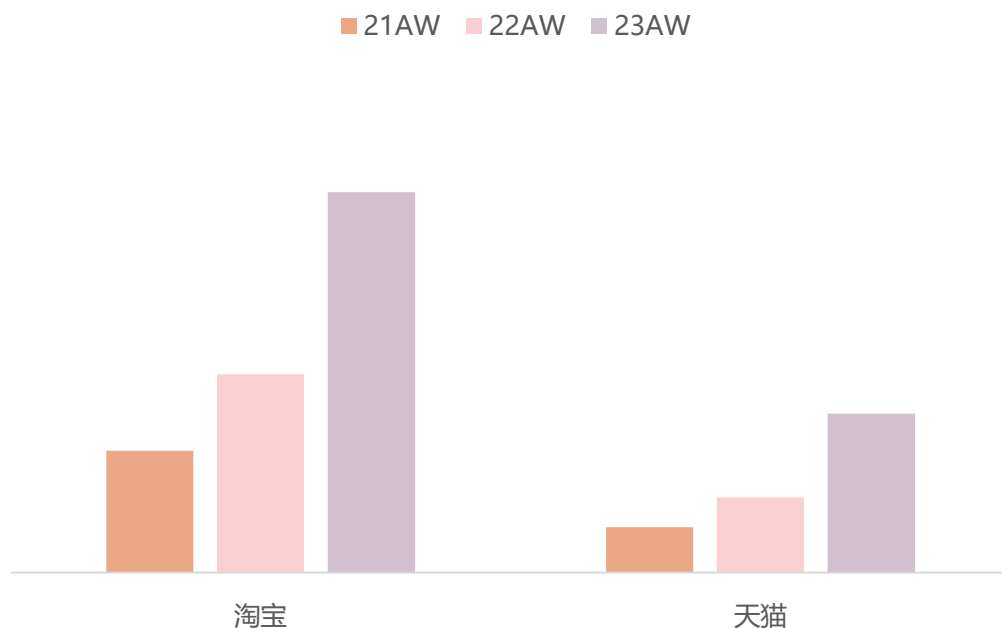
图片&数据来源：POP服装趋势网

森系田园|淘宝&天猫销售趋势

风格市场以淘宝平台为主，天猫销售增长，渗透提升，趋势向好

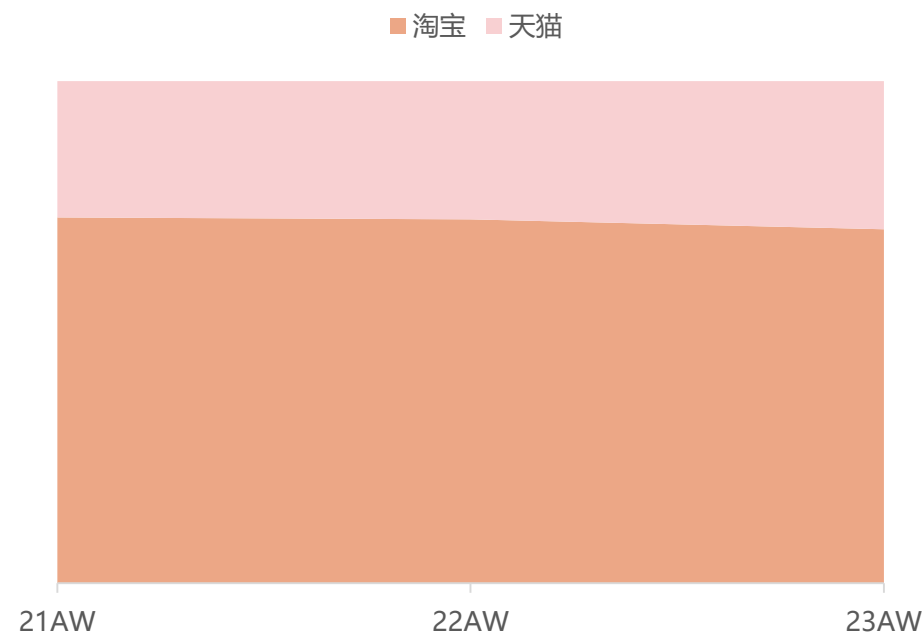
森系田园风格童装在淘宝和天猫平台均连年增长，当前市场以淘宝为主，天猫渗透持续提升，具备良好的发展潜力。

21-23AW淘宝&天猫童装行业森系田园风格销售金额



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

21-23AW森系田园风格童装淘宝&天猫渗透对比

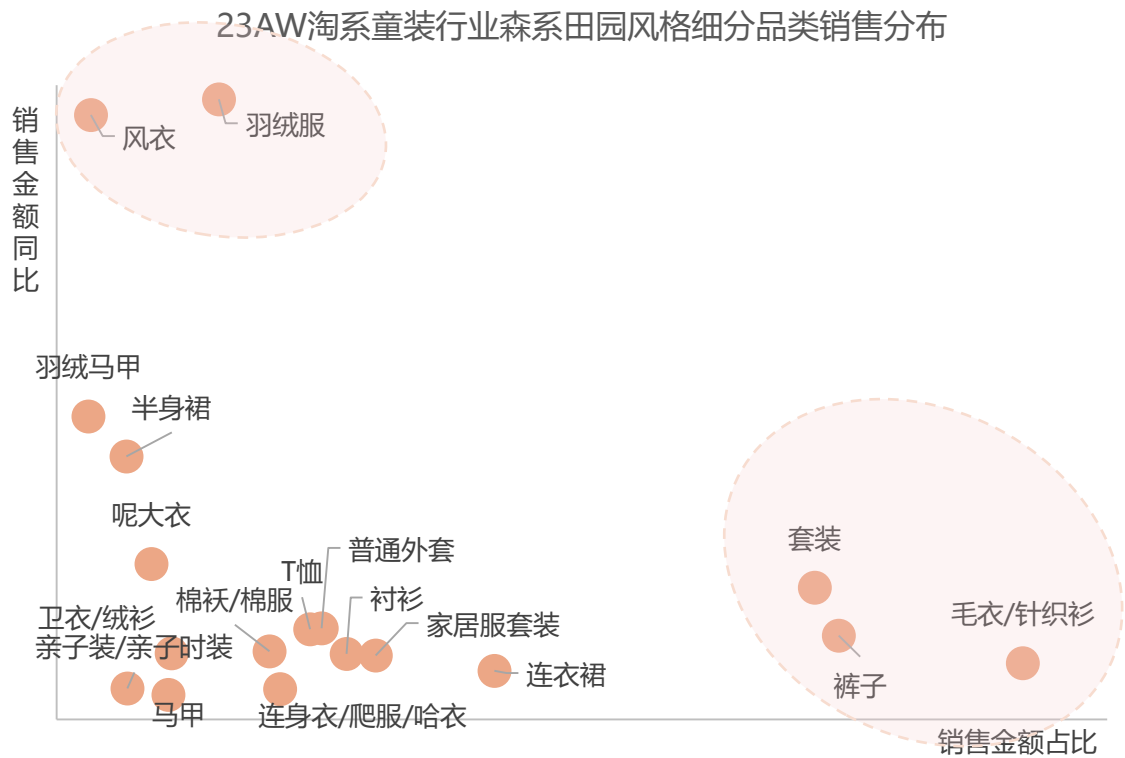


数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

森系田园|淘系品类结构

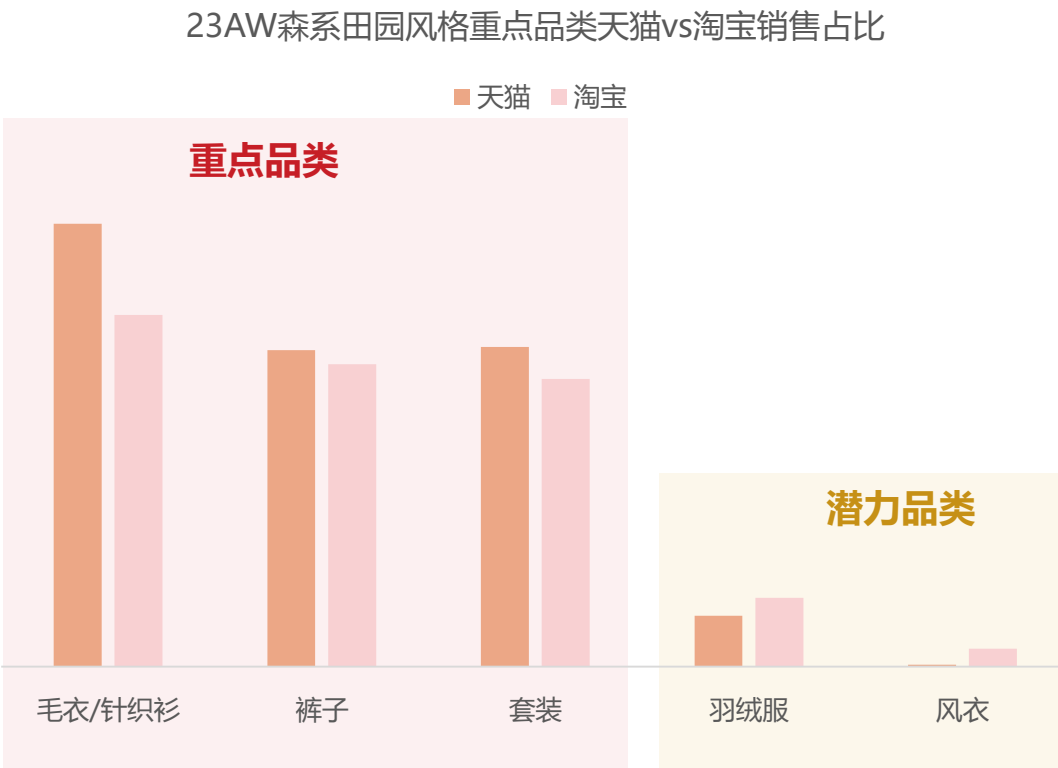
天猫毛衣/针织衫心智强，羽绒服、风衣发展潜力较好，值得关注

森系田园风格童装在淘系以毛衣针织衫为核心品类，套装、裤子位居第二梯队，羽绒服、风衣快速增长，是未来潜力品类，对比淘宝，天猫在毛衣/针织衫、裤子、套装的心智较强，可重点运营，羽绒服和风衣当前占比偏低，可增加商品供给。



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

备注：仅筛选销售占比 > 0.5% 的品类展示

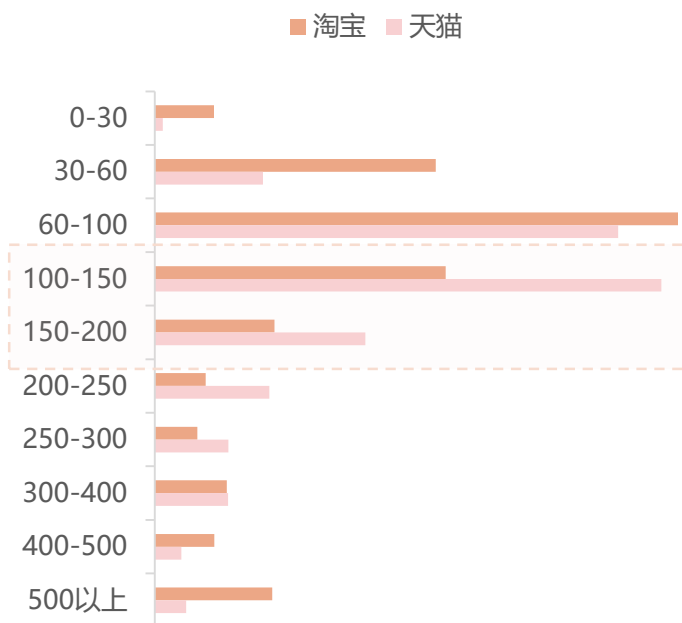


数据来源：阿里消费洞察，2023自然年，AW：8-12月

森系田园|重点品类天猫vs淘宝价格带分布

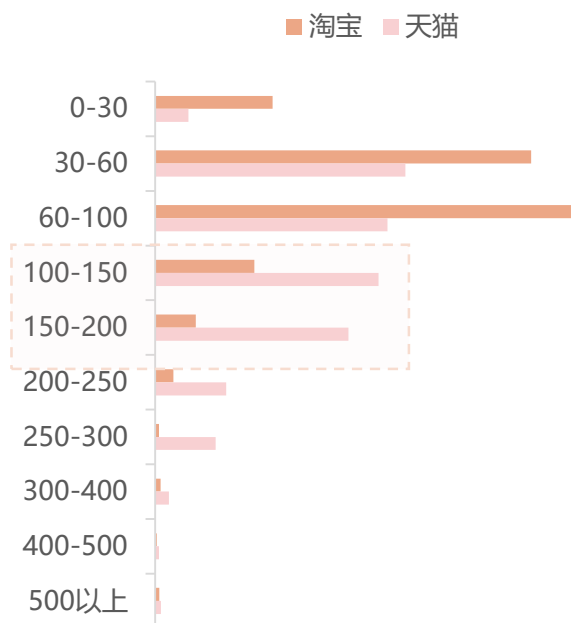
天猫100元以上毛衣裤子、200元以上套装占比较高，需注重货品风格体现，三个品类在60-100元价位段均有提升空间

23AW淘宝&天猫森系田园毛衣/针织衫
价格带销售金额分布



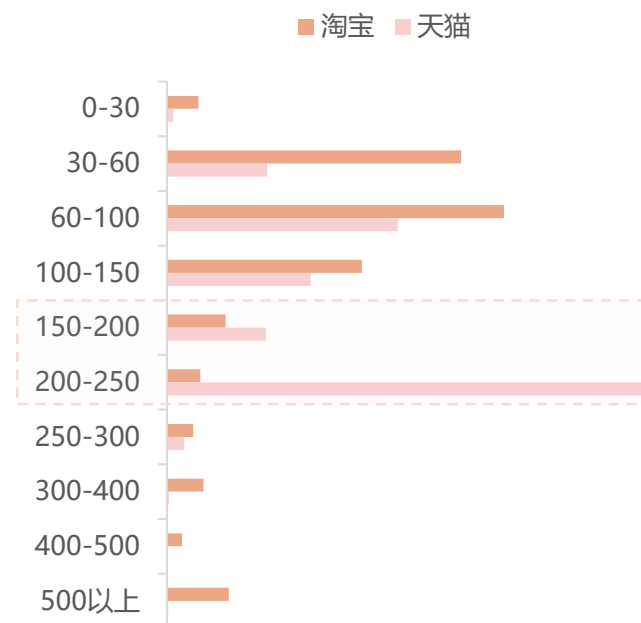
数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫森系田园裤子价格带
销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫森系田园套装价格带
销售金额分布

