

# 天猫服饰行业 春夏趋势 白皮书

20  
24



# 寄语



## 米澜

### 阿里巴巴天猫服饰事业部 总经理

中国正经历着从年轻化到逐渐老龄化的人口结构转变，同时新一代消费者群体的崛起，使得个性化、多样化的消费需求愈发明显。中国社会经济的转型带来了不同年龄层人群生活方式的日益多元化，在这样的大背景下，天猫服饰作为品牌和消费者的桥梁，以数据为基础，以市场为导向，关注消费者在生活方式、审美偏好、购买行为上的新变化，为品牌提供新消费机会洞察和供给聚焦指引，找到蓝海增量机会。



## 叶挺

### 杭州智篆文化传播有限公司 总经理

2023年服饰行业拨开云雾迎来复苏的拐点，展现出强韧的活力。伴随大众生活态度和消费观念的转变，对服饰的需求不仅限于彰显时尚个性，而且承载了消费者对精神文化的追求。消费者的需求变迁给平台和商家同时带来了新的机遇和挑战。希望通过服饰行业春夏趋势的洞察，能帮助商家全面深入地了解新用户形态和市场机会，抓住服饰增长点，为天猫服饰消费者带来更多新趋商品和新奇购物体验。



## 苏誉

### 阿里巴巴天猫品牌营销部 总经理

在新消费浪潮的席卷下，我们对于新的消费者，新的生活习惯，新的理念认知，需要有全面的理解，才会有新商业的欣欣向荣。这份报告基于消费大数据洞察，从过去一年的各类消费人群，进行深度拆解消费者需求点的变化，解析各流行趋势下的背后深刻动因和货品趋势，期待报告可以让大家对于当下服饰行业的消费有更加清晰的认知，助力大家共同赢得市场新机遇。

# 目录

**PART 01**  
天猫服饰发展消费趋势

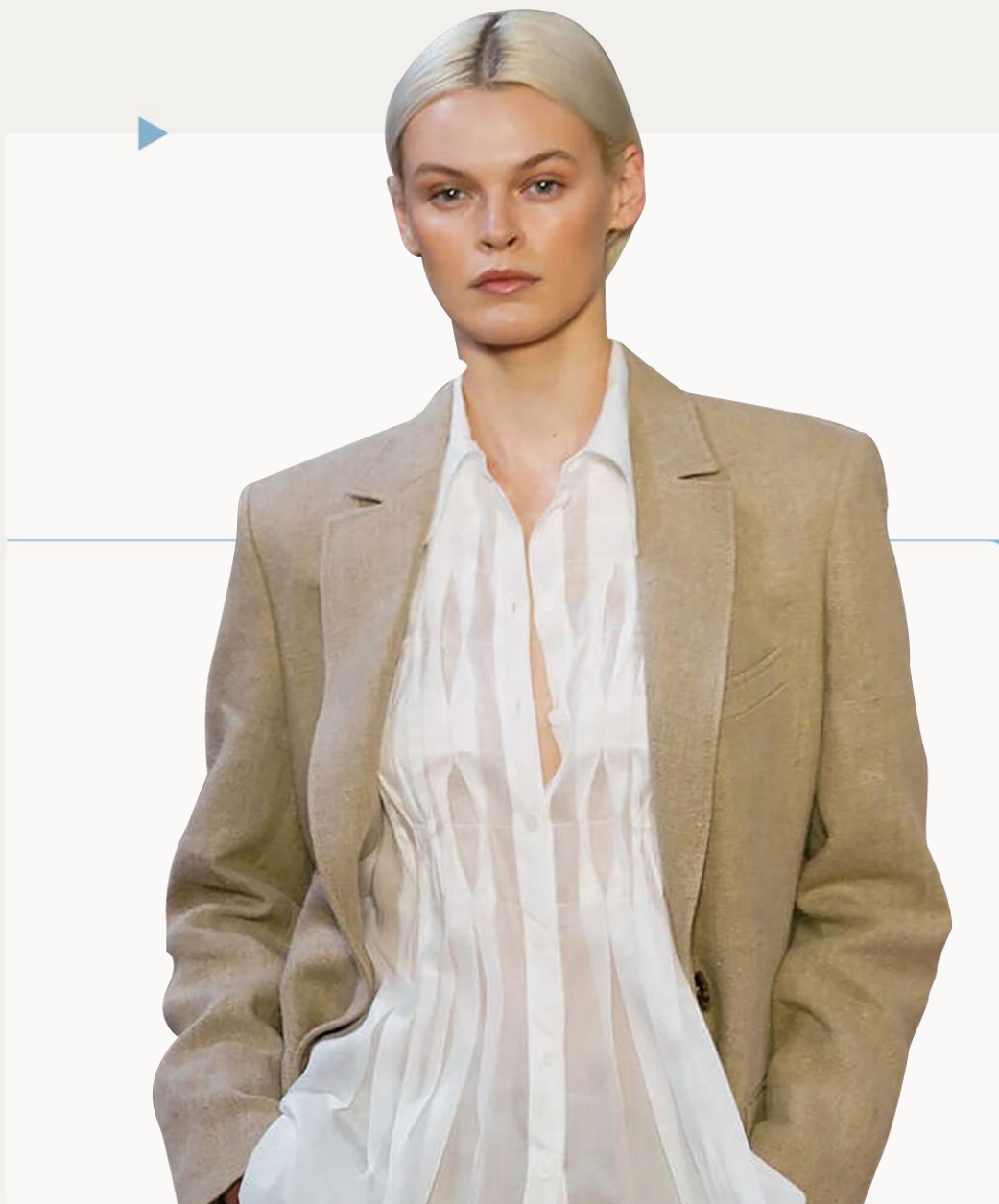
**PART 02**  
时尚前沿人群生活态度

**PART 03**  
2024春夏风格趋势

**PART 04**  
2024春夏品类核心赛道

# PART 01

## 天猫服饰发展消费趋势



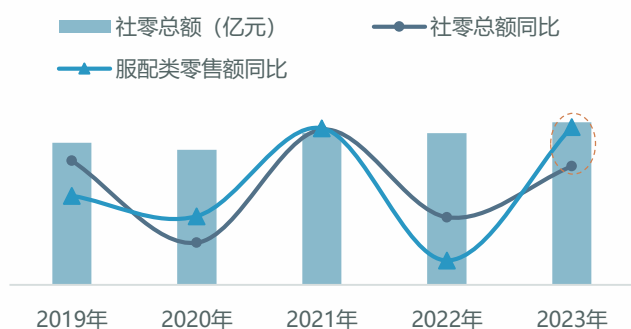
# 服饰行业发展概览

服饰产业向暖，天猫服饰品类多元发展，高品质与新消费双驱动

大服饰市场出现回升拐点，消费者在服饰的花费增多

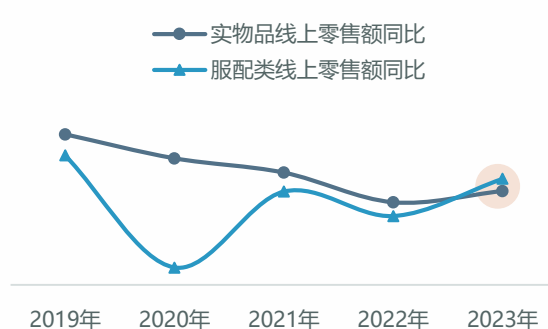
2023年以来，居民消费持续升温，社零总额持续同比正增长。伴随日益丰富的出行和社交场景，居民对鞋服配饰的消费热情充分释放，2023年，服饰类商品零售额同比增速近3年首次超过社零总额增速。同时，线上服饰市场仍处于快速发展阶段，服配商品网上零售额保持快速增长。整体来看，2023年是中国鞋服市场的新拐点，2024年仍将迎来多重机遇和挑战。

2019-2023年我国社会消费品及服配类商品零售额趋势



数据来源：国家统计局

2019-2023年我国分消费类型线上零售额同比趋势

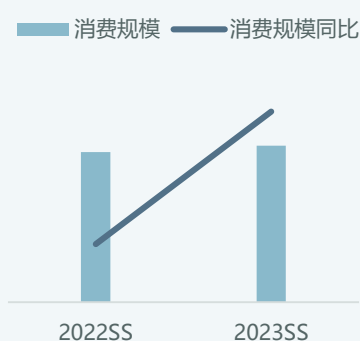


数据来源：国家统计局

天猫服饰持续吸引消费，女装引领增长，包配展现活力

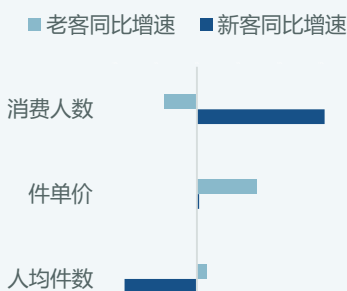
2023年春夏，天猫服饰行业乘风破浪，消费规模同比快速增长。老客展现了坚实的消费力量，并且用户价值持续提升，件单价和人均件数同比上升。同时，优质新客不断涌入，为行业发展注入新活力。在品类消费上，女装仍是推动市场发展的主要品类；伴随智感美学和情绪穿搭的热度，大众对包配的关注度和消费力攀升，成为消费新动力。

2023年春夏天猫服饰消费趋势



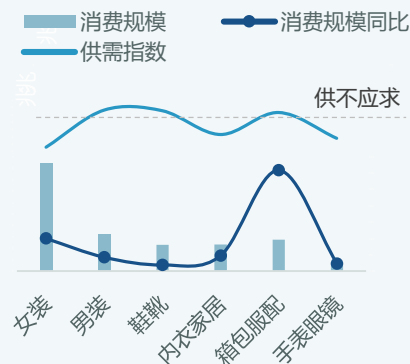
数据来源：阿里消费洞察

2023年春夏天猫服饰消费增长动因



数据来源：阿里消费洞察

2023年春夏天猫服饰各品类消费趋势



供需指数：需求同比-供给同比  
数据来源：阿里消费洞察

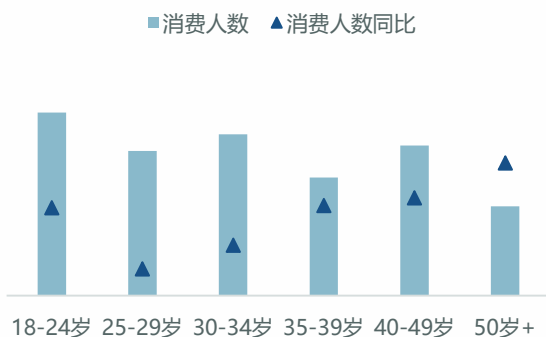
# 天猫服饰时尚前沿人群概览

## 潮流青年、高阶轻熟、时髦熟龄引领服饰消费增长和时尚品质进阶

千禧一代成为潮流主力军，50岁+群体时尚感觉醒

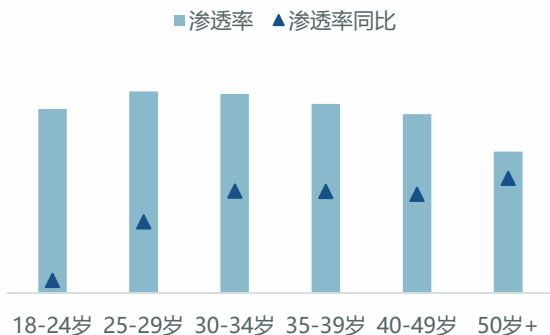
近年，千禧一代成为消费增长主力军，18-24岁群体占比多，在服饰穿搭上有独特且多样的风格，成为时尚多样性的代言人。随着生活态度的转变和生活品质的提升，50岁+群体逐步将时尚穿搭融入生活，他们在服饰的消费上精简，但更具风格和气质。

2023年春夏天猫服饰各年龄段人群的消费趋势



数据来源：阿里消费洞察

2023年春夏天猫服饰各年龄段人群的风格单品渗透趋势



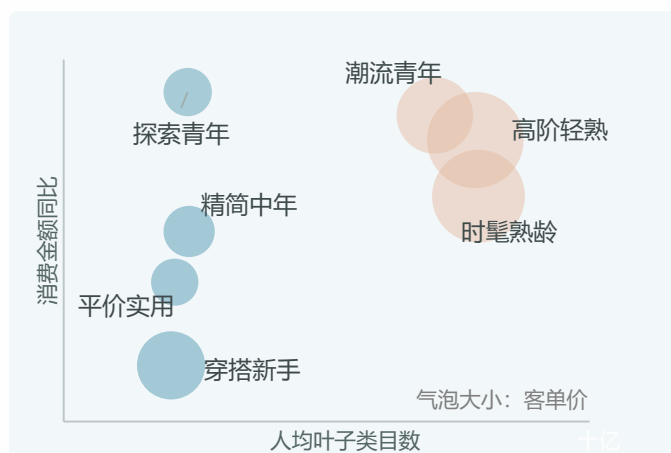
数据来源：阿里消费洞察

基于各年龄对服饰时尚的态度，聚合出七大天猫服饰时尚人群。从时尚人群2023年春夏服饰消费分布来看，“高阶轻熟”、“时髦熟龄”和“潮流青年”三类人群增长表现突出，他们不仅时尚态度鲜明，而且消费增长迅速，对品质追求更极致化，引领天猫时尚服饰市场增长。

天猫服饰人群时尚度矩阵



2023年春夏天猫服饰不同时尚度人群消费表现



数据来源：阿里消费洞察

# 天猫服饰时尚前沿人群侧写

## 时尚前沿人群展示了悦己健康的生活方式和多元又个性的时尚态度

三类核心时尚前沿人群多是身处高线城市的高消费水平女性群体，他们更关注精神能否被满足，常常通过兴趣爱好、旅游度假、时尚审美来愉悦自己。三类人群对比，潮流青年受海量信息和兴趣圈层影响，他们的时尚态度标新立异，更偏好设计师品牌和买手店；高阶轻熟，高阶轻熟的视野更广阔，形成了适合自己的奢美风格；时髦熟龄更信赖历经岁月沉淀的时尚品牌，如奢品和国际知名品牌。

