

2025
TMALL APPAREL
TREND

25AM

2025秋冬
天猫服饰
白皮书



天猫新品创新中心

寄语



米澜 阿里巴巴天猫服饰事业部 总经理

2025年中国服饰消费正迎来信心重塑与需求跃迁的黄金窗口。消费者对品质与潮流的双重追求，驱动市场从“规模增长”迈向“价值深耕”，高质感设计、可持续科技、圈层化审美成为新消费决策的核心支点。我们观察到，“品质即潮流”的理念深入人心，天猫用户对兼具匠心工艺与先锋表达的服饰需求增长。天猫服饰以“品质为基，潮流为翼”，通过趋势共创、全域营销生态，助力品牌在细分赛道中捕捉增量机遇。今秋，让我们以用户需求为灯塔，以创新为燃料，共同书写服饰产业的下一个增长传奇。



沐兴 天猫新品创新中心 总监

2025年，中国服饰消费正经历从规模扩张向价值深挖的关键跃迁。消费者对品质与文化的双重追求，推动行业锚定“品质为基，潮流为翼”的新坐标。天猫服饰观察到，兼具匠心工艺与先锋表达的产品持续领跑市场，印证圈层化审美已成为增长核心引擎。从新中式复兴到机能风破圈，消费者正通过服饰建构独特的文化身份。我们依托全域消费洞察，打通趋势发现到圈层触达的全链路，助力品牌以高质感设计夯实品质基底，以文化叙事激活细分赛道。今秋，让我们以用户需求为锚点，在经典与创新的平衡中锻造长效价值。期待与各位携手，共同开启服饰产业的黄金新周期。



叶挺 杭州智篆文化传播有限公司 总经理

在消费需求多元升级的当下，服饰行业进入品质与潮流深度融合新阶段。消费者追求品质、时尚与功能兼具的产品，这既是机遇也是挑战，精准把握趋势成为商家增长的关键。此次白皮书，我们依然从人群、货品及风格主题三个维度深入洞察，梳理出产业侧追求品质与潮流的最新脉络。智篆商业将以持续的洞察为引，将前沿趋势转化为生意增长的强劲动力，期待迎来服饰行业更前趋的变革与增长。

目录

服饰产业
概览

01

服饰人群
洞察

02

25AW服饰
品类趋势

03

25AW服饰
风格趋势发布

04

25AW服饰
趋势赛道发布

05

优秀商家
案例展示

06

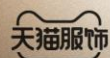
2025

TMALL APPAREL

WHITE PAPER

PART 01

服饰产业 概览



×



×



×

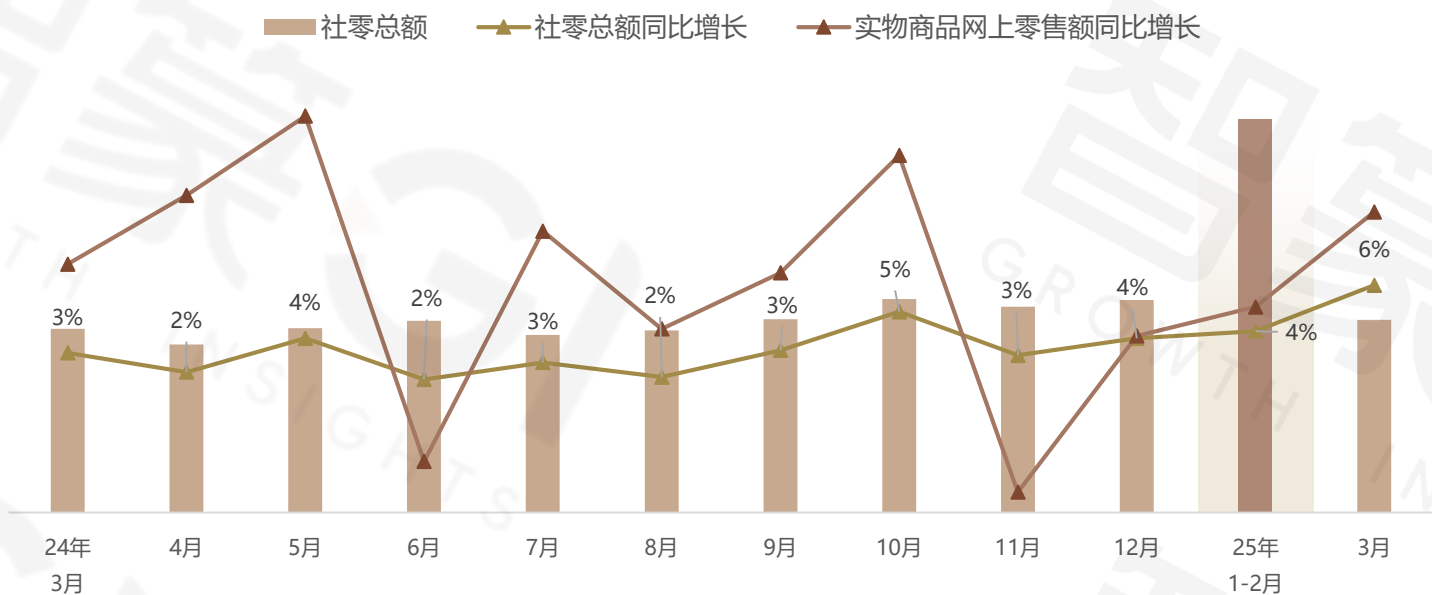


天猫新品创新中心

服饰消费信心显著增强，为行业释放积极信号

随着我国居民生活水平提升，服饰产业迎来高质量发展。作为仅次于食品的第二大居民消费支出品类，服饰发展强韧。2025年1-3月，服饰类消费总额3,869亿元，占商品零售总额的4%，同比增长3.4%，消费价格指数同比微增，量价齐升驱动服饰行业消费动能持续释放。直播购物、即时穿搭等数字化消费模式已深度融入居民日常生活，服饰电商持续发力。

2024年3月-2025年3月全国社零总额增长趋势



2025年1-3月服饰类商品消费及价格增长趋势

服饰类消费趋势

TOP1 食品类

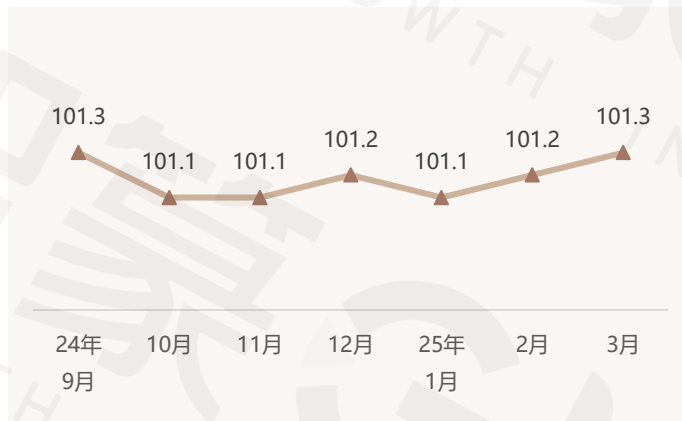
TOP2 服饰类

<p>总额</p> <p>3,869亿元</p>	<p>占商品零售总额</p> <p>4%</p>
<p>位居细分品类</p> <p>第二*</p> <p>(长期位居前三)</p>	<p>同比增长</p> <p>+3.4%</p>

TOP2/第二*: 剔除汽车汽油用品

服饰类居民消费价格指数增长趋势

服饰类居民消费价格指数



去年同月为100

数据来源: 国家统计局

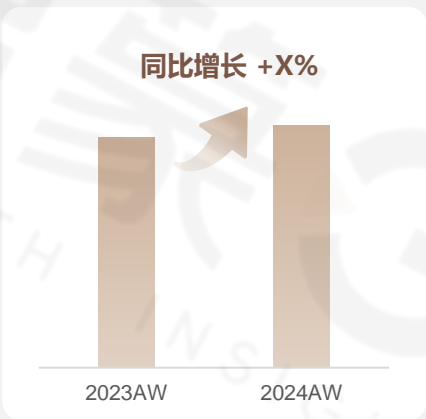
天猫服饰需求蓝海涌现，品质与潮流并存，多样化品牌矩阵潜力崛起

天猫服饰行业销售额稳步地持续增长，供需双驱，同时趋势商品规模的供给和需求增长远快于市场整体，质价比消费需求升华。

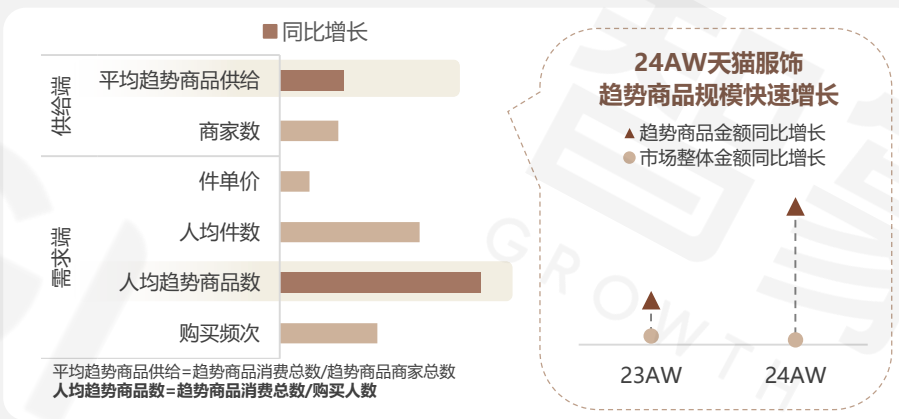
- 内衣/家居服与箱包的趋势商品涌现；其次，男女装、女鞋等品类的趋势商品需求旺盛，是商家入局的蓝海空间。
- 设计师、知名品牌和潮牌贡献高成交高增速，协同趋势商品快速发展；风格品牌趋势商品供不应求，孕育巨大供给潜力。

市场稳健提升，趋势商品供给与消费双涨，时尚质价比需求持续升华

24AW天猫服饰金额及同比增长

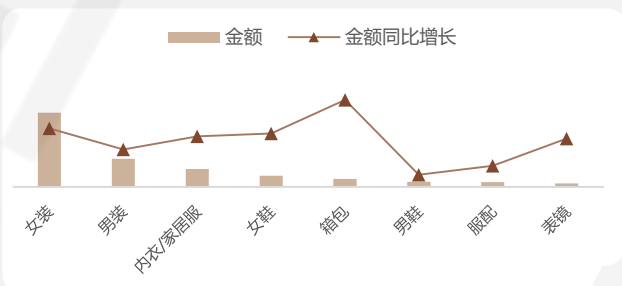


24AW天猫服饰增长驱动因素

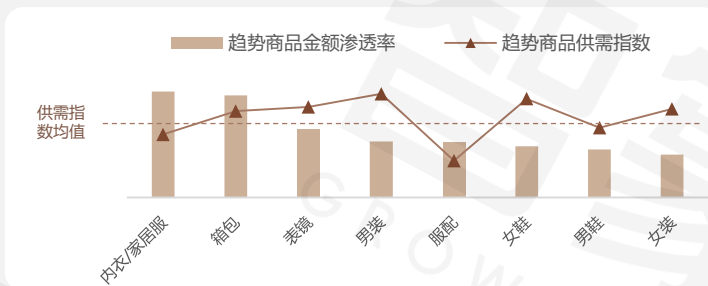


丰富品类驱动市场增长，多元趋势商品供给迸发活力，男女装、女鞋及表镜品类为趋势货品需求蓝海

2024AW天猫服饰细分品类趋势

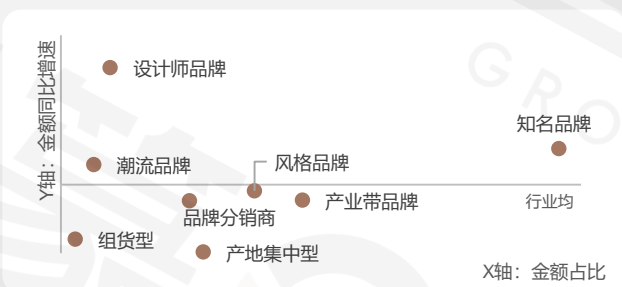


2024AW天猫服饰细分品类趋势商品供给与需求趋势

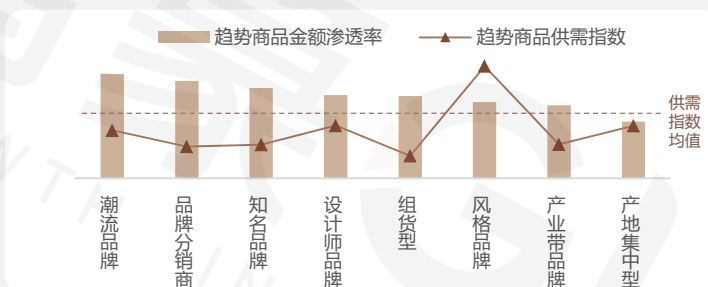


服饰品牌类型多样化，设计师、潮流品牌消费潜力持续崛起，风格品牌需求释放

2024AW天猫服饰细分品牌矩阵



2024AW天猫服饰细分品牌趋势商品供给与需求趋势



供需指数 = 某品类趋势商品购买人数同比 / 某品类趋势商品数同比；指数越大表示需求越旺盛，供给机会大，越小则竞争越激烈

产业“内&外”双圈驱动发展—— 技术角逐与情绪需求成为内驱关键词

我国服饰产业正形成内驱动力与外驱动力协同的增长范式。内圈由服饰行业的供需两端自我发展而成：供给端的技术角逐成为核心趋势，抗寒面料、抗菌面料等技术突破带动品牌营收快速增长，受到年轻消费者追捧；同时，消费端对情绪价值在服饰上的映射需求愈发强烈，大众尝试通过服饰穿搭表达内在情绪与感知。

服饰产业蓬勃发展，内需和外驱力双向增长

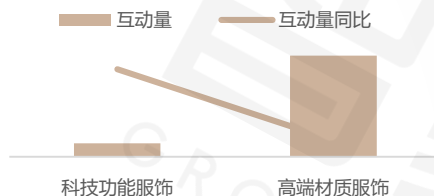


内圈驱动力-供给与需求协同共增

服饰商家纷纷加入**技术角逐**，技术创新成为产业核心趋势之一，通过科技产品拔高产品功能阈值，推动消费者的品质消费意识养成

品牌/企业	创新科技
波司登	航空材料气凝胶（耐寒-30°C）
蕉下	Airloop面料（防晒+凉感双效，UPF50+）
优衣库	“空气锁温科技”面料，轻盈体感并有效抵御寒冷
海澜之家	相变调温纤维（PCM）技术，衬衫自适应15°C-35°C环境

2023年，中国**功能性服饰**（如保暖科技）市场规模约**2080亿元**，年增速**超12%**



供给端

消费者对服饰的**情绪表达需求**愈发强烈，驱动产品侧从视觉和体验两方面做创新，传递“温暖、疗愈、文化认同”等多维的感知主题

需求端



毛绒元素材质创新和设计叙事，深化“触感与视觉童趣疗愈”体验

通过IP的情感化叙事和跨界文化融合，传递“爱与陪伴”的温暖内核



趋于情绪表达的穿搭话题讨论

- 身份认同**
 - #淡人穿搭 浏览量4800w+
 - #打工人的多面时尚 浏览量2800w+
- 仪式感满足**
 - #新年内搭战袍 浏览量4500w+
 - #在家也要美美哒 浏览量2800w+
- 悦己疗愈**
 - #女生就应该自信明媚 浏览量2900w+
 - #拒绝穿搭焦虑 浏览量7800w+

数据来源：[1]艾瑞咨询《2023年中国服装行业研究报告》、欧睿国际；[2]中商产业研究院《2023-2028年中国功能性服装行业预测报告》；品牌财报；新闻稿件等

产业“内&外”双圈驱动发展—— 外圈AI科技赋能加持，强吸引资本驻足

AI智能技术潜力释放，技术已渗透服饰产业链全环节，全面革新生产、供应链到商家经营和用户体验。驱动资本加强投资，2023-2024，资本持续向服饰赛道融资，助力企业DTC模式转型与营销战略升级，服饰行业正加速构建发展新生态。

AI重塑服饰产业系统，提升运营效率，革新消费者购物体验



数据来源：外部资料搜集

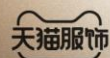
2025

TMALL APPAREL

WHITE PAPER

PART 02

服飾人群 洞察



×



×



×

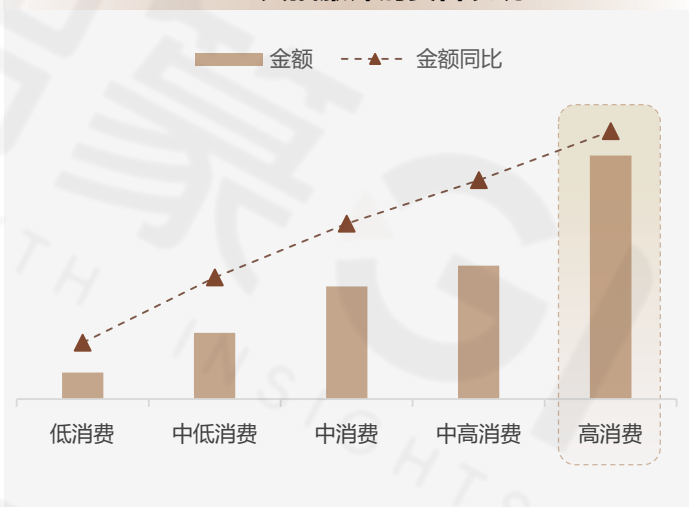


天猫新品创新中心

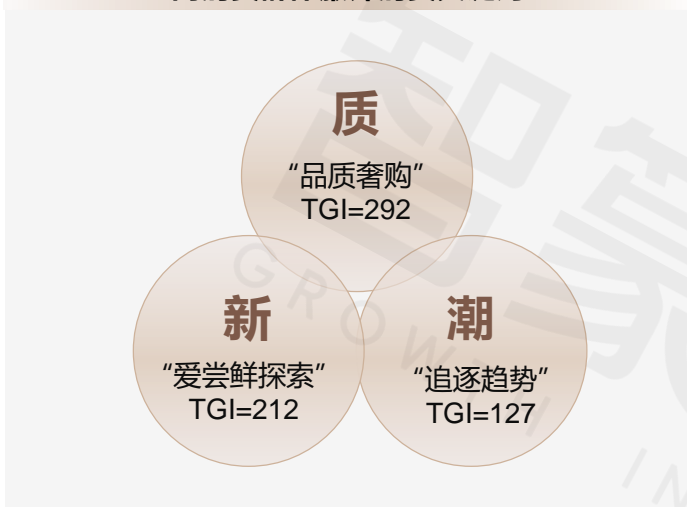
高消费群体是天猫服饰核心消费力量，他们对服饰「质」、「新」、「潮」的追求渗透到全消费路径中

高消费群体成交金额大、增速快，是天猫服饰的核心人群，在服饰消费上既追求品质悦己，又追求新鲜感和潮流趋势。高消费群体对“质新潮”的偏好渗透到全链路消费中，高颜值和独特的潮流设计激发他们尝鲜购买，高品质和创新性能帮助品牌沉淀用户，反之品质波动或缺乏创新易引发用户流失。