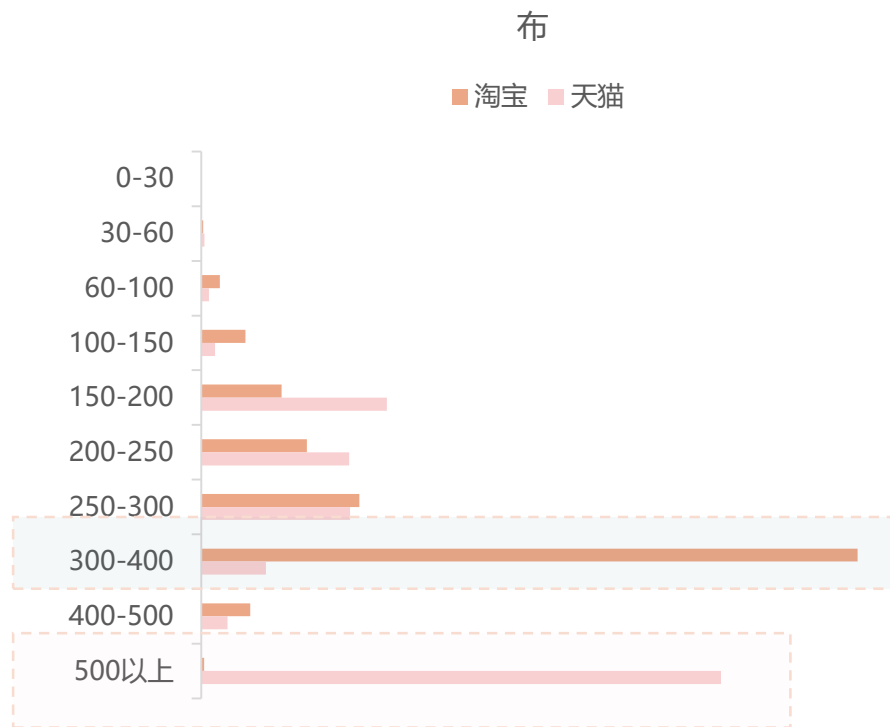


数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

森系田园|潜力品类天猫vs淘宝价格带分布

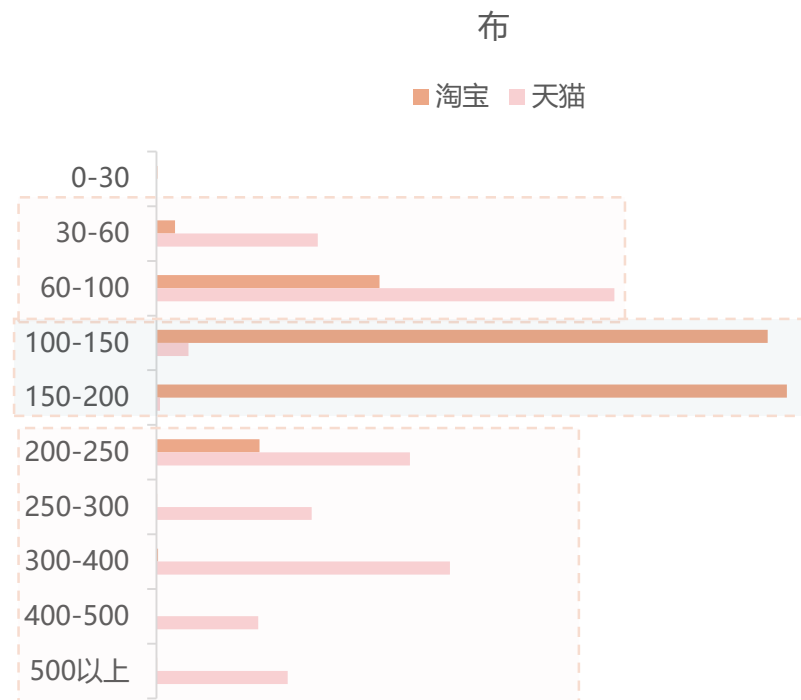
天猫300-400元羽绒服、100-200元风衣仍有提升空间，可加强货品供给，500元以上羽绒服和250元以上风衣具备优势，货品风格需更加显著

23AW淘宝&天猫森系田园羽绒服价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫元气学院儿童风衣价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

森系田园|风格货品

天猫以清新色彩和印花为主，淘宝商品材质多样化，视觉呈现的风格感较强

天猫TOP商品

货品特征：天猫商品以**清新颜色和碎花**、**动物元素**为主，通过自然元素的图案体现森系田园。



清新绿色卫衣+针织打底裤两件套



动物花纹羽绒服



森林花园印花马甲



小动物提花毛衣



精灵帽条纹开衫外套



双面穿碎花羽绒服



碎花背带裤套装

淘宝TOP商品

货品特征：整体视觉**风格感更强**，**暖色系**运用较多，同时注重**不同材质的多样运用**，如灯芯绒、棉麻、牛仔等。



卡通刺绣衬衫+针织马甲+半身裙
自选搭配套装



麻花纯色针织外套



刺绣碎花棉服



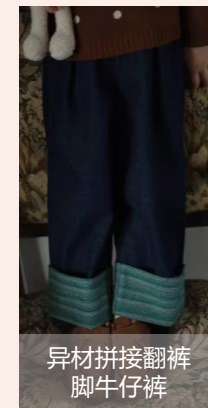
提花针织开衫



娃娃领拼接棉麻连衣裙



灯芯绒直筒阔腿裤



异材拼接翻裤脚牛仔裤

数据来源：阿里消费洞察，23AW：2023年8-12月

趋势风格|艺术手绘

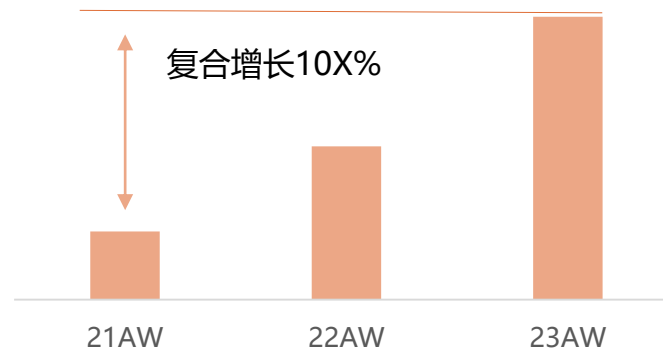
艺术手绘童装风格，以其多样的色彩和生动的手绘图案为标志，色彩丰富且亮丽，主要以黄色、蓝色、粉色和橙色为主打色调。设计师们巧妙地运用手绘技巧，将自然元素、动物形象和童话故事等融入童装设计之中，让孩子们仿佛置身于一个充满奇幻与浪漫的童话世界之中。



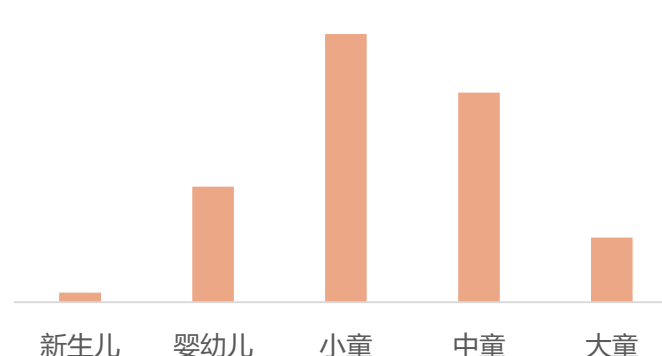
2.6W+
23AW社媒平台内容互动量

385%
23AW社媒平台互动同比增长

21AW-23AW淘系童装行业艺术手绘风格销售规模



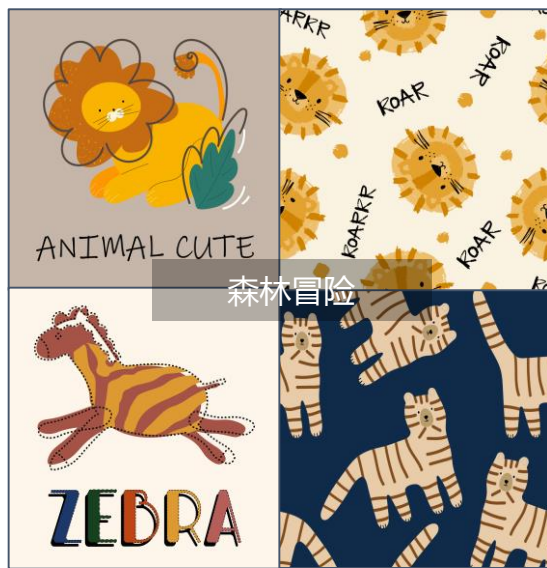
23AW天猫童装行业艺术手绘风格育龄分布



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI，2021-2023自然年，AW：8-12月，
新生儿：0-3M；婴幼儿：3M-1Y；小童：1-3Y；中童：3-6Y；大童：7Y以上
社媒平台包含：抖音、小红书、微博、知乎、淘宝/京东电商社区、母婴垂类论坛（育儿网、宝宝树、太平洋亲子网、柚宝宝、各地妈妈网）

艺术手绘

//风格趋势图案



//图案应用



关键视觉



艺术手绘风格视觉强调艺术感，视觉上强调鲜艳色彩，常通过装饰挂画、绘板、调色盘等装饰物营造艺术氛围，体现孩子的创造力。

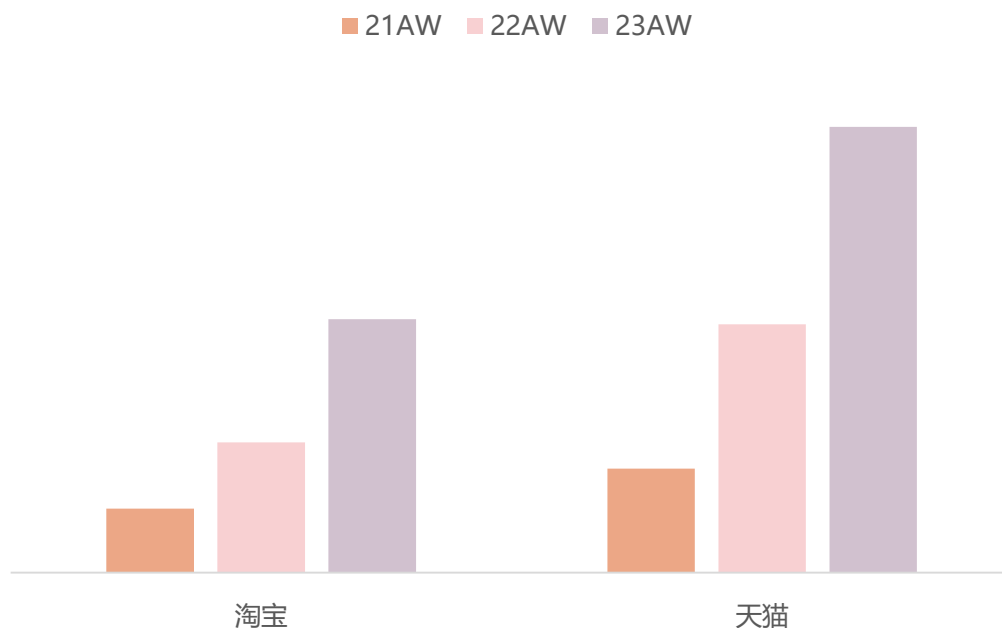


艺术手绘|淘宝&天猫销售趋势

天猫占据风格市场主要地位，23AW销售快速增长，未来趋势良好

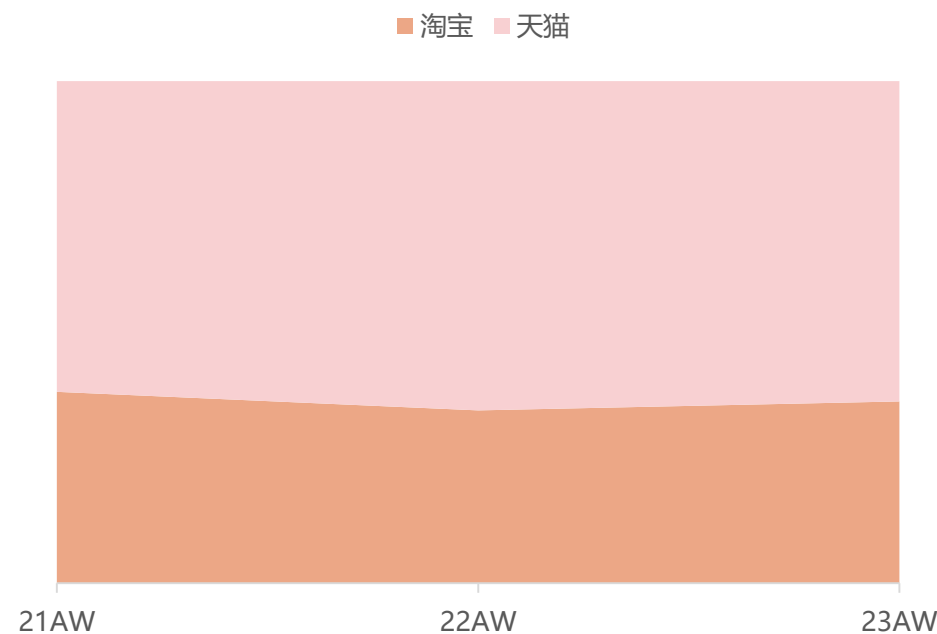
艺术手绘风格童装在淘宝和天猫平台均连年增长，当前市场以天猫为主，渗透总体呈现提升趋势，未来趋势良好。

21-23AW淘宝&天猫童装行业艺术手绘风格销售金额



数据来源：阿里消费洞察，2023自然年，AW：8-12月

21-23AW艺术手绘风格童装淘宝&天猫渗透对比



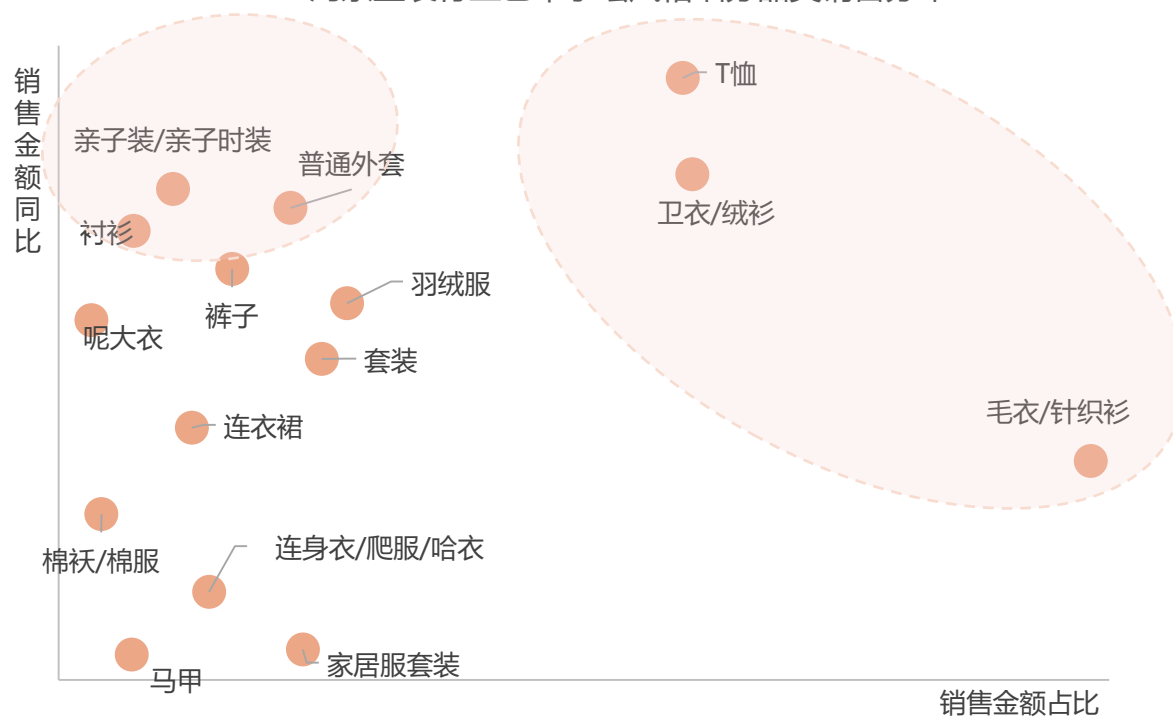
数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

艺术手绘|淘系品类结构

天猫在T恤品类占比偏低可加强商品供给，外套/亲子装/衬衫发展潜力较好

艺术手绘风格童装在淘系以毛衣针织衫为核心品类，卫衣和T恤是第二梯队品类，且同比快速增长，是未来高潜品类，亲子装、普通外套和衬衫快速增长，是未来潜力品类，对比淘宝，天猫在卫衣/绒衫、普通外套和衬衫品类的心智较强，可重点运营，T恤品类占比偏低，可增加趋势商品供给。