服饰时尚前沿人群		潮流青年	高阶轻熟	时髦熟龄
典型人口特征		女性，8X% 一二线城市，5X% 中高消费水平，5X%	女性，9X% 一二三线城市，6X% 中高消费水平，6X%	女性，8X% 一二三线城市，6X% 中高消费水平，6X%
生活方式		<b>精致爱美</b> 颈饰、耳钉、睫毛膏、眼线、腮红/胭脂 <b>深入潮流兴趣圈</b> 洛丽塔COS服、古风/国风服饰、潮玩盲盒 <b>深度护肤</b> 身体磨砂、防晒喷雾、液态精华、身体乳/霜、脱毛膏	<b>知性典雅</b> 珍珠耳饰、珍珠颈饰、古风/国风服饰、口服美容营养品 <b>热爱运动户外</b> 运动文胸、瑜伽T恤、冲锋衣、连体泳衣、露营/登山帐篷 <b>自在畅游世界</b> 酒店在线预约、汽车文化产品、境内跟团游	<b>健康养生</b> 山药及其制品、辅酶Q10、按摩穴位棒 <b>文雅居家</b> 装饰摆件、香薰炉、现代装饰画、咖啡杯 <b>悠闲悦己</b> 花架、T恤印制、境内跟团游
服饰消费特征	 消费频次	1X 次	1X 次	2X 次
	 人均品类数	1X 次	1X 次	1X 次
	 人均品牌数	1X 次	2X 次	2X 次
服饰品牌偏好	品牌类型偏好 (TGI)	设计师品牌 228 买手店 221 国际知名品牌 144	买手店 325 奢品 239 设计师品牌 239	奢品 182 设计师品牌 144 国际知名品牌 128
	品牌偏好 (TGI降序)	<ul style="list-style-type: none"> <li>设计师品牌: GANNI、SHUSHU TONG、self portrait、Nana Jacqueline</li> <li>买手店: LOOKNOW</li> <li>国际知名品牌: BIRKENSTOCK</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>买手店: IINC BOUTIQUE</li> <li>奢品: Ralph Lauren、Burberry、AMI Paris</li> <li>设计师品牌: YOEYOU、CRUSH Collection、IMM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>奢品: Burberry、COACH</li> <li>设计师品牌: Ms MIN、ZHUCHONGYUN</li> <li>国际知名品牌: SCOFIELD、Pinko、Laurèl</li> </ul>

数据来源：阿里消费洞察

# 天猫服饰时尚前沿人群内容偏好

## 短视频和直播占据服饰种草购买心智，风格穿搭类达人更受信赖

服饰消费者爱逛短视频和直播间，穿搭达人受信赖，明星潮人影响力广

2023年，短视频和直播的渗透率加深，调研数据显示，超60%的时尚前沿受访者认为，相较2022年，她们在服饰内容种草方面对短视频和直播的依赖性更高了。在达人和主播偏好方面，超70%的消费者对于穿搭风格的达人或直播间更信赖。明星效应聚集了大批观众，吸引了更多年轻消费者。



备注: TGI指潮流青年和高阶轻熟的均值, 右同  
数据来源: TMIC, N=787; 图片来源: 小红书

时尚前沿人群短视频内容偏好迥异，直播商品展示和服务等需求提升

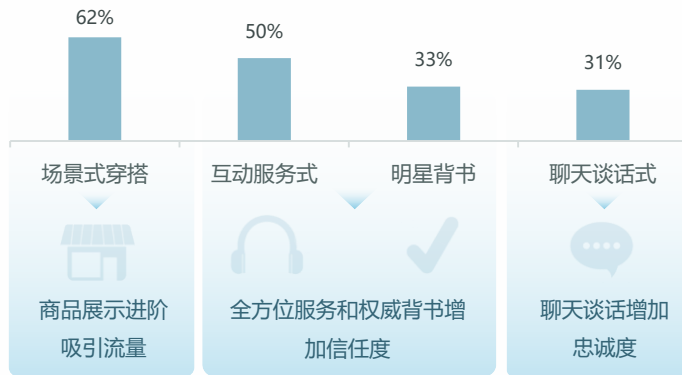
在短视频内容偏好上，三类人群喜爱的风格迥异。潮流青年被高颜值穿搭吸引，高阶轻熟更偏好融入到通勤、出行、约会等场景的穿搭，时髦熟龄喜爱日常舞蹈健身场景下的穿搭内容。在直播内容偏好上，三类人群的购买习惯偏好度高，在场景式商品展示、服务和沟通方式上需求更高。

时尚前沿人群的短视频内容类型偏好



数据来源: TMIC, N=787; 图片来源: 小红书

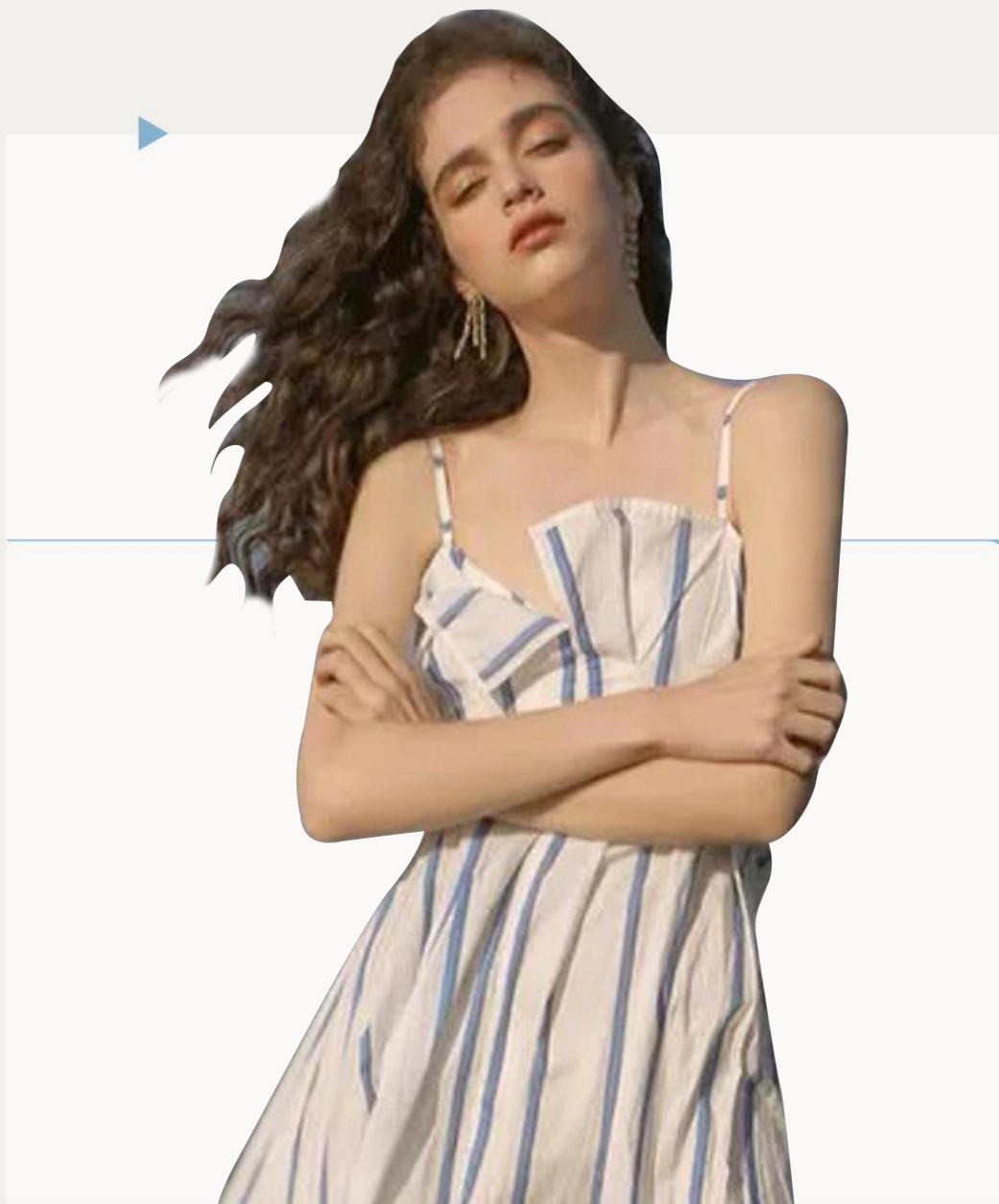
时尚前沿人群的直播内容类型偏好



数据来源: TMIC, N=787

# PART 02

## 时尚前沿人群生活态度



# 时尚前沿人群消费态度和生活方式

## 情绪价值消费盛行，四大悦己生活方式彰显时尚个性

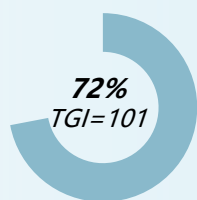
在过去的一年里，多巴胺穿搭和美拉德穿搭等的流行都在指向“精神悦己”，同时对时尚前沿人群的调研数据显示72%的受访者会产生情绪价值消费。对于时尚中青年人来说，悦己是满足内心需求，也是一种释放生活压力，治愈心情的方式，而对于时髦熟龄来说，悦己已经成为生活方式的一部分。因此，在未来，潮流服饰不仅承担了守护消费者“面子”的功能，也要在提升消费者的“情绪浓度”、“文化内涵”和“兴趣归属感”有更深的涉足。

### 时尚前沿人群消费观

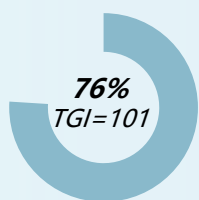
- 1 科学消费 (87%)**  
注重商品实用性、功能性、按需购买
- 2 情绪消费 (72%)**  
悦己消费，享受商品带来的心理满足感、放松感
- 3 个性消费 (50%)**  
注重商品是否能彰显提升自我的品味、人格魅力

### 时尚前沿人群为情绪消费的原因

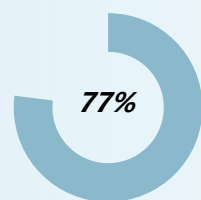
潮流青年  
精神满足，悦己



高阶轻熟  
释放压力，疗愈



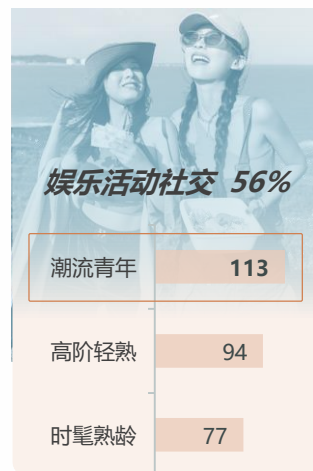
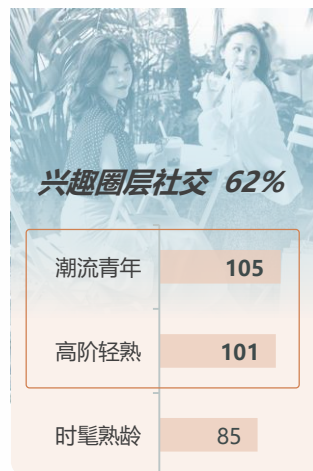
时髦熟龄  
时尚的生活方式



数据来源：TMIC，N=1,282

通过调研发现，受消费观和生活态度的影响，运动与户外活动、旅行度假、兴趣圈层社交、娱乐活动社交成为时尚前沿人群情绪价值消费的四大方式。三类人群在悦己生活方式的偏好上各不相同，数据分析显示，潮流青年更喜欢走出去探索世界，追求运动刺激，精神愉悦和快乐社交；高阶轻熟在各种生活方式均有涉猎，除了运动、兴趣、娱乐外，她们也有更多资本去旅行，通过亲身体会拓展视野领略美景；时髦熟龄相较年轻人更享受悠哉的生活，她们把大量的时间花费在了不紧不慢的旅行度假上，通过旅行消弭时光。

### 时尚前沿人群为解压和悦己的消费方式与偏好TGI



数据来源：TMIC，N=1,282

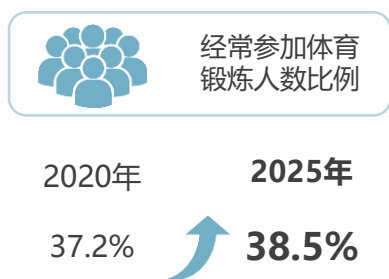
# 城市与自然融合的解压疗愈轻户外运动

潮流青年探索城市每个角落，高阶轻熟在自然轻户外中释放自我

## 全民运动渗透率逐步提升，citywalk引领城市轻户外运动日常化

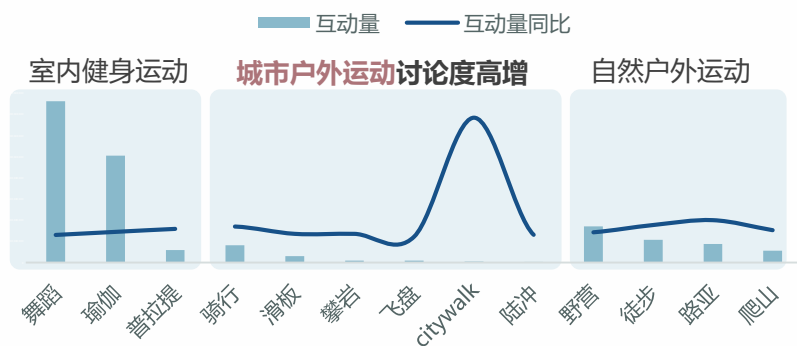
人们对运动的热情持续高涨，参加体育锻炼人数比例持续提升，预计到2025年达38.5%。2023年，舞蹈、瑜伽延续了持久的吸引力，受到大家的喜爱。与此同时，伴随户外运动逐步向城市迁移，专业化向大众休闲化迁移，骑行、citywalk、露营、徒步等成为热门运动。尤其是citywalk已经在年轻人中形成一股潮流，打卡、城市探索、路线规划成为生活的一部分。

我国体育锻炼渗透率趋势



数据来源：体育总局

2023年社媒互动量TOP运动

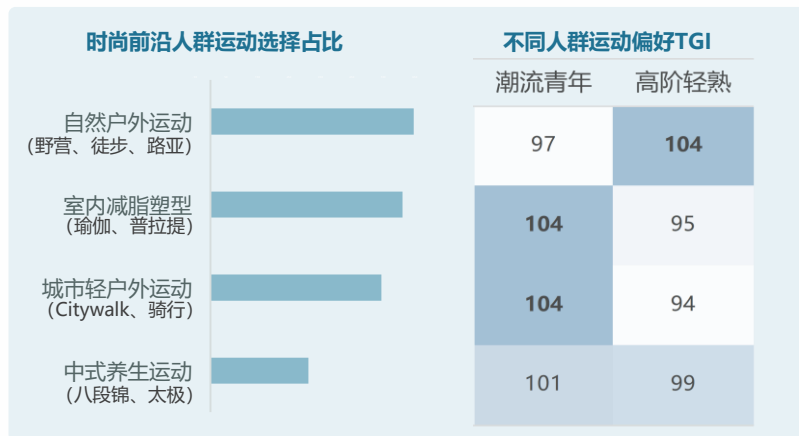


数据来源：智篆GI

## 潮流青年在城市寻觅宝藏，高阶轻熟拥抱自然疗愈自我

对于时尚前沿人群来说，潮流青年更偏好室内减脂运动和城市轻户外运动，他们对运动的需求不仅是强身健体，更希望减脂塑形，改善体态，以更好的面貌成为人群中瞩目的焦点。高阶轻熟更偏好自然户外运动，如野营、徒步、路亚等轻量户外运动，她们面临着更多的生活和工作压力，这些运动让她们接近大自然卸去身上的重压，疗愈身与心。