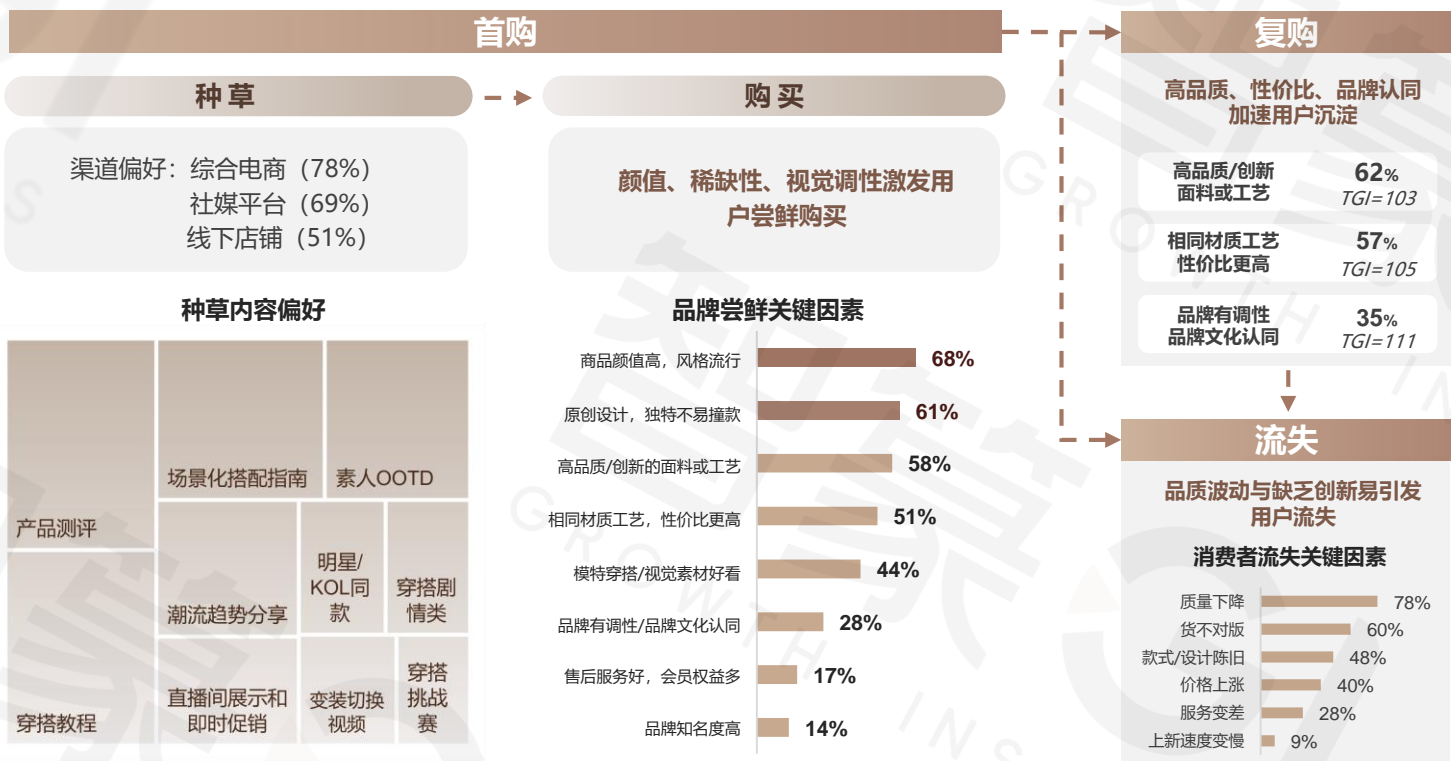
24AW天猫服饰消费者表现



高消费群体服饰消费关键词



高消费群体的服饰消费路径彰显“质新潮”追求

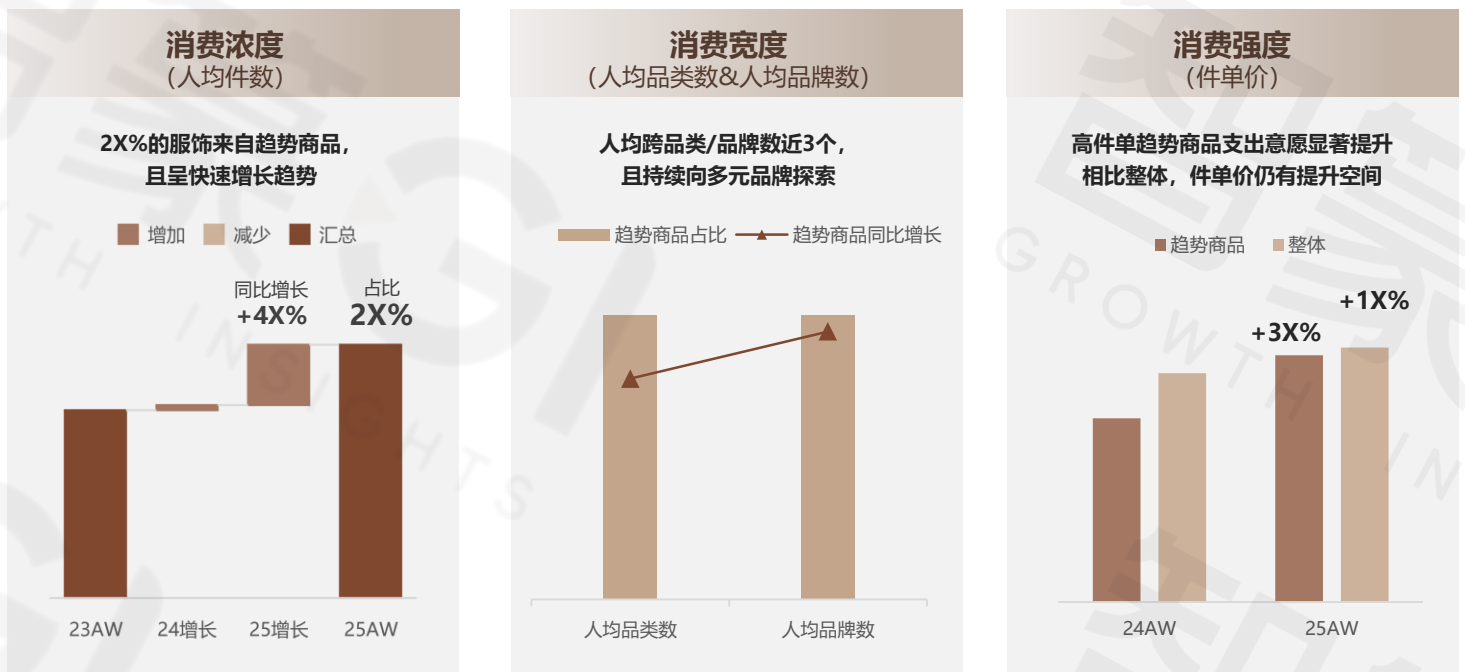


数据来源: 阿里消费洞察、TMIC, N=2,089

高消费群体引领趋势赛道的品质与潮流双升

相较市场整体，高消费群体对趋势商品的消费持续提升印证品质和新潮穿搭需求。首先，消费浓度显著加深，24AW人均购买件数同比增长4X+，衣橱占比超20%；其次，消费宽度持续拓宽，人均跨品类数和跨品牌数均达3个，并呈增长趋势；另外，消费强度持续提升，件单价同比增长，且对比整体仍有提升空间。天猫服饰通过高价值群体在趋势商品上的3个维度协同增长构建高消费客群和趋势商品的高价值闭环。

24AW天猫服饰高消费群对趋势商品的购买偏好



占比=高消费群体的趋势商品人均购买件数/高消费群体的整体服饰人均购买件数

趋势商品占比=高消费群体的趋势商品人均品类/品牌数/高消费群体的整体服饰人均品类/品牌数

24AW天猫服饰高消费群体对趋势商品的品类偏好



TGI偏好度=高消费群体在趋势赛道某品类占比/高消费群体在服饰市场某品类占比*100，指数>100表示显著偏好

数据来源：阿里消费洞察，TMIC消费者调研，N=2,089

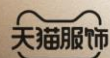
2025

TMALL APPAREL

WHITE PAPER

PART 03

25AW
服饰品类
趋势



×



×



×



天猫新品创新中心

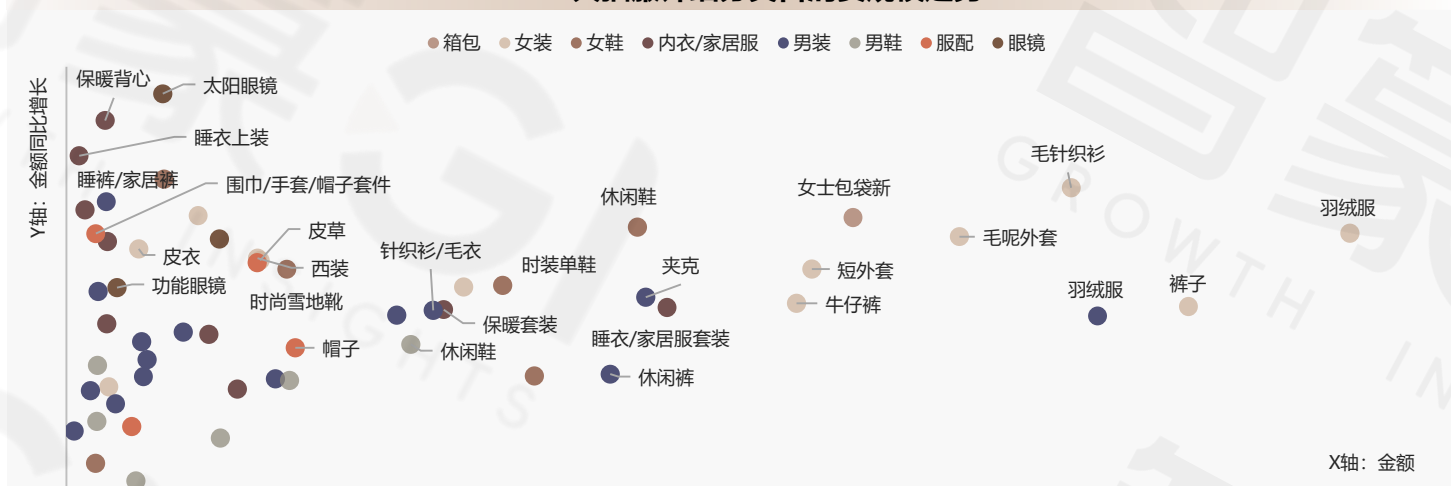
2025年天猫服饰秋冬品类趋势

天猫服饰秋冬成交大盘稳步扩张，成衣、箱包和鞋靴等全面增长

紧跟服饰产业发展，天猫服饰大盘持续增长。多元穿衣场景驱动品类功能、材质面料、款式和风格等多重升级，如羽绒服衔接通勤和聚会场景，领型和廓形追求更加新潮，材质趋向高端。短外套细分品类更加多元，风衣、皮衣满足时尚通勤，冲锋衣让城市 and 山野切换更迅速。横向比较各叶子类目的24AW的行业成交规模和增幅，综合得出当下高潜秋冬趋势类目：

主力类目——以羽绒服、裤装、毛针织衫、毛呢外套、夹克/外套为代表的高贡献类目，预计在25AW持续展现增长活力；
机会类目——以箱包、内衣/家居服、鞋靴为代表的高增长类目，吸引各类商家纷纷布局商品，预计在25AW继续增长，进一步扩大成交贡献。

24AW天猫服饰细分类目消费规模走势



25AW天猫服饰10大重点品类



品类趋势 | 羽绒服

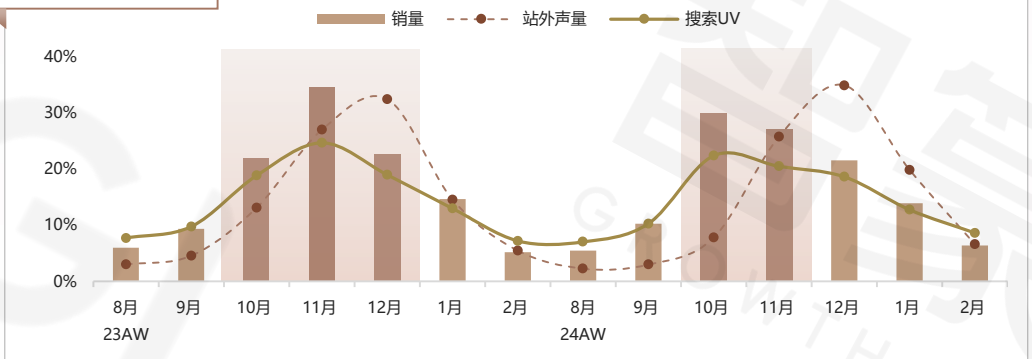
24秋冬货品高峰期持续时间提升，男女装价位均升级

羽绒服在9月开始销售起势，持续10月到12月到达峰值，24年秋冬的持续时间相较于去年更长，搜索UV的高峰基本与销售一致，24秋冬在10月达到高点；而站外声量起势滞后到10月份，到12月达到高峰，商家后续需结合销售节奏前序种草蓄水；传统知名品牌稳健增长，设计师品牌等新锐品牌潜力释放。女装羽绒服价格核心布局200-600，及1000-1500元价位段，中高价位段1500元以上涨势向好；男装羽绒服集中在200-800元，同样1500元以上高增。

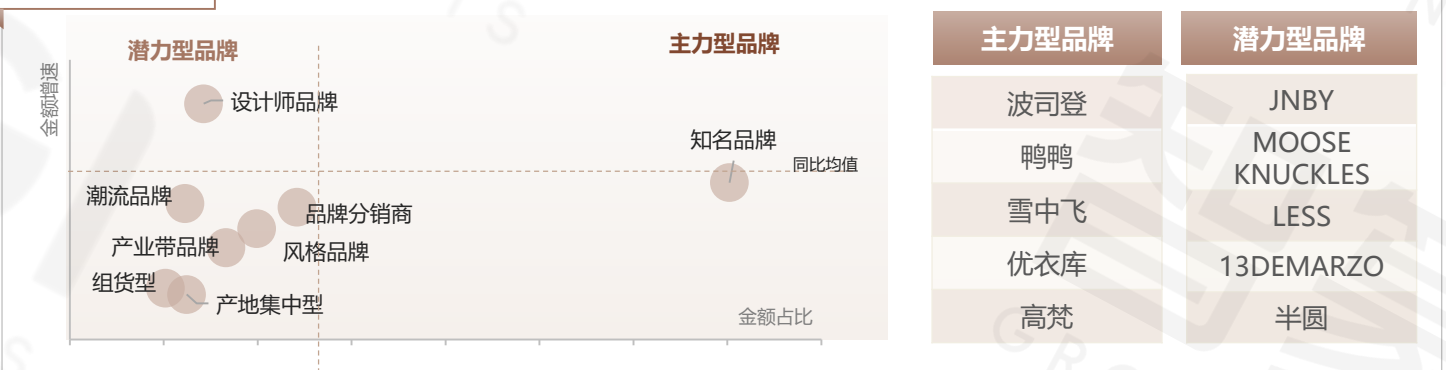
增长驱动因子



品类生命周期



品牌矩阵



品类价格带分布



气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大
 供需指数=购买人数同比增长/商品数同比增长

主力价格带：高销售贡献
 趋势价格带：高销售增速且较高需求

数据来源：阿里消费洞察

品类趋势 | 羽绒服

精致时尚人群和品质人群为品类核心人群，场景化穿搭需求凸显

精致时尚人群为品类消费主力，品质人群增长迅速

羽绒服消费的主要贡献人群为精致时尚人群和品质人群，精致时尚人群占比高，品质人群增速快；购买羽绒服时消费者主要驱动因素为功能科技，其次因材质驱动、价格驱动和场景需求购买。时尚新生和中产新贵更受材质驱动消费，核心人群均会因潮流颜值而购买。

25AW天猫羽绒服消费者策略人群贡献趋势



数据来源：阿里消费洞察

25AW天猫羽绒服消费者 购买驱动因素调研

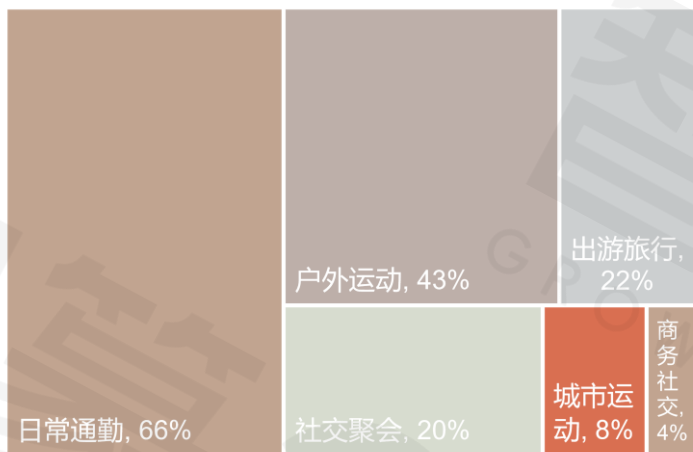
	精致新锐	时尚新生	中产新贵	品质奢贵
功能科技	87	104	108	98
材质驱动	84	105	112	85
价格驱动	85	88	75	84
场景驱动	98	99	107	77
潮流颜值	103	101	112	121
品牌驱动	123	88	136	175

数据来源：TMIC消费者调研，N=2089

多场景穿搭需求为羽绒服主要购买因素，日常通勤、社交聚会、户外运动为核心场景

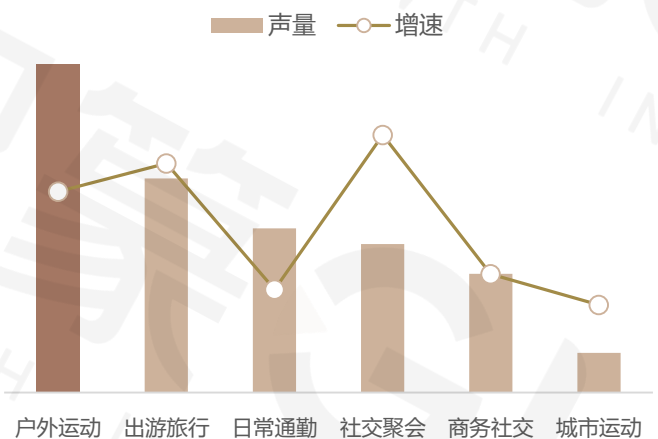
羽绒服消费者穿搭场景多元日常通勤、户外运动、社交聚会、出游旅行为主穿着场景，同时24秋冬户外运动场景穿搭讨论热度高，出游旅行和社交聚会的羽绒服穿搭讨论声量高增。