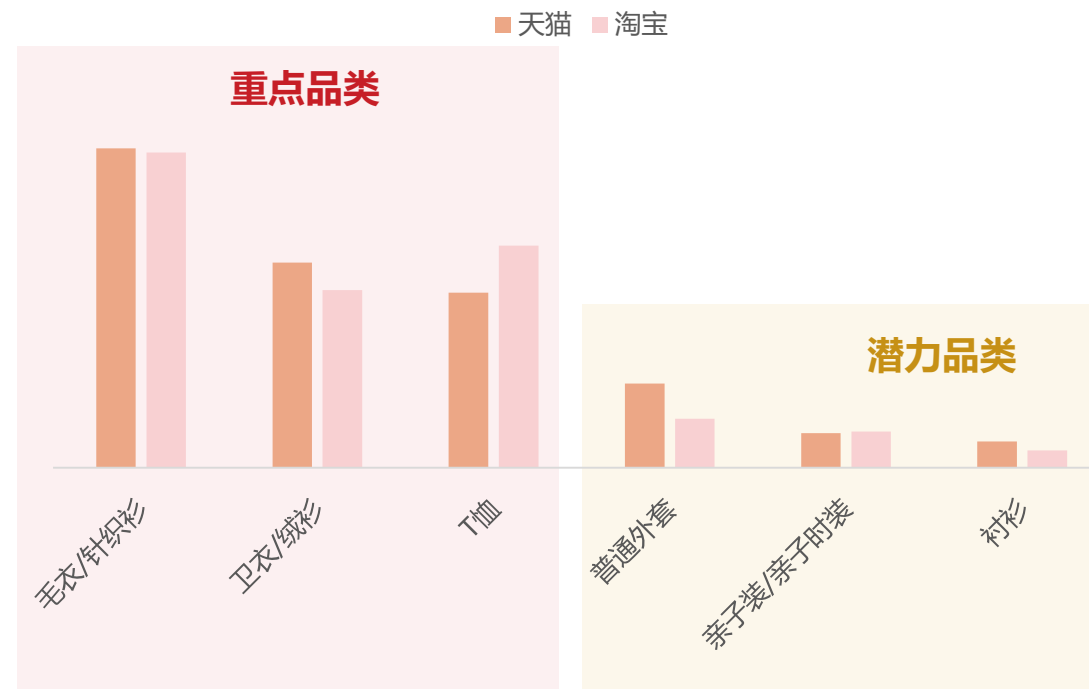
23AW淘系童装行业艺术手绘风格细分品类销售分布



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

备注：仅筛选销售占比 > 0.5% 的品类展示

23AW艺术手绘风格重点品类天猫vs淘宝销售占比

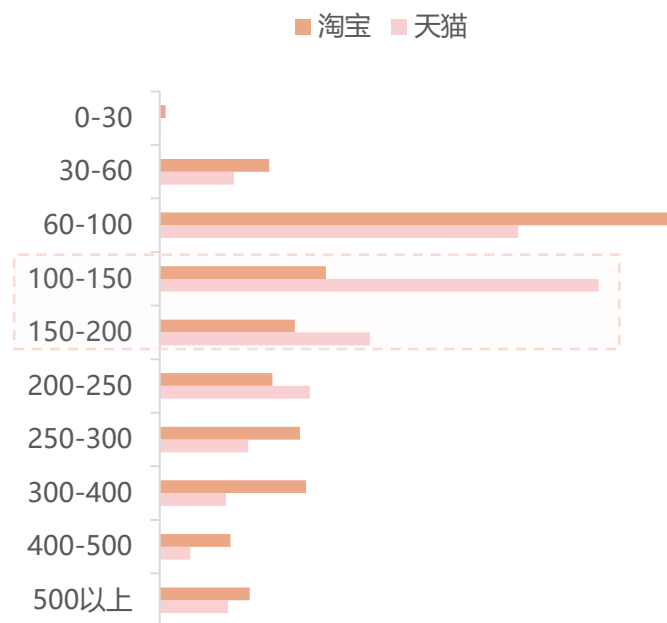


数据来源：阿里消费洞察，2023自然年，AW：8-12月

艺术手绘|重点品类天猫vs淘宝价格带分布

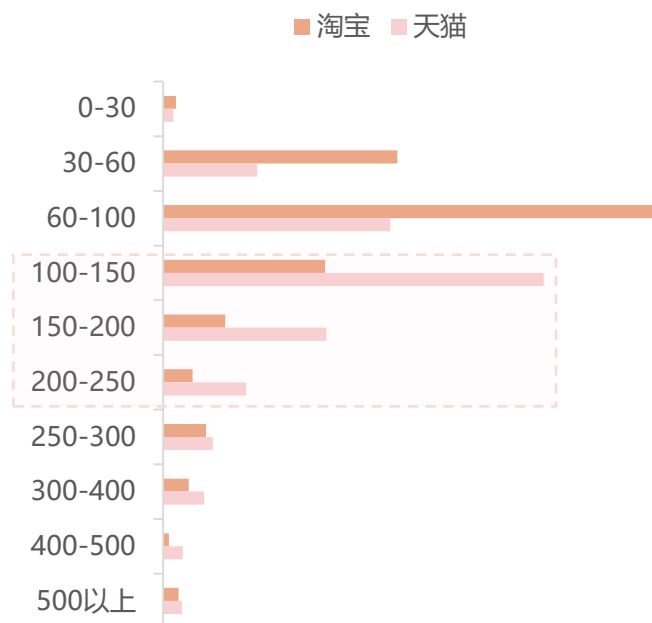
天猫100元以上毛衣、卫衣和60元以上T恤具备优势，需注重货品风格体现，60-100元毛衣、卫衣仍有提升空间

23AW淘宝&天猫艺术手绘毛衣/针织衫
价格带销售金额分布



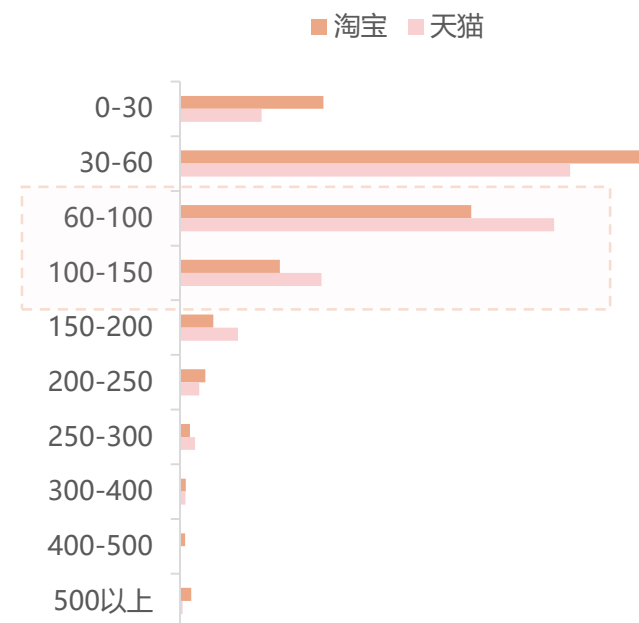
数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫艺术手绘卫衣/绒衫价
格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫艺术手绘T恤价格带销
售金额分布

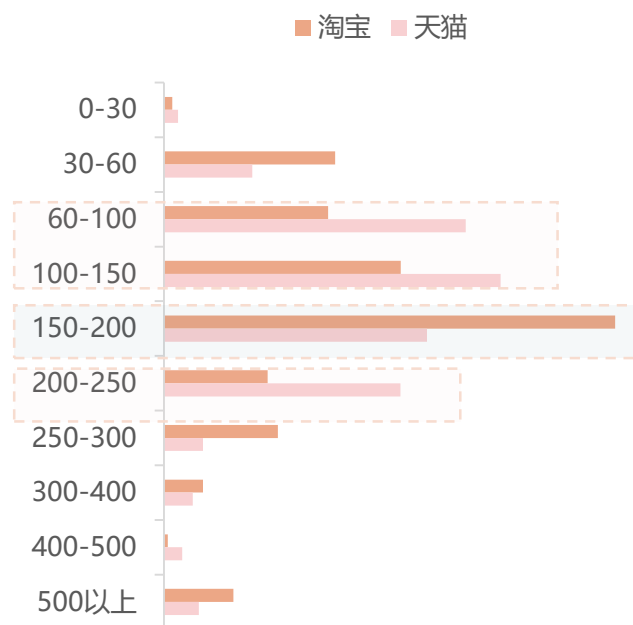


数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

艺术手绘|潜力品类天猫vs淘宝价格带分布

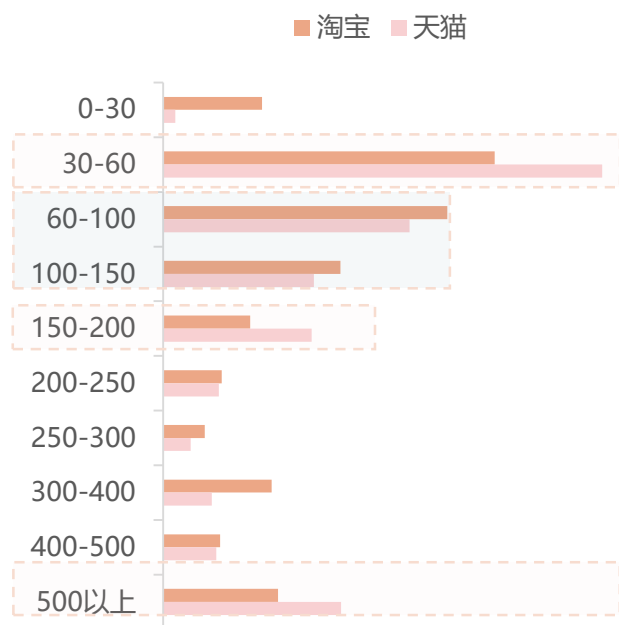
天猫150-200元普通外套、60-150元/300-400元亲子装、60-100元衬衫仍有提升空间，可加强货品供给

23AW淘宝&天猫艺术手绘普通外套价格带销售金额分布



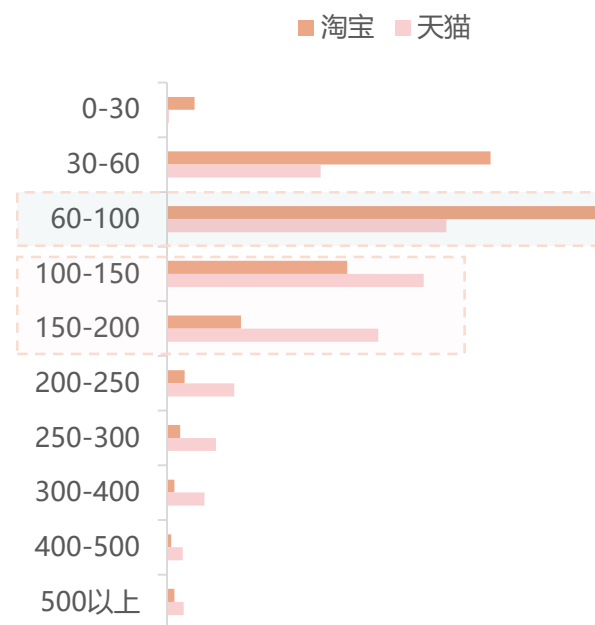
数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫艺术手绘亲子装/亲子时装价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