潮流青年vs高阶轻熟对不同运动类型的选择偏好



时尚前沿人群参与运动的原因



数据来源：TMIC, N=902

# 城市与自然融合的解压疗愈轻户外运动

松弛慵懒是生活无束缚的代名词，功能时尚是运动穿搭新需求

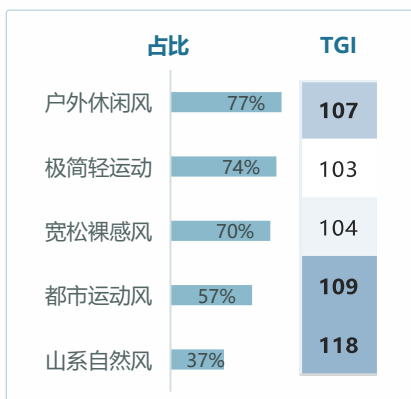
## 潮流青年-追求真实和无束缚，松弛慵懒感穿搭彰显生活态度

潮流青年对城市的每个角落都充满好奇，总能在边走边发现宝藏店铺。她们习惯通过citywalk用脚步感受城市的自然风景与真实的生活，这也展示出她们对“松弛”的生活态度。因此，在日常轻量户外场景下，她们也更倾向于将这种松弛慵懒感通过运动风、休闲风、极简风的穿搭展现出来。廓形白衬衫、宽松牛仔裤、时尚休闲背心是她们的必备单品。

“用脚步感受生活的真实、松弛和质朴。Citywalk逐渐成为潮流，反映的正是对“松弛感”出行的追求，主打慢节奏，本着可以无束缚暴走且出片的原则，更推荐以城市街道为灵感，兼具时尚度与实穿性的时髦运动风穿搭。”

——某小红书博主

### 潮流青年在Citywalk的穿搭风格偏好



### Citywalk穿搭 Hashtag:

#慵懒舒适 #Clean fit #山系穿搭  
#少年感穿搭 #极简穿搭



数据来源：TMIC，N=902，小红书；图片来源：小红书

## 高阶轻熟-轻量户外变得日常，功能性兼具时尚性是穿搭态度

户外运动逐步走向城市，户外和日常运动的边界逐渐模糊，越来越多的人参与到轻量户外运动中去。在日常自然户外运动中，高阶轻熟不仅注重服饰的舒适型和功能性，也更关注时尚性。因此，在自然美景中，自然户外穿搭在常见的工装风的基础上增加了鲜艳的色彩搭配，利落的剪裁，和个性的剪裁，如亮色的防晒服，廓形剪裁工装裙等。

### 户外徒步时尚穿搭讨论

户外徒步服饰的「时尚性」偏好  
占比68% TGI=109

“和好闺蜜们一起游山玩水很开心，成年人应该学会适当让自己放空一下。在春夏春夏户外徒步会特意选择一些轻便透凉的穿搭和防晒装备，这样既舒适又安心。”

——某小红书博主



工装休闲



潮酷休闲



亮色防晒服

数据来源：TMIC，N=902，小红书；图片来源：小红书

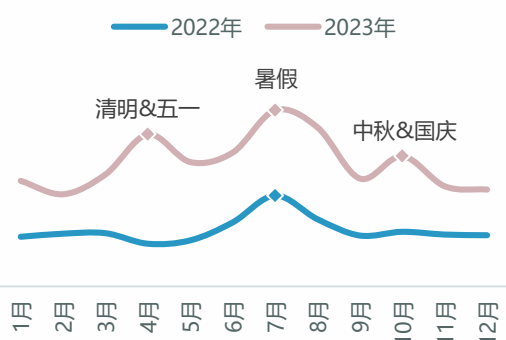
# 探秘自然与解锁风情的浪漫修心旅行

高阶轻熟率先走向全球，休憩身心，时髦熟龄更享受旅途中的风景

## 旅行强势复苏，精神追求、趣味、解压是旅游新追求

2023年旅游市场强劲复苏，人们的出游热情持续攀升，旅游热点话题不断。伴随中国文化自信崛起和中国经济的增长，当代年轻人在旅游上更注重趣味性和沉浸感，比如西安大唐不夜城“IP+旅游”带动了因为一次灯光宴而奔赴一座城的新趋势，海岛游也开启了新玩法。其次，以释放疲惫的身心为目的的旅行开启了从走马观花过渡到重视内在感受的“反向旅游”，充满浪漫色彩的山水景点成为了短暂的栖身之地。

2022-2023年旅行相关社媒互动量趋势



2023年旅游热门话题和目的地

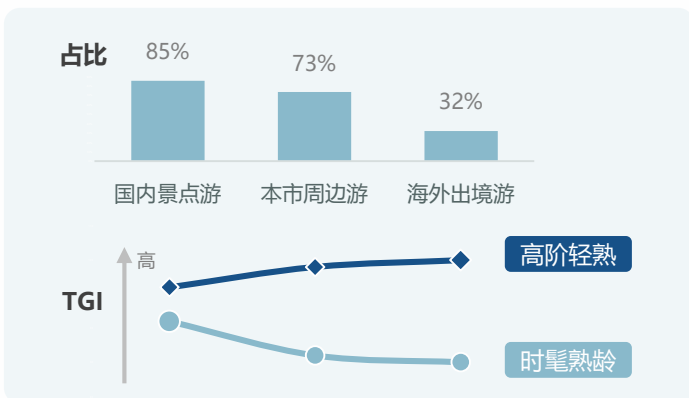
- \* #大唐不夜城、#考古文博  
中国**文化自信崛起**，各地文旅IP不断输出历史文化，引发热度。
  - \* #反向旅游  
相比打卡网红地点，大家更倾向于去到能**彻底放松和愉悦**的地方。
  - \* #特种兵式旅游  
回归旅游本质，用最少的时间和金钱，打卡最多景点，**实现旅行梦想**，享受旅游的狂欢。
- 1 **文博旅游 +117%**  
博物院，颐和园，鼓楼
  - 2 **静谧自然游 +101%**  
花溪、理塘、梅河口
  - 3 **新型海岛游 +82%**  
浪漫海岛日落、乘船出海

数据来源：智篆GI

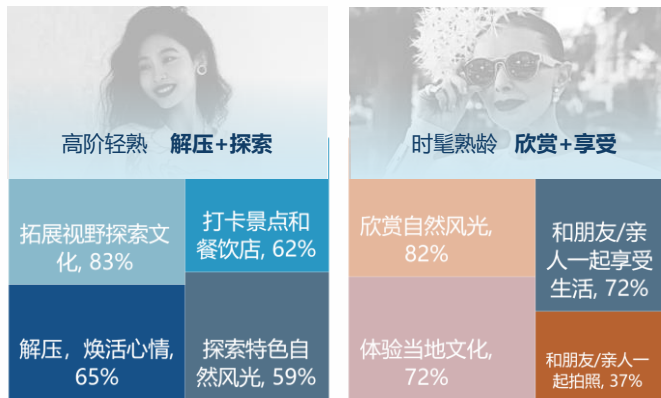
## 高阶轻熟先一步探索世界，释放自我，时髦熟龄悠哉享受生活

国内景点游优先回暖，调研数据显示86%的时尚前沿受访者会选择国内游。同时，调研数据也发现，高阶轻熟领先一步“重返世界”，她们对出境游的需求急剧增长。全球各地的历史文化遗产和壮丽风光吸引旅行者们拓展视野和疗愈身心。相比于高阶轻熟，时髦熟龄更喜欢国内游，她们更重视欣赏旅途的美丽风光，享受回归自然的慢生活时光。

高阶轻熟vs时髦熟龄旅行度假的目的地



高阶轻熟vs时髦熟龄旅行度假的原因



数据来源：TMIC, N=949

# 探秘自然与解锁风情的浪漫修心旅行

享受自然风情，体验文化民俗，穿着浪漫和民俗风情抵达旅行目的地

## 高阶轻熟-穿着浪漫休闲服饰，解锁自然风光，享受度假

以释放压力为目的，高阶轻熟的出境游是一场和大自然接触，沉浸体验异域风情的旅程。比如，非洲自然生态游，埃及探秘、印尼巴厘岛风情游等。考虑当地气候和拍照出片，他们常常会选择实用且极具特色的穿搭，比如，阔腿工装裤、碎花大裙摆连衣裙等。

“八月底去了趟非洲，作为一个臭美的人，兼顾好看和实用准备衣服准备了半个月，穿搭主打一个废土风。”

“最放松的就是和好朋友一起出去旅行啦，出去玩的穿搭主打适配每日的美景。准备了很多适合旅游的度假风小裙子。”

——某小红书博主

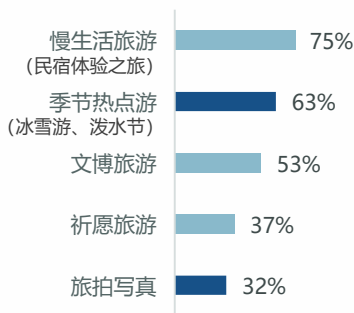


数据来源：小红书；图片来源：小红书

## 时髦熟龄-用照片记录民俗风情服饰下的温情美丽

时髦熟龄在慢生活旅游体验的同时，也有近63%的占比喜欢具有当地民俗特色的季节热点游，并且旅拍热度快速提升，照片记录了她们旅途的感受。她们时常和家人朋友一起深入极具地方特色的目的地，身着当地特色服饰，通过旅拍留下他们最美的一面。她们也会和老伴儿一起，身着艳丽的服饰，通过照片记录下岁月沉淀后最美的温情和爱情。

### 时髦熟龄旅行度假方式偏好



2023年社媒和「旅行拍照」相关的声量同比+32%

“任何年龄都可以很美，两个恩爱的老人在西双版纳的旅拍，当下即最好的时光。”  
“鲜艳的颜色不是年轻人的专利，妈妈已经50+了，但是仍然满满的少女感。”

——某小红书博主



数据来源：TMIC, N=420, 小红书；图片来源：小红书



# 穿搭仪式感满满的多元精神社交兴趣圈

## 活力女团风、气质新中式，多元穿搭风格展示兴趣社交力

### 潮流青年-甜辣、活力、元气的多元时尚穿搭洋溢着年轻

潮流青年时刻展现个性，多种女团风穿搭手到擒来。贴身抹胸搭配宽松工装裤或背心阔腿裤即靓丽又便于活动，是最受年轻人欢迎的甜辣女团风。韩流女团带动了以芭蕾短裙、百褶裙为主体的芭蕾风穿搭，展现了少女的元气和活力。其次，“Miu式穿搭”强调穿着的轮廓和气质，迎合了少女的青春、随意、活力的年轻时尚感，受到追捧。

#### 「韩团舞」穿搭相关的笔记互动量近1亿

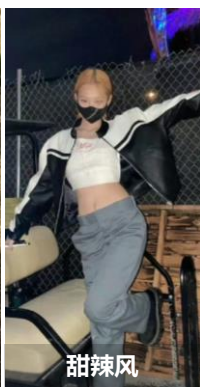
“Blackpink女团甜酷穿搭我悟了，Jennie很会穿，她的私服穿搭非常适合街头甜妹女生参考。背心阔腿裤真的是夏日正确打开方式”

“女团风穿进现实，主打少女芭蕾风和Y2K辣妹风并存，是我喜欢的夏日活力酷酷女团感。”

——某小红书博主



Jennie风



甜辣风



甜妹女团



芭蕾风



Miu式穿搭

#### “韩团舞”穿搭风格热门讨论

相关Hashtag:

#甜辣风 #miu里miu气穿搭 #多巴胺情绪

数据来源：智篆GI，小红书；图片来源：小红书

### 高阶轻熟-融入竹林印花、编制元素的新中式帮助沉浸式体验中国书法和国画

2023年，书法、国画相关社媒互动量同比增长66%。出于社交需要，94%的高阶轻熟会穿着新中式和兴趣圈中的朋友交流。在款式上，马面裙、旗袍是首选。这些款式通过改良，变成了融入中式元素且便于活动的新中式风裙子，较常见的元素有竹林印花、手工编织工艺、传统盘扣等。

#### 社媒书法国画和相关穿搭的讨论

2023年，社媒关于“书法/国画”的互动量同比增长+66%

94%的高阶轻熟会为了融入兴趣社交圈而特意穿搭。其中，新中式穿搭社媒声量同比增长+112%

“新中式穿搭将优雅大气的东方元素和现代时装完美的融合在一起，让人难以拒绝，国潮永不过时”

——某小红书博主

#### 中国传统文化相关的穿搭款式及元素



数据来源：智篆GI，小红书；图片来源：小红书

# 情绪碰撞下的复古朋克与宁静中式娱乐

颓感做旧牛仔和摇滚音乐宣泄情绪，中式点茶找回精神内核自信

## 娱乐活动回归，摇滚与点茶展现不拘一格的情绪穿搭

2023年随着线下消费场景的恢复，文娱产业呈现回升态势。演出市场整体迎来井喷趋势，演唱会音乐节扎堆开票，年轻群体消费发力强劲。社媒数据显示，音乐节相关互动量快速增长，潮流青年对音乐类娱乐活动也更加偏好。其次，年轻人对诗和远方的向往从冬日的围炉煮茶延伸到四季皆可的“点茶”活动。

### 2023年大众娱乐消费需求和供给表现

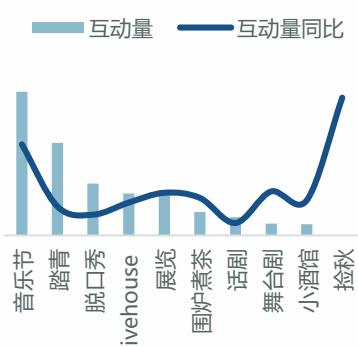
37% 受访者认为，2023年她们在娱乐活动的消费相比3年前有所增加

#### 2023年上半年全国文化娱乐消费

- 全国营业性演出场次19.33万场，同比增长+400.86%
- 演出票房收入167.93亿元，同比增长+673.40%
- 观众人数6223.66万人次，同比增长超10倍

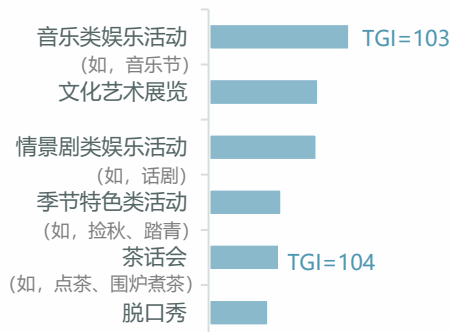
数据来源：外部资料、艾瑞咨询

### 2023年社媒互动量TOP娱乐活动



数据来源：智象GI

### 潮流青年对各类娱乐活动的选择偏好



数据来源：TMIC, N=660

摇滚音乐宣泄了潮流青年的叛逆和对世俗偏见反感的情绪，点茶表现了潮流青年对文化精神的重塑，两种风格迥异的娱乐活动都在表现年轻人在困境高压下对精神自由、独立和自信的追求。在不同的娱乐场景，她们通常会做不同的搭配，grunge、复古做旧牛仔、脏染风体现了朋克精神；而新中式展现宁静的中国文化魅力。

### 潮流青年对“音乐节”的音乐风格偏好及穿搭态度

#### 2023年社媒互动量TOP音乐风格

「摇滚」相关音乐互动量同比增长近+350%

「摇滚」Hashtag:  
#痛仰乐队 #迷笛音乐节 #独立  
#朋克 #自由

“参加神农架高山机车摇滚音乐节，挑战了个性叛逆的Grunge风，主打复古、酷辣girl。”