消费者羽绒服购买驱动场景分布



数据来源：TMIC消费者调研，N=2089

25AW 社媒平台 羽绒服细分场景内容互动量趋势



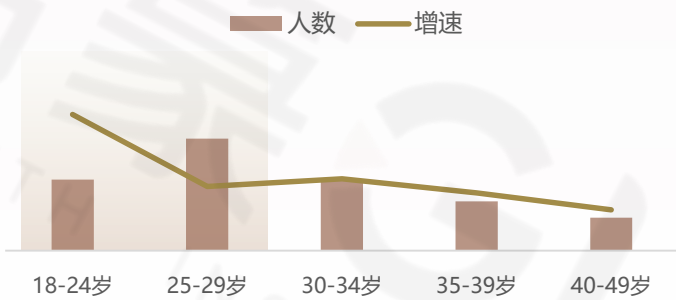
数据来源：智篆GI

品类趋势 | 羽绒服

精致时尚年轻人群消费需求高增，新趋潮流新品受青睐

18-29岁年轻的精致时尚人群消费需求增长，羽绒服的款式版型、颜色为精致时尚人群核心购买关注。男女装羽绒在潮流款式中呈现较大差异，女装中多色彩的截短款式、简约立领设计、融合时尚与通勤元素的衬衫领羽绒、叠穿搭配的圆领羽绒等款式潜力释放；男装中宽松夸张的大廓型、衬衫领羽绒、收腰束腰设计机能款式等新趋潮流款式涌现。

25AW天猫羽绒服精致时尚人群年龄趋势



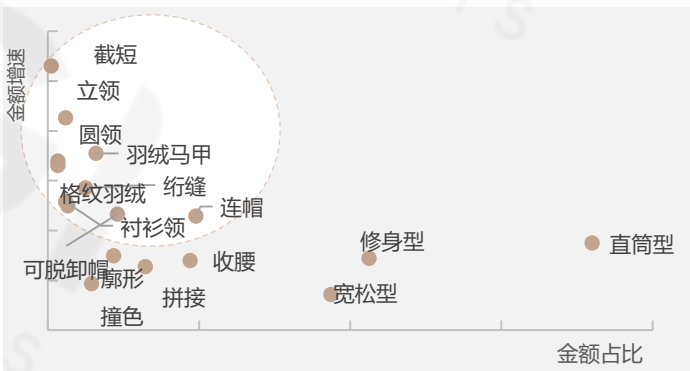
数据来源：阿里消费洞察

25AW天猫羽绒精致时尚人群购买关注偏好

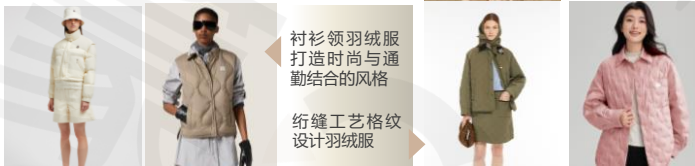
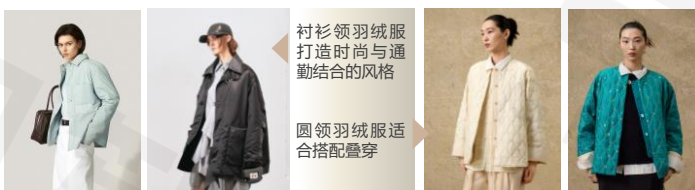
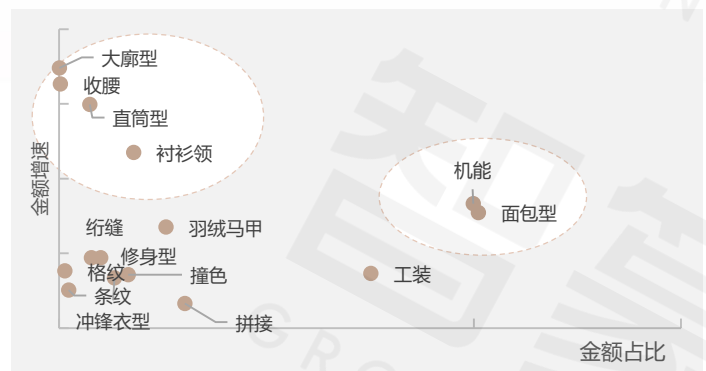


数据来源：TMIC消费者调研，N=2089

25AW 天猫女款羽绒服款式消费趋势



25AW 天猫男款羽绒服款式消费趋势



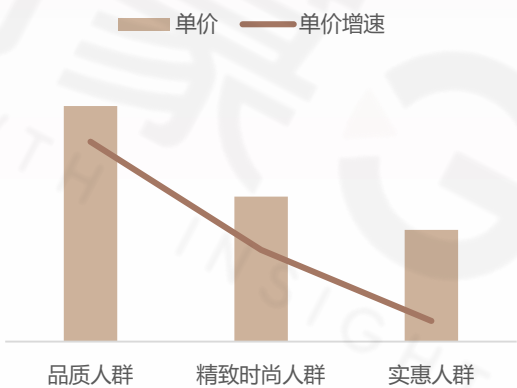
数据来源：TMIC消费者调研，N=2089

品类趋势 | 羽绒服

品质人群注重职场自我形象，品质化面料工艺为首选

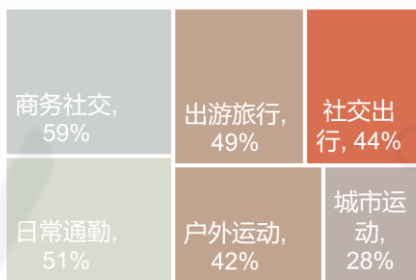
品质人群消费更贵价，同时仍持续价格升级，愿意为品质化买单。商务社交、日常通勤和出游旅行是为品质化消费的主要场景，其中在职场中和日常通勤中始终保持良好的剪裁版型和质感的面料为他们的穿着理念。丝绒面料因其丝滑的质感深受消费追捧，高克重量感填充羽绒带来视觉温暖体验也实现了潜力释放，其次丝绵、灯芯绒、毛呢、针织和肌理感工艺面料突破传统面料设计，消费趋势高涨；同时填充物方面，鹅绒填充为时下热销。

24SS天猫羽绒服市场核心人群消费件单



数据来源：阿里消费洞察

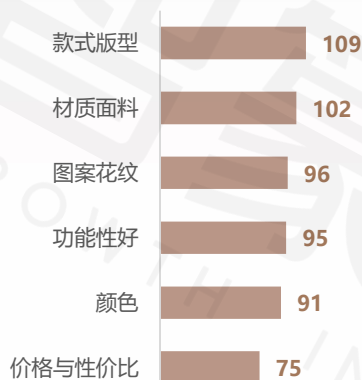
24SS天猫品质人群羽绒服消费场景偏好



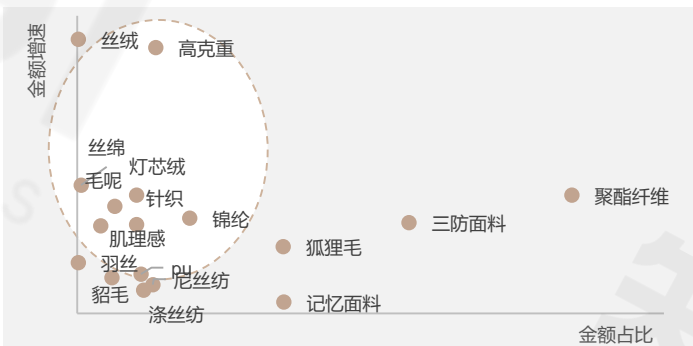
60%+品质人群在职场通勤穿搭追求经典的剪裁版型和质感面料

数据来源：TMIC消费者调研，N=2089

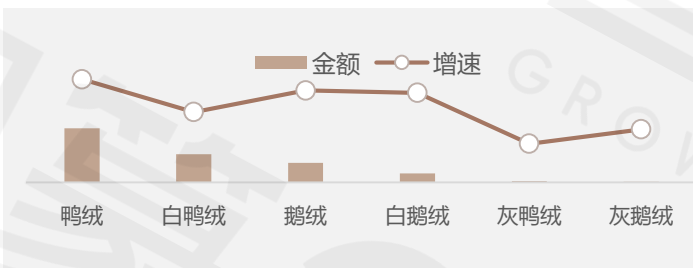
24SS天猫品质人群羽绒服消费者购买驱动因素调研



25AW 天猫羽绒服面料消费趋势



25AW天猫羽绒服填充物消费趋势



数据来源：阿里消费洞察



数据来源：POP

商家案例 | 羽绒服

01. 波司登

畅销全球72国

设计理念

波司登创始于1976年，专注于羽绒服研发、设计、制作，致力于推动羽绒服从单一保暖功能向科技化、时装化变革。49年来，波司登坚持创新驱动发展，在羽绒、面料、工艺、版型等方面不断革新，拥有专利350项、企业技术标准235项。羽绒服品质和保暖性广受国内外好评，赢得了越来越多主流和年轻人群的青睐。



■ 波司登极寒羽绒服



■ 波司登休闲羽绒服

02. BLACK GOLD 高梵

设计理念

高梵品牌2004年创立，秉持“科技+美学”理念与“做好每一件产品”初心，严选五国奢材。携手全球奢品设计师，用高定工艺打造高端鹅绒服。依托全球三大奢研中心，高梵成为首个登上巴黎时装周官方日程的中国鹅绒服品牌，185项发明专利全球领先。登陆巴黎店王莎玛丽丹与北京SKP商圈，打造“全球顶奢双店王”，受全球皇室明星挚爱，展现东方美学设计魅力。

■ 高梵黑金鹅绒服



■ 高梵未来羊毛鹅绒服



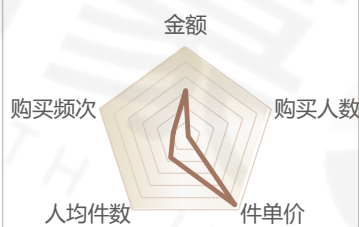
品类趋势 | 夹克/外套

夹克外套社媒讨论热度自8月起持续攀升，10-11月受季节需求与大促节点推动进入销售高峰；市场增长由产品件单价提升与消费升级驱动。

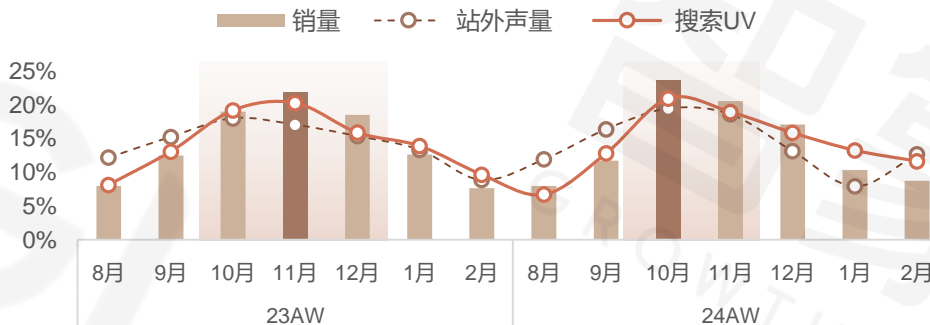
知名品牌以绝对优势领跑实仓，产业带品牌与风格品牌分列二、三位；尽管设计师品牌体量较小，但凭借差异化定位实现高速增长，同比增速显著高于其他品牌。

热销价格段集中在1000+价格带，500-700元与千元以上价格带销售规模增速明显；男装夹克外套热销价格带以性价比区间100-300元为主，700元以上中高消费区间增长迅速，且市场存在较宽松供给机会。

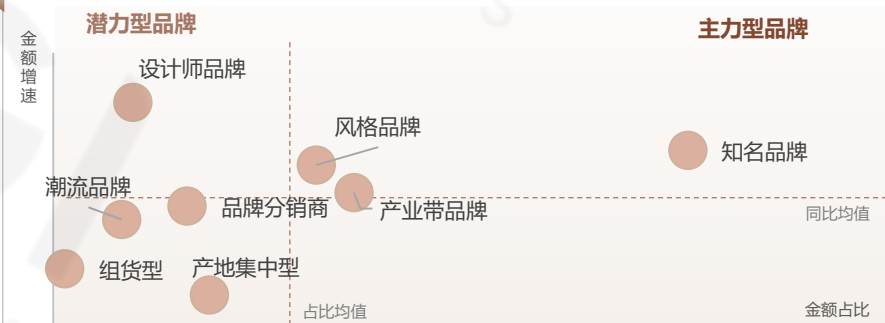
增长驱动因子



品类生命周期

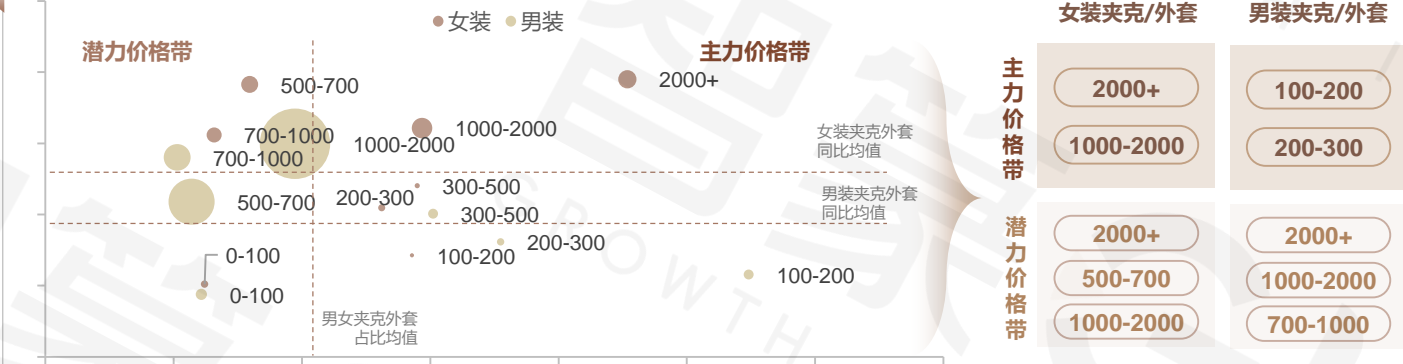


品牌矩阵



主力型品牌	潜力型品牌
优衣库	PSO Brand
UR	Bebe
ITIB	JNBY
朗姿	Fabrique
Jack&Jones	Le Fame

品类价格带分布



气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大
 供需指数=购买人数同比增长/商品数同比增长

主力价格带：高销售贡献
 趋势价格带：高销售增速且较高需求
 从上至下按金额占比降序

数据来源：阿里消费洞察

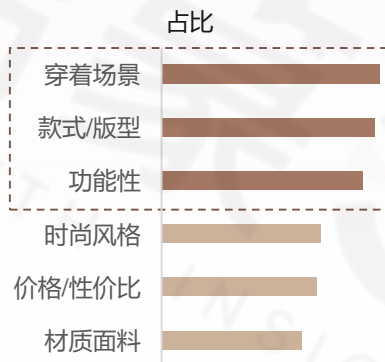
品类趋势 | 夹克/外套

女性聚焦休闲出游与职场通勤需求，男性则更关注城市户外与商务社交场景

购买关注点 | 场景适配与款式设计导向，性别消费特质显著

消费者选购时核心集中在场景适配性、款式设计与功能性；其中性别差异显著，女性注重场景细分需求，男性关注性价比

夹克外套购买时关注因素



不同性别消费者购买关注TGI

	女性	男性
穿着场景	102	85
款式/版型	101	90
功能性	101	89
时尚风格	101	95
价格/性价比	95	143
材质面料	98	120

消费者说



“这件夹克很适合秋天穿，衣服不是很厚，很透气，天凉一些需。班味要再搭配一件风衣外套。很适合上班穿很足。”

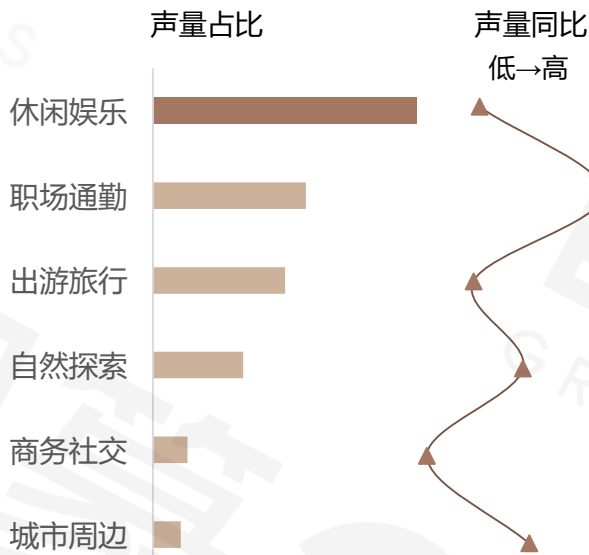


“秋冬就需要这款冲锋衣啦，三合一保暖性很不错，内侧可拆卸抓绒内胆，户外穿又酷又防水防风透气保暖！黑白配色百搭又好酷，质感没话说很值！”

场景 | 夹克外套消费者场景分化：女性注重休闲娱乐、男性偏户外商务

夹克外套消费呈现鲜明的场景化特征：女性偏好休闲娱乐和职场通勤的穿搭需求，男性则更关注城市户外和商务社交的着装场景。

消费者穿着夹克外套场景社媒讨论分布



不同消费者穿着夹克外套时场景偏好

	女性	男性
休闲娱乐	105	61
职场通勤	101	103
出游旅行	101	85
自然探索	98	115
商务社交	103	109
城市周边	101	95

数据来源：阿里消费洞察

品类趋势

夹克/外套

女性休闲出游穿搭短外套与风衣成为优选品类

女性-休闲出游场景| 短款棒球服引领休闲潮流，经典款风衣持续走俏

女性在休闲出游场景中偏好短外套 (TGI=100) 与风衣 (TGI=99) ; 短外套以经典棒球服为主导，连帽款稳居次席，巴恩风/抽绳/翻领等设计款增长亮眼；风衣品类中长款/双排扣等经典款占据基本盘，而A型/立领/卡其等改良款正成为新增长点。

女性在休闲出游场景偏好的短外套款式及趋势单品画像



女性在休闲出游场景偏好的风衣款式及趋势单品画像



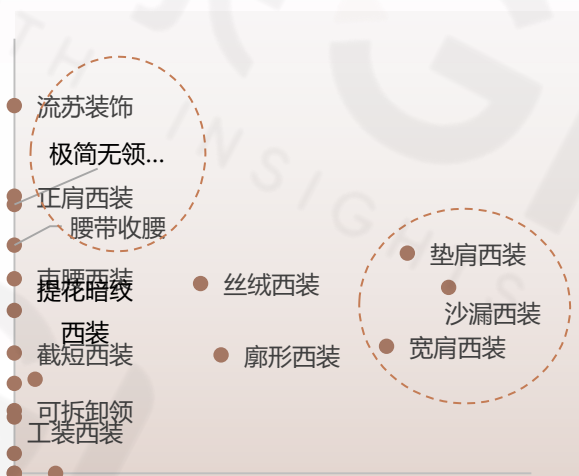
品类趋势 | 夹克/外套

女性职场通勤装场景西装成强势单品，夹克以经典款为主

女性-职场通勤场景 | 西装主导通勤场景，夹克演绎商务休闲新趋势

女性在职场通勤场景中偏好西装 (TGI=111) 与夹克 (TGI=101)；西装品类以宽肩/垫肩/沙漏版型为核心，流苏/极简/正肩等创新设计增长显著；夹克则以休闲/工装/飞行员款为主力，底特律/行政/猎装等商务改良款快速崛起。