23AW淘宝&天猫艺术手绘衬衫价格带销售金额分布



数据来源：阿里消费洞察，2023AW：2023年8-12月

艺术手绘|风格货品

天猫商品在图案的原创设计上更具优势，色彩碰撞、段染、拼接等运用更具艺术感

天猫TOP商品

货品特征：以**卡通简画**为主，多采用印花/提花工艺，部分商品通过大胆的**色彩碰撞**展现童趣，**风景印花**图案更具艺术感。



兔子提花卫衣裤子套装



彩色涂鸦羽绒服



万花筒成像小熊涂鸦羽绒服



薯片涂鸦羽绒服



KAWS印花T恤



艺术风景印花外套



卡通简画插肩袖卫衣

淘宝TOP商品

货品特征：以提花毛衣/针织衫为主，多为**卡通动物图案**，此外，**彩色段染**和**彩色条纹拼接**也是艺术感手绘的体现。



动物提花毛衣



卡通印花卫衣



简笔画提花毛衣



卡通植绒刺绣连帽针织衫



卡通印花T恤

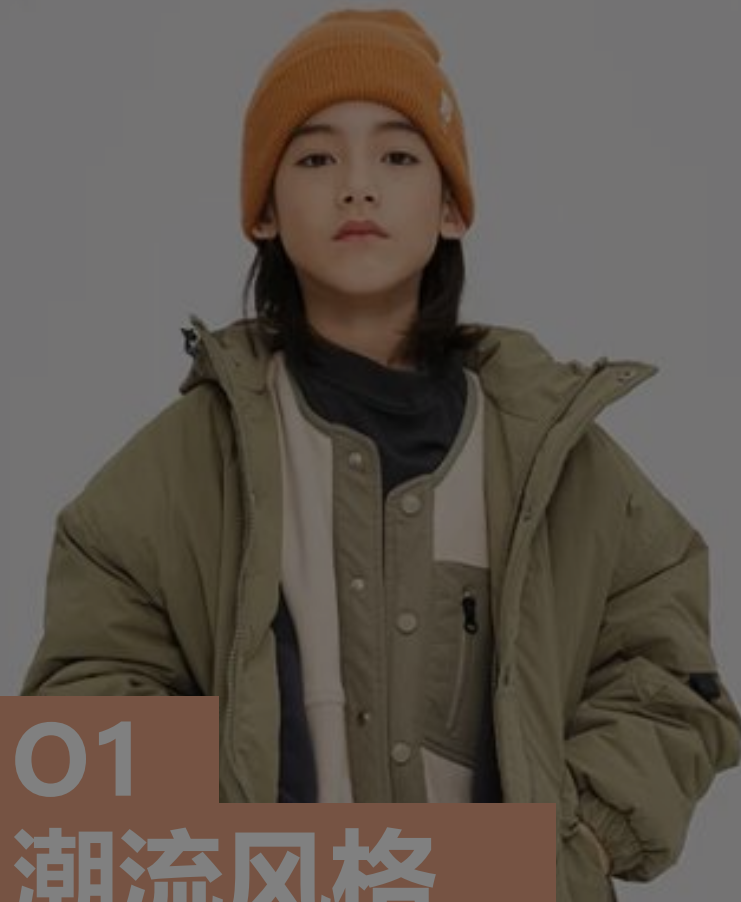


彩色段染毛衣套装



100%-Cashmere 彩色条纹山羊绒针织连帽开衫

数据来源：阿里消费洞察，23AW：2023年8-12月



01 潮流风格

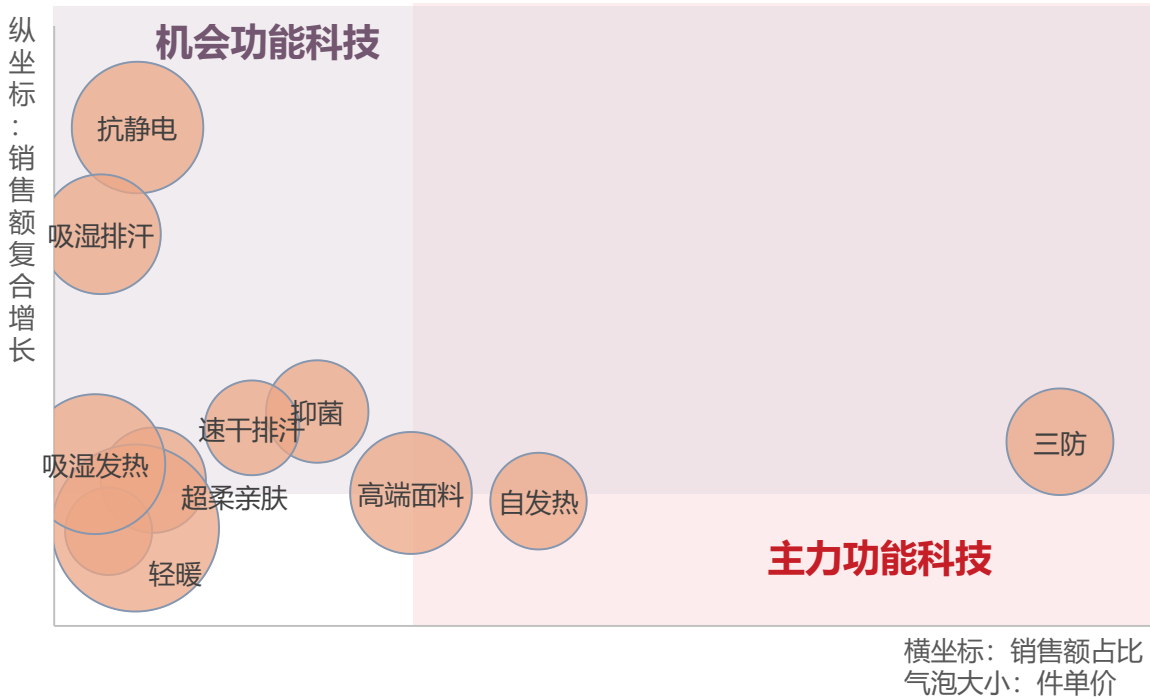


02 功能科技

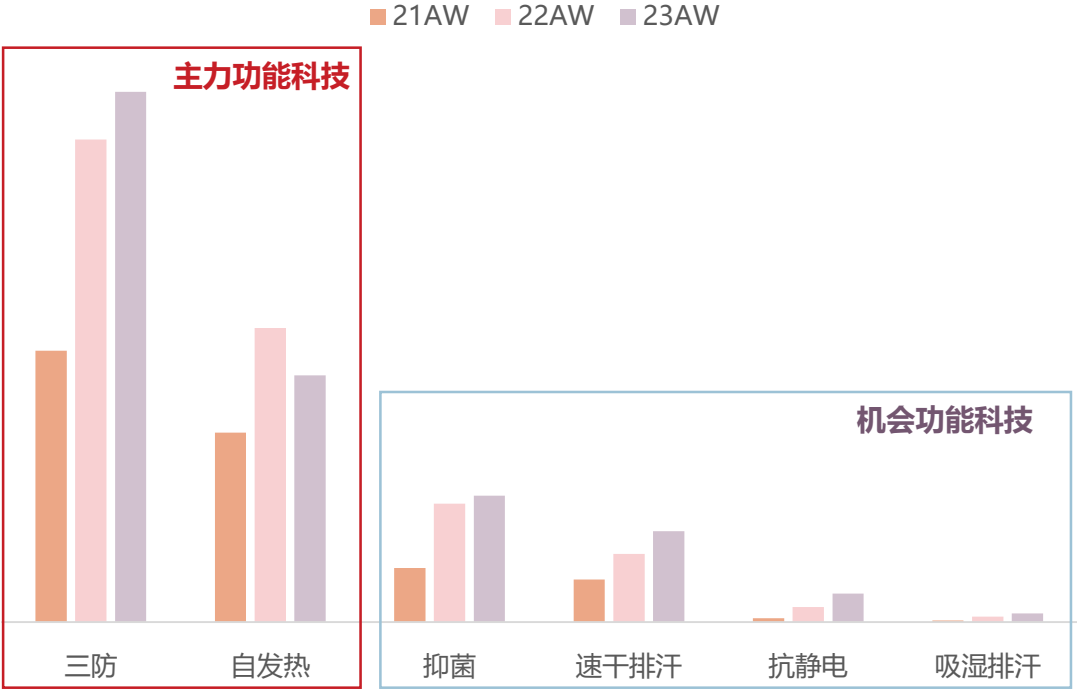
三防和自发热是秋冬童装的重要功能，抗静电和抑菌功能初具市场规模，前景广阔

秋冬季节的童装童鞋注重功能性的体现，三防和自发热技术成为秋冬童装的主要功能，其中三防科技连年增长，自发热热度趋势较高但站内销售同比略有缩减，需重点关注，抗静电、吸湿排汗、速干排汗和抑菌功能快速增长，其中抑菌功能市场规模可观，抗静电功以超高件单价展现出广阔的市场前景，吸湿排汗销售规模较小但增长较快，值得关注。

23AW天猫童装童鞋行业细分功能科技销售规模及复合增长



21-23AW天猫重点细分功能科技销售规模趋势

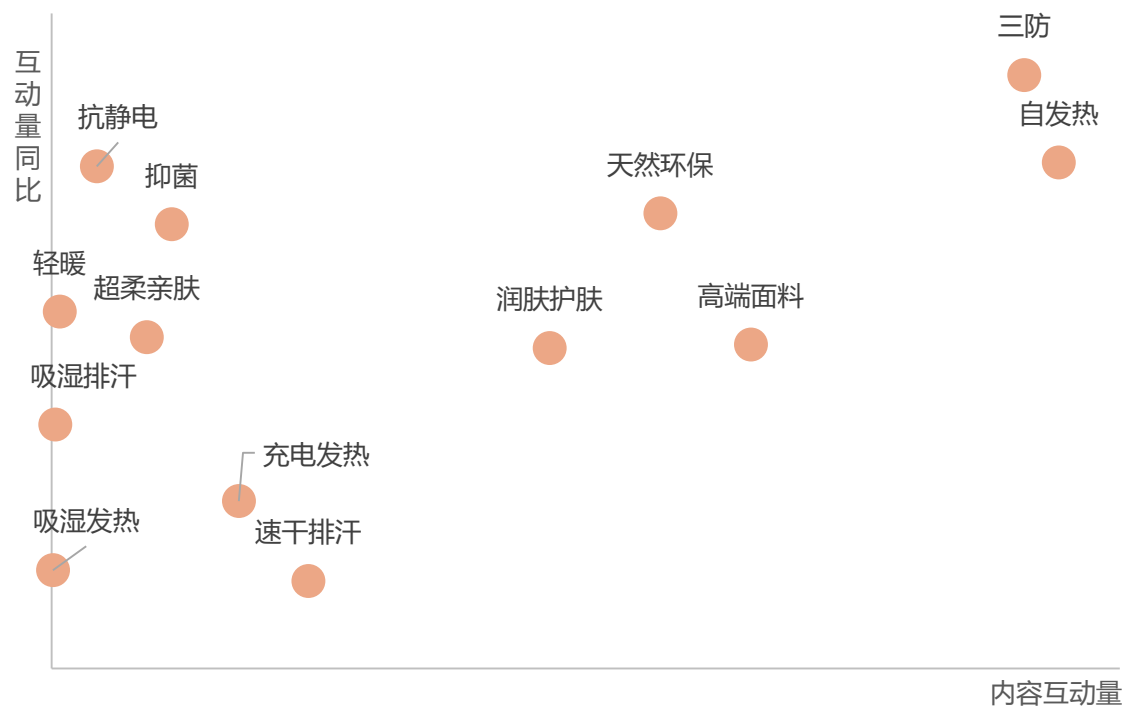


数据来源：阿里消费洞察，23AW：2023.8-2023.12，同比22AW：2022.8-2022.12

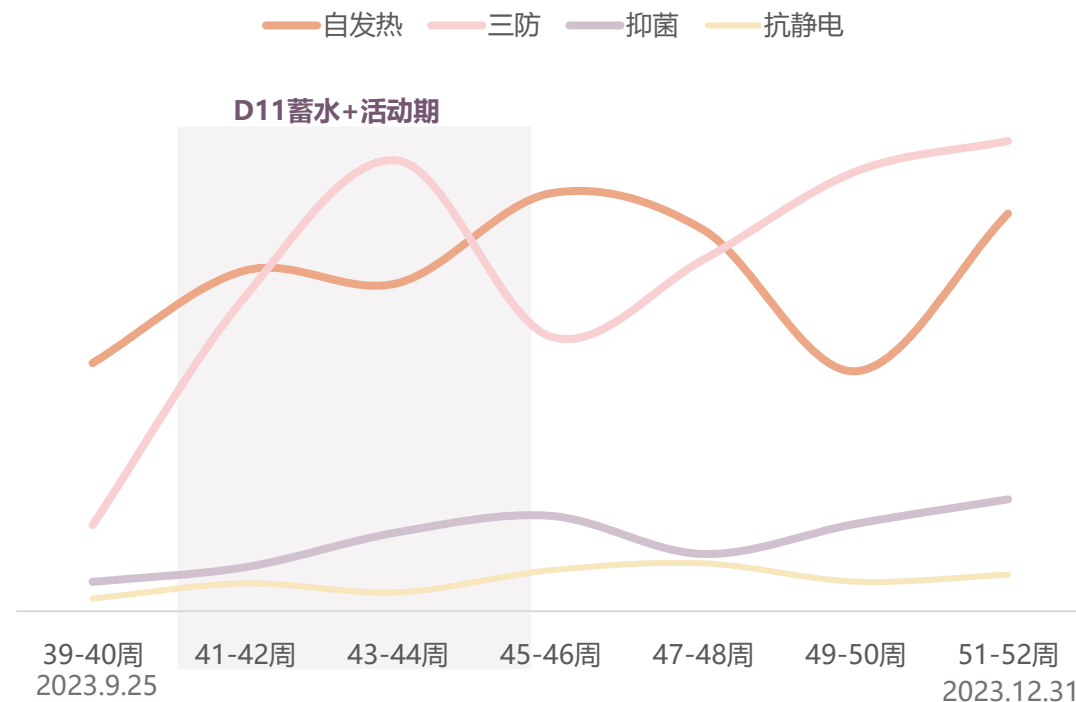
三防和自发热功能热度高涨，抗静电和抑菌功能讨论热度快速提升，双十一蓄水期和活动期互动快速爆发，是进行站内外种草的重要节点

童装童鞋功能科技赛道中，三防和自发热互动量较多，在站外社媒平台占据榜首，且同比快速增长，热度高涨，抗静电和抑菌功能内容趋势较好，讨论热度也快速提升，值得关注，D11蓄水期和活动期是站外社媒互动爆发的重要节点，**自发热和抗静电功能在12月入冬后有第二波爆发**，可配合平台活动节奏进行内容种草。

23AW童装童鞋功能科技站外社媒内容互动量及同比趋势



23年Q4季度重点功能科技站外社媒内容互动量走势

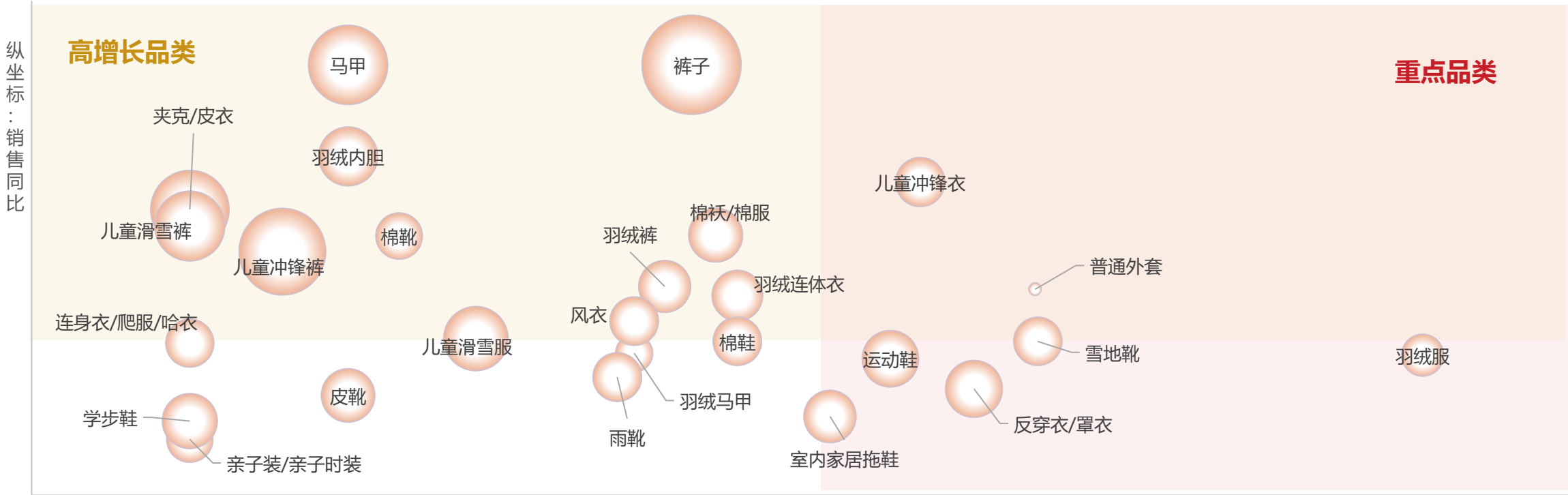


数据来源：智篆GI，AW：8-12月，
社媒平台包含：抖音、小红书、微博、知乎、淘宝/京东电商社区、母婴垂类论坛（育儿网、宝宝树、太平洋亲子网、柚宝宝、各地妈妈网）

三防|品类矩阵

羽绒服是核心品类，普通外套/雪地靴/儿童冲锋衣是重点品类，儿童冲锋衣供给机会较大，可增加商品布局，裤子/马甲/羽绒内胆增速快，供给机会大，可持续关注

23AW三防功能细分品类销售及供需矩阵



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

横坐标：销售额占比；气泡大小：供需指数

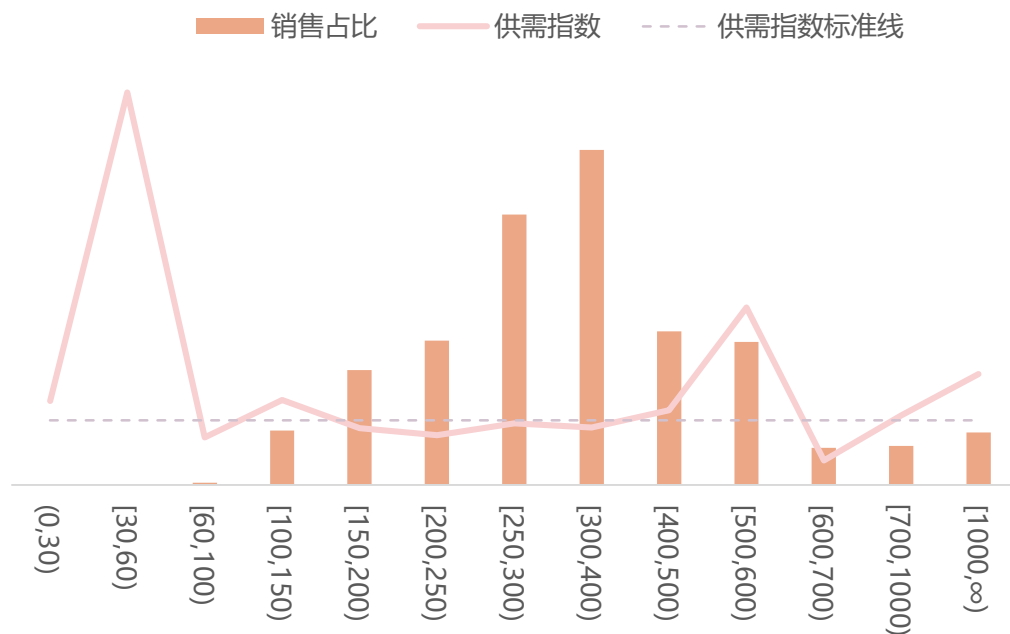
供需指数：ipv同比-商品数同比，数字越大供给机会越大；重点品类划分依据：销售额占比 > 均值为重点品类。同比高增长品类划分标准：品类同比增速高于该功能科技整体增速，为高增长品类

备注：仅筛选销售占比 > 0.1%的品类展示，为品类展示清晰，横坐标轴作基准为10的对数刻度处理

三防|重点品类价格段及供给

三防羽绒服核心价位段为250-400元，500-600元高端市场和100-150元低价位段缺乏供给，仍有市场机会，三防雪地靴核心价格段为60-100元，150-200元、250-300元价位段需求较大