— 某小红书博主



### “茶话会”发展及潮流青年对其的穿搭态度

2023年「围炉煮茶」发帖量42万+，笔记互动量900万+  
2023年「点茶」发帖量10万，笔记互动量300万+

「点茶」Hashtag:  
#人间烟火 #茶友 #治愈系 #新中式 #汉服

茶馆是跟朋友静心聊天的好去处

很喜欢这里的新中式氛围，很放松

一见钟情的复古东方美，身着汉服沉浸式体验了点茶的快乐



数据来源：智象GI, 小红书；图片来源：小红书

# PART 03

## 2024春夏风格趋势



# 天猫服饰发布2024春夏 六大核心趋势风格

优雅极简顺应了当代消费者对舒适、慵懒、简约生活态度的热烈追求，成为当下消费者青睐的穿搭风格。将舒适度与设计感巧妙融合，其特点包括简约的设计、高品质的面料纱线运用、精致的细节和低调的色彩搭配。这种风格强调内在品质和细节，追求低调的奢华，不张扬，不炫耀，但却能在细节中展现出无可挑剔的品质和独特的品味。

——ZHIZHI致知



优雅极简风



浪漫花园风

今年经济的持续复苏，让年轻人纷纷踏出国门度假和旅行，疗愈身心、轻松舒适同时养眼上镜的度假风格，在我们看来热度会持续发酵。在追逐色彩的路上，爱好潮流的女孩从来敏感而跃跃欲试，我们针对她们的爱好也在蕾丝以及配色上做足文章。春夏定会有更多时髦的新鲜色彩趋势应运而生。好奇蜜斯内衣的设计从来不仅仅拘泥于功能，而是满足女孩对美好穿搭和身体的全部想象。今年希望女孩们不要停止对美好生活的想象，在外衣和内着的搭配上继续造起来！

——好奇蜜斯

作为轻量化户外赛道的开创者和引领者，蕉下对春夏服饰风格的洞察源于户外防晒，但远不止于户外防晒。在蕉下看来，轻量户外风以户外防护科技为功能基础，并带来“一物多用、轻巧便携、人性化设计、跨生活和户外场景”的服饰穿着体验。让春夏日晒防得住，更要让用户穿得舒服，自由无拘、随心而动，才是拥抱户外和生活的最佳态度。

——蕉下



轻量户外风



70怀旧风

在各大秀场上也不难发现，独立品牌通过热辣性感与破旧复古表达个性的态度。SMFK也以New Vintage新复古潮流作为设计灵感，指结合复古元素和现代设计的时尚风格，在保留部分复古经典版型的基础上，结合现代面料以及设计元素打造出具有复古风格的新衣服。

——SMFK

网络的快速反应让时装风格赛道也一直细分推新，美式休闲风格的百搭性是经过时间的验证的。与此同时美式复古风也能玩出各种花样，期待今年可以营生更多细分风格。美式复古风潮可甜可飒，男女皆可穿等优势，满足多种消费者需求。它的包容性和多元化相信可以造就持续、长远的热度风潮。

——GAP



新美式休闲



清冷新中式

新中式风格赛道的优势会更为凸显。随着国潮风的崛起，新中式穿搭的形制丰富、步入日常。对某种生活方式以及细分场景的人群，进行更为深刻的洞察，往往才能抢占新的赛道机会。桑罗SANGLUO希望以更精准的品牌定位以及设计风格，快速跟进潮流趋势、掌握自身的核心竞争力。

——桑罗

趋势风格

优雅极简

01

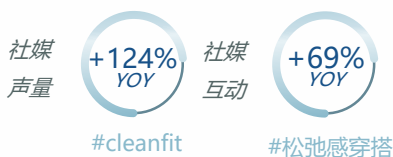
风格解读

优雅极简是一种在忙碌压力职场中获得心灵舒缓的生活穿搭方式，“慵懒、极简、舒适”是其关键词。通过基础色调的组合、宽松舒适的大轮廓和实用主义的基础款叠搭方式，打造简约、轻松但又不失精致高级感的造型。

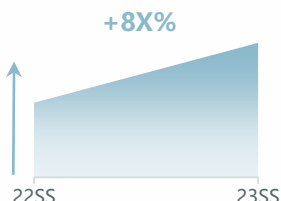
风格趋势

随着人们开始越来越关注自我的内在感受，主张极简生活，#cleanfit、#松弛感穿搭成为热门话题，社媒热度持续攀升。天猫大服饰行业优雅极简风商品供给同比增长超80%，消费侧23春夏优雅极简风销售持续增长，受到消费者的青睐。

站外社媒声量和互动量



天猫春夏商品数量变化

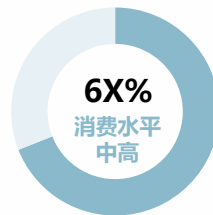
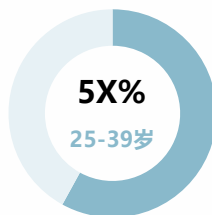
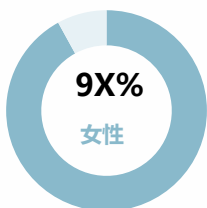


天猫春夏销售规模变化



风格人群侧写

优雅极简风以25-39岁轻熟龄、中高消费、女性为主。她们是职场的中坚力量，面对工作压力和焦虑情绪，会通过瑜伽按摩来舒缓身体，阅读心理学书籍向内探寻平静和自恰，来实现身心灵的全面放松。此外她们十分重视睡眠质量，会使用乳胶床垫和眼罩，保持充足的精力以积极应对生活职场的各种挑战。

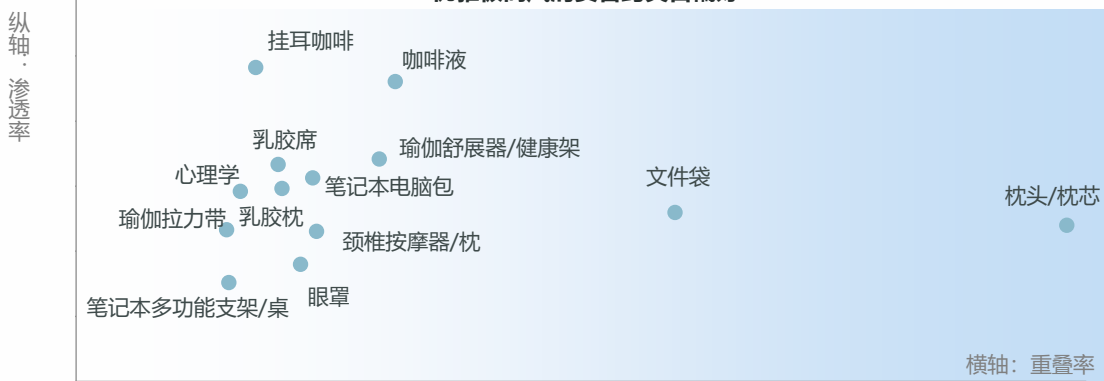


职场人士

身心灵放松

注重睡眠质量

优雅极简风消费者跨类目偏好



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI

# 优雅极简 | 职场反卷族，轻松驾驭高级感

日常上班通勤和商务差旅是优雅极简风的高频穿搭场景，除此之外和社交party也同样适配。趋势品类中一粒扣西装、收腰弹性连衣裙和醋酸半身裙增长较快。褶皱包、德比鞋和水桶包是高增长的热门鞋包搭配。

## 风格场景分布

### 穿搭趋势场景 TOP1

#日常上班通勤#  
声量YOY+252%



### 穿搭趋势场景 TOP2

#商务差旅#  
声量YOY+179%



### 穿搭趋势场景 TOP3

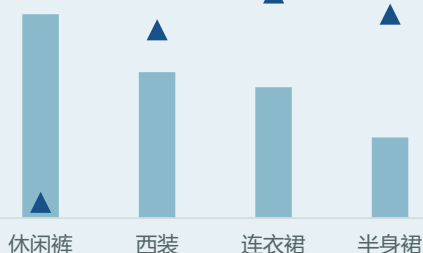
#社交party#  
声量YOY+145%



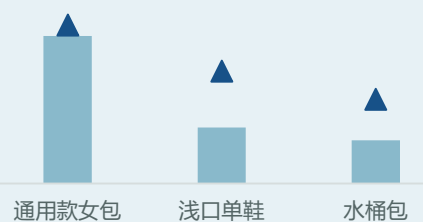
## 风格趋势品类

### 优雅极简风服装品类销售规模及增速

■ MAT2023 ▲ 23年同比



### 优雅极简风鞋配销售规模及增速



### 服装趋势品类



一粒扣西装外套 +7X%  
CplusSERIES



收腰弹性连衣裙 +13X%  
UR



长款醋酸半身裙 +16X%  
致知

### 鞋配趋势品类



褶皱包包 +10X%  
grotto



圆头德比鞋 +10X%  
lostinecho



菜篮子水桶包 +10X%  
songmont

## 代表品牌案例

致知以探究之心发掘东方文化中的浪漫灵感，为中国女性造有情感记忆的服装以及诗意、自在、浪漫的生活体验，让诗意与日常对话记录每一个身体的浪漫故事。以美好的体验感拉近东方文化和现代人之间的距离。

ZHI 致知  
ZHI

## 代表商品

**捏褶连衣裙**：采用高支精纺羊毛西装面料的技术，带来像纸一样轻薄的纺织体验新高度，联合供应商自主开发的高支丝光羊毛纱线，与精确配比的混纺弹力丝进行四面弹组织，借用了羊毛花呢的思路形成薄而不单调的纹理变化，体感上更清爽、垂顺，久穿也不会起皱，将庸常的累赘和规则统统卸去，一身轻松自在。

**V领亚麻西装**：解构经典西装造型，突破亚麻织物的粗犷刻板印象，让经典衣橱活力重生，重启对于基础款单品的浪漫诙谐想象空间。



捏褶连衣裙



V领亚麻西装

数据来源：阿里消费洞察，智篆GI；图片来源：小红书，商家提供

## 代表品牌案例

Songmont  
山下有松

Songmont 致力于打造具有设计感的通勤包。每一款包袋从设计线条到皮料配色，都传达产品其面向新世代的设计美学宗旨的简约风格。

Songmont 理解为长久与自然协作下的生活美学，为日常情景的诗意使用，创作贴切的箱包产品。十年为起点，从“包中有温度”传递的温暖到“自知、自然”的传递的情绪共鸣，山下有松在产品逻辑中以“克制的设计”为起点，保持敏锐的感知与持续的思考。



松月系列-月弯包



挂耳系列-屋檐包

## 代表商品

**松月系列-月弯包：**有棱角一弯月，月是柔和的，却有棱角，传达我们的目标用户的境界，温柔且坚定，包容但有独到的态度；月月弯包适合如月光一样的女性，有棱角却散发着柔光、自在从容。

**挂耳系列-屋檐包：**溯源山西在地文化，以山西传统古建形态为灵感从古建中提取天然色彩将东方美学融入现代随性从容的高级感。

## BOJUE

伯爵卓尔/BJZE男装是一家集设计、生产、销售为一体，致力于为年轻男性提供质感穿搭的时尚品牌。自2012年创立起，持续探索当代年轻人生活表达方式，秉持“适度设计&高质美学”的理念，强调用现代极简线条的裁剪融合经典廓形设计，注重面料自然肌理的质感，打造户外通勤、精致时尚的男装，用简约时尚让中国年轻男性悦享质感生活。



仿麂皮绒夹克



天丝羊毛西服

## 代表商品

**仿麂皮绒夹克：**经典而富有质感的仿麂皮绒面料，着以时尚趋势色彩，再通过优雅、年轻搭配手法，塑造出男士精致、利落，时尚、高级的着装形态。在轻松舒适的穿着体验中，又独具风格魅力。

**天丝羊毛西服：**西服虽为男士衣橱经典单品，但适穿场景比较单一。BJZE通过版型的优化和细节的升级、色彩的运用，将西服单品呈现出即有潮流时尚感，又不缺少经典西服的原有魅力。肌理的面料特色，天丝羊毛的高级感，塑造出整体的流畅、优雅美感，简约精致而不简单，穿着场景更加多元化。

图片来源：商家提供

趋势  
风格

# 浪漫花园

# 02

## 风格解读

忙碌的世界中总要给自己放个假，无论是自由的真是旅行，还是治愈的心灵度假。法式浪漫花园完美演绎了完美假期的样子，以花卉植物印花、轻盈薄纱或亚麻材质、镂空编织及蕾丝材质的应用，叠加欢乐感十足的多巴胺色彩氛围，夏日自然度假风画面氛围感拉满。

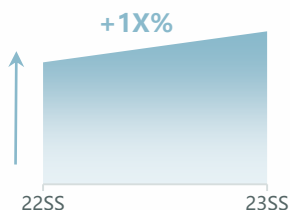
## 风格趋势

带有浪漫和自由气质的法国，既是时装周的主战场也是令人向往的度假胜地。法式浪漫穿搭也成为社媒的热门穿搭。随着境内和出境游的恢复，契合度假场景的浪漫花园风商品供给也逐渐复苏，消费者需求抬头呈上升趋势。

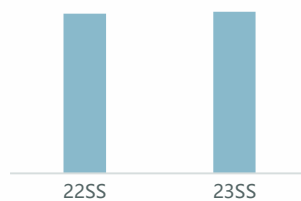
站外社媒声量和互动量



天猫春夏商品数量变化

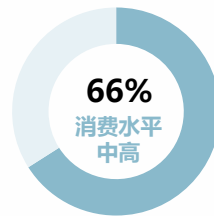
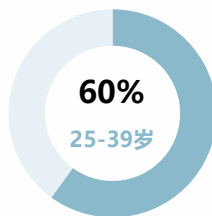
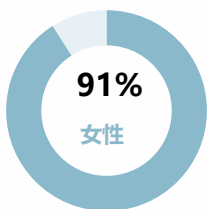


天猫春夏销售规模变化



## 风格人群侧写

浪漫花园分的主要受众为25-39岁、中高消费水平的女性。她们热爱旅行，享受阳光和美景，在日常生活中，会用鲜花、艺术画等小浪漫来增添生活情趣。她们会精心打理头发，让有质感的卷发成为法式氛围感的不可或缺的组成部分。

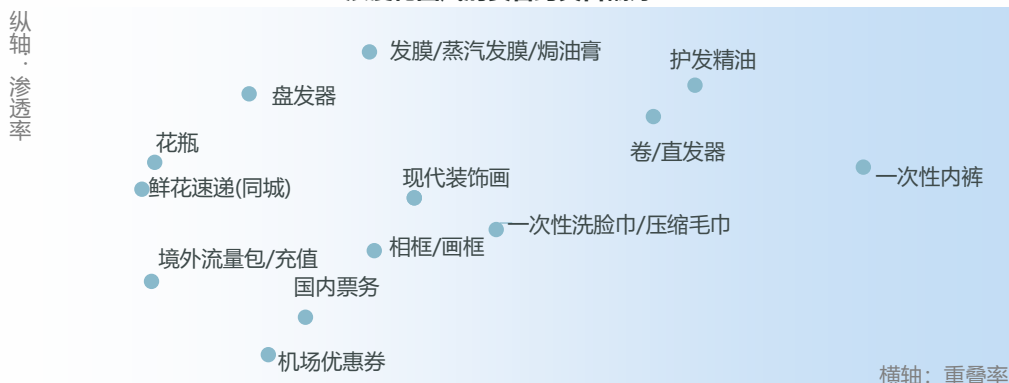


旅行达人

浪漫生活情趣

注重保养头发

## 浪漫花园风消费者跨类目偏好



# 浪漫花园 | 精致度假党，自由惬意与多巴胺随行

惬意假期、甜蜜约会、都市citywalk是浪漫花园穿搭社媒声量增长最快的场景。连衣裙能完美融入各类场景，是销售贡献最多的重点类目，其中垂感大摆锤、刺绣白裙和茶歇裙是热门趋势。具有美背功能的文胸和带有蕾丝元素的性感文胸品类热度较高，受到消费者喜爱。