女性在职场通勤场景偏好的西装款式及趋势单品画像



廓形垫肩西装



松弛收腰西装



沙漏收腰西装



极简无领西装

女性在职场通勤场景偏好的夹克款式及趋势单品画像



工装夹克



老爹风经典休闲夹克



飞行员夹克



猎装夹克

品类趋势 | 夹克/外套

男性的户外短外套以棒球服为主力，冲锋衣在坚守功能性的同时升级工装美学

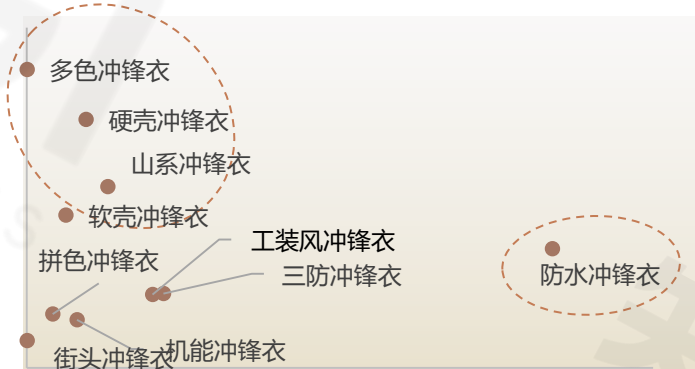
男性-城市户外-偏好款式 | 棒球服稳占C位。冲锋衣玩转功能与潮流

男性在城市户外运动中偏好短外套 (TGI=117) 与冲锋衣 (TGI=96)；短外套以棒球服为主导，梭织与新中式风格增长亮眼；冲锋衣品类中防水/三防款占据主流，而多色/硬壳/山系等潮流款快速崛起，工装与美式元素持续引领设计风向，双头拉链、渐变拼接等细节创新成为新增长点。

男性在城市户外场景偏好的短外套款式及趋势单品画像



男性在城市户外场景偏好的冲锋衣款式及趋势单品画像



冲锋衣潮流元素趋势及趋势单品画像



品类趋势 | 夹克/外套

男性的商务社交场景中西装保持主导地位，夹克创新设计款出现增长

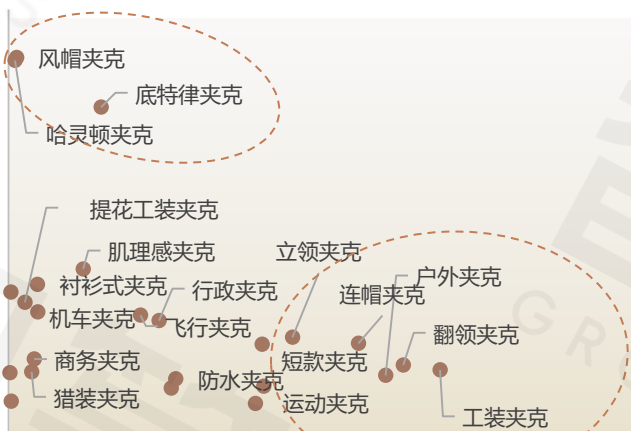
男性-商务社交-偏好款式 | 经典西装仍为商务首选，时尚夹克促进商务休闲多元

男性在商务社交场景中偏好西装 (TGI=118) 与夹克 (TGI=110)；西装品类以商务外套和休闲西装为主流，无领设计和肌理感面料等创新款式增长显著；夹克则以翻领/工装/户外款为核心，风帽/Harrington/底特律等改良款快速崛起，共同演绎现代商务男士的多元着装需求。

男性在商务社交场景偏好的西装款式及趋势单品画像



男性在商务社交场景偏好的夹克款式及趋势单品画像



商家案例 | 夹克/外套

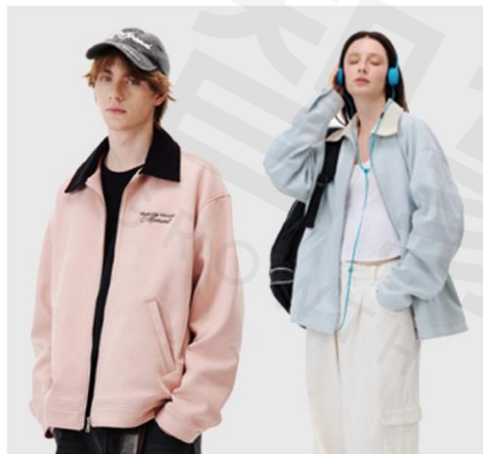
01. PSO Brand®

设计理念

PSOBRAND成立于2015年，全称为“PLACIDSURFACE.OST”意译「平静表面与原声轨迹」。如同品牌所传达的核心思想：保持最初的声音，纯粹地做好每一件衣服。



▪ 三防户外冲锋衣



▪ 仿麂皮夹克外套

02. Fabrique

设计理念

Fabrique是多元风格的全球设计师集合品牌。我们携手全球超过300位优秀设计师，持续不断地合作开发独家作品，为现代女性打造独特设计的完整衣橱。我们尊重设计，相信设计的力量，我们为设计师与用户建立最有价值的连接，我们相信时尚的长期主义。



▪ Fabrique拼接皮领夹克外套



▪ Fabrique麂皮绒短款夹克外套

品类趋势 | 毛针织衫

价格升级驱动市场扩大，千元价格带快速增长，设计师品牌领跑时尚度

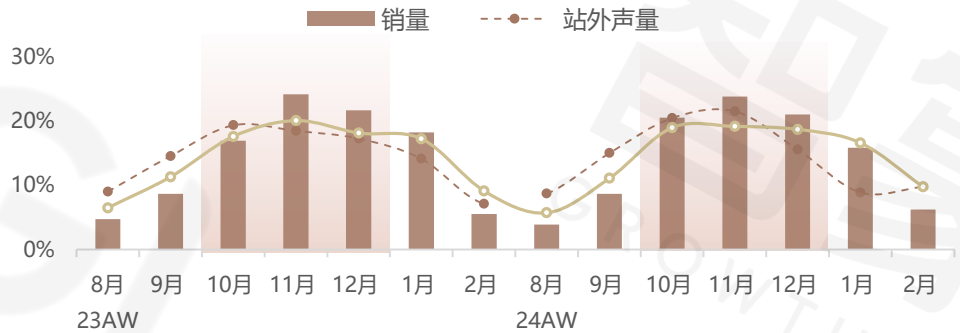
较去年，毛针织衫种草与消费前置，并且高峰期在10-12月更为集中，建议商家蓄水备货前置，并抓住10-12月销售机会。知名品牌需求旺盛，持续领跑市场，产业带品牌和风格品牌分别以供应链优势和时尚设计优势紧随其后，此外，设计师品牌彰显趋势商品优势，销售额飞速增长。

从价格带分布看，100-300元价格带满足男女毛针织衫穿着核心需求，千元价格带市场快速增长，满足消费品质和时尚升级的需求。其中，**1000-2000元和2000元+**市场引领针织衫市场增长，建议商家重点关注。

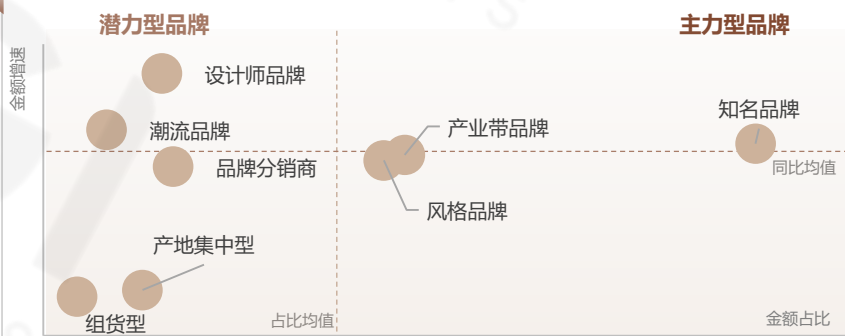
增长驱动因子



品类生命周期

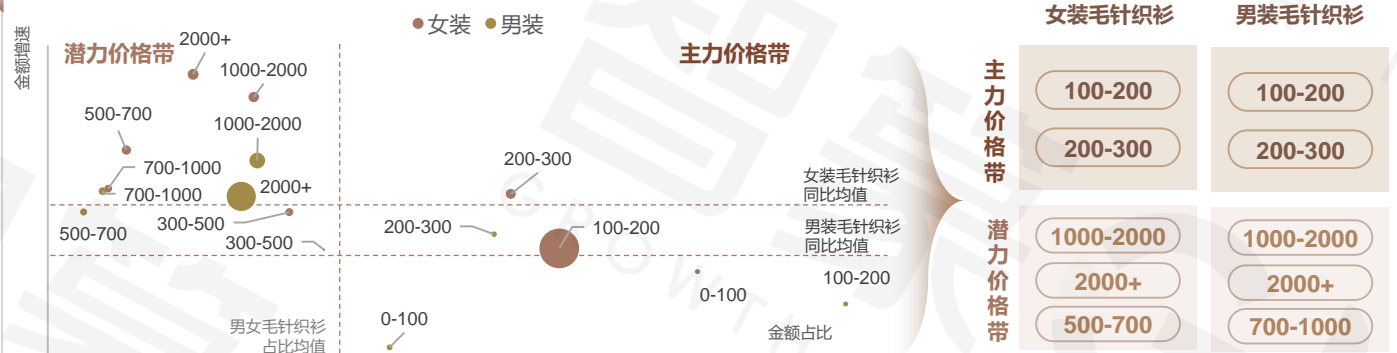


品牌矩阵



主力型品牌	潜力型品牌
优衣库	JNBY
UR	Fabrique
Mo&Co.	Indicia
三彩	乌丫
布先生	F426

品类价格带分布



气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大
 供需指数=购买人数同比增长/商品数同比增长

主力价格带：高销售贡献
 趋势价格带：高销售增速且较高需求
 从上至下按金额占比降序

数据来源：阿里消费洞察

品类趋势 | 毛针织衫

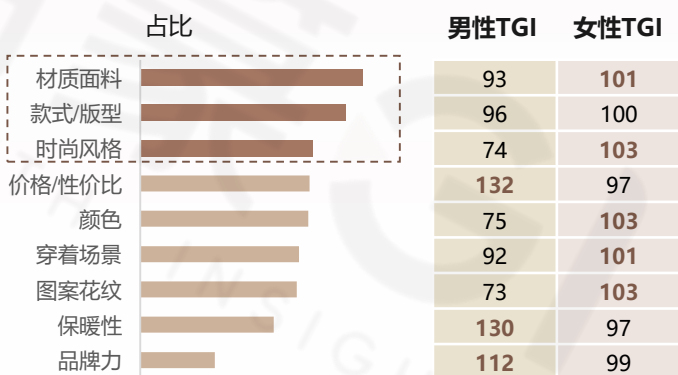
面料是核心关注点，功能升级实现轻松打理，多种材质混纺满足不同穿衣体验

购买关注点 | 材质面料、款式/版型和时尚风格为核心关注点，女性对风格的偏好度更高

消费者选购毛针织衫时会同时考虑质感面料与高颜值款式和风格，女性在风格和款式的偏好度更高，并且会延展至颜色、场景和图案花纹等细节考虑，男性更兼顾实用性，如保暖性、价格等因素偏好高。

Q: 请问您购买毛针织衫时最关注那些因素?

核心关注因素



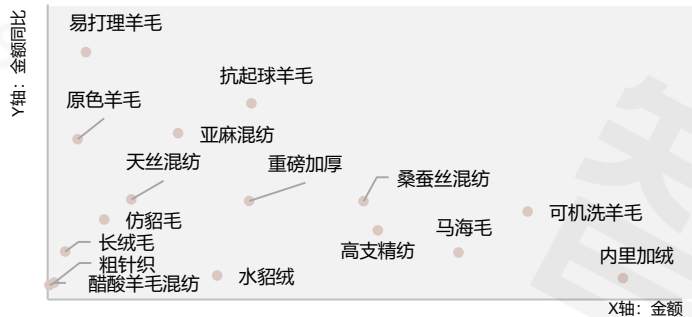
消费者说

“到了年纪，夏天开始买丝和麻，冬天开始买羊毛羊绒。”
 “鸡心领比圆领更显瘦显气质，上班通勤穿很合适。圆领棉线毛衣很轻薄适合初秋，也适合秋冬做内搭，鲜亮的颜色叠穿更好看。”

材质面料 | 功能延展，易打理、抗起球羊毛快速增长，穿着体验丰富，主打天然原色、亚麻混纺备受欢迎

秋冬毛针织衫材质从功能和穿着体验两个方向发展，功能上，可机洗成为刚需，易打理和抗起球增长加快，穿着体验上，马海毛等长毛绒材质占比高，未染色羊毛、亚麻混纺、天丝混纺和桑蚕丝混纺等材质快速增长，带来独特肤感。

24AW天猫服饰毛针织衫材质面料趋势



女装毛针织衫材质面料偏好

- 水貂绒羊毛 TGI=134
- 马海毛毛衣 TGI=131
- 原色羊毛 TGI=128
- 亚麻混纺 TGI=124

男装毛针织衫材质面料偏好

- 重磅加厚羊毛 TGI=238
- 内里加绒 TGI=169
- 抗起球羊毛 TGI=135
- 可机洗羊毛 TGI=126

趋势类型商品画像



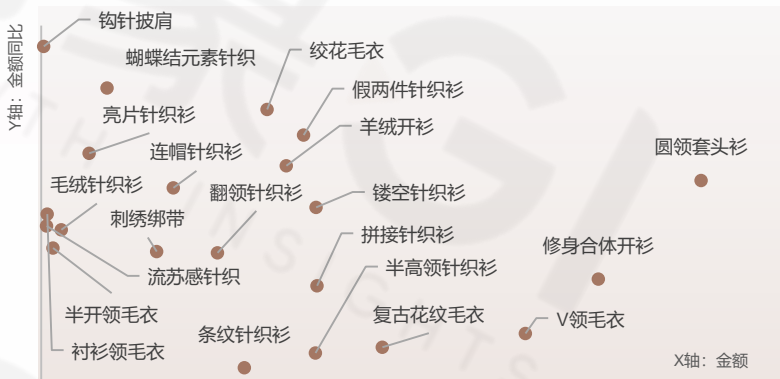
品类趋势 | 毛针织衫

版型变化和多元设计元素塑造时尚，回归乡野细分风格引领趋势

款式版型 | 圆领套头衫和修身针织衫领跑市场，镂空感、绞花纹理、蝴蝶结元素和钩针针织强势增长

女装针织衫款式多元，适配不同穿搭风格和场景，圆领套头、修身、V领等经典元素经久不衰，镂空、复古花纹、绞花纹理、蝴蝶结等元素快速增长。男装针织衫更注重领型设计，如拉链领、亨利领等设计，其次经典条纹备受欢迎。

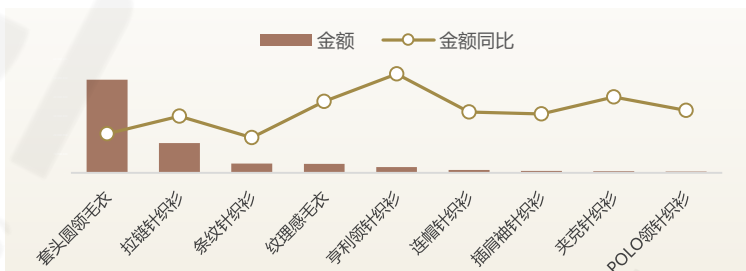
24AW天猫女装毛针织衫款式消费趋势



趋势类型商品画像

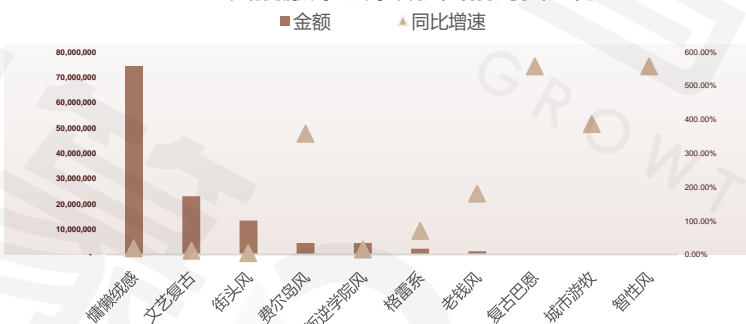


24AW天猫男装毛针织衫款式消费趋势



风格 | 费尔岛风、老钱风、巴恩风和游牧风规模快速上升

24AW天猫服饰毛针织衫风格消费趋势



*巴恩风金额缩小3倍展示

趋势风格商品画像



数据来源: 阿里消费洞察

商家案例 | 毛针织衫

01. F426[®]

BORDERLESS
FREE YOUR MIND

设计理念

F426是杭州成盈电子商务有限公司旗下一支服务于青年群体的潮流服饰品牌，由品牌主理人Bruce正式创建于2017年。品牌自创建起，一直以“Borderless（无边界）”为产品设计的核心理念，融合多元文化，奉行穿衣自由。品牌旗下除了服饰，还涉足鞋类、箱包、饰品和家居品等领域。



▪ 派克羽绒服



▪ 费尔岛毛衣

02. MO&Co.

设计理念

中国现代女装品牌MO&Co.成立于2004年，一路走来都是风格策动者与时装美学传递者，品牌以RockChic、Boy/Gal、CarpeDiem为核心DNA，以日常时装为载体，为海内外消费者提供有态度/高品质的穿搭与生活方式。

▪ MOCO小熊羊毛衫



▪ MOCO秦岚同款羊毛衫



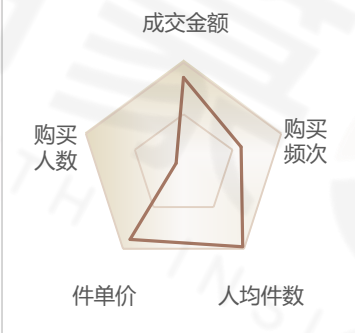
品类趋势 | 毛呢外套

多件购买驱动毛呢外套市场增长，潮牌和设计师品牌需求高增

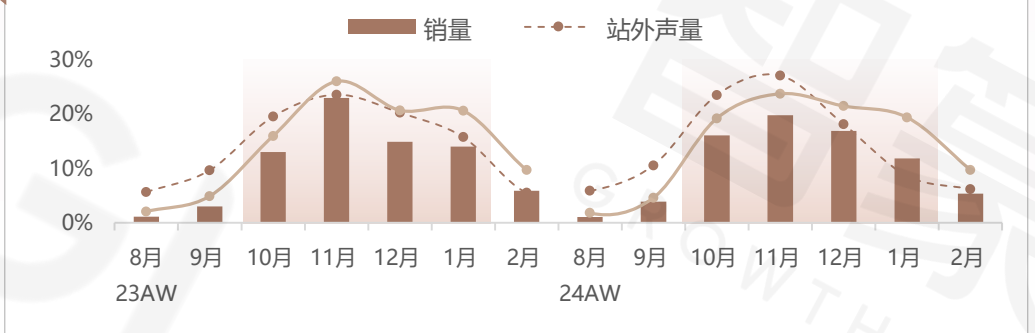
天猫毛呢外套受件单价和人均件数增长驱动持续扩张。相较去年，24AW毛呢外套的站外种草和淘内搜索销售明显提前，10月已经呈现较高的搜索和购买占比，并且高峰周期延长，10-12月均为销售旺季，建议跟随平台节奏提前蓄水备货，抢占流量，并为长周期销售做准备。