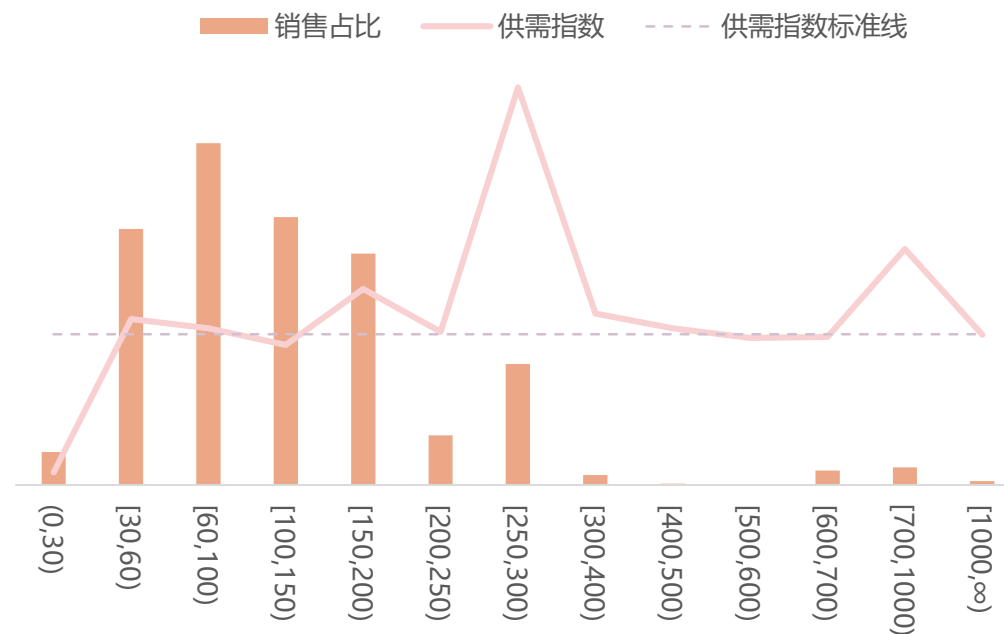
23AW三防羽绒服价格段分布及供需表现



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

供需指数：ipv同比-商品数同比，数字越大供给机会越大，供需标准线为该品类的总供需指数

23AW三防雪地靴价格段分布及供需表现



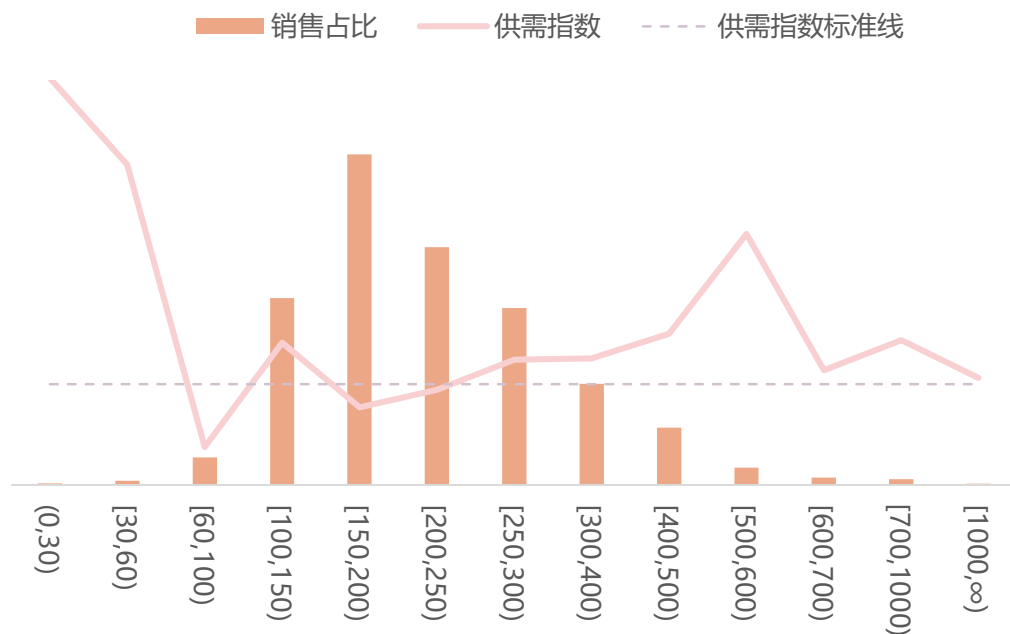
数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

供需指数：ipv同比-商品数同比，数字越大供给机会越大，供需标准线为该品类的总供需指数

三防|重点品类价格段及供给

三防外套核心价位段为150-200元，100-150元价位段需求较大，可增加商品供给，三防冲锋衣高价位段分布较多，200-250元、400-500元价位段需求多，市场机会较大

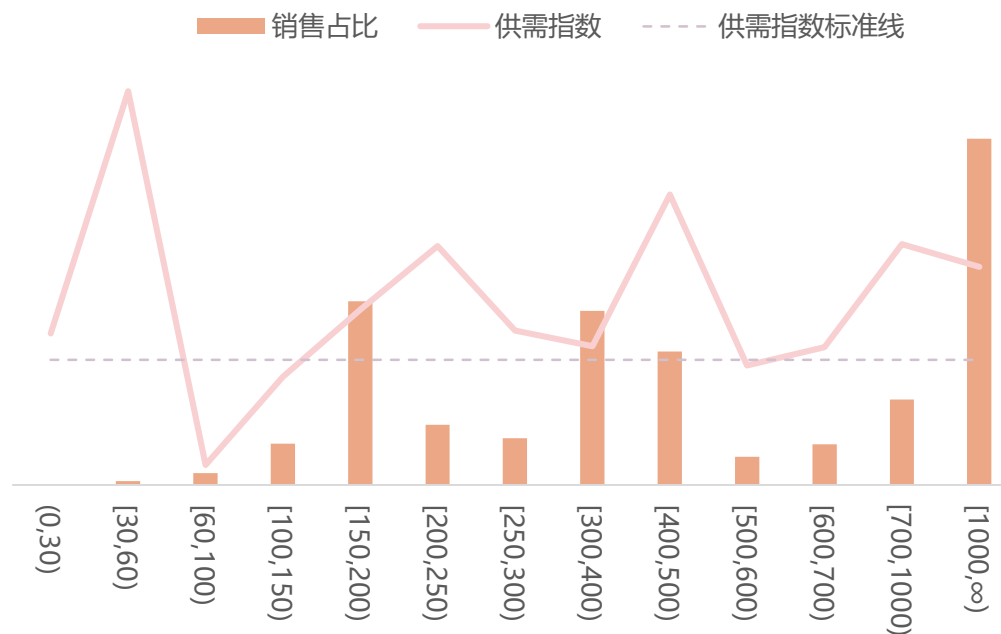
23AW三防普通外套价格段分布及供需表现



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

供需指数：ipv同比-商品数同比，数字越大供给机会越大，供需标准线为该品类的总供需指数

23AW三防儿童冲锋衣价格段分布及供需表现



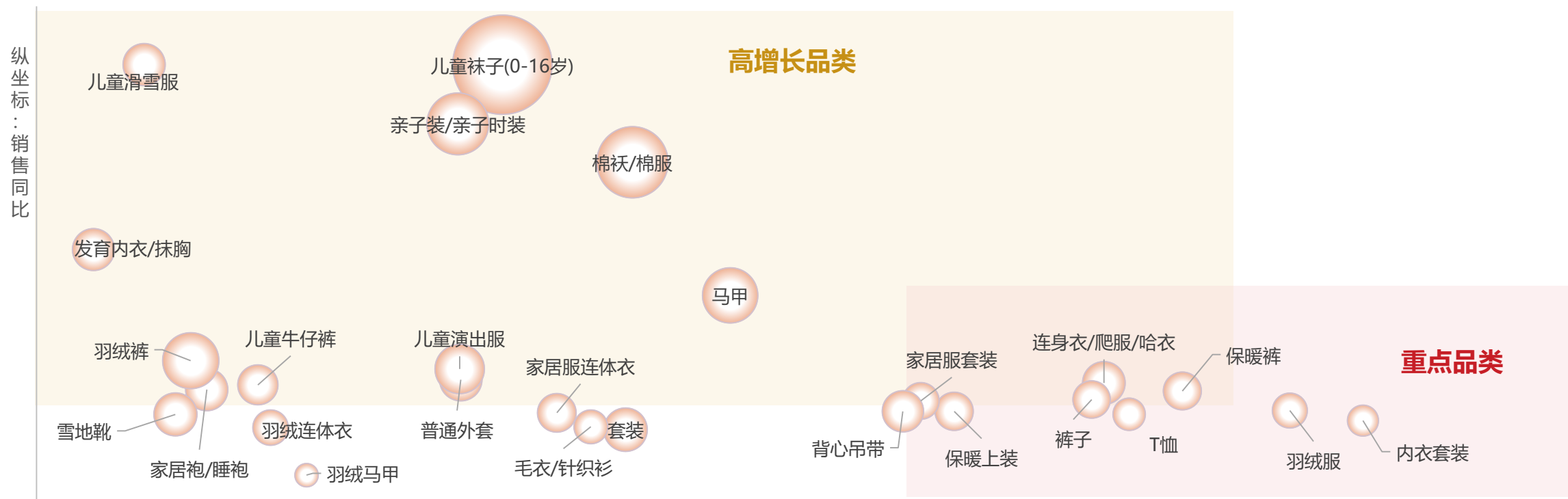
数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

供需指数：ipv同比-商品数同比，数字越大供给机会越大，供需标准线为该品类的总供需指数

自发热|品类矩阵

重点品类中内衣套装/羽绒服/连身衣/T恤/裤子可重点关注，棉服/袜子/亲子装供给机会大，儿童滑雪服快速增长，可持续关注

23AW自发热功能细分品类销售及供需矩阵



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

横坐标：销售额占比；气泡大小：供需指数

供需指数：ipv同比-商品数同比，数字越大供给机会越大；重点品类划分依据：销售额占比 > 均值为重点品类。同比高增长品类划分标准：品类同比增速高于该功能科技整体增速，为高增长品类

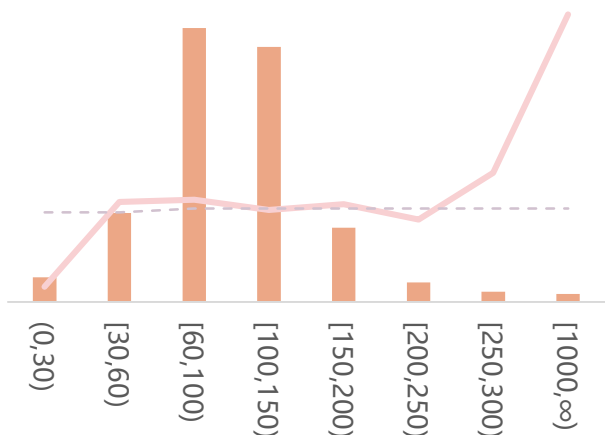
备注：仅筛选销售占比 > 0.1%的品类展示，为品类展示清晰，横坐标轴作基准为10的对数刻度处理

自发热|重点品类价格段及供给

自发热内衣套装核心价位段为60-150元，100元以下仍有供给机会，自发热羽绒服核心价位段为250-400元，200-250元低价位段和600元以上高端市场机会较大，自发热T恤主要集中于30-60元，且仍有供给机会

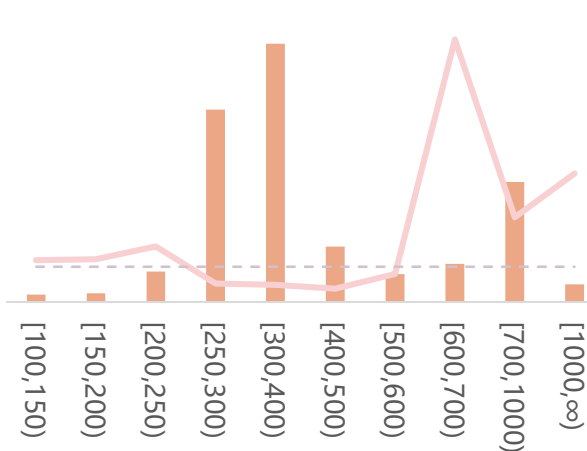
23AW自发热内衣套装价格段分布及供需表现

销售占比 供需指数 供需指数标准线



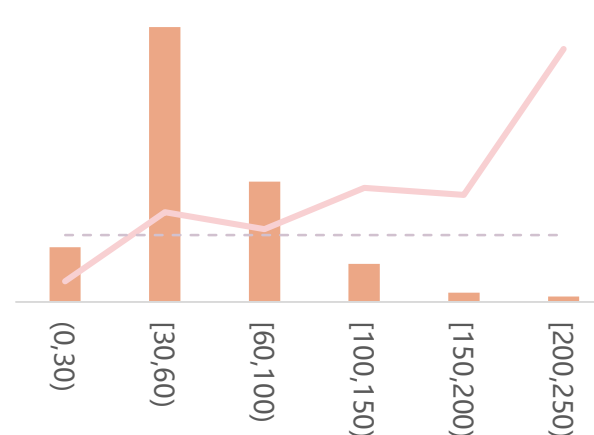
23AW自发热羽绒服价格段分布及供需表现

销售占比 供需指数 供需指数标准线



23AW自发热T恤价格段分布及供需表现

销售占比 供需指数 供需指数标准线



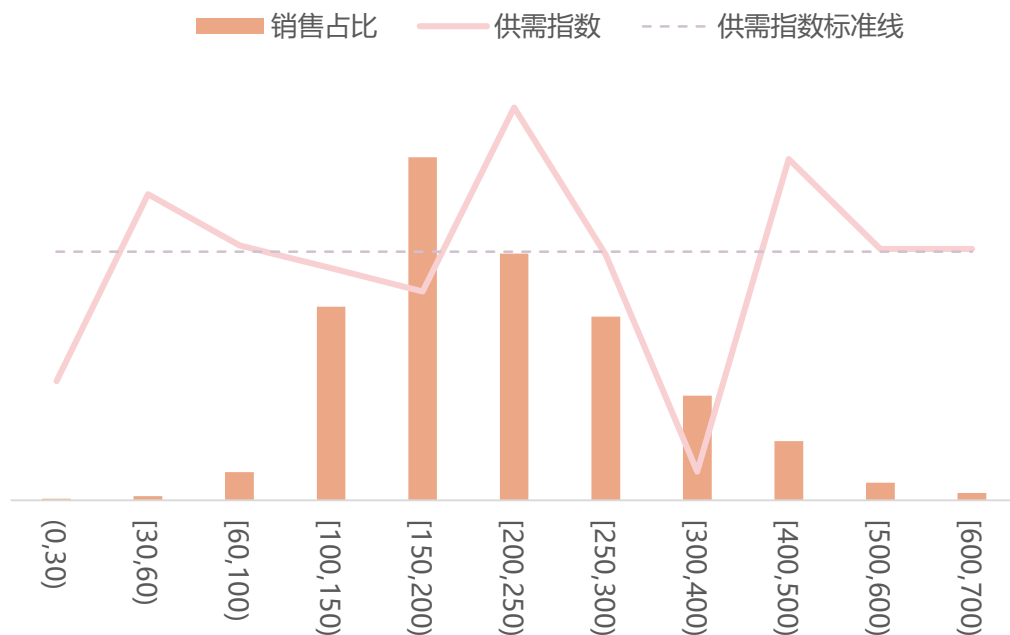
数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

供需指数：ipv同比-商品数同比，数字越大供给机会越大，供需标准线为该品类的总供需指数

自发热|重点品类价格段及供给

自发热连身衣核心价位段为150-200元，200-250元价位段需求较大，可增加商品供给，自发热裤子主要集中在30-100元价位段，150-200、250-300元市场机会较大