## 风格场景分布

### 穿搭趋势场景TOP1

#惬意假期#  
声量YOY+575%



### 穿搭趋势场景TOP2

#甜蜜约会#  
声量YOY+565%



### 穿搭趋势场景TOP3

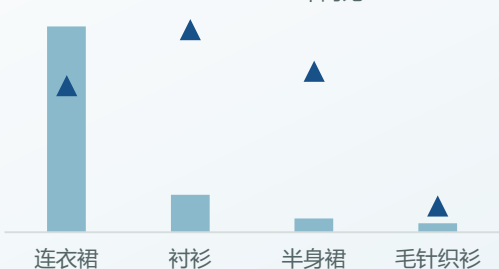
#都市citywalk#  
声量YOY+412%



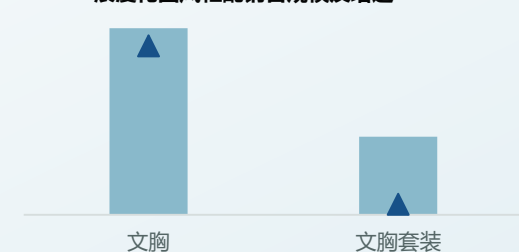
## 风格趋势品类

### 浪漫花园风服装品类销售规模及增速

■ MAT2023 ▲ 23年同比



### 浪漫花园风鞋配销售规模及增速



## 服装趋势品类



## 鞋配趋势品类



## 代表品牌案例

### MAXRIENY

精致复古风的设计师品牌-MAXRIENY推崇精致新世代的时装艺术与生活态度，寻求复古文化、浪漫情怀与当代流行的再创造。为品质女性打造多元社交场景独特的自我展现。



### 代表商品

#### 中长收腰散摆连衣裙

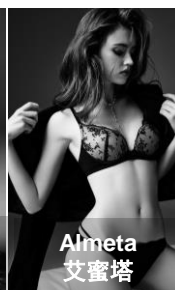
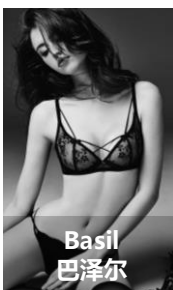
以宫廷风格为灵感，采用定制玫瑰暗纹印花面料精心制作，营造出浪漫华丽的宫廷氛围。

#### 桃花美人连衣裙

充满春意的桃花印花图案，散发春日浪漫氛围，复古方领设计，尽显纤细天鹅颈。

### MISS CURIOSITY 好奇蜜斯

以法式美学为原点，将简单、唯美、多变的内衣哲学带给亚洲女性。主打轻薄小巧的蕾丝文胸，通过力学和剪裁设计，做到自然承托、不受束缚，同时以精良设计呈现女人的性感美。



### 代表商品

#### Basil巴泽尔文胸

法式重工手工剪线蕾丝，柔软亲肤舒适不磨，多倍工时还原列维斯风格，通透轻薄纱，像是为肌肤织就了一层柔雾妆，带来满分浪漫和度假氛围。

#### Almeta艾蜜塔文胸

Y型闪钻美胸链，外露吸睛，细碎闪光萦绕颈间，拉长颈部线条，点缀锁骨前与胸留白。

趋势风格

轻量户外

03

### 风格解读

场景穿梭下的一衣多穿需求愈加盛行，越来越多户外运动元素与时尚单品融合，形成了兼具舒适实用与潮流sense的都市轻量户外风。防晒、防风防水和透气面料在T恤、外套、裤装大量应用，多口袋、拉链、抽绳等户外功能性设计，让人身在工位心在山野，尽显随时自由出走的洒脱气质。

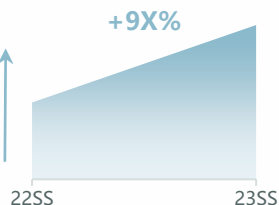
### 风格趋势

越来越多在城市中生活的人开始走出钢筋水泥，渴望和自然界接触，山系风和工装风也顺势成为了风靡社媒的热门穿搭。商家也在轻量户外的货品供给上积极投入，天猫轻量户外商品数增长近1倍，带动销售金额快速提升。

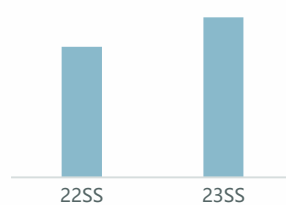
站外社媒声量和互动量



天猫春夏商品数量变化

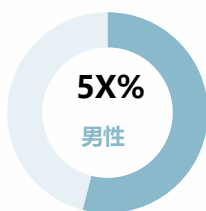


天猫春夏销售规模变化

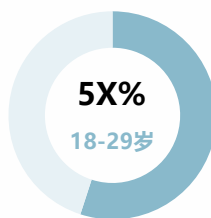


### 风格人群侧写

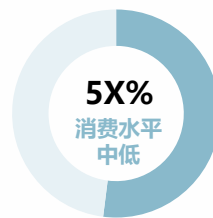
轻量户外风更受18-29岁年轻、中低消费、男性喜爱。他们通过露营、垂钓等活动探索接触大自然，与此同时他们也十分注重自己的外貌管理，运动时会涂抹防晒霜和止汗露，运动后及时清洁保持清爽的形象。在饮食上偏好蛋白质和运动功能性饮料，以促进肌肉生长，提升运动表现。



户外探索者

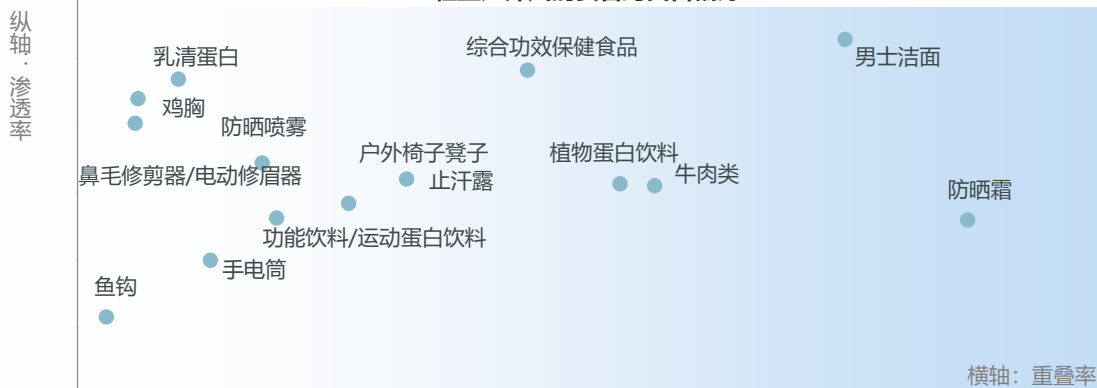


注重外貌管理



增肌饮食

轻量户外风消费者跨类目偏好



# 轻量户外 | 城市探险家，拥抱自然解放自我

具有户外运动属性的徒步和露营是最热门的风格场景，并且逐渐拓宽到休闲随性的都市citywalk。抽绳工装裤、冲锋衣和防晒衣因为高度的舒适性和实用性，成为流行趋势。户外表、渔夫帽、登山背包帮助探险家们适应户外环境，广受消费者欢迎。

## 风格场景分布

### 穿搭趋势场景 TOP1

#徒步#  
声量YOY +552%



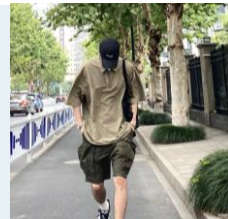
### 穿搭趋势场景 TOP2

#露营#  
声量YOY +280%



### 穿搭趋势场景 TOP3

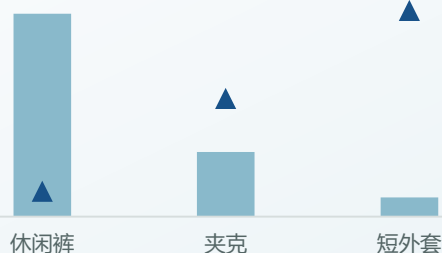
#都市citywalk #  
声量YOY +273%



## 风格趋势品类

### 轻量户外风服装品类销售规模及增速

■ MAT2023 ▲ 23年同比



### 服装趋势品类



### 轻量户外鞋配销售规模及增速



### 鞋配趋势品类



## 代表品牌案例

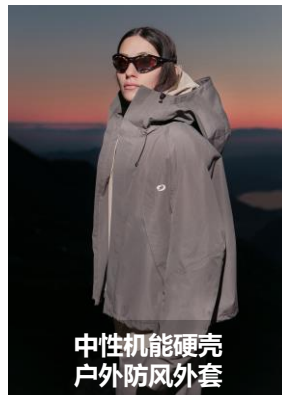


UPON PRO, 2019年创立于意大利米兰。作为先锋时尚运动品牌，UPON PRO以开创性的面料和工艺、新颖的服装结构，表达对功能与美学、城市与户外、自然与科技等元素间的平衡追求。

### 代表商品

**中性机能硬壳户外防风外套：**汲取户外探索独特灵感，打破对传统冲锋衣的刻板印象，利用增大袖笼的廓形重塑兼具实用功能与时尚设计，创新使用三层复合冲锋衣面料，防水、防风、透气，升高立领/抽绳可调节风帽/可收缩下摆/魔术贴袖口，给予360°全方位防风体验，功能性与时髦运动兼备，升级Gorpcore type帅气玩法。

**机能风设计感防晒外套：**打破传统防晒衣的先锋设计，科技雾感防晒面料，UPF 50+有效阻隔紫外线，同时兼具轻量感与透气性。对称反光条分割，外置网纱撞色拼接口袋，高领帽领抽绳设计，防风防晒，同时为夜间运动提升安全指数，将户外功能与时装美学完美融合。



数据来源：阿里消费洞察，智蒙GI；图片来源：小红书，商家提供

## 代表品牌案例



CAMEL

随着社会的发展，人们的压力在变大。同时人们也能更快、更深入地接触自然，城市与户外的边界逐渐模糊。骆驼男装为大城市通勤人群提供能够“一衣多穿”、“实用与时尚兼备”的户外服饰，让忙碌的他们能够从城市到户外的多个场景中实现无缝切换，自在穿梭，能够便捷地享受自然的自由，获得从容愉悦的松弛感。



户外5防夹克



冰山高倍防晒服

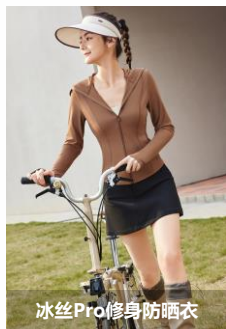
## 代表商品

**户外5防夹克：**传统的3防夹克，已无法完全满足都市通勤人群的日常及户外场景需求。骆驼5防夹克，它具有防风、防水、防寒、防油污、防刮耐磨等5大功能方便用户应对在春季露营、通勤路途常见的春雨、倒春寒天气，且采用了极简机能美学风的设计风格，穿搭更年轻、更有活力。

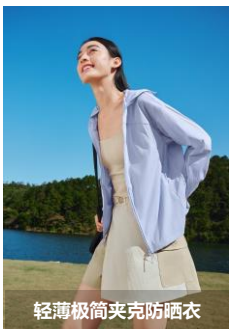
**冰山高倍防晒服：**为人们夏季高温出行及作业提供更强有力的防护，它不仅有着领先于国标和同行的UPF100+防晒指数，更有着更全面的防晒细节设计，如可拆卸黑胶帽檐、加高防晒面罩、手部防晒等等。

蕉下  
Beneunder

创立于2013年的蕉下，是轻量化户外的开创者与引领者，也是防晒衣品类的引领品牌。蕉下洞察到，随着户外成为大众生活方式，防晒衣也已经从过去只防晒的单一功能服饰，成为春夏跨越户外和日常场景的多功能、全人群大单品。



冰丝Pro修身防晒衣



轻薄极简夹克防晒衣

## 代表商品

**冰丝Pro修身防晒衣：**防晒、体感、美感三重升级：TenderCloud专利纤维，多向反射紫外线，阻隔率高达99.8%；凉感冰丝Pro、全身透气送风、吸湿速干；3D修身塑型。自带黑胶防晒帽，保护头面颈。是遮日晒但不遮曲线、修身但不紧贴闷热的夏日防晒外套，citywalk、户外郊游、休闲聚会都能穿。

**轻薄极简夹克防晒衣：**超轻超薄的宽松夹克版型，一件可搭半个衣柜。20D超细纤维，整衣仅125g，多穿一件也无感，轻薄同时阻隔99.1%紫外线；自带黑胶防晒帽，保护头面颈。易汗处微孔透气防闷热，户外出行不怕日晒流汗，轻装上阵。

CASIO

作为代表卡西欧手表品牌的G-SHOCK，将全新的TOUGHNESS概念注入手表。一切的开始，源于一个简单的想法：创造一只摔不坏的手表，开发者抱着颠覆传统手表概念的强烈信念，1983年G-SHOCK诞生。通过不断地进化，从一只手表到现在坚韧不止的文化符号，40年来G-SHOCK与时尚、体育、音乐、艺术密不可分，不断打破“每一个不可能”，即便走到45年、50年甚至更久，G-SHOCK也永不停歇。