知名品牌需求旺盛，持续领跑市场，另外，潮流品牌和设计师品牌等满足个性化需求飞速增长；1000-1500元是核心价格带，其次500-800元和2000-3000元分布满足不同消费需求。

增长驱动因子



品类生命周期

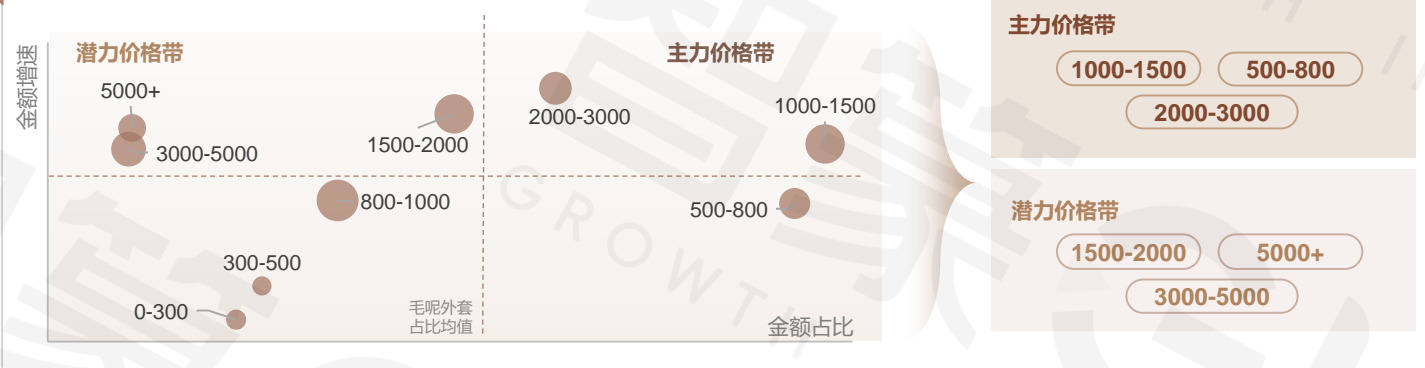


品牌矩阵



主力型品牌	潜力型品牌
三只小山羊	JNBY
太平鸟	Fabrique
伊芙丽	ERDOS
致知	Self Who
GXG	伯爵卓尔

品类价格带分布



气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大
供需指数=购买人数同比增长/商品数同比增长

主力价格带：高销售贡献
趋势价格带：高销售增速且较高需求

数据来源：阿里消费洞察

品类趋势 | 毛呢外套

兼顾时尚与品质的融合，经典款需求旺盛、围巾领大衣飞速增长

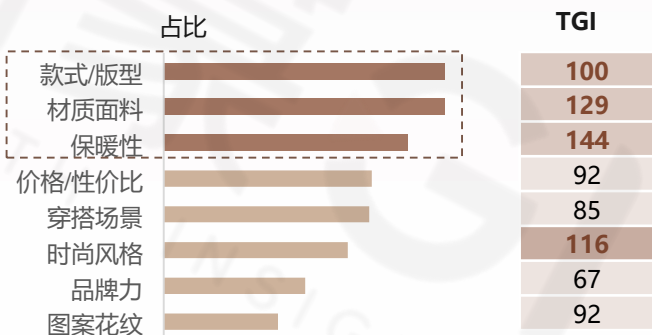
购买关注点

款式/版型和材质面料是核心关注点，时尚风格偏好度高尽显潮流趋势追求

消费者购买毛呢外套希望兼具保暖性与时尚性，优质款式和多边风格彰显当季趋势穿搭，材质面料提升质感和保暖性能。

Q: 请问您购买毛呢外套时最关注那些因素?

核心关注因素



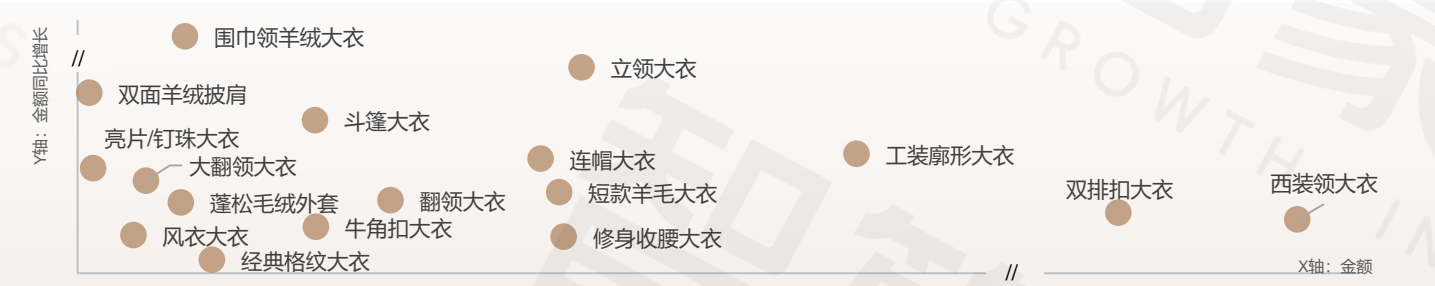
消费者说

“不凹造型、不加配饰的时候，选一个适合自己的版型非常重要，穿上身才显得有气质。”
 “羊毛大衣要选手感柔软，面料有质感，有一定分量的。”
 “贴合自身风格的大衣更能展现自己的独特个性。”

款式版型 | 西装领、双排扣和工装廓形大衣需求旺盛，围巾领和立领的领型变化尽显独特，拉动增长

经典款式的西装领大衣和双排扣大衣适配多种风格，展现持续增长的趋势；工装风从春夏延续至秋冬，并伴随消费者对舒适穿着的要求，工装和廓形结合的大衣快速增长；此外，领型变化满足温暖和个性化需求，如围巾领和立领；另外，披肩款、斗篷款等款式创新满足市场多元需求，带动市场增长。

24AW天猫服饰毛呢外套款式趋势



趋势款式商品画像



品类趋势 | 毛呢外套

面料需求向并重穿着体验和时尚质感发展，高质感穿搭领跑毛呢外套风格

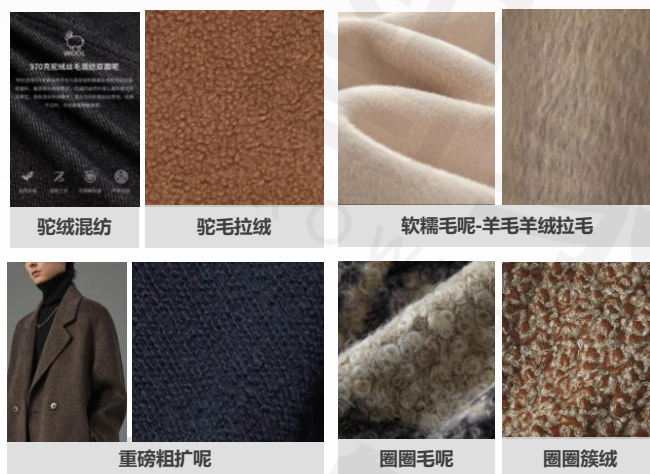
材质面料 | 软糯感毛呢提升舒适感、重磅羊毛守护温暖，圈圈毛呢引领潮流趋势

双面呢羊毛材质是主要需求，同时添加了驼绒或真丝混纺的毛呢外套更显奢华品质，提升穿着体验；伴随消费者穿着体验的高需求，软糯毛呢和重磅羊毛迅速增长；此外，圈圈毛呢和粗花呢增添时尚感。

24AW天猫毛呢外套材质面料趋势



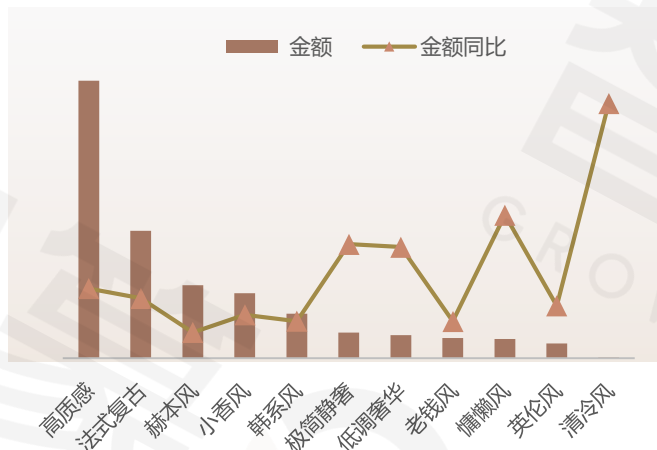
趋势风格商品画像



风格 | 高质感穿搭风需求旺盛，极简静奢和慵懒风快速增长，尽显“内敛智性”风格趋势

25AW新趋“内敛智性”风的细分代表子风格在毛呢外套淘内展现消费潜力，高质感穿搭占比高，需求大，极简静奢增速快，更具商品布局机会，其次，以廓形为展现形式的慵懒风飞速增长，展现潜力。

24AW天猫毛呢外套时尚风格趋势



趋势风格商品画像



数据来源: TMIC, N=1,558, 阿里消费洞察

商家案例 | 毛呢外套

01.

鄂尔多斯



■ 鄂尔多斯1980 赵丽颖同款纯羊绒大衣



■ 鄂尔多斯1980 双面呢短款纯绒大衣

设计理念

独特的地域孕育出品质出众的珍稀羊绒，凭借手艺人世代相传的细腻技艺，织就出经典的温情生活之美。而这份自然与匠心的温暖，由鄂尔多斯1980，传递给热爱生活的每一个人。这场心与心的交流，为中国，开启了羊绒新时代。任时代变幻，也不忘初心，代代传承而不断精进的细腻工艺，经岁月流逝，仍历久弥新；与一百多道现代复杂工序融合，织就出定义行业标准的羊绒服饰。

02. ERDOS

设计理念

将大地的馈赠，赋予新的生命力。于国际视野中，寻找跨越文化的时装语境，发现生活每一处意趣和惊喜，奔赴对自然与艺术的炽爱。让时装成为塑造自我的细腻表达，也成为与万物的自由连接。ERDOS，现代美学的羊绒叙事。



■ ERDOS 刘雯同款 双面羊绒一粒扣大衣



■ ERDOS 刘雯同款 双面羊绒拉绒大衣

03. 三只小山羊

100% 纯羊绒大衣

设计理念

三只小山羊专注100%纯羊绒大衣研发、设计、制作。创始人杨玉勇先生20多年来，在原料、版型、工艺等方面不断深挖深掘。致力于打造优质产品，让消费者体验中国好羊绒。三只小山羊秉承对天然原料小山羊绒的探究倡导态度，取“小山羊”作为品牌名称组成，旨在以高品质小山羊绒衣物，赋予消费者完美的穿着体验。



品类趋势 | 裤装

天猫裤装品类由件单价提升与购买频次增加双驱动。站外社媒声量自8月起开始攀升，25AW蓄水周期较去年提前，10-11月份达到峰值后，12月短暂回落并于次年2月反弹。

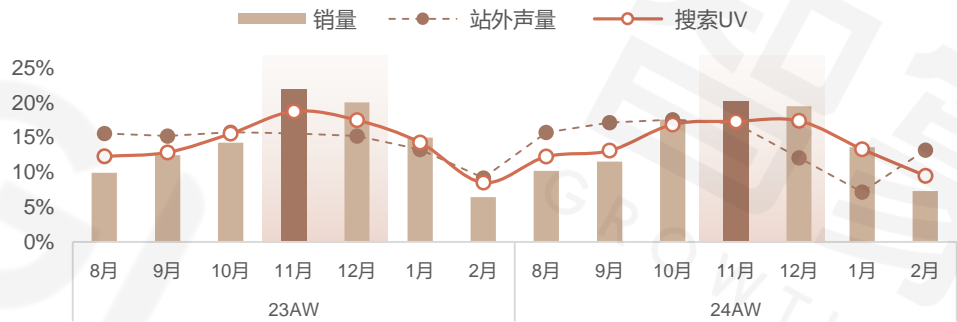
品牌格局呈现两强一新特点，产业带品牌与知名品牌占据主要市场份额，设计师品牌增速亮眼，展现差异化竞争力。

天猫裤装热销价格段集中在0-200元价格带，500-700元、700-1000元与1000-2000元价格带销售规模增速明显，市场消费升级趋势明显。

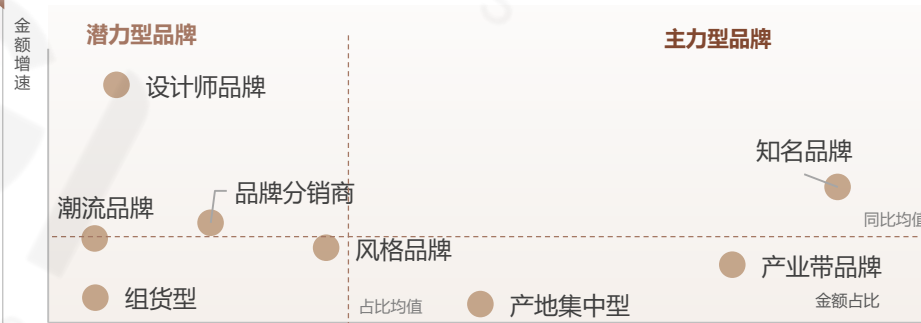
增长驱动因子



品类生命周期

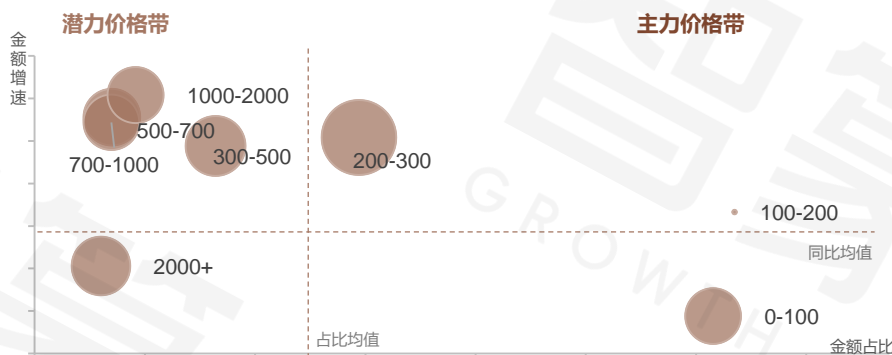


品牌矩阵



主力型品牌	潜力型品牌
优衣库	JNBY
UR	Acne Studios
逸阳	ANN ANDELMAN
Mo & Co.	Fabrique
Levi's	714street

品类价格带分布



裤装品类	
主力价格带	100-200
	0-100
潜力价格带	1000-2000
	500-700
	700-1000

气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大
 供需指数=购买人数同比增长/商品数同比增长

主力价格带：高销售贡献
 趋势价格带：高销售增速且较高需求
 从上至下按金额占比降序

数据来源：阿里消费洞察

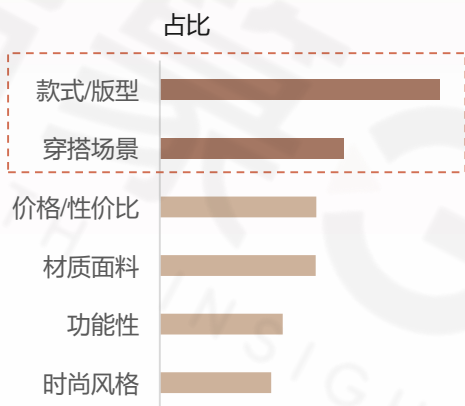
品类趋势 | 裤装

女性更关注款式风格，男性优先考虑功能、价格与场景适配

购买关注点 | 款式版型与场景穿搭为主要关注点

消费者选购裤装时兼顾款式与场景适用；女性决策聚焦款式剪裁与风格，男性决策更关注性价比与功能性。

裤子品类购买时关注因素



不同性别消费者购买关注TGI

	女性	男性
款式/版型	102	80
穿搭场景	100	101
价格/性价比	98	116
材质面料	100	99
功能性	98	122
时尚风格	103	72

消费者说

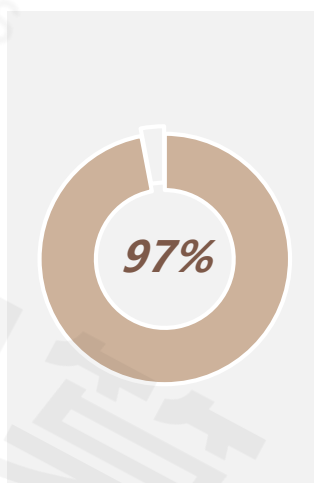
“加厚款在浙江是完全可以过冬的，版型挺好的，阔腿版型，并不显小腹，适合梨型身材”

“加厚摇粒绒，冬天上身很温暖，专研亚洲版型，可调节腰围，档位立体模块，不卡不勒，加固缝线，抗撕裂面料，户外出行很方便”

裤装挑选诉求 | 消费者身材导向需求明显，女性重梨型塑形，男性重H型藏腹

调研显示，97%的消费者存在明确的身材导向购买行为，其中女性以梨型身材为主导，核心需求聚焦显瘦塑形、比例优化与腿型修饰；男性则以H型身材为主，选购时首要解决小腹隐藏问题。

消费者会根据身材类型挑选裤装



身材类型按照问卷回答人数占比降序

消费者对自己身材的认知

女性	男性
梨型身材 (TGI=106)	H型身材 (TGI=176)
H型身材 (TGI=92)	梨型身材 (TGI=47)
苹果型身材 (TGI=100)	苹果型身材 (TGI=99)
沙漏型身材 (TGI=98)	倒三角型身材 (TGI=420)
倒三角型身材 (TGI=66)	沙漏型身材 (TGI=115)

Q.请问您购买秋冬裤装的核心视觉诉求有哪些？

	梨型	H型
显瘦	116	75
隐藏小腹	97	110
显高拉长比例	106	86
显瘦修饰腿型	108	82
提臀塑型	98	99
无修饰需求	67	156

数据来源：阿里消费洞察

品类趋势 | 裤装

裤装消费呈现实用与时尚并重的特征，作旧牛仔、垂坠阔腿等跨性别爆款印证消费者对版型设计的极致追求；风格层面经典的百搭基础款仍受欢迎，欧美简约与日系复古风格的渗透也预示着年轻消费群体对文化认同的着装表达。