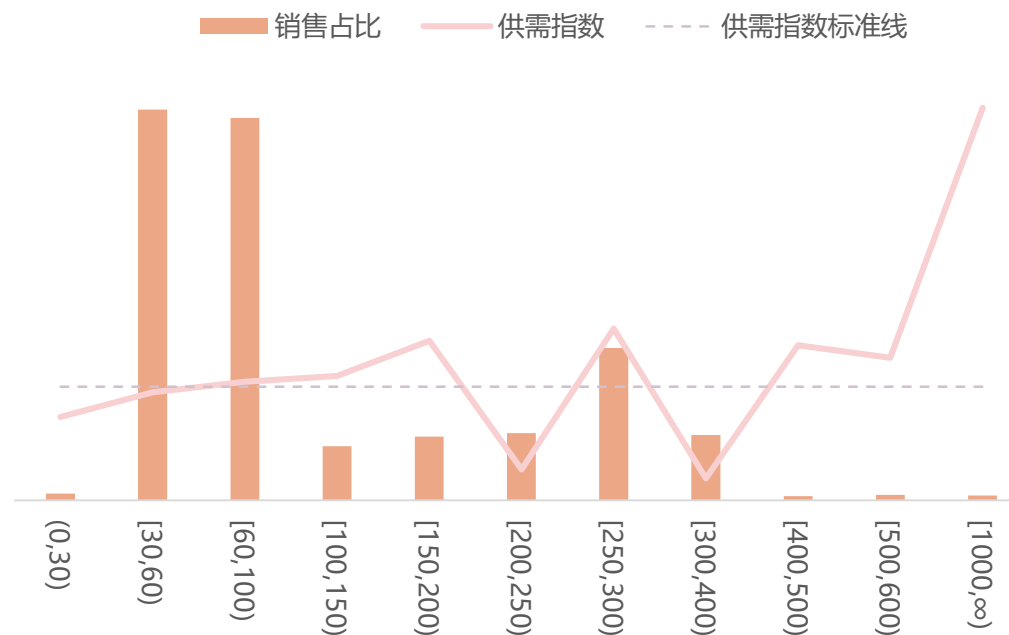
23AW自发热连身衣/哈衣/爬服价格段分布及供需表现



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

供需指数：ipv同比-商品数同比，数字越大供给机会越大，供需标准线为该品类的总供需指数

23AW自发热裤子价格段分布及供需表现



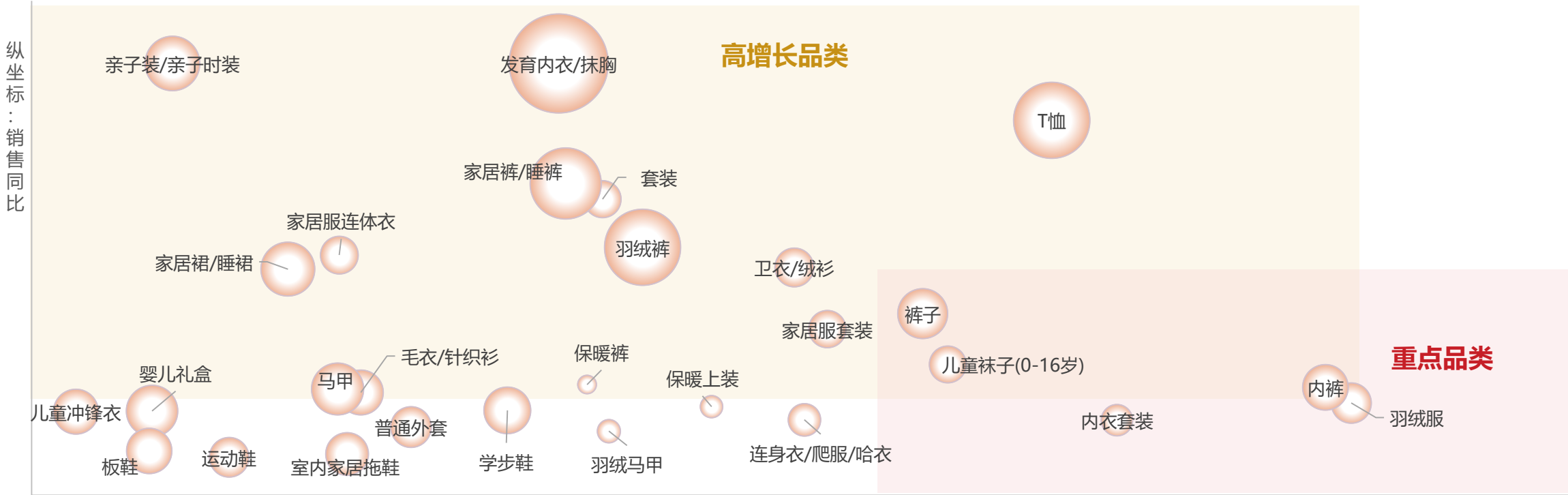
数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

供需指数：ipv同比-商品数同比，数字越大供给机会越大，供需标准线为该品类的总供需指数

抑菌|品类矩阵

羽绒服/内裤/内衣套装/袜子/裤子为重点品类，需重点关注，T恤/家居裤/羽绒裤/发育内衣供给机会大，亲子装快速增长，可持续关注

23AW抑菌功能细分品类销售及供需矩阵



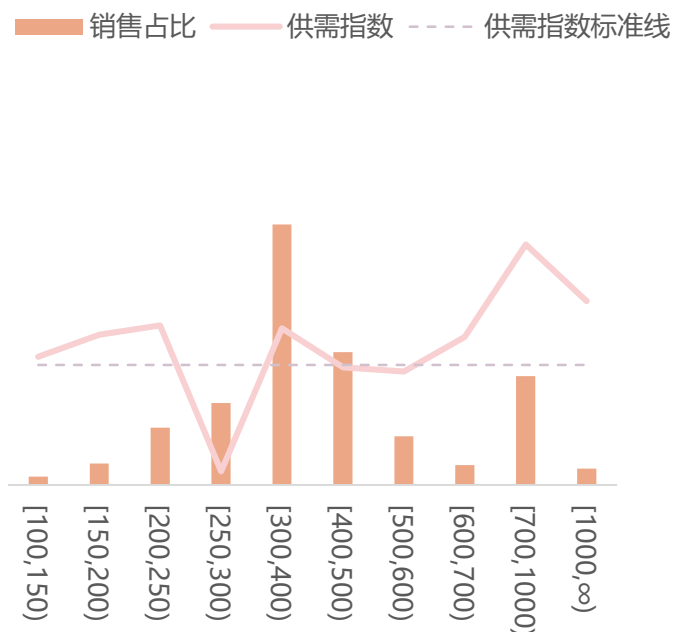
数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

供需指数：ipv同比-商品数同比，数字越大供给机会越大；重点品类划分依据：销售额占比>均值为重点品类。同比高增长品类划分标准：品类同比增速高于该功能科技整体增速，为高增长品类
备注：仅筛选销售占比>0.1%的品类展示，为品类展示清晰，横坐标轴作基准为10的对数刻度处理

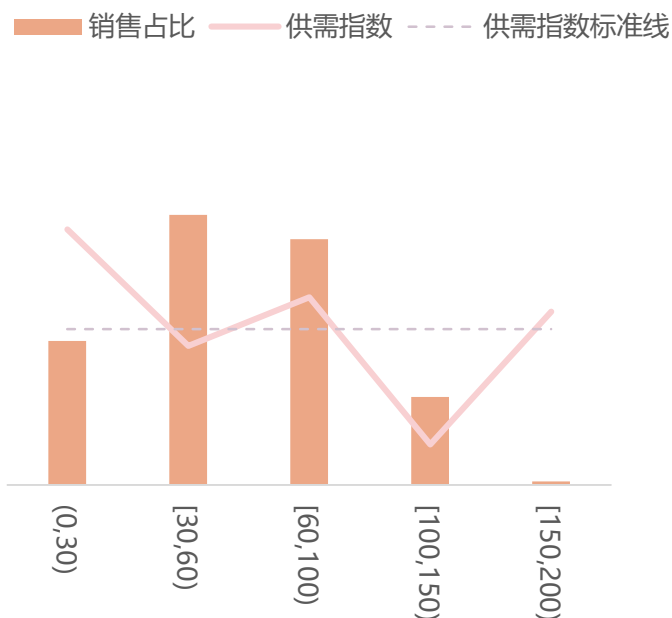
抑菌|重点品类价格段及供给

抑菌羽绒服核心价位段为300-400元，200-250元和700元以上高端市场机会较大，30元以内抑菌内裤需求较大，可增加货品供给，抑菌内衣套装集中于60-200元之间，60元以下性价比产品需求较大，值得关注

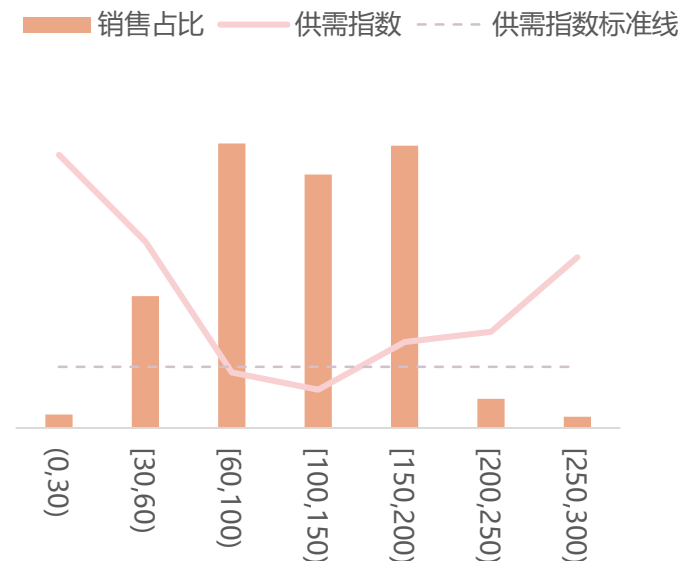
23AW抑菌羽绒服价格段分布及供需表现



23AW抑菌内裤价格段分布及供需表现



23AW抑菌内衣套装价格段分布及供需表现



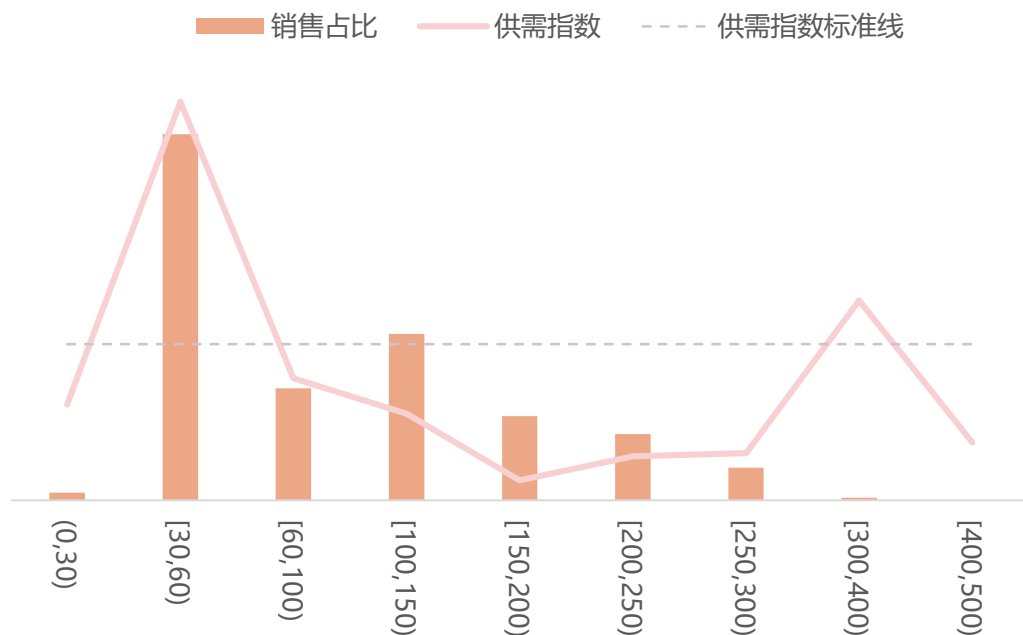
数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

供需指数：ipv同比-商品数同比，数字越大供给机会越大，供需标准线为该品类的总供需指数

抑菌|重点品类价格段及供给

抑菌T恤核心价位段为30-60元，且该价位段需求较大，可重点关注，抑菌袜子集中于30-60元之间，30元以内性价比产品需求较大，可增加货品供给

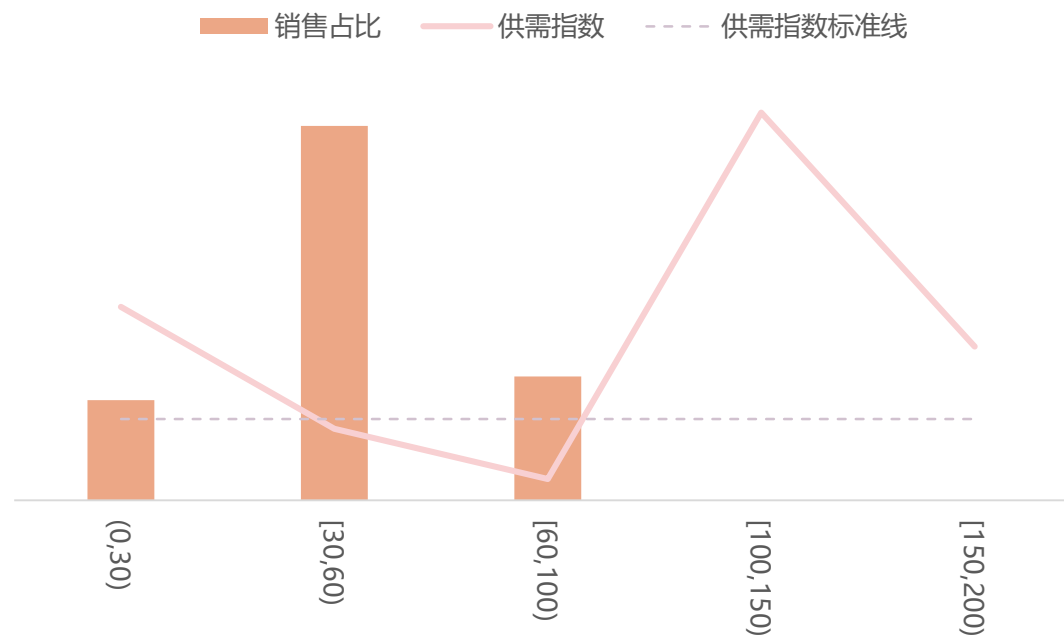
23AW抑菌T恤价格段分布及供需表现



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

供需指数：ipv同比-商品数同比，数字越大供给机会越大，供需标准线为该品类的总供需指数

23AW抑菌儿童袜子价格段分布及供需表现



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

供需指数：ipv同比-商品数同比，数字越大供给机会越大，供需标准线为该品类的总供需指数

抗静电|品类矩阵

普通外套/羽绒服为核心品类，家居服套装份额较大快速增长，值得关注，围巾/帽子/袜子/家居服连体衣供给机会大，可持续关注

23AW抗静电功能细分品类销售及供需矩阵



数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

横坐标：销售额占比；气泡大小：供需指数

供需指数：ipv同比-商品数同比，数字越大供给机会越大；重点品类划分依据：销售额占比 > 均值为重点品类。同比高增长品类划分标准：品类同比增速高于该功能科技整体增速，为高增长品类

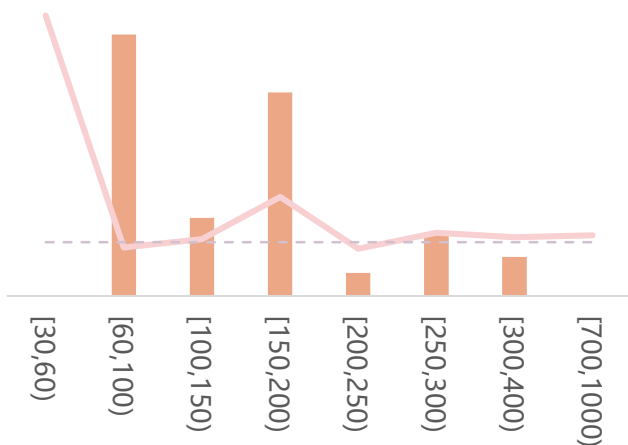
备注：仅筛选销售占比 > 0.1%的品类展示，为品类展示清晰，横坐标轴作基准为10的对数刻度处理