GM-5600B-3



GA-2100-1A1

## 代表商品

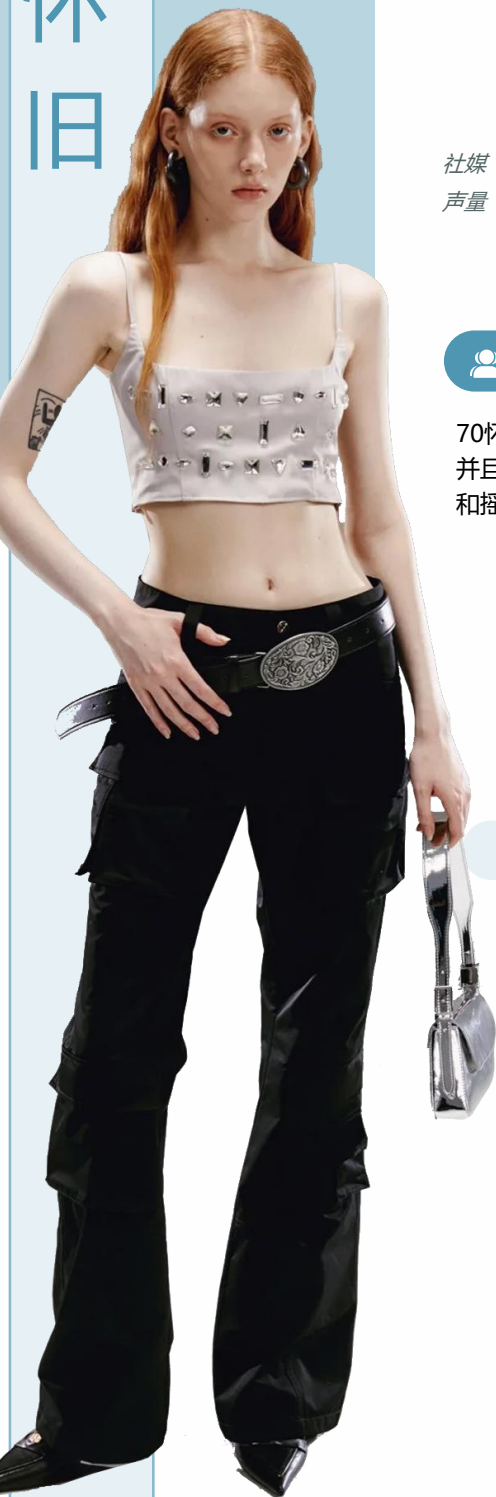
**GM-5600系列：**经典方型设计，搭配金属材质。表壳内部延用树脂材质，外层采用不锈钢进行包裹，在保持轻量及高舒适度的同时，赋予了产品金属质感，200米防水、防震加持，满足户外功能和时尚需求。

**GA-2100系列：**延用初代的八角结构，搭配圆形表盘突破边界视感。碳纤维核心防护构造，坚韧耐用。加载防水防震经典实用功能，为户外冒险之旅增添安全感。超薄双显属性，助你轻装上阵，尽享户外探险乐趣。

图片来源：商家提供

趋势风格

70怀旧



风格解读

70年代的复古风潮正以一种全新的姿态重返2024年春夏的时尚舞台。那是一个阳光灿烂、自由奔放的年代，时尚界沉浸在迪斯科风、波西米亚风情与朋克摇滚的热烈拥抱中。做旧丹宁、喇叭裤、嬉皮印花衬衫、金属闪片等个性的单品和元素的混搭，融合浪漫主义和摇滚精神，表达了人们对不拘一格生活的向往，也为我们带来了一场穿越时代的视觉之旅。

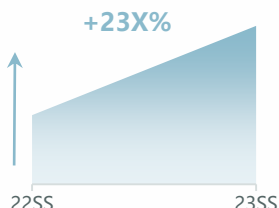
风格趋势

潮流是一个循环，曾经的流行总会在意想不到的时候卷土重来，70怀旧风下的Y2K和嬉皮士穿搭成为社媒上各类穿搭风格中的新宠。随着时尚的回潮，70怀旧风商品供给和消费者需求快速增长，商品同比提升超2倍，销售同比增长超80%。

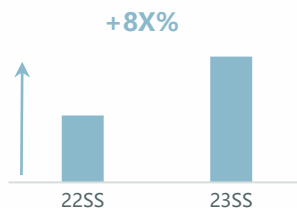
站外社媒声量和互动量



天猫春夏商品数量变化

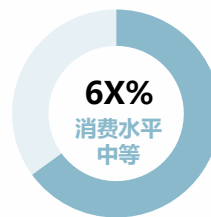
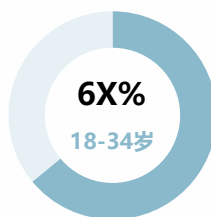
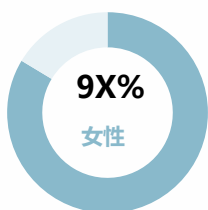


天猫春夏销售规模变化



风格人群侧写

70怀旧风以18-34岁、中等消费水平、女性为主，假发、彩染、耳钉是她们表达个性的穿搭方式，并且与妆容搭配形成统一的视觉风格。作为音乐发烧友，蓝牙耳机和音响是她们们的生活必需，迪斯科和摇滚乐带他们穿越回上世纪的黄金年代，找到自己精神乌托邦获得情感的共鸣。



个性穿搭

美妆达人

音乐发烧友

70怀旧风消费者跨类目偏好



横轴：重叠率

# 70怀旧 | 复古时髦精，个性表达不被定义

线下演唱会和音乐节的井喷式复苏加速了70怀旧风的回归风潮，同时社交party和街拍也是复古风追随者表达个性和审美的场景。一字领、马蹄裤、牛仔裙是风格下的主要趋势，并和热门的窄眼墨镜、小香风鞋、复古小方表搭配形成完整视觉形象。

## 风格场景分布

### 穿搭趋势场景 TOP1

#看演出#  
声量YOY +453%



### 穿搭趋势场景 TOP2

#社交party#  
声量YOY +133%



### 穿搭趋势场景 TOP3

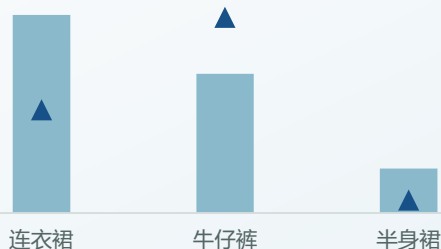
#街拍#  
声量YOY +51%



## 风格趋势品类

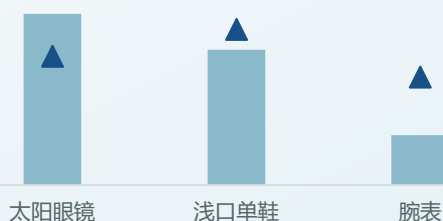
### 70怀旧风服装品类销售规模及增速

■ MAT2023 ▲ 23年同比



### 服装趋势品类

### 70怀旧风鞋配销售规模及增速



### 鞋配趋势品类

## 代表品牌案例

# SMFK

SMFK品牌初衷是将国潮推向全世界，打造属于年轻人追捧的时尚品牌。New Vintage新复古潮流，源于近年来二手时装市场的概念，是指结合复古元素和现代设计的时尚风格，在保留部分复古经典版型的基础上，结合现代面料以及设计元素打造出具有复古风格的新衣服。

## 代表商品

**十字花经典拉链帽衫**：胸口锁链十字徽章设计，摇滚元素与都市运动的结合，打造出屈千品牌的独特都市街头风格。

**野马黄昏牛仔裤**：定制粗斜纹牛仔面料，黄昏色牛仔制作工艺，适应修身上衣+紧身/短款下装组合形式，整体风格热辣性感，能完美展现女性曲线，摇滚酷劲十足。



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI；图片来源：小红书，商家提供

## 代表品牌案例

## BELLE

百丽有31年的制鞋经验，拥有丰富的国人脚型数据库以及强大的供应链能力，能敏锐地捕捉潮流趋势，提供兼具时尚度和舒适性的鞋子。百丽品牌秉承“百变所以美丽”的理念，致力于打造酷+优雅的鞋履生活方式品牌，为每一位BELLER塑造专属的形态和价值，延伸出“坚持自我，更坚持改变自我”的精神内核。



小香风玛丽珍鞋



小香风粗跟单鞋

## 代表商品

**小香风玛丽珍鞋**：经典的黑白拼接配色，搭配24SS风靡的五金饰品，让舒适的同时体现不一样的质感；在款式上，采用小尖头与猫跟的设计，让整体更加秀气，加上在脚踝上方处多一条可调节带的设计，更修饰腿部线条且更与多种穿搭搭配。

**小香风粗跟单鞋**：采用柔软舒适牛皮材质，并且鞋垫更贴合四季可穿的需求，更透气舒适；在款式上，除了在鞋头采用小香拼接风，还将侧边也运用了拼色；在款式上，除了在整个干净的鞋面上增加蝴蝶结元素，还在蝴蝶结上配有小花饰扣，提升了整款的精致度，并且在脚后跟做了加厚护跟海绵设计，让脚感与美感同并。

## CACUSS®

CACUSS秉承对中国优秀传统文化、艺术和工业设计的浓厚兴趣，潜心打造了以棒球帽为主针织帽/围巾/手套/户外防晒等服配产品。CACUSS的设计理念：“CHANGE YOURSELF, START FROM HAT, BECOME A SUPER STAR”(改变自己从一顶帽子开始，你就是自己的巨星)。风格定位结合消费粉丝群体以及当下的流行趋势，现有的风格涵盖复古风、甜酷风、轻奢风、运动风、中性风等。

CACUSS  
牛仔云朵贝雷帽CACUSS  
破洞牛仔水洗棒球帽

## 代表商品

**牛仔云朵贝雷帽**：牛仔是拥有上百年历史的元素，直到今天，依然是时尚圈经久不衰的潮流，也是“复古时髦”的代名词。牛仔云朵贝雷帽可随心凹造型，同时拥有多种造型多种风格，可满足不同人群的穿搭需求，多次调试的版型恰到好处，大小适中的帽面轻松打造小V脸。

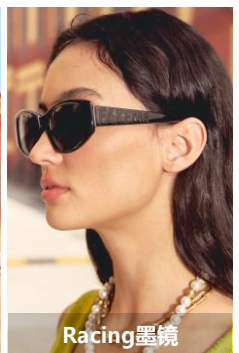
**破洞牛仔水洗棒球帽**：破洞元素一直是近几年的时尚主流，彰显佩戴者独一无二的洒脱个性。版型多次打磨6片软顶水洗棒球帽版型，质感优越，加深加宽帽型升级，更贴头型，舒适无束缚，拒绝夹脑袋，实现真正的自由轻松快乐的佩戴体验感。

## Fakeme

Fakeme品牌于2015年成立于韩国首尔，品牌不拘泥于所谓的流行文化，设计简约不突兀、时尚不落俗，通过空间、色彩、文化、复古等元素的再创新，以创新和前卫的形象吸引注重设计感的消费者。



Cutout墨鏡



Racing墨鏡

## 代表商品

**Cutout墨鏡**：上挑框型、棱角分明的长方形墨鏡视觉上弱化我们的颧弓和太阳穴凹陷，镜框两侧流畅感线条包裹，镜腿LOGO烫印采用类似复古印花的工艺，不夸张又有辨识度，符合复古怀旧的流行趋势

**Racing墨鏡**：主打怀旧复古风格，ins风美式方框设计，修饰脸型、增加五官立体感。镜腿拼接β钛金属，同时还做了横格纹设计，多重元素混搭；金属色在Y2K浪潮，迪斯科文化、科技未来感等流行，镜腿采用金属拼接设计，不仅仅是更轻了，质感也依然高级精致，佩戴起来更是轻盈舒适打造复古氛围，彰显个性张扬

图片来源：商家提供

趋势风格

新美式休闲

05

风格解读

新美式休闲风融合了藤校风、blockcore等多种细分风格。有复古情怀的年轻爱好者，他们追求信仰自由，关注街头运动，美式校园文化、喜爱复古时尚品味的设计，将知识分子的知性和运动休闲感结合在一起，减龄又时髦。

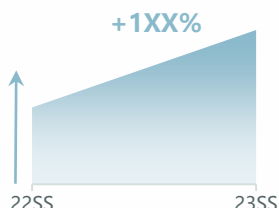
风格趋势

自带校园、运动、青春基因的新美式休闲风在社媒上持续火热。天猫大服饰行业新美式休闲风格商品同比增长超1倍，充足的商品供给激发消费者的热情，金额持续增长。

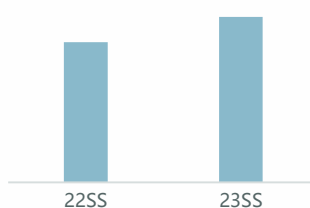
站外社媒声量和互动量



天猫春夏商品数量变化

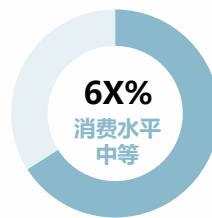
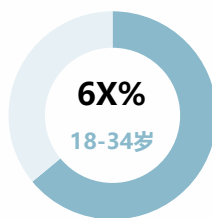
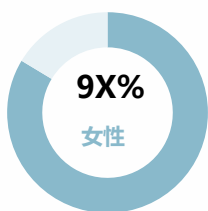


天猫春夏销售规模变化



风格人群侧写

新美式休闲的消费者主要为18-34岁、中等消费水平的女性，她们是努力备考、热爱文学的知识分子，爱吃快餐、果蔬汁、冰激凌等美式饮食。休闲时，会通过篮球、羽毛球等运动进行娱乐放松。



知识分子

美式饮食

休闲运动

新美式休闲风消费者跨类目偏好



# 新美式休闲 | 腔调运动咖，活力与知性并存

校园为新美式休闲穿搭增添浓重的氛围感，假期和休闲运动也是频频出现的穿搭场景。美式情侣T恤、牛仔布衬衫和复古polo衫为热门的流行趋势。鞋配中，邮差包、德比鞋、保龄球包热度较高，受到消费者欢迎。

## 风格场景分布

### 穿搭趋势场景 TOP1

#校园#  
声量YOY +276%



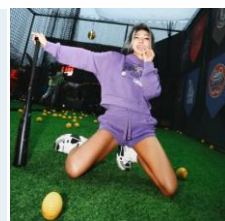
### 穿搭趋势场景 TOP2

#惬意假期#  
声量YOY +236%



### 穿搭趋势场景 TOP3

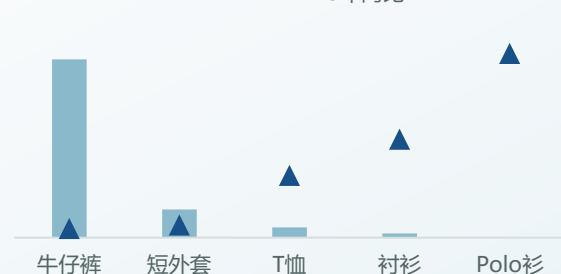
#休闲运动#  
声量YOY +223%



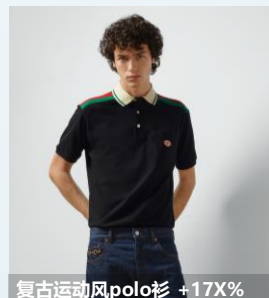
## 风格趋势品类

### 新美式休闲风服装品类销售规模及增速

■ MAT2023 ▲ 23年同比



### 服装趋势品类



### 新美式休闲风鞋配销售规模及增速



### 鞋配趋势品类



## 代表品牌案例

### MOUSSY

日本女装品牌MOUSSY诞生于2000年，在那个崇尚强调女性身体线条的时代，MOUSSY以中性化的T恤和牛仔裤展现出女性个性、坚韧的独特魅力，开创适合亚洲都市女性的全新酷感潮流女装，逐渐成为前卫复古+潮流百搭的代表品牌，风靡亚洲