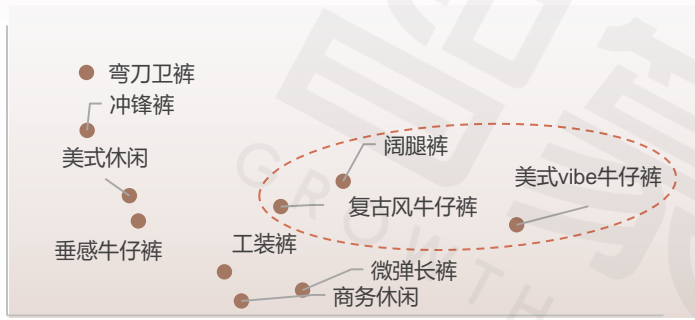
款式版型 | 作旧牛仔和垂坠阔腿成跨性别爆款，功能型裤装增速显著

女装裤装以作旧牛仔裤、垂坠感阔腿西裤和阔腿牛仔裤为核心爆款且增速显著，男装裤装则由美式vibe牛仔裤和阔腿裤领跑销量，弯刀卫裤与冲锋裤增速亮眼。

25AW天猫服饰女装裤型趋势



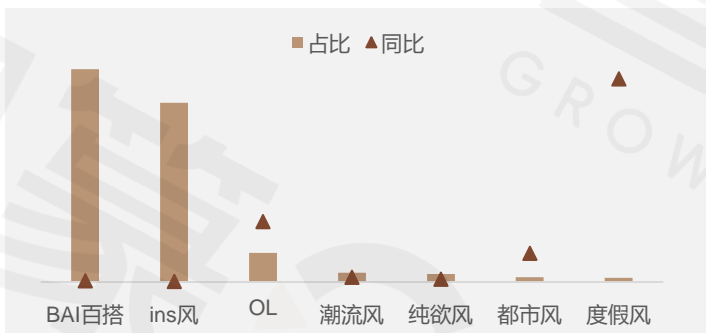
25AW天猫服饰男装裤型趋势



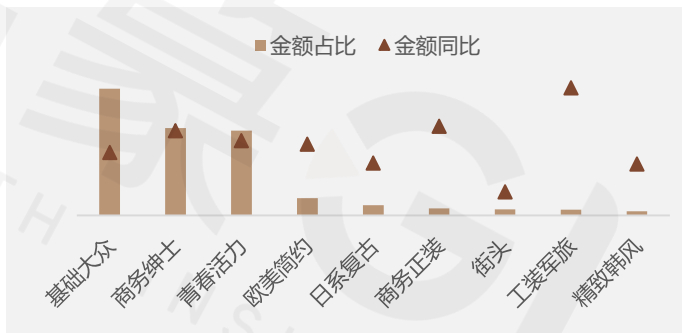
风格偏好 | 百搭基础款持续领跑

女装裤装风格以百搭风和ins风占主导，男装风格则以基础大众、商务绅士与青春活力三足鼎立，欧美简约和日系复古增长迅速。

女装裤装风格



男装裤装风格



数据来源：阿里消费洞察

商家案例 | 裤装

01. 太平鸟 PEACEBIRD

设计理念

太平鸟男装一直大胆尝试突破传统男装品牌思维，以具有自我态度和独特追求的视角，关注并对话中国年轻消费群体。太平鸟男装注重时尚潮流，设计风格新颖独特，符合年轻人的审美需求；选用高品质的面料，舒适透气，穿着舒适；注重工艺细节，做工精湛，细节处理到位。



■ 阔腿斜纹针织休闲裤



■ 腰带调节阔腿西裤

02. SIINSIIN

设计理念

SIINSIIN诞生于2021年，是国内率先提出「轻塑」理念的时尚功能性服饰品牌。通过创新的产品解决方案，领先的时尚设计语言，为消费者提供一种真正舒适与美好的服饰生活方式。

SIINSIIN致力于发掘女性身体与态度的美好表达，通过服饰释放美的自我内核。让关于美的态度与选择，让女性的生命力得到多元而自由地绽放生辉！



■ SIINSIIN轻塑鲨鱼裤



■ SIINSIIN轻塑喇叭裤

品类趋势 | 鞋靴

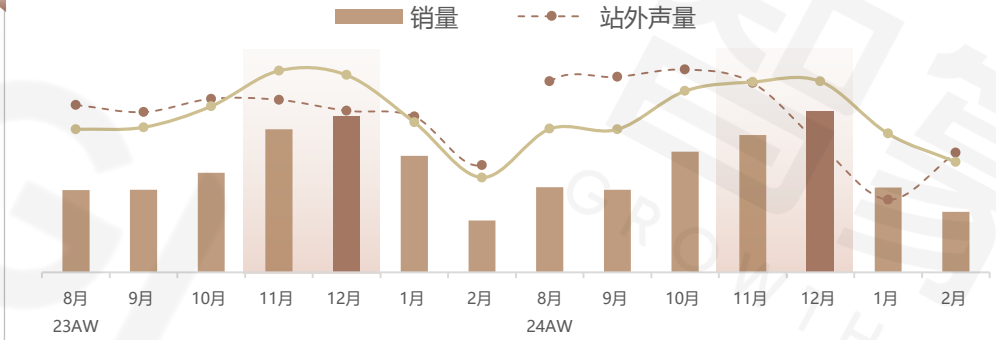
购买频次与件单价双双增长，设计师潮流品牌机会涌现

基于场景化的穿搭意识养成，流行鞋靴的人均购买件数及件单价双双增长。消费者的鞋靴需求较往年更为前置，9月-11月站外讨论声量显著抬头，建议品牌提前蓄水预热，为后续长周期的销售准备。小众设计师、潮流品牌的增长势头强劲，源于大众对鞋靴设计感与个性化表达的日益重视。品类的核心价格带在200-300元上下，而为支持产品的品质化与设计力，800元+的高价格带成交快速增长。

增长驱动因子



品类生命周期

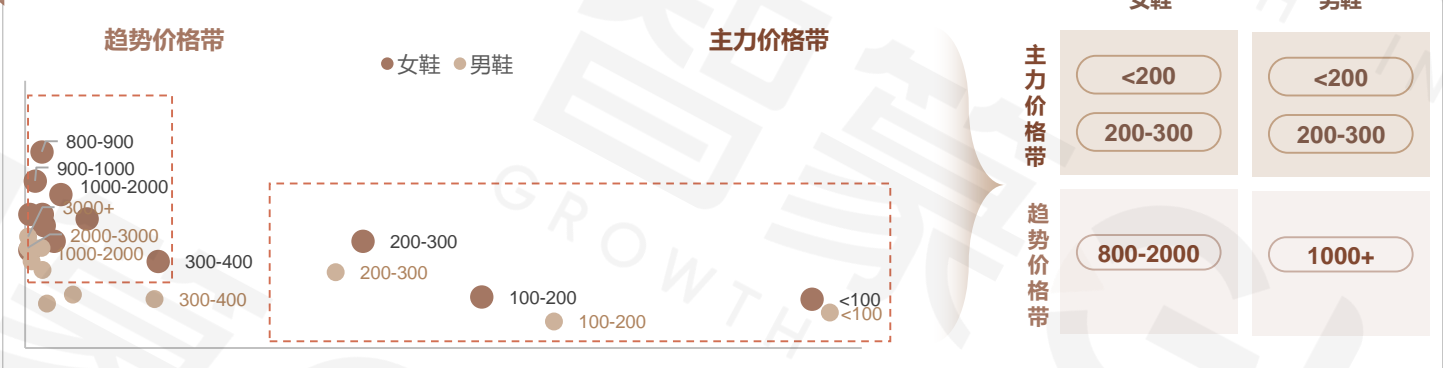


品牌矩阵



主力型品牌	潜力型品牌
百丽	OGR
UGG	OUDER
达芙妮	Kaalixto
思加图	smilerepublic
他她	OLD ORDER

品类价格带分布



主力价格带：高销售贡献
趋势价格带：高销售增速且较高需求
从上至下按金额占比降序

数据来源：阿里消费洞察

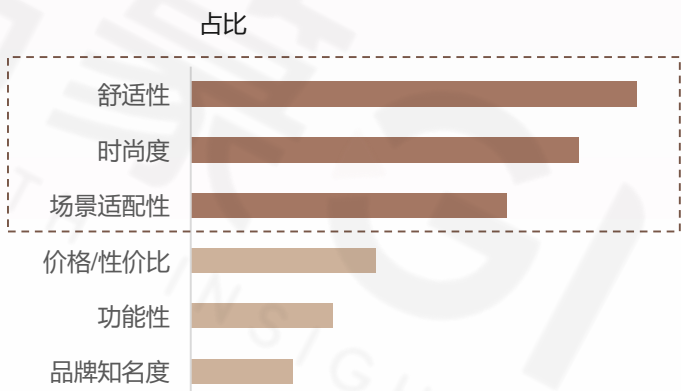
品类趋势 | 鞋靴

场景化穿搭意识养成，不同性别消费者购买内因差异化

购买关注点 | 舒适性为必要满足条件，时尚度与场景适配性同样关注

消费者选购鞋靴时首先关注舒适性，其次关注时尚度和场景适配性；女性优先侧重舒适性与场景化的平衡，男性则直追鞋靴的时尚完成度，其次品牌力和功能性也是加分项。

Q: 请问您购买秋冬流行鞋靴时最关注那些因素？



不同性别消费者购买鞋靴的核心关注因素

偏好度 (>100表示显著偏好)



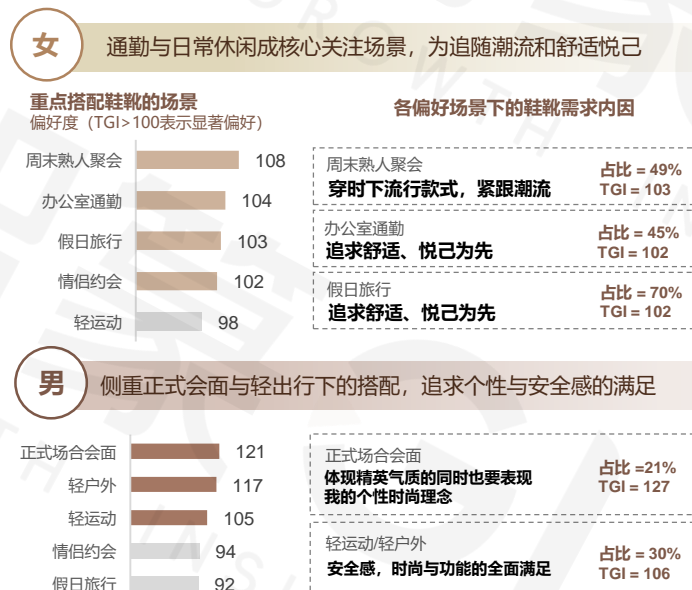
需求内因 | 女性追求城市日常场景下的潮流及舒适性，男性侧重正式及轻户外场景下的个性化

休闲鞋依旧是大众偏好购买的核心鞋靴品类，此外靴子在24年秋冬获得可观增长，女性偏好秋冬代表性的时尚雪地靴，男性也积极尝试靴子类产品。女性更集中休闲通勤及聚会场景的决策购买，以追求当下流行款式，舒适悦己的目的为主；男性的情绪内因侧重于自我个性化及安全感的满足，偏好针对正式会面及轻户外场景选购单品。

不同性别消费者购买鞋靴的品类偏好



不同性别消费者购买鞋靴关注的场景及需求内因



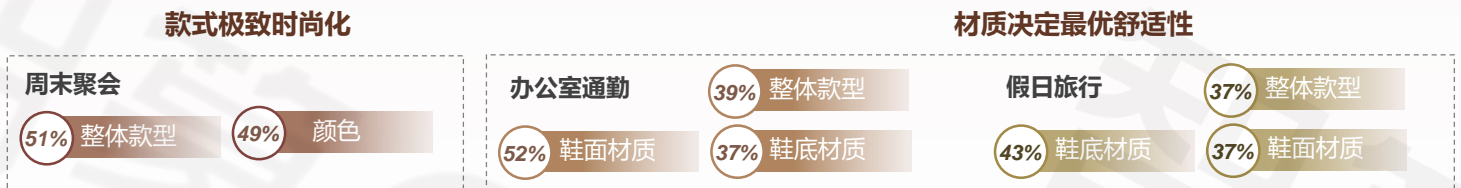
数据来源: TMIC消费者调研, N = 665

品类趋势 | 鞋靴

女鞋 | 款式极致时尚化，材质决定最优舒适性

不同场景下的产品关注点中，款式是女性最为关注的核心属性，其次为材质优质性的满足。厚度、精致（如德训鞋、芭蕾舞鞋）的款式受到追捧，秋冬季的毛绒内里、舒适发泡材质消费增长。

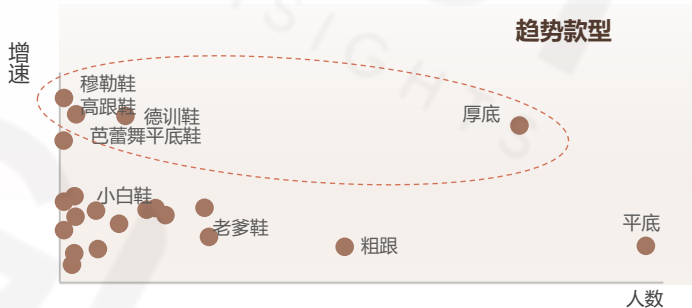
女性消费者在各场景下购买流行鞋靴的决策因子 (%)



女性消费者的流行鞋靴消费特征

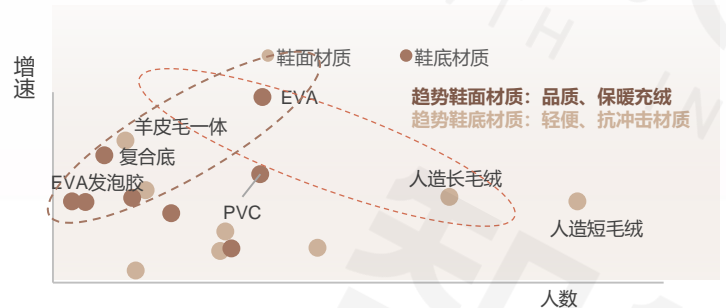
款式：厚底、精致款式遇热

24秋冬天猫女鞋不同款式购买人数及同比增速



材质：毛绒内里、功能性鞋底成新趋

24秋冬天猫女鞋不同材质购买人数及同比增速



女性消费者各场景下的趋势商品

<p>复古风德训女鞋</p> <p>趋势场景</p> <p>休闲聚会</p> <p>商品整体消费增速 1xx%+ 在休闲聚会场景下的增速 3xx%+</p>	<p>厚底勃肯鞋</p> <p>趋势场景</p> <p>办公室通勤 休闲聚会</p> <p>商品整体消费增速 1xx%+ 在通勤场景下的增速 2xx%+ 在休闲聚会场景下的增速 9xx%+</p>	<p>厚底雪地靴</p> <p>趋势场景</p> <p>假日旅行 休闲聚会</p> <p>商品整体消费增速 2xx%+ 在假日旅行场景下的增速 13xx%+ 在休闲聚会场景下的增速 7xx%+</p>
<p>浅口玛丽珍鞋</p> <p>趋势场景</p> <p>休闲聚会 办公室通勤</p> <p>商品整体消费增速 2xx%+ 在休闲聚会场景下的增速 5xx%+ 在通勤场景下的增速 3xx%+</p>	<p>浅口尖头单鞋</p> <p>趋势场景</p> <p>办公室通勤</p> <p>商品整体消费增速 1x%+ 在通勤场景下的增速 6x%+</p>	<p>厚底拖鞋</p> <p>趋势场景</p> <p>假日旅行</p> <p>商品整体消费增速 5x%+ 在假日旅行场景下的增速 1xx%+</p>

数据来源：阿里消费洞察，TMIC消费者调研，N = 665

品类趋势 | 鞋靴

男鞋 | 侧重时尚感表达，工艺处理加分

不同场景下的产品关注点中，男鞋注重款式时尚度和材质舒适性的双重满足，偏好德比鞋、板鞋、工装鞋等多场景适配的款式，且做旧、点缀等工艺处理为时尚感加分也获得认可。

男性消费者在各场景下购买流行鞋靴的决策因子 (%)

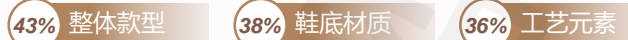
材质决定品质，特殊工艺为时尚加分

侧重时尚感的表达

正式场合会面



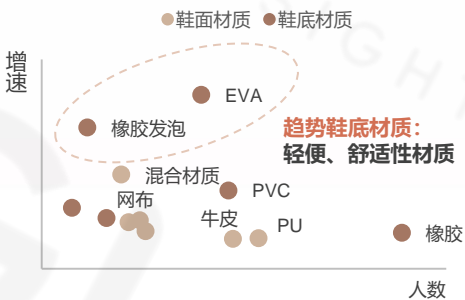
轻户外/轻运动



男性消费者的流行鞋靴消费特征

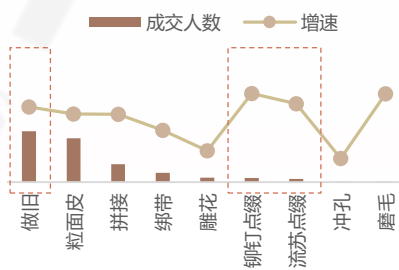
材质：舒适性鞋底材质升级

24秋冬天猫男鞋不同款式购买人数及同比增速



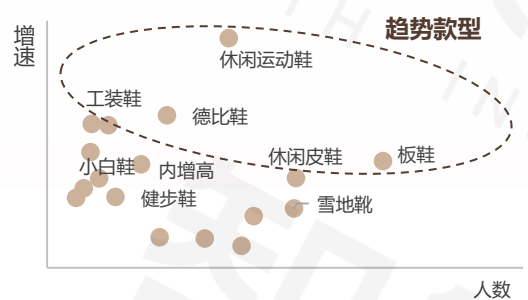
工艺：做旧、点缀装饰高增

24秋冬天猫男鞋不同工艺元素购买人数及同比增速



款式：休闲、户外、商务多场景适配

24秋冬天猫男鞋不同款式购买人数及同比增速



男性消费者各场景下的趋势商品

圆头德比鞋



趋势场景

正式会面

商品整体消费增速 3x%+
在正式会面场景下的增速 5x%+

面包鞋



趋势场景

轻运动/
轻户外

商品整体消费增速 5xx%+
在轻户外场景下的增速 6xx%+

机甲风老爹鞋



趋势场景

轻运动/
轻户外

商品整体消费增速 2x%+
在轻户外场景下的增速 5x%+

牛皮德比鞋



趋势场景

正式会面

商品整体消费增速 3x%+
在正式会面场景下的增速 4x%+

袋鼠鞋



趋势场景

正式会面/
通勤

商品整体消费增速 9x%+
在正式会面/通勤场景下的增速 1xx%+

复古风滑板鞋



趋势场景

轻运动/
轻户外

商品整体消费增速 3xx%+
在轻户外场景下的增速 1xxx%+

数据来源：阿里消费洞察，TMIC消费者调研，N = 665

商家案例 | 鞋靴

01. OGR®

设计理念

OGR前身为BANU，早期布局欧美市场，参展潮流展会，与《奔跑吧兄弟》联合研发鞋履，推出“机甲系列”亮相米兰、巴黎时装周，成为首个受邀参加意大利PITTI UOMO男装周的中国潮流鞋履品牌。2020年更名后，OGR开拓国内市场，与综艺联名登顶天猫双11单品女鞋GMV榜首，开辟机甲鞋全新赛道；与小鹏汽车跨界合作；推出响尾蛇系列引发热潮；持续拓宽品类，引领硬核潮流。