抗静电|重点品类价格段及供给

抗静电外套核心价位段为60-100元，60元以下和150-200元市场机会较大，抗静电羽绒服集中于500-600元且该价位段需求较大，值得关注，60元以内抗静电家居服套装可增加货品供给

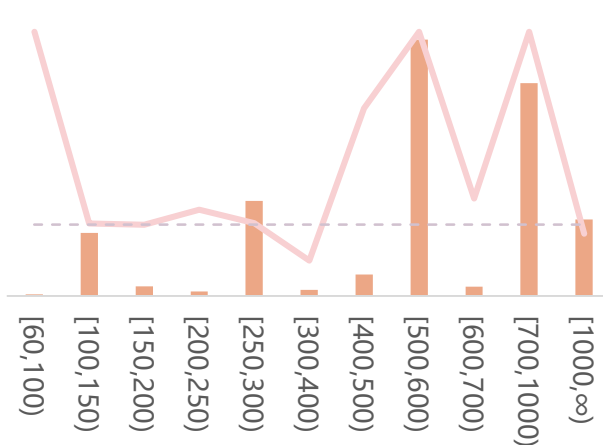
23AW抗静电普通外套价格段分布及供需表现

销售占比 供需指数 供需指数标准线



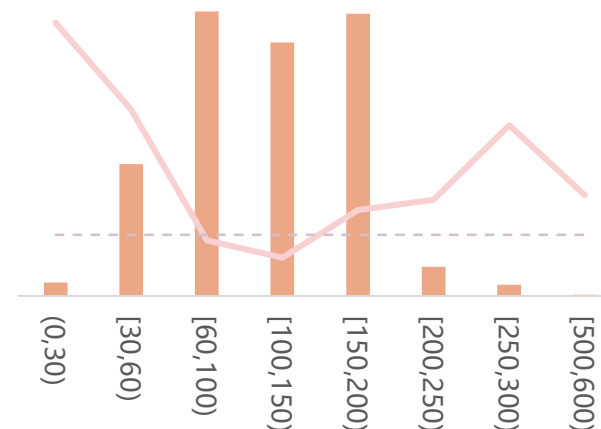
23AW抗静电羽绒服价格段分布及供需表现

销售占比 供需指数 供需指数标准线



23AW抗静电家居服套装价格段分布及供需表现

销售占比 供需指数 供需指数标准线

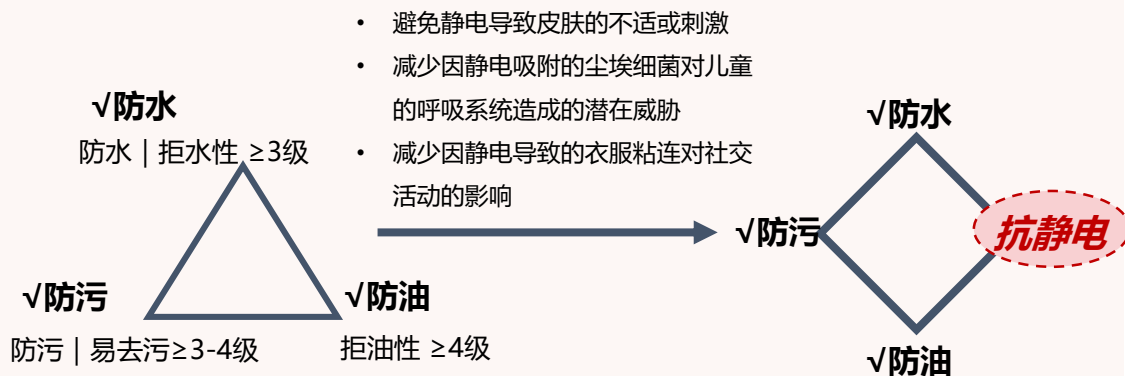


数据来源：阿里消费洞察，2021-2023自然年，AW：8-12月

供需指数：ipv同比-商品数同比，数字越大供给机会越大，供需标准线为该品类的总供需指数

重点功能科技升级方向

三防→四防



自发热→自发热+N, 多维度升级

外套类: 羽绒服/裤子

自发热+三防/耐磨

- ✓ 避免孩子在日常活动中的摩擦导致皮肤受损, 减少因材质不当引起的皮肤刺激和过敏反应。
- ✓ 减少因衣物破损而造成的皮肤划伤或其他小伤口, 降低意外伤害的风险

内穿类: 内衣套装/哈衣爬服/T恤

自发热+柔软舒适度

- ✓ 提高穿着舒适度
- ✓ 选择无害的材料可以减少这些化学物质对人体的危害, 保护儿童健康

抑菌→工艺升级, 天然、安全、耐久

化学抗菌助剂 → 植物抗菌助剂/本征抗菌纤维

- 易脱落, 不耐久
- 化学助剂易过敏

✓ 更天然、更安全

植物抗菌助剂: 如壳聚糖、甲壳素、松柏、艾草、芦荟等
原丝抗菌纤维: 如甲壳素/壳聚糖纤维、优可丝®安泰贝抗菌纤维

✓ 更耐久

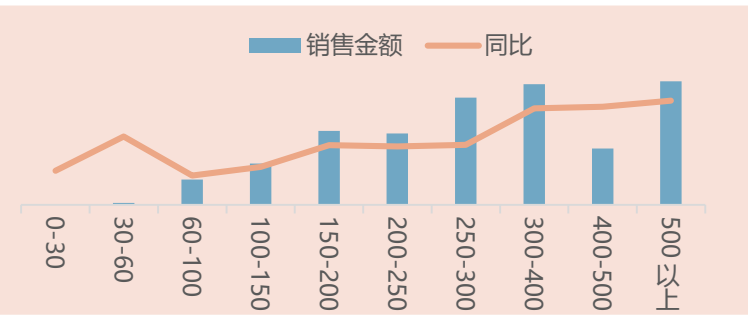
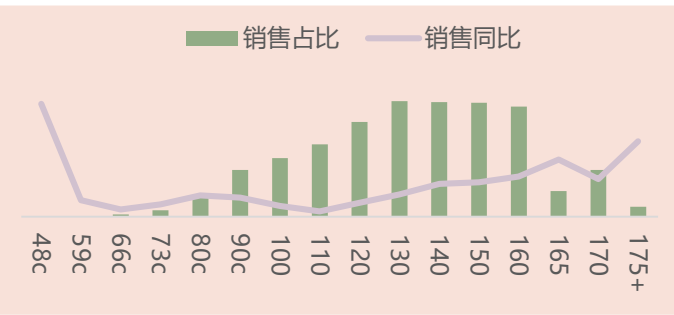
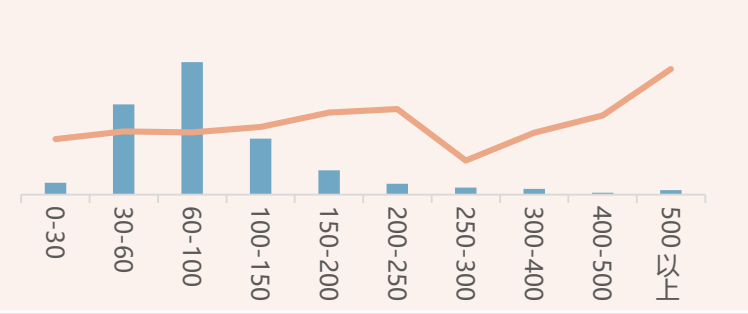
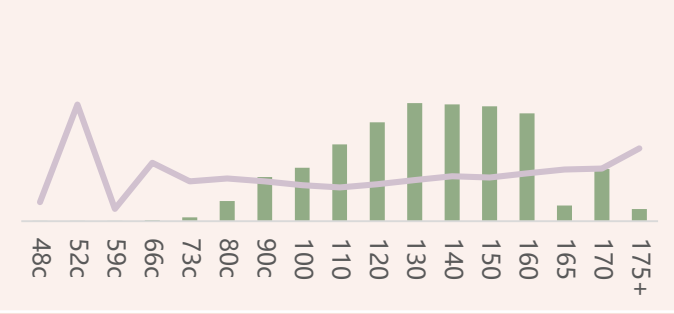
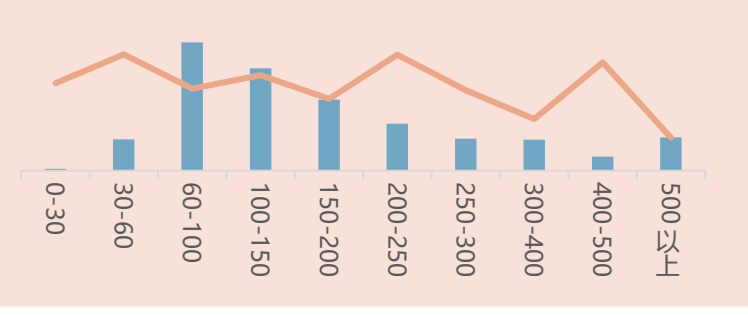
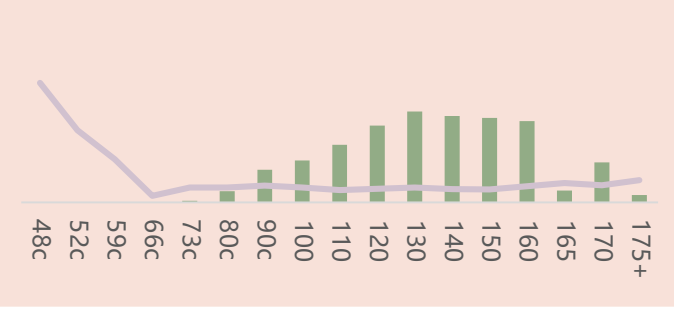
原丝抗菌纤维: 如电子束接枝材料等

抗静电→工艺升级, 更耐久

非耐久抗静电后整理 → 原丝耐久抗静电

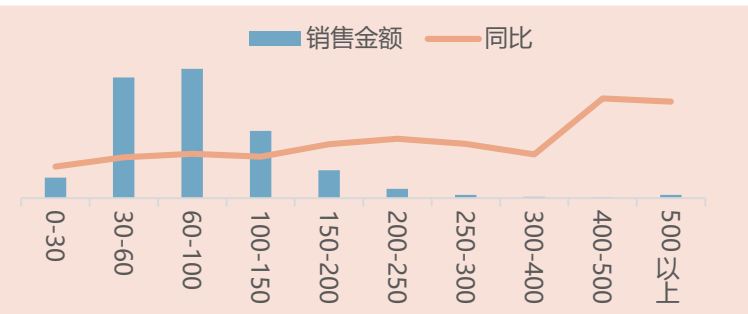
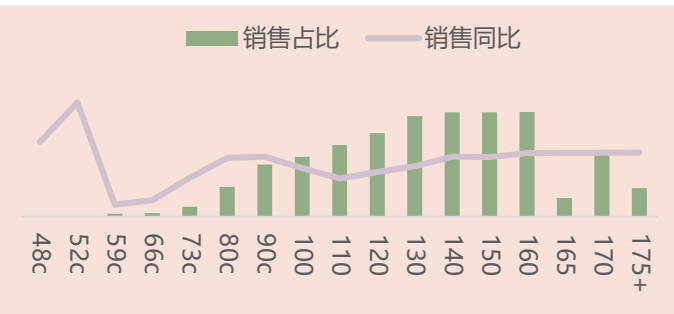
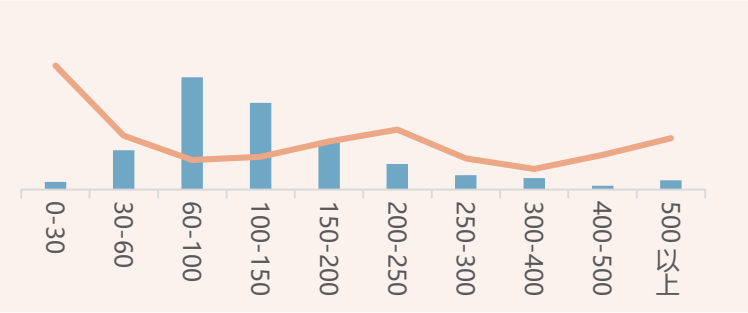
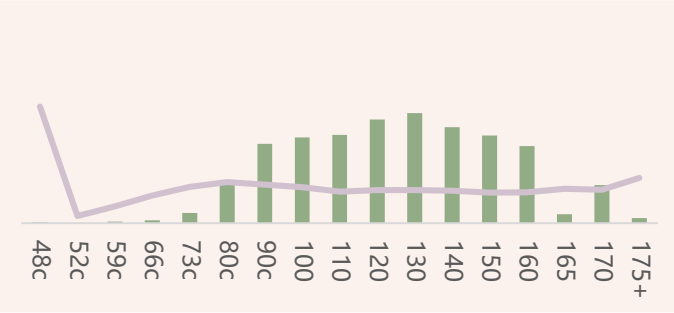
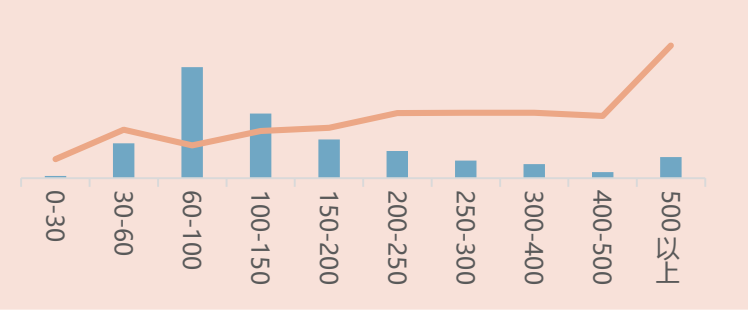
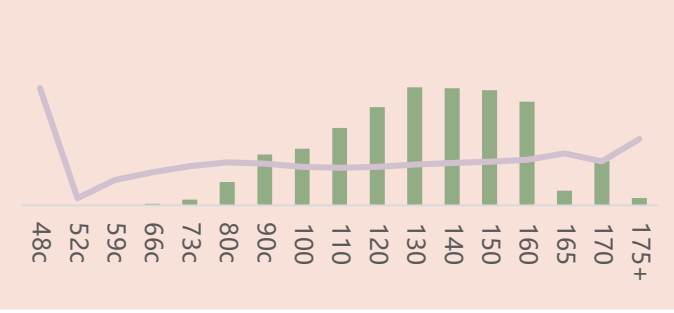
- 织物通过抗静电剂整理、导电材料涂层的方式获得抗静电功能, 可能存在水洗后耐久度不足、织物透气性较差的缺陷
- ✓ 原丝抗静电, 通过改性方法, 使纤维获得抗静电的性能, 纤维及织物能较好地保持原有的风格和力学性能, 同时具有耐水洗、更持久的抗静电性能

附录|核心类目趋势总结

类目	主力风格	主力功能	价格带分布	尺码分布	供给机会
羽绒服饰/羽绒内胆	山系户外 街头潮酷 浪漫公主	三防 自发热 抑菌 抗静电			①100-150，轻薄羽绒服； ②150-200，三防羽绒服； ③300-400，鹅绒羽绒服
裤子	山系户外 时尚休闲 森系田园 亲子户外	速干排汗 三防 自发热			①60-100元，小童潮流风格市场，大童科技性价比 ②100-150元，瑜伽裤/山系户外/功能科技款；
外套/夹克/大衣	山系户外 街头潮酷 时尚休闲	三防 抗静电			①60-100，抓绒外套； ②100-200元，防风外套