## 代表商品

**不规则设计感阔腿牛仔裤：**独特斜扣设计，时髦有型；恰到好处的阔腿版型，修饰完美身材比例，应对小个子女生显高显瘦需求

**飞行员夹克外套：**刚柔并济的飞行员夹克，打造实用为主导的制服日常，吸睛光泽感打破沉闷无趣，可背带设计，增添摩登率性；茧型版型，营造休闲氛围，轻松拿捏，无性别模式穿搭，MOUSSY为你淬炼时髦新象。



数据来源：阿里消费洞察，智象GI；图片来源：小红书，商家提供

## 代表品牌案例

GAP

Gap于1969年创成立于美国旧金山，美国最大的专业服装公司盖璞集团（Gap Inc.）旗下的知名品牌之一，Gap服饰产品覆盖从儿童到成人的不同年龄层次。个性卫衣曾风靡半个世纪。经典美式复古学院风设计，进行多元的潮流诠释，突破保守与学生气的束缚，彰显不羁与活力。



经典美式卫衣

美式简约T恤

## 代表商品

**经典美式卫衣：**经典美式高阶卫衣 沿袭GAP美式基因，oversize时尚版型包容身材；搭配简约复古配色，经典百搭。采用柔软亲肤面料，自在的穿着体验；搭配休闲裤、淑女裙、衬衫叠穿等造型，解锁不同风格，酷飒出型。

**美式简约T恤：**美式经典LOGOT恤 经典宽松版型，纯棉舒适面料，上身自在无束缚；胸前大LOGO元素，经典配色，拿捏美式复古氛围；可两件叠穿亦可搭配工装风马甲，引领潮流穿搭。

## KAALIXTO®

Kaalixto 的中文意思被解释为“甘蓝”，这是一种草本植物。品牌主张鼓励年轻人在寻找自我的过程中保持真实，不被外界所迷失。Kaalixto 不局限于消费者的性别和年龄，旨在通过其产品让更多人对中国潮有所了解并支持国潮文化。产品设计结合了中国传统文化与现代潮流元素，注重实用性与时尚感的平衡。Kaalixto 的产品设计理念是在保持简约基础上的多样化造型变化，使每一件产品都能展现独特的个性和风格。此外，品牌还关注产品的舒适性，力求在使用过程中提供良好的体验。

## 代表商品

**龙井星星鞋：**为满足当下消费者追求独特、新奇、个性、时尚的消费心理，板鞋标志性星星设计中融入了真正的龙井绿茶和特制油，还原了龙井茶汤的效果，同时确保茶叶在长时间存放时保持品质。

**龙年限定星星鞋：**整体鞋身以龙纹青花瓷为灵感，将民族风扎染与龙纹青花瓷碎块结合。鞋面运用龙纹压印盘旋在鞋身，侧边鞋头加入不规则独家特殊印花工艺来体现青花瓷碎块与鞋融为一体的效果。



龙井星星鞋



龙年限定星星鞋

## kunogigi

古良吉吉kunogigi 源于两位创始人的昵称，由古良和吉吉创立于2013年。这个走入第二个十年的中国包袋设计品牌，依旧立足当代视角，为都市青年的成长之旅注入个性化表达，让日常时髦起来，让生活有趣起来。



猪猪枕头包

波士顿包

## 代表商品

**猪猪枕头包：**猪猪枕头包是从古良吉吉2022年代表作猪猪包中成长而来，是猪猪系列的第二名成员。在延续猪猪包的玩具感、肉感包身的基础上，全新升级的荔枝纹头层牛皮，自然柔和的色彩搭配，升级“猪猪”想象——依旧有趣时髦，又沉淀出新的质感，隐藏在松弛柔软的外表下，是更强大成熟的心理内核。

**针织三系列波士顿包：**针织系列摒弃了传统的针织面料方式，采用单片独立针织，每一个包包的每一片组成部分，都独立针织而成。除了关注日常的便利性与实用性，更侧重于表达轻松愉悦的日常生活状态。“针织三”系列将经典皮革包款针织化，软而挺适，轻松而利落，以丰富的色彩让生活明亮起来，是古良吉吉的实用美学主义。

图片来源：商家提供

趋势风格

清冷新中式

06

风格解读

中式美学在全球范围内迅速兴起并在24年开始更多元的细分，清冷新中式体现了清新淡雅的含蓄美学，以古典、松弛、雅韵之意境体悟东方文明的风骨，中性色月影白、暖沙色调，天青色展现雅致的古韵，禅意草木图案的应用，水彩晕染、工笔画等诗意的手法更凸显了东方气质中的云淡风轻。

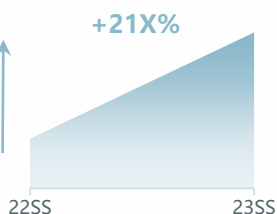
风格趋势

年轻一代的文化自信和中国文化的崛起，使得清冷新中式穿的社媒热度快速攀升，焕发新活力。天猫大服饰行业清冷新中式风格商品同比增长超2倍，消费者需求和商品供给同时带动销售规模扩张，同比增长超1倍。

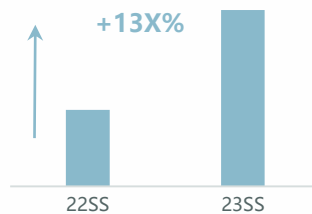
站外社媒声量和互动量



天猫春夏商品数量变化

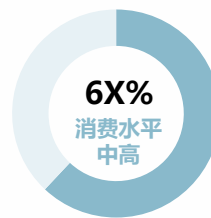
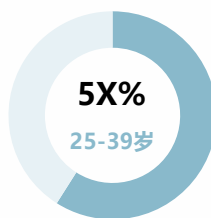
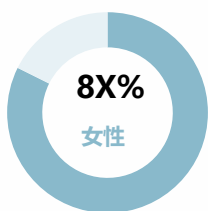


天猫春夏销售规模变化



风格人群侧写

清冷新中式以25-39岁轻熟龄、中高消费水平的女性为主，她们是艾灸、养生茶等中式养生的拥趸，同时也十分推崇茶道和古风服饰等传统中华文化。园艺达人，热衷照料花草陶冶性情，形成古典淡雅气质。

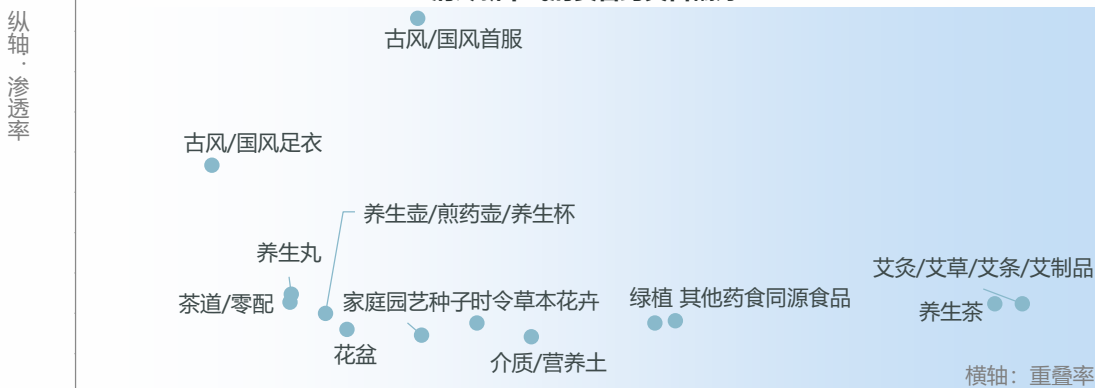


中式养生

推崇传统文化

园艺达人

清冷新中式消费者跨类目偏好



# 清冷新中式 | 国风代言人，焕发传统服饰第二春

中山装沉稳典雅大气的风格与商务场景十分契合，中式气息浓重的古风场景围炉煮茶、国风摄影也是常见的穿搭场景。新中式连衣裙、新中式衬衫、马面裙、新中式睡裙睡衣为贡献销售较多的热门趋势。

## 风格场景分布

### 穿搭趋势场景 TOP1

#轻商务#  
声量YOY +620%



### 穿搭趋势场景 TOP2

#围炉煮茶#  
声量YOY +388%



### 穿搭趋势场景 TOP3

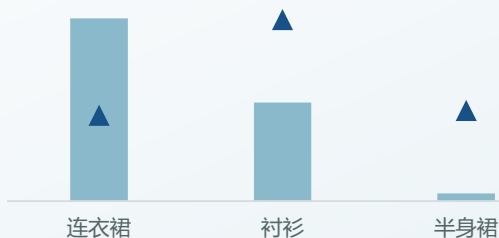
#国风摄影#  
声量YOY +269%



## 风格趋势品类

### 清冷新中式服装品类销售规模及增速

■ MAT2023 ▲ 23年同比

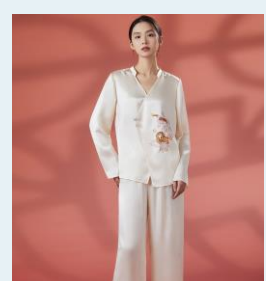


### 服装趋势品类

### 清冷新中式鞋配销售规模及增速

睡裙

睡衣/家居服套装



### 鞋配趋势品类

## 代表品牌案例

# HECO

中式艺术品牌

HECO品牌由优秀设计师莫女士与其先生共同创立。在这里，服饰织物不再是简单的物体，而是传承中华文化、传递情感共鸣的载体。HECO定义的从不是传统中国风，而是主张将中国传统服饰与现代美学结合。通过时髦、实穿的方式，将从古至今的服饰文化重现于大众视野，重新定义新中式风格。

### 代表商品

**织金玫瑰马面裙-烟古墨**：金属丝牡丹提花面料，采用了中式工艺，融合国风牡丹，体现东方风韵，马面裙版型特色优雅大气，传统的十褶改良为五褶，更适合普通人的身形，轻松应对上班约会各种场合。

**羊毛西装外套-声笙**：经典的中式外套版型，斜襟和旗袍小立领，尽显东方美学。手工缝制珠绣竹叶，给予外套诗意韵味，立体感觉，更显设计的华丽。



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI；图片来源：小红书，商家提供

## 代表品牌案例

万事利丝绸  
WENSLI

万事利1975年诞生于“丝绸之府”浙江杭州，专注丝绸行业49年。以“让世界爱上中国丝绸”为使命，汲取世界艺术灵感，将传统文化融合现代美学，用丝绸演绎东方气韵。采用高品质桑蚕丝为生产原料，产品涵盖丝巾、真丝居家产品、丝绸文创礼品、丝绸印花面料四大主营产品类。东方韵，国际范。融汇东方意蕴与国际视野，创造东方雅韵新经典，与时俱进的东方美学新典范。



双面印花中方巾-玉兰赋



双面印花大方巾-时序花语

## 代表商品

**玉兰赋丝巾：**以玉兰为设计元素，通过线面结合设计方式，斜对角切割具有时尚性，玉兰寓意着高洁纯洁，真挚和永恒，斜对角不同色块构图，可以有不同的佩戴方式，一款丝巾提供两款选择。采用14姆米斜纹绸面料，挺括有质感。

**时序花语丝巾：**以二十四节气花卉和月晕图为灵感，节气花卉既反映了四季的变迁，又展现了中国传统的自然美学，月晕图案通过流畅的线条勾勒出明月的轮廓，增添了丝巾的神秘和浪漫感。月晕与花卉相得益彰，呈现出一种古典与现代相融合的独特韵味。

桑罗  
SANGLUO

桑罗SANGLUO品牌名称灵感源自古诗词“桑下觅罗敷”。在传承东方丝绸文化的基础上，结合时髦新鲜设计格调，赋予真丝新生命与新活力，致力于打造真实自在、轻盈放松的穿衣态度和生活方式。传递中国传统丝绸文化精髓，传达现代女性独立自信的情感价值，通过创造可持续的真丝产品，为人们提供更轻松更健康的高品质家居生活。



新中式禅系列真丝家居服



牡丹国风-真丝家居服

## 代表商品

**新中式禅系列真丝家居服：**设计灵感源自现代新中式美学，以国风写意画中的芙蓉印花为特点，传递清冷、古典，充满禅意的穿搭氛围。新中式斜门襟设计和宽松剪裁版，完美适配舒适无拘束的家居场景/冥想放松场景。

**牡丹国风真丝家居服：**以悠扬的写意画的方式，绘制出牡丹的国色天香，呈现悠扬大气的穿搭意境。面料甄选精6A级桑蚕丝，1500米茧丝织就细腻顺滑，流动光泽如珍珠般莹润。

图片来源：商家提供

# PART 04

## 2024春夏品类核心赛道



# 女装行业 春夏品类核心趋势赛道

品类	趋势品类	品类解读
连衣裙	多巴胺连衣裙	采用高饱和度或高亮度的颜色，例如彩虹色，亮红色、橙色、黄色和粉红色等颜色的连衣裙
	垂感大摆连衣裙	特点是采用垂感大摆设计的连衣裙
	新中式中长连衣裙	设计包含立领、斜襟、盘扣、旗袍、水墨等中国传统服饰元素，裙长度在大腿中部以下的位置
	茶歇系中长裙	源自于欧洲的优雅舒适裙装，特点是采用碎花面料，V领、收腰放摆和开叉的设计
	芭蕾风连衣裙	采用芭蕾风元素，例如系带，纱裙，腰线分割等设计
	挂脖沙滩裙	采用挂脖的设计，可以展现背部和肩部的线条，适合在海边和沙滩度假时穿着
	一字领抹胸裙	一字领设计的裙子的领口沿着肩膀的一侧或两侧呈水平线状，露出部分或全部的肩部肌肤，能完美的展现肩背的线条
	长款背心裙	设计特点在于无袖剪裁，多为直筒或A字型轮廓，能够轻松遮盖腰部及臀部线条，展现优雅且随性的气质。长度至大腿中部以下，甚至到脚踝位置的无袖连衣裙款式
半身裙	马面裙	通常侧面打裱以增加裙摆的丰满度和层次感，外裙门装饰精美
	长款醋酸半身裙	指裙摆长度达到或超过膝盖以下，通常至脚踝位置的一种半身裙款式。主要材质为醋酸纤维，具有良好的光泽感、柔软的手感和悬垂性
	美式风a字裙	融合了美国休闲、舒适和实用的穿衣理念，特点在于采用耐磨易打理的面料，设计简约大方且注重实穿性，常见如高腰牛仔或工装风格，搭配实用元素如拉链、口袋等，并可能运用复古色彩与图案，以体现自由随性的美式风格
T恤	有领短袖t恤	在设计上结合了T恤的休闲风格和传统衬衫正式感的上衣，带有中高领或者polo领的T恤
	肌理感t恤	通过特殊面料处理、编织工艺或印花技术等手段，使得T恤表面具有丰富立体、层次分明的视觉与触觉纹理效果
短外套	小香风外套	采用小香风的元素，例如粗花呢面料，针织组织工艺，蝴蝶结元素等设计元素
	短款防晒衣	衣长到臀部以上的长度，面料需要具有抗紫外线功能
毛针织衫	中国风毛衣	融入了中国传统美学、文化元素和民族特色的毛衣设计，设计包含立领/斜襟/盘扣/旗袍等元素
	薄款天丝开衫	以天丝为主要面料制成的轻薄型开襟针织上衣，具有良好的透气性、吸湿排汗功能以及丝般柔软光滑的手感
牛仔裤	天丝长裤	以天丝作为主要面料制作的长款裤子，具有出色的柔软度、悬垂性、透气性和吸湿排汗性能。
	法棍烟管裤	裤子的腿型像法棍面包一样细长直，中高腰、臀部贴身、从大腿到小腿逐渐收窄，对身材有修饰作用
裤子	防晒阔腿裤	采用防晒面料且是阔腿版型的裤子
	抽绳工装裤	采用抽绳设计，带有口袋，拉链等工装元素
衬衫	牛仔翻领衬衫	采用牛仔面料和翻领设计