▪ OGR响尾蛇



▪ OGR异瞳猫眼鞋



02. CHOCO CONCERT

设计理念

CHOCOCONCERT品牌代表产品“圆方系列”，创意灵感从“对常识的再思考”角度出发，以东方文化中身体与服饰的关系作为美学内核，汲取东方哲思——圆以神，方已知，创造出独特的不对称，又兼具平衡感的个性化实用主义品牌美学。

▪ A PAIR of TRAINER 圆方不对称 羊反绒训练鞋



▪ A PAIR of TRAINER 圆方训练鞋



03. FOOT INDUSTRY

设计理念

FOOTINDUSTRY足下工业于2014年成立，品牌风格定位于街头与时装之间，探讨现代鞋履与传统工艺的碰撞。从足下出发，以舒适需求为使命，探索材质与工艺的更多可能。

▪ 珍珠玛丽珍



▪ 玛丽珍



品类趋势 | 内衣/家居服

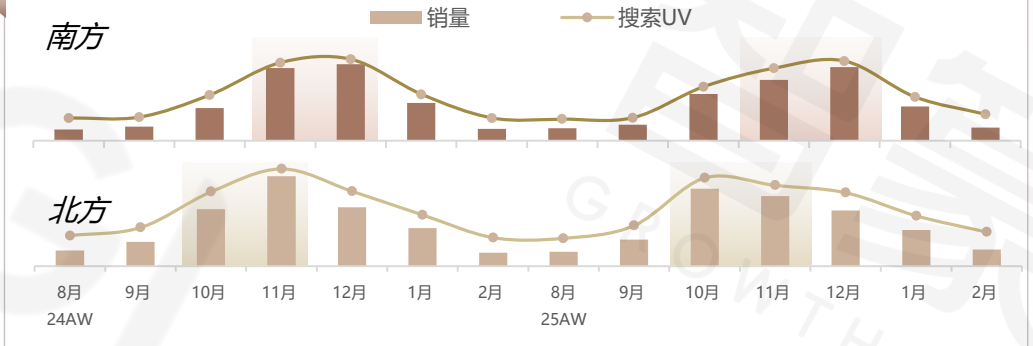
均件数和消费频次驱动，北方地区消费搜索起势前置

消费者买得更多，更高频驱动内衣/家居服品类增长。北方的高峰期更前置，9月开始销售起势，10月-11月达到高峰，12月份开始缓慢回落；而南方则延后1个月起势，到11-12月达到高峰，并在1月出现较快速下滑。针对不同地区的消费人群，商家可以配合地区性温度差异，进行货品投入布局。受男女装潮流时尚服饰的影响，内衣/家居服品类的设计师和潮流品牌增长迅猛。150元以下为主力价格带，200-500元的中高价格带潜力释放。

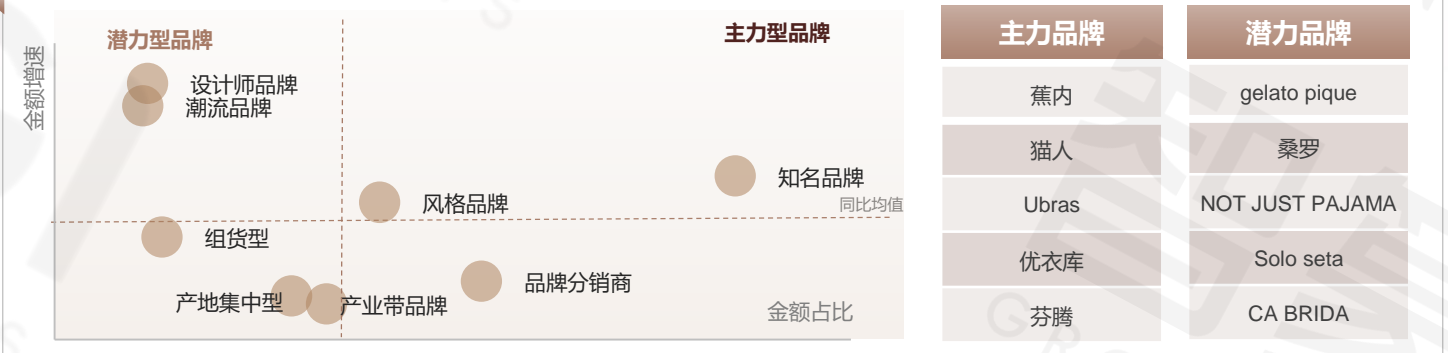
增长驱动因子



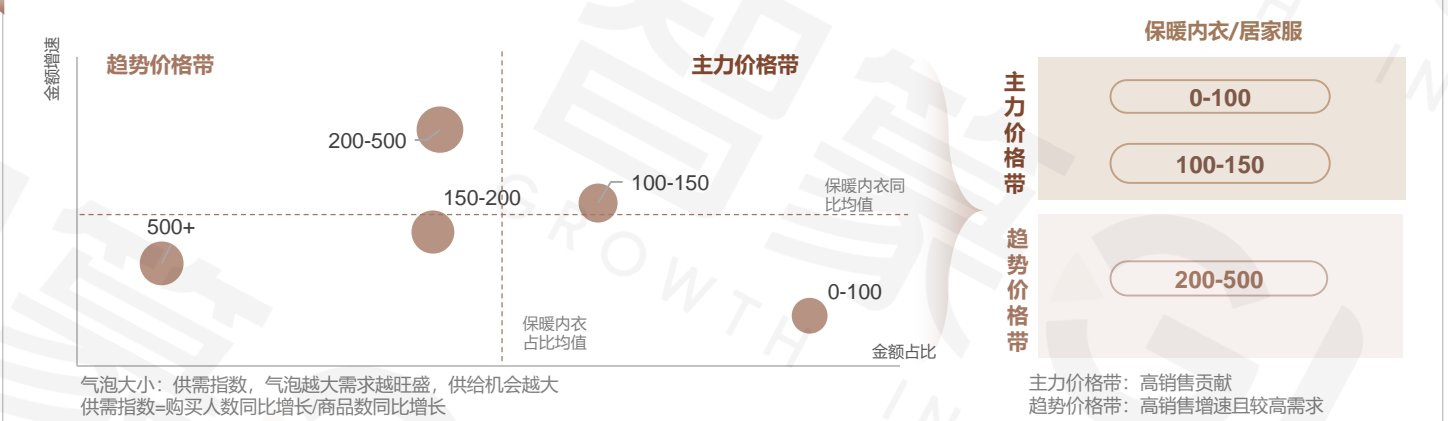
品类生命周期



品牌矩阵



品类价格带分布



数据来源：阿里消费洞察

品类趋势

内衣/家居服

南北方功能性诉求差异明显，多元穿着需求驱动品类场景化

功能性需求为主要消费驱动，多元场景需求提升

消费者在购买保暖内衣时，首先是受产品的基础保暖、蓄热等功能因素购买，其次也会因为特定的场景需求消费。在功能方面，南北方对于受地域温度气候影响差异化明显，干冷北方更注重保暖内衣/家居服的贴身保暖性能和抗静电功能。

消费者购买保暖内衣的驱动因素

61%	基础功能需求 (如 保暖)
47%	不经意间，一眼看中
37%	特殊场景需求 (外出旅游、商务通勤等)
34%	想尝试当下流行趋势
29%	品牌追随/偏好的品牌新款发布
29%	想改变风格
27%	进阶功能需求 (如 护肤)
25%	自我奖励
12%	明星同款追随
11%	IP/限定发布

数据来源：TMIC消费者调研，N=2089

不同地域消费者对于保暖内衣功能需求偏好

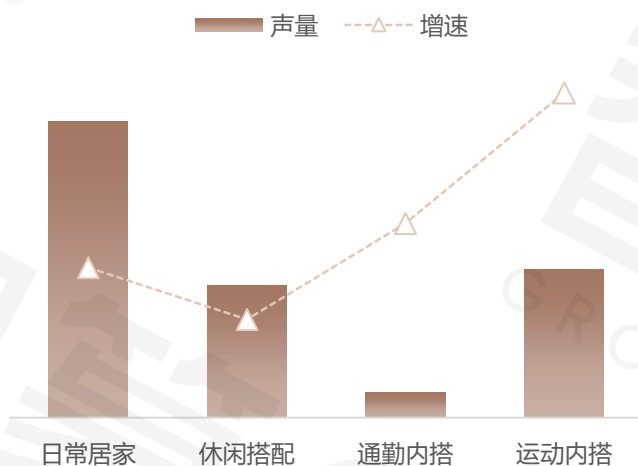
	南方	北方
抗寒、加绒加厚	90	132
贴身保暖，无缝剪裁	97	111
吸湿排汗，透气防闷	104	85
持久抗湿冷	108	74
抗菌防霉	110	66
抗静电	94	121
速干	101	96

数据来源：TMIC消费者调研，N=2089

多元场景化内衣搭配，通勤和运动内搭场景需求高增

保暖内衣的穿着场景多元拓展，除了日常居家外，保暖内衣的休闲内搭，通勤内搭和运动内搭也逐步成为核心消费需求场景，其中休闲内搭更关注内衣/家居服的款式和颜值，通勤场景下更多提醒在保暖内搭，关注产品的款式和品质，运动场景有更强的功能性诉求。

MAT2025保暖内衣的社媒需求场景趋势表现



不同需求场景下消费者关注点偏好

	品牌	性价比	品质	颜值	功能	材质面料	舒适度	款式
日常居家	88	101	103	95	104	104	105	95
休闲搭配	137	90	99	111	101	101	90	117
通勤场景	102	97	105	103	101	99	102	110
运动场景	111	95	104	100	103	100	101	102

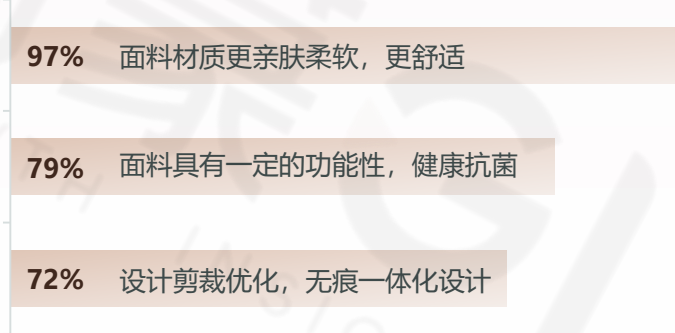
数据来源：智篆GI，TMIC消费者调研，N=2089

品类趋势 | 保暖内衣

贴身保暖、健康保暖和优质剪裁提升贴身穿着体验

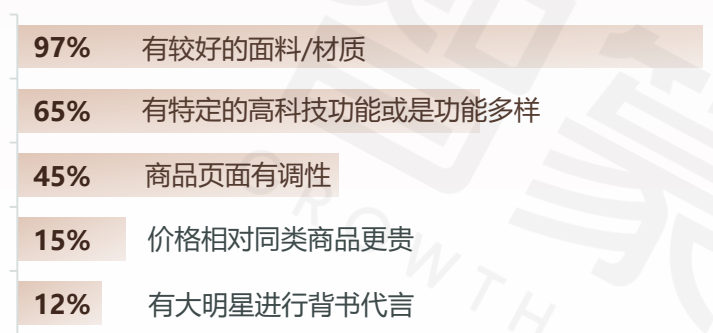
日常居家场景下，保暖内衣的品质化和舒适度是消费者核心关注因素，舒适的面料，和具备科技功能的材质及人性化设计剪裁充分体验了保暖内衣的品质化升级。轻柔的羊绒、莫代尔、桑蚕丝面料带来亲肤柔软贴身质感，抗静电、抗菌的健康材质以及无缝一体的剪裁多重提升贴身穿着体验。

日常居家场景
消费者对于保暖内衣品质化的认知



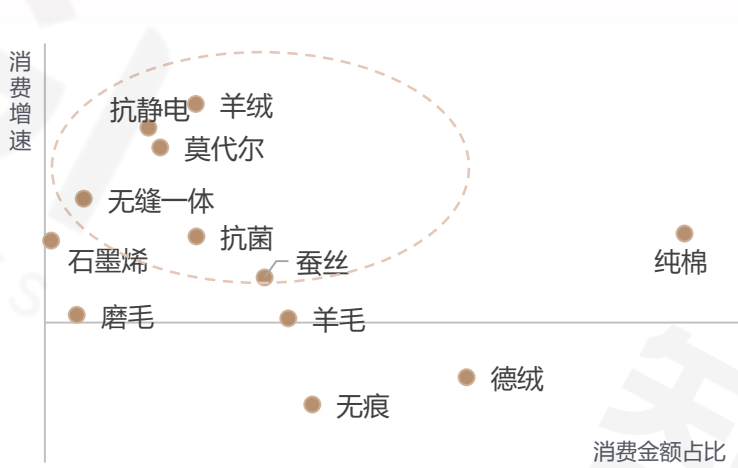
数据来源：TMIC消费者调研，N=2089

日常居家场景
消费者对于保暖内衣在舒适度方面的关注点



数据来源：TMIC消费者调研，N=2089

24AW保暖内衣面料材质/性能消费趋势



蚕丝亲肤保暖

蚕丝保暖:

桑蚕丝混纺纱线做成的贴身衣物有柔软亲肤、保暖透气、绿色健康的特性，且蚕丝的吸湿性是纯棉的1.5倍，是羊毛的1.8倍，所以能较好的保持皮肤水平衡。



抗菌抑菌保暖

抗菌保暖:

采用绿色抗菌科技，有效抑制大肠杆菌、葡萄球菌、白色念珠菌，减少由微生物繁殖引起的异味，效果持久。



数据来源：阿里消费数据

品类趋势 | 保暖内衣

通勤场景下的时尚外穿，让职场穿着更具个性化表达

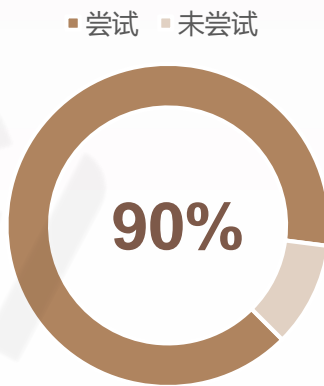
通勤场景的内搭需求推动了“内搭外穿”的新式潮流搭配，宽口的U型领、新中式领和半领纽扣领型的职场内搭外露，让职业装与潮流产生碰撞；假两件设计、镂空和纽扣设计让日常通勤内搭更具个性化表达。

社媒消费者通勤场景讨论



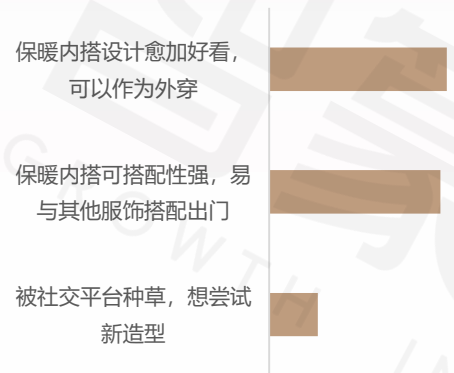
数据来源：智篆GI

消费者“内搭外穿”尝试情况



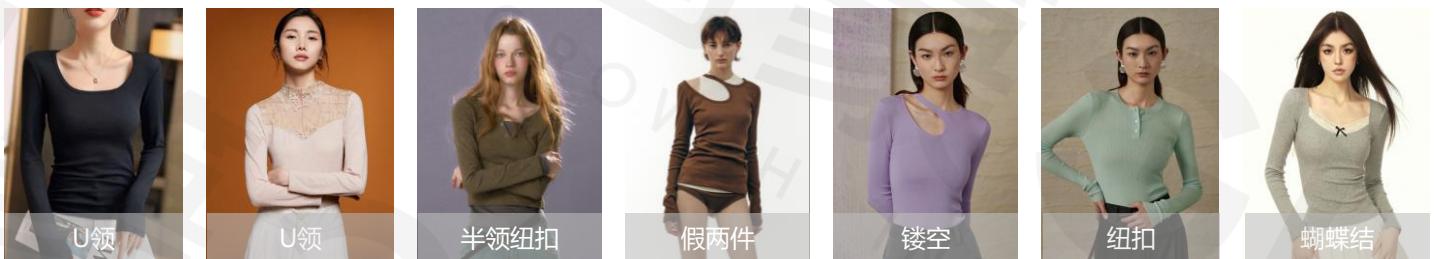
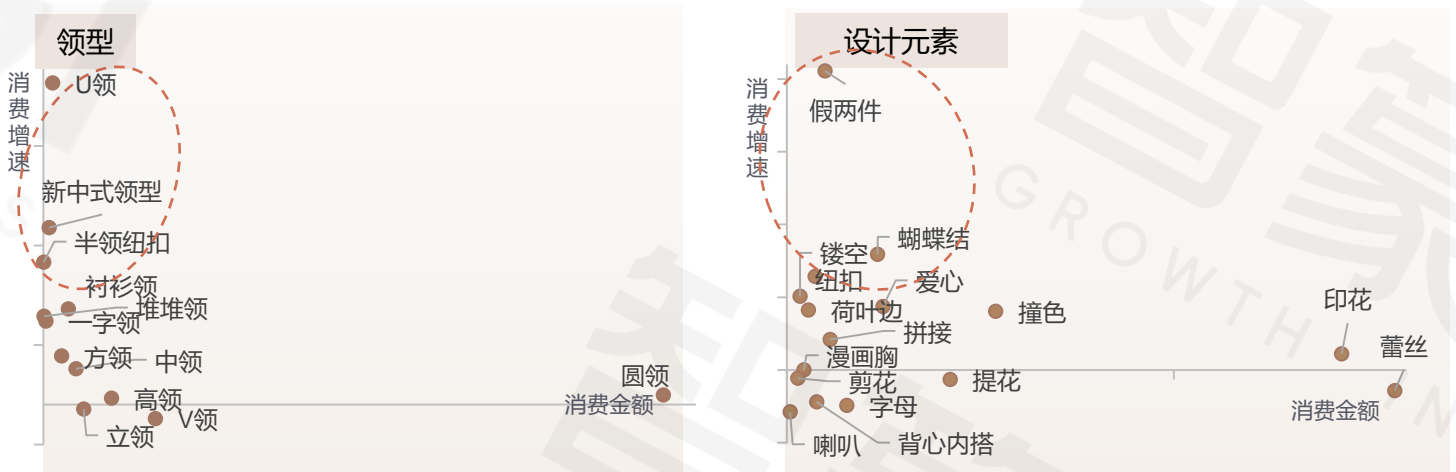
数据来源：TMIC消费者调研，N=2089