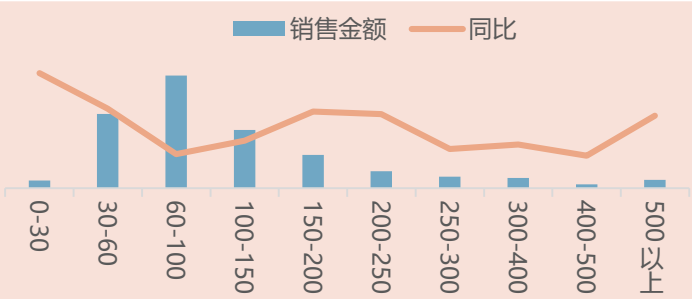
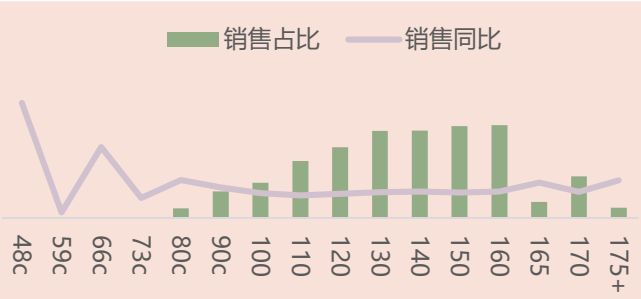
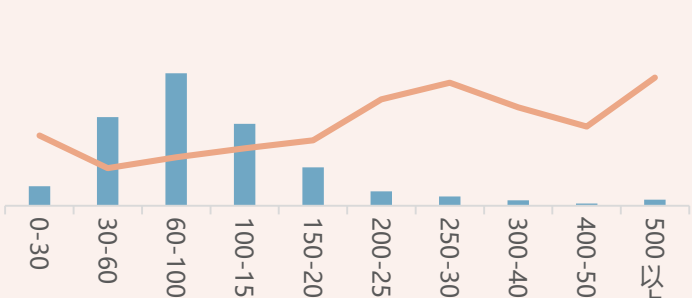
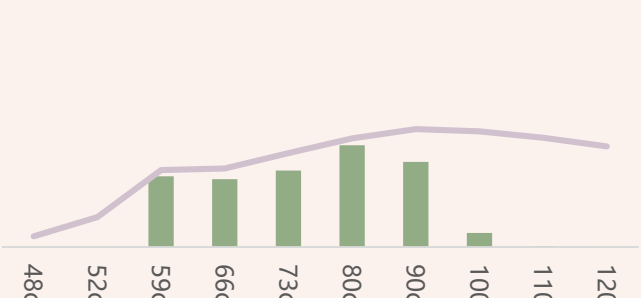
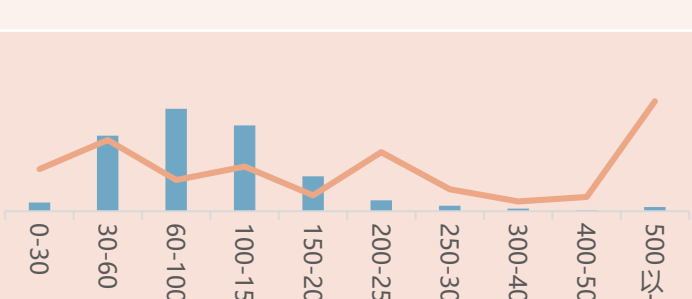
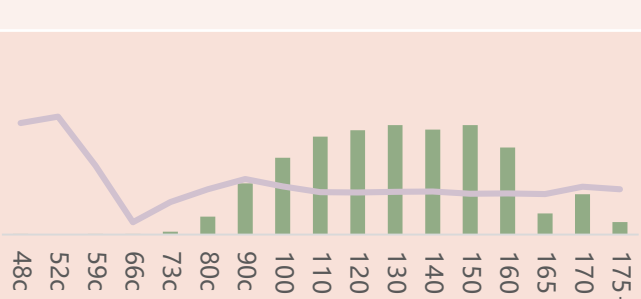
数据来源：阿里消费洞察

附录|核心类目趋势总结

类目	主力风格	主力功能	价格带分布	尺码分布	供给机会
内衣套装	/	自发热 速干排汗 抑菌 高端面料			①全价格带，自发热/速干排汗/抑菌/高端面料； ②全价格带，轻运动场景、外穿场景（如体育课课间等）
套装	时尚休闲 街头潮酷 甜酷少女	/			① 150元以下的休闲运动和潮酷风套装； ② 150元以上的功能科技、户外风格的套装
毛衣/针织衫	浪漫公主 艺术手绘 元气学院	/			①150元以下的中式国风、浪漫公主、元气学院； ② 节令仪式（年服）

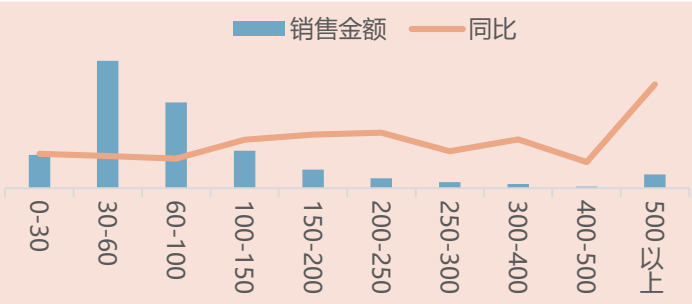
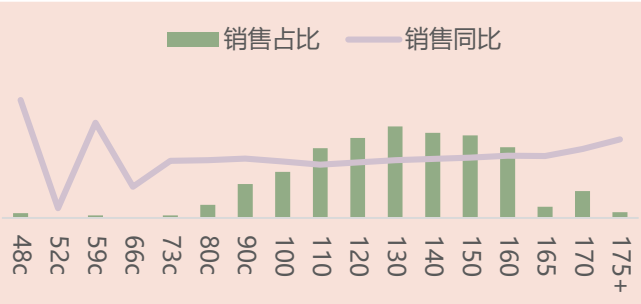
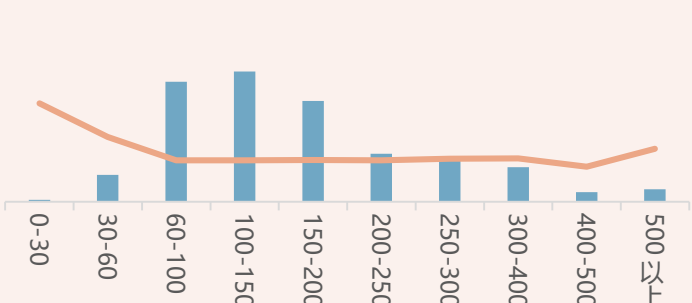
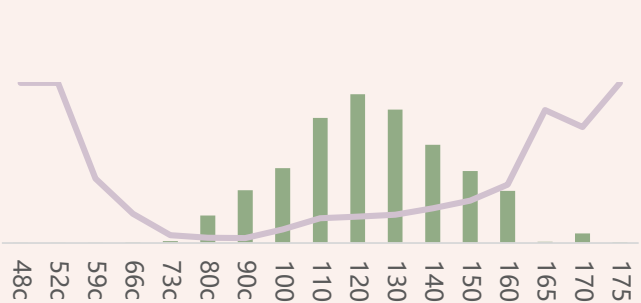
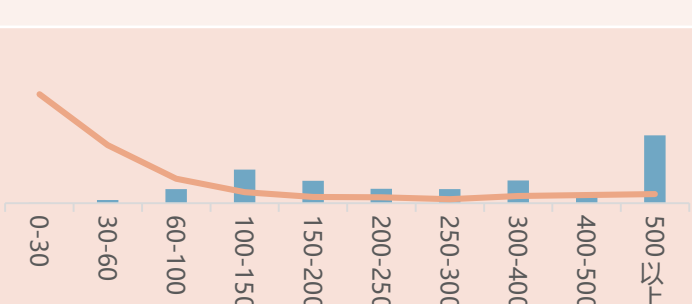
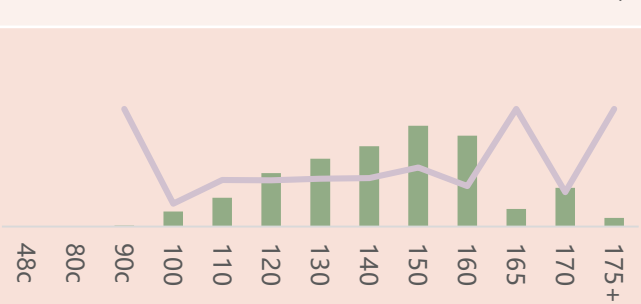
数据来源：阿里消费洞察

附录|核心类目趋势总结

类目	主力风格	主力功能	价格带分布	尺码分布	供给机会
卫衣/绒衫	时尚休闲 元气学院 山系户外 生肖限定	自发热			①60-100元，非基础款； ②100-200元，高调性风格货品：参考前面风格； 该品类核心是做强风格化：大童时尚、小童丰富
连身衣/爬服/哈衣	森系田园 北欧风 法式风 纯色简洁	自发热 抑菌 高端面料 速干排汗			① 30-60的性价比基础款 60-100的风格类(森系/北欧风/法式风)； ② 30-60 专业呵护(基础A类/纯棉) 60-100(速干排汗/竹棉)
家居服套装	时尚休闲 浪漫公主 艺术手绘 萌趣造型	速干排汗 自发热 超柔亲肤 抑菌 抗静电			①全价格带，IP/时尚休闲/浪漫公主/艺术手绘/萌趣造型； ②全价格带，速干排汗/自发热/超柔亲肤/抑菌/抗静电； ③全价格带，一公里出行服

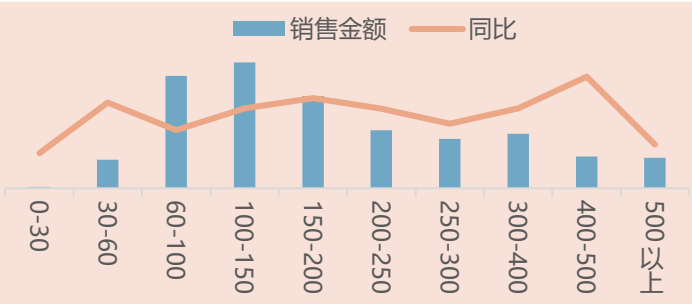
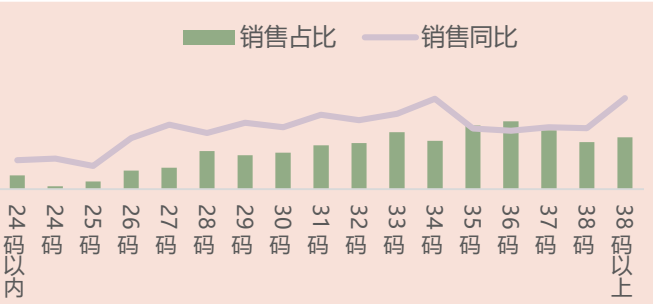
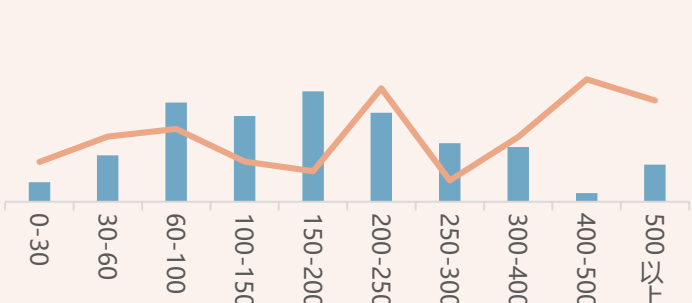
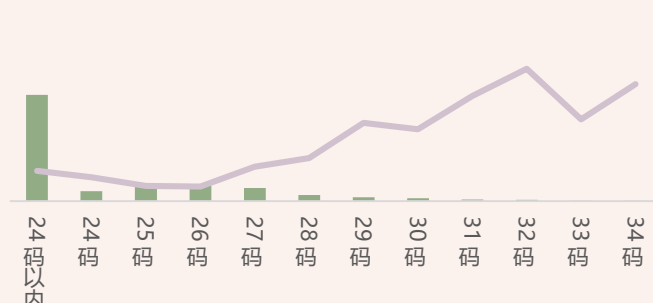
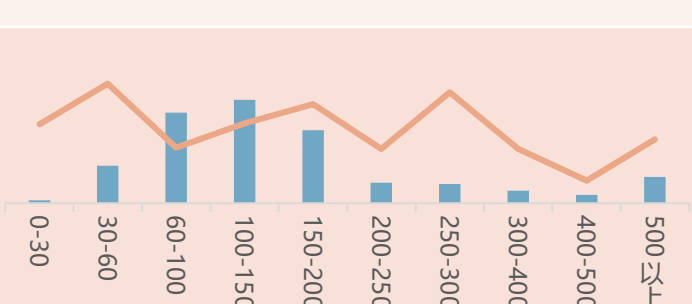
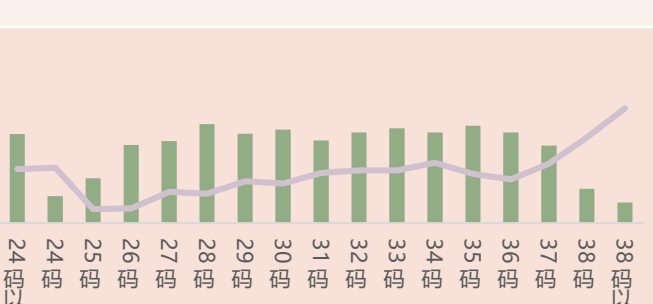
数据来源：阿里消费洞察

附录|核心类目趋势总结

类目	主力风格	主力功能	价格带分布	尺码分布	供给机会
T恤	时尚休闲 街头潮酷 艺术手绘	速干排汗 自发热 超柔亲肤 抑菌			60-100元速干T恤/ 亲子运动/艺术手绘/ 山系户外
儿童旗袍/唐装/民族服装	中式国风	/			全价格带，便于出 行的新中式/马面裙 等
儿童冲锋衣	山系户外 街头潮酷	三防 抗静电			200-400元冲锋衣 (需要更符合儿童的 色彩)

数据来源：阿里消费洞察

附录|核心类目趋势总结

类目	主力风格	主力功能	价格带分布	尺码分布	供给机会
运动鞋	户外机能风 复古风 浪漫公主	缓震 防滑 防崴脚 轻便透气			①150元以上市场，尤其150-200/200-250/250-300市场； ②小童（28-32）、中大童（33码以上）市场
婴幼童鞋	/	防滑防摔 防崴脚 护趾 透气 速干排汗 抑菌			① 150元内，性价比价格带二三阶段学步稳步； ② 专业呵护，一阶段学步初期-爬站； ③ 拉新类目，新生儿袜鞋
儿童靴子	轻户外	自发热 三防（防水防污防滑） 透湿透气 轻量化			① 全价格带，三防； ② 全价格带，轻户外

数据来源：阿里消费洞察

报告作者&致谢

报告指导委员会

暮珊	淘天集团品牌业务发展中心	快消总经理
立飒	淘天集团品牌业务发展中心	快消母婴亲子行业负责人
墨钰	淘天集团品牌业务发展中心	快消天猫童装童鞋行业负责人
王丽	智篆GI	副总经理

报告作者

程芷涵	智篆GI	数据咨询总监
李天舒	智篆GI	资深数据分析师
鲍雨	智篆GI	数据分析师

视觉设计

莫柳毅	智篆GI	资深平面设计专家
-----	------	----------

报告共创

本报告由淘天集团品牌业务发展中心与智篆GI共同完成。
天猫童装童鞋行业：蔓塔、离牧、邓邓
特别感谢：犀牛制造提供的资料参考

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天猫童装童鞋秋冬趋势白皮书》产出报告数据基于阿里消费洞察、TMIC问卷调研、市场公开信息等数据来源。图片来源于网络&淘宝平台商品详情及POP服装潮流趋势网。

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。