# 男装行业 春夏品类核心趋势赛道

品类	趋势品类	品类解读
T恤	美式风情侣T恤	融入了印花/条纹/标语等美式风格设计元素的宽松T恤，以独特且多元的个性表达为特点，深受年轻人喜爱
	三防T恤	采用高科技处理过具3种防护（防水防油防污）功能的T恤，适合户外活动、旅行以及日常生活中需要面对各种环境变化的人群穿着
	山系T恤	融合了户外、登山等元素，具备一定功能性（透气/速干/排湿等）的T恤
时尚防晒服	凉感防晒衣	具备接触凉感功能的防晒衣，是现代户外运动、旅行休闲、日常通勤的理想选择
	轻薄防晒衣	质地轻薄，收纳便利的防晒衣，可以轻松进行收纳，方便户外出行时随时穿脱
	三防防晒衣	融合多种防护功能的防晒衣，能同时满足消费者多种需求，是户外爱好者和注重防晒人群的理想选择
衬衫	工装风衬衫	使用质感较好的面料制成，呈现工装风格的偏廓形衬衫，在日常休闲是进行穿着，可与各种服饰混搭，打造个性十足的街头风格
	牛仔风衬衫	采用牛仔布制成，具备耐磨耐穿、休闲随性且充满复古风情的衬衫，可做外套可内搭，是衣柜中永不过时的经典款式
	易打理衬衫	特殊面料制成且具备洗涤后抗皱功能的衬衫，是现代快节奏生活中的理想选择，为消费者提供了便利、时尚和品质感
休闲裤	多口袋工装裤	采用多口袋设计元素，具备工装风格的裤子，符合当下消费者多种穿搭场景
	机能冲锋裤	往往采用高科技面料和多功能设计工艺（反光条/抽绳/拉链等）设计的冲锋裤，成为一种兼具实用和审美价值的流行单品
	伞兵裤	采用高强度尼龙、涤纶或者混纺面料制作且采用褶皱/口袋等设计元素的多功能的宽松裤型
牛仔裤	做旧牛仔裤	利用做旧/印染技术处理的牛仔裤，例如：黄泥染/泼墨等，是街头潮流中重要单品，深受年轻消费者的喜爱
	阔腿牛仔裤	一种具有复古和时尚风格的裤型设计，整体宽松，裤脚宽大，既能展现复古风范，又能演绎现代都市潮流感
	凉感牛仔裤	采用特殊面料制成，具备接触凉感功能的牛仔裤，保持着良好的透气性和吸湿排汗性能，使穿着者在炎热天气下感觉更为凉爽舒适
Polo衫	复古运动风 polo衫	采用条纹/撞色/拼接等设计的复古运动风Polo衫是美式复古风代表单品，可进行长远投资
	凉感polo衫	有良好的吸湿排汗和导热性能，能快速吸收并散发皮肤表面的湿气和热量，从而降低体表温度，带来凉爽触感的Polo衫
短裤	牛仔短裤	夏季休闲场合中常见的时尚单品，采用牛仔布制作的短裤，以其耐磨耐穿、时尚百搭的特点深受消费者的喜爱
	山系短裤	多功能口袋设计且版型宽松，具备户外、工装风格的短裤，可满足消费者多种场景穿搭需求
夹克	防护冲锋衣	户外出行趋势下，具备多种防护功能（防水防风防污等）的冲锋衣需求被激发

# 男女鞋行业 春夏品类核心趋势赛道

品类	趋势品类	品类解读
女鞋	小香风浅口鞋	“小香风”一词已经不再局限于香奈儿品牌的设计语言中，各大品牌都相继利用小香风”经典元素，来打造“小香风”的单品，小香风浅口单鞋,时髦好穿不累脚,妥妥的公主鞋
	浅口玛丽珍鞋	玛丽珍鞋通常指的是带有脚背带且包住脚面的圆头高跟鞋。这种鞋子因其独特的设计风格而在现代时尚界中占有一席之地。当下玛丽珍鞋搭配浅口的设计更加时髦有风格
	漆皮粗跟鞋	漆皮高跟鞋看上去光泽亮眼，是一种具有强烈表面效果和风格特征的服饰材料，皮子很亮，表面上很光滑，像刷过油漆的感觉，比较适合正式场合，搭配粗跟增加了随性和实穿性
	缎面单鞋	新中式风潮席卷时尚圈，缎面材料的运用让人眼前一亮，单鞋的款式与缎面材料的相融合，气质优雅，时髦知性有故事
	金属风玛丽珍鞋	传统的玛丽珍鞋搭配上多样的金属装饰，碰撞出更加具有时装时髦感，更加个性张扬的视觉美感。
	浅口芭蕾舞鞋	传统的芭蕾舞舞者跳舞时所穿的芭蕾舞鞋，近年来逐渐走进日常生活中，深受潮流时髦人群的喜爱，浅口平底上脚舒适得体
	方头高跟鞋	方头的高跟鞋顾名思义，传统高跟鞋采用方头的设计，视觉上更具有冲击性，英朗中带着优雅，大气高级感十足
	厚底坡跟凉鞋	平底凉鞋高跟鞋都有了，那么你一定还缺少一双厚底坡跟凉鞋，厚底坡跟凉鞋商家舒适，走路稳妥，更加休闲时尚
	厚底洞洞鞋	传统的洞洞鞋基础上在增加了厚底的设计，视觉上登高效果更好，更易搭配，更潮流。
	一字带后空凉鞋	优雅的箭头高跟鞋为基调，漏出脚跟，通过携带的设计固定脚踝，细节十足，更加精致和性感
	厚底勃肯鞋	勃肯鞋大当其道，充满松弛感的视觉席卷了当下年轻人，舒适百搭又洋气，再加上厚底的设计，更加显高，更易搭配
	eva凉拖鞋	eva材料当道，绝对夏季不可缺少的科技与狠活，eva拖鞋多为一体成型，上脚舒适随意，款式丰富多样
	外穿面包拖鞋	由面包鞋演变而来的面包拖鞋，软软胖胖踩屎感，只要一上脚，不管在哪里都不想脱
男鞋	短筒凉靴	市场需求逐渐向靴子四季化演变，镂空的短靴深受潮流尖端的女孩儿们所喜爱，不仅透气更加有层次感
	Oldschool 休闲板鞋	经典百搭的轻复古运动板鞋，融入更多的设计元素，牛仔、拼接、涂鸦等，体现运动 bro的高街感
	面包鞋	外型像面包一样的鞋子丑萌丑萌，可可爱爱的胖鞋子，潮流热度持续上升，更增加不同的可脱卸配件，设计元素丰富，视觉更加有趣味感
	圆头德比鞋	德比鞋深受商务人士喜爱，但是增加大圆头的设计反差效果极强，视觉冲击潮酷，更适合休闲混搭风格
	运动eva拖鞋	传统的EVA拖鞋融入更加运动的元素，部分拖鞋增加可包脚设计，视觉效果更加酷感

# 内衣行业 春夏品类核心趋势赛道

品类	趋势品类	品类解读
内衣	无肩带抹胸	无肩带或可脱卸肩带的文胸，多用于露肩装或大领口上装的搭配，起到隐形肩带的作用
	外扩文胸	通过特殊杯垫设计和工艺，使胸部自然外扩显大，凸显身材线条的文胸
	软支撑文胸	通过工艺设计和原材料升级，使无钢圈文胸在保留原有舒适度基础上具备较好的承托支撑、胸部稳固功能；通常使用、果冻条、特殊工艺处理过的硅胶、软托、记忆钢圈等的产品
	辣妹风内衣	辣妹风内衣是一种融合个性化装饰、大胆的色彩搭配以及身材比例优化的时尚风格，它强调的是自信、热情和大胆的表现力
	美背文胸	通过大U背或交叉肩带等设计，使穿搭内衣不外露或外露好看不尴尬的一款强搭配属性的文胸
	性感蕾丝文胸	整体设计及风格偏性感的蕾丝材质文胸
	小胸显大内衣	通过聚拢、侧收副乳、局部承托等方式，达到小胸显大视觉效果的文胸
	带胸垫t恤	内带胸垫的连体T恤，免穿内衣，显瘦百搭
	带胸垫吊带	内带胸垫的连体吊带，一体式设计穿脱更加方便，穿着更加舒适
	少女文胸	适用于9-16岁成长发育期的少女人群，分别以小背心、柔软薄杯、及无钢圈/软钢圈文胸为主，保护少女发育期的健康成长的内衣
	一次性内裤	即拆即穿的便携免洗日抛内裤
	乳酸内裤	一款由聚乳酸纤维制成的内裤，乳酸具有天然的抗菌能力，能够有效地抑制细菌生长，防止私处感染
	收腹提臀塑裤	通过剪裁工艺设计和功能面料的运用，穿着后起到收塑腹部，修饰臀型等功能的塑身裤
	晨袍	主要适合婚庆、伴娘等场景，更具有仪式感，通过丝质感的面料叠加蕾丝、刺绣、羽毛等，更具精致
	新中式睡衣	从优秀传统文化中提取元素，结合当代人审美需求，穿着可以更加日常化
	柔软型睡衣	通过材质工艺、剪裁等，让睡衣穿着更加舒适，柔软贴身不束缚
	带胸垫家居服	通过带胸垫设计，解决部分家居服凸点的尴尬，且对胸部有一定承托性，更适合居家穿着
	多巴胺堆堆袜	轻薄透气堆堆袜，是必备单品，色彩丰富随意搭配
抑菌防臭袜	具有抑菌防臭功能的袜子	
凉感内衣	多使用冰丝材质或凉感材质，具有夏季降温，触感冰凉，透气清爽等凉感功能的内衣	

## 箱包服配行业 春夏品类核心趋势赛道

品类	趋势品类	品类解读
箱包	多功能行李箱	一般具备可充电、智能开锁、NFC、电动骑行、挂钩或者咖啡架功能的拉杆箱
	可登机开口行李箱	拉杆箱前侧全开/半开方便直接拿取物品，商品中包含尺寸小于等于20寸可用于登机
	大容量登机箱	大容量登机箱，一般商品链接内包含20寸规格，且一般带用扩展层主打卖点大容量
	横款行李箱	商品中包含16寸左右小形横板机长箱规格，多用于两天一夜城际商务差旅等
	斜挎保龄球包	一般是线条柔和的半圆形廓形包袋，风格偏休闲，美式复古居多，搭配较为多元
	菜篮子水桶包	区别于传统包型，多敞口或者抽绳设计，容量一般较大，整体对外传递时髦感和松弛感
	防水登山背包	具备一定的防水功能，一般多口袋背包，多用于徒步、溯溪、登山等外出场景
	褶皱包包	带有褶皱元素，一般多为软皮包袋，整体风格透传偏中性或者创新设计
	月牙包	外形形似弯月牙状，包带偏短，常见背法多背于腋下，适合春夏日常搭配
	植鞣包包	植鞣包包,材质多以植物鞣剂加工皮革而形成的皮具原料，包袋呈现多以原色居多
服配	鸭舌渔夫帽	鸭舌渔夫帽-帽沿前面有一个铁圈支撑，因此帽子前侧略微翘起，强化前面部防晒功能
	一体空顶帽	无痕立体一片式空顶防晒帽，一般多为加大帽檐，易折叠便携，久戴不勒，舒适又潮流
	成人足弓鞋垫	有足弓曲线鞋垫，可支撑一部分足弓受力的鞋垫，具备功能性作用
	帽檐脸基尼	带帽檐强化前脸防晒，且包含防晒面罩/脖套的多功能防晒服配，适用于医美术后等高防晒需求场景
	真丝围巾	真丝丝巾面料核心为蚕丝，整体光泽较柔和，亮但不刺眼，呈现国风、新中式等东方美学
	大檐空顶帽	加长或者加宽帽檐面积的防晒空顶帽，多用于度假出游以及户外拍照等轻户外场景

## 手表眼镜行业 春夏品类核心趋势赛道

品类	趋势品类	品类解读
手表	防震手表	具备防震功能的手表，适用于多种户外场景，如露营、骑行、徒步等
	小方表	表盘为方形的手表，常见复古设计，适用于日常通勤、出街搭配
	贝母手表	指表盘有贝母材质，常见流光溢彩的效果，优雅灵动
	彩盘手表	指表盘颜色为彩色的手表，不沉闷，适合春夏
	镶钻手表	指有镶钻设计的手表，优雅吸睛，适用于日常通勤
眼镜	猫眼墨镜	指镜框框型为“猫眼”形状的太阳镜，微微上挑的眼角，复古优雅
	窄框太阳镜	指镜框框型偏窄的太阳镜，近两年高热度赛道，个性设计潮人必备
	太阳镜套镜	指可套在普通光学眼镜架外使用的太阳镜，便于近视人群
	磁吸太阳镜	指可通过磁吸方式佩戴使用的太阳眼镜
	白色框墨镜	指镜框主体颜色为白色的太阳镜，小白框打破墨色镜片的沉闷，适合春夏搭配
	骑行眼镜墨镜	适合在骑行场景下佩戴使用的墨镜
	折叠式太阳镜	指镜架可折叠的太阳镜
	眉线框眼镜	指镜框上边缘加粗设计更修饰眉线的眼镜
	半框式眼镜	指镜框为半框设计的眼镜
	金丝线眼镜架	指镜架主体为金色的眼镜

## 报告作者&致谢

### 报告指导委员会

- 米澜 阿里巴巴天猫服饰事业部 总经理  
叶挺 杭州智篆文化传播有限公司 总经理  
苏誉 阿里巴巴天猫品牌营销部 总经理  
枢问 阿里巴巴天猫服饰 商品及搜索运营&趋势中心负责人  
王丽 智篆GI 副总经理

### 报告作者

- 李烨羽 智篆GI 数据咨询总监  
王艺 智篆GI 资深数据分析师  
黄佳怡 智篆GI 数据分析师

### 视觉设计

- 周笑宇 智篆GI 高级创意设计

### 报告共创

本报告由天猫服饰事业部和智篆GI、淘宝教育事业部、TMIC天猫新品创新中心共同完成  
天猫服饰：冷萃、澄禹、晓相、珍奶、乐孜、口子、盛秋、西果、芝艺、知何、旒奥、简霓  
天猫新品创新中心：仟亿、贯培  
淘宝教育事业部：牵秋

### 特别鸣谢

特别感谢致知、Songmont、伯爵卓尔、MAXRIENY、好奇蜜斯、UPON PRO、骆驼、CASIO、蕉下、MOUSSY、GAP、吉良吉吉、KAALIXTO、SMFK、百丽、FAKEME、CACUSS、万事利、桑罗等品牌/机构的大力支持（排名不分先后）。

### 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、外部公开资料等数据来源。

## 数据周期及指标说明

报告整体时间段：2021-2023年春夏，即当年3月至次年8月，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。