消费者尝试“内搭外穿”的原因



数据来源：TMIC消费者调研，N=2089

24AW保暖内衣设计类型消费趋势



数据来源：阿里消费数据

品类趋势 | 保暖内衣

保温舒适、呵护肌肤和透气干爽功能为时下消费热点

户外运动场景下，轻运动户外对于保暖内衣的需求更多元，排汗吸湿、速干以及抗菌塑塑形等需求凸显；专业户外中则更偏重保暖发热和抗寒科技功能。消费数据来看，自发热和湿热平衡受消费者认可，黑科技保暖、美肤舒适、透气干爽消费潜力释放。

32%消费者会为户外运动特定选保暖内衣

消费者调研：在户外场景下消费者对于保暖内衣在功能科技方面的期望是什么？



数据来源：TMIC消费者调研，N=2089

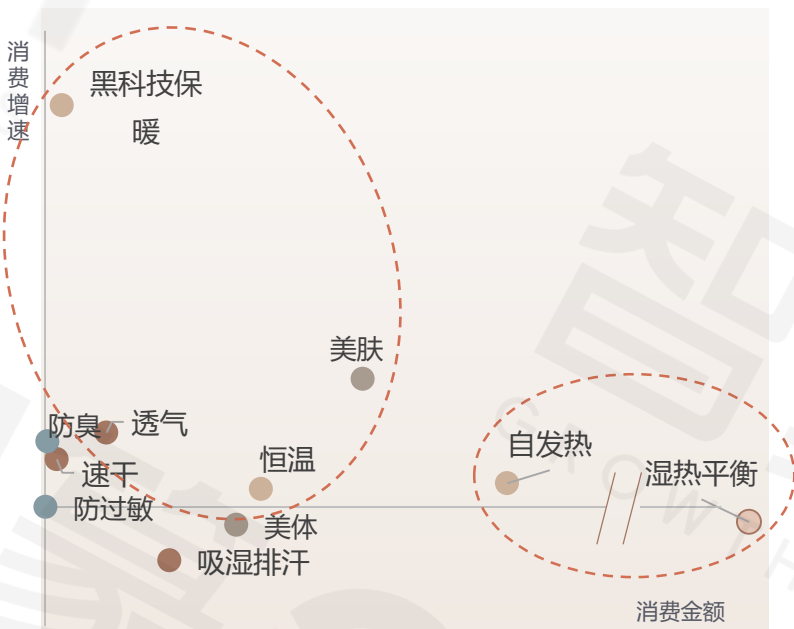
不同户外运动场景社媒保暖内衣讨论点偏好

	轻运动户外	专业户外
保暖	70	121
排汗	140	72
吸湿	153	63
速干	135	76
恒温	104	97
发热	30	149
抗菌	145	69
透气	173	49
抗寒	28	150
塑形	227	12
美肤	27	151

数据来源：智篆GI

24AW天猫保暖内衣分功能科技趋势表现

蓄热保暖 ● 透气排汗 ● 美肤塑形 ● 防护科技



数据来源：阿里消费数据、；图片来源：天猫

品类趋势 | 家居服

消费者出于舒体验、耐用性与维护等因素，家居服更关注其材质

为了更好的舒适体验与日常打理，消费者对家居服的功能材质尤为挑剔。目前绵绸、珊瑚绒为流行面料，半边绒、玻尿酸、牛奶绒面料崭露头角，消费潜力凸显。

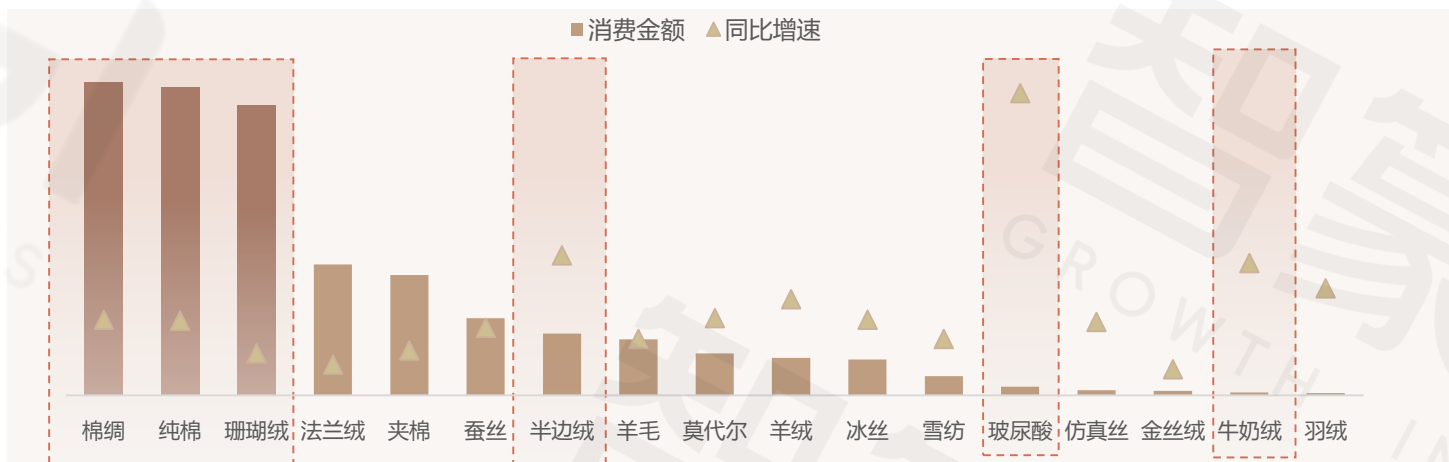
消费者对于家居服的购买关注点

88%	材质面料
59%	颜值设计，风格款式
33%	搭配性，可多场景穿搭
24%	性价比
18%	功能
11%	品牌

消费者关注家居服功能材质的原因

舒适体验（如亲肤、防静电、透气凉感、带胸垫）	95%
耐用性与维护（如抗起球、易清洁）	81%
健康卫生（如抗菌、防尘）	74%
功能性需求（如哺乳、外穿）	56%
审美表达	17%
环保	7%

24AW天猫家居服衣面料材质趋势表现



数据来源：TMIC消费者调研，N=2089，阿里消费数据、；图片来源：天猫

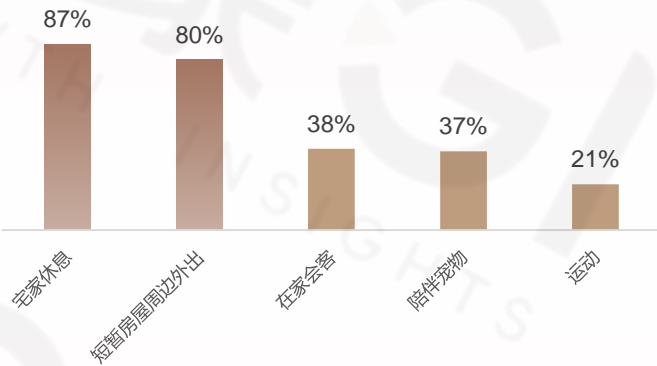
品类趋势 | 家居服

男装风格向简约家居服风格延展，女士家居服风格多元化进阶

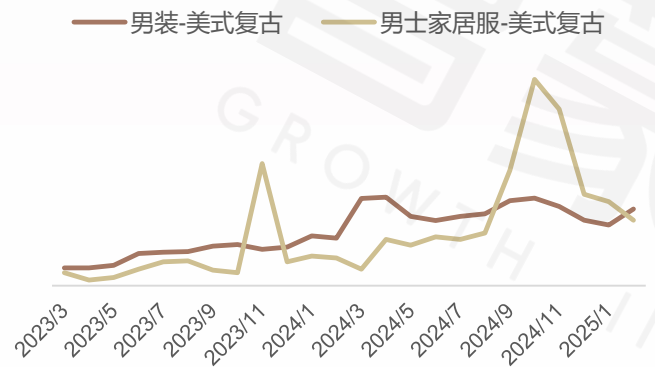
家居服穿着界限趋于模糊，居家专属概念日渐淡化，衍生出跨休闲家居生活，因而驱动其设计向时尚风格演变。例如出现男装服饰风格向男士家居服风格延展，简约风尚风、新中式风、美式复古男士家居服盛行；田园风、新中式风和滨海度假风演绎女士家居服风潮。

消费者家居服穿着场景分布

社媒讨论中潮流风格家居服提及场景相关笔记声量同比**提升72%**



23-25年月度天猫男士家居服衣风格 vs 男装风格社媒趋势表现 (以“美式复古”为例)



24AW天猫女士家居服衣风格趋势表现



24AW天猫男士家居服衣风格趋势表现



数据来源: TMIC消费者调研, N=2089, 阿里消费数据; 图片来源: 天猫

商家
案例

内衣/家居服

01. Banana in 蕉内

设计理念

蕉内创立于2016年，是一家体感科技公司，主张通过体感科技，重新设计基本款。“热皮+°C保暖系列”是蕉内重新设计的保暖基本款系列，通过Airwarm空气锁温技术，让保暖内衣同样厚度更保暖。

“绒绒家居服”是蕉内重新设计的家居服基本款系列，通过向动物学习保暖技巧，让家居服穿着舒适保暖就像被动物包裹着一样。

■ 蕉内热皮3系保暖套装



会发热 更会锁温
第八代热皮棉感套装

■ 蕉内绒绒520H家居服套装



软萌动物印花
软糯高弹好伸展

02. GUKOO

设计理念

GUKOO果壳时尚家居服品牌，隶属于博洋控股集团。鉴于家居服市场年轻、时尚、快销的特点，将品牌最初面向消费者的切入点，设立在线上，通过互联网联动的电商操作模式，完成品牌最初的设定。2013年9月24日，GUKOO旗舰店正式入驻天猫商城(淘宝网)，致力于开启时尚家居服的新篇章。

■ Gukoo/果壳新款半边绒HelloKitty联名家居服套装



■ 果壳长款珊瑚绒睡袍家居服



品类趋势 | 女士包袋

天猫女士包袋品类由件单价提升驱动。站外社媒声量自8月开始，25AW蓄水高峰在10月份较去年提前，销售高峰同步在10月达到顶峰，后保持平稳，1月短暂回落并于次年2月反弹。

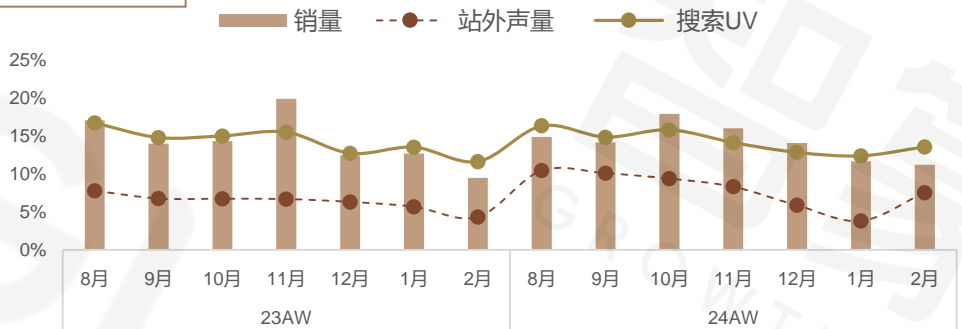
品牌格局呈现品质化与潮流化特点，知名品牌与设计师品牌占据主要市场份额，潮流品牌增速亮眼，展现差异化竞争力。

天猫女士包袋热销价格段集中在**2000元+**价格带，**700-1000元**与**1000-2000元**价格带销售规模增速明显，高端市场保持消费活力的同时，中高品质区间增长迅速。

增长驱动因子



品类生命周期

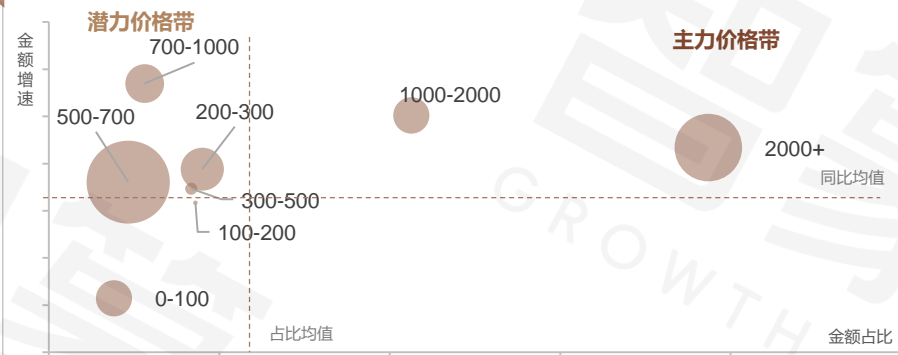


品牌矩阵



主力型品牌	潜力型品牌
songmont	La Festin
Grotto	CierraKorey
裘真	avalea
CHARLES&KEITH	jellytoyboy
toutou	BAMPO

品类价格带分布



女士包袋	
主力价格带	2000+ 1000-2000
潜力价格带	700-1000 1000-2000 2000+

气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大
供需指数=购买人数同比增长/商品数同比增长

主力价格带：高销售贡献
趋势价格带：高销售增速且较高需求
从上至下按金额占比降序

数据来源：阿里消费洞察

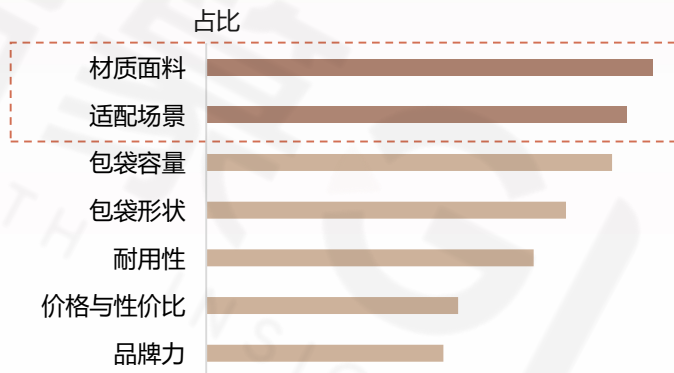
品类趋势 | 女士包袋

女士包袋消费呈现材质创新与场景进化驱动。植鞣革的爆发增长印证环保理念的深度渗透，公文包与波士顿包的崛起则精准对应都市女性职场通勤+轻社交的复合场景需求。

购买关注点 | 材质面料与适配场景为主要关注点

消费者选购女士包袋时关注材质面料、适配场景与包袋容量

女士包袋品类购买时关注因素



消费者说

包包手感摸起来很舒服，五金细节也很好，烟墨黑百搭，水渍在上面也不明显。周末节假日背包出门逛博物馆看电影吃饭，可以装很多零碎小物件，还能放矿泉水。

是想要的冬季一抹白色，搭配黑色羽绒服穿的，包包皮质很舒服，且有造型，不是软塌塌的那种，能放下五折伞和水果机，日常够用！

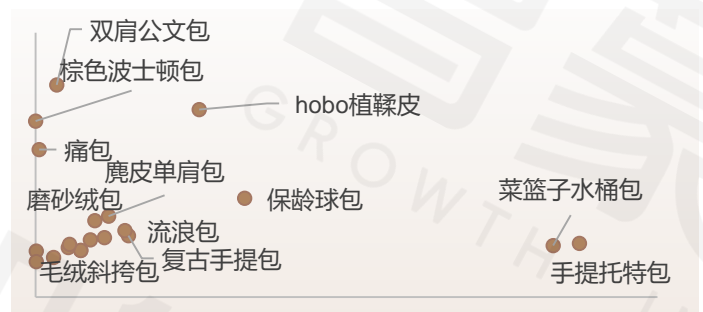
材质面料&适配场景 | 都市女性对通勤实用性与休闲时尚感的复合需求升级

植鞣革以高份额与极速增长引领女包市场材质选择，鹿皮、扎染等特色面料形成差异化补充；经典托特包与菜篮子水桶包主导市场的同时，双肩公文包与棕色波士顿包正在快速崛起。

女士包袋品类材质面料趋势



女士包袋品类款式趋势



数据来源：阿里消费洞察

商家案例 | 女士包袋

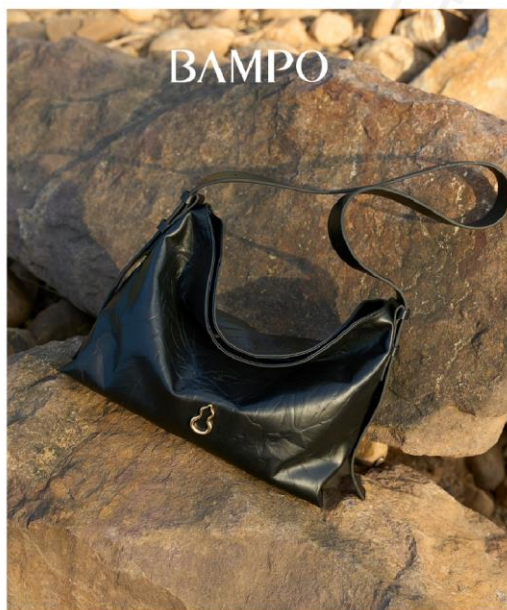
01. BAMPO

设计理念

半坡BAMPO创建于1997年，是当代语境下的东方美学哲思，以包容文化多样性为核心，从文化之根中追寻东方美学，用创新力量来拓宽时尚设计的界限，阐释东方诗意生活和人文精神。



▪ 福瑞方方包



▪ 绵绵包

02.

TOUTOU

▪ TOUTOU x hello kitty 猫头系列链条包



▪ TOUTOU夹心饼干系列保龄球包



设计理念

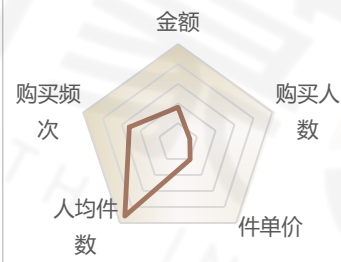
TOUTOU (透透) 创立于2014年是以原创为基石、行业领先的设计师女包品牌，我们坚持以“无负担悦己”为品牌价值主张，创造独特，具有穿搭趣味的包袋。

品类趋势 | 围巾/帽子/手套

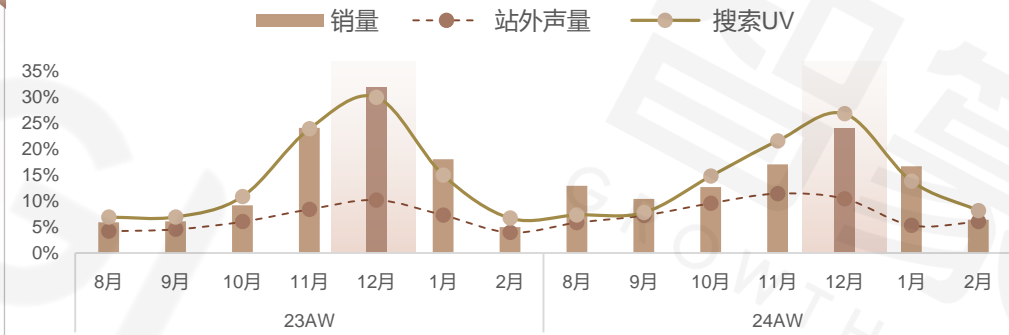
天猫服装配饰品类由人均件数增长驱动。站外社媒声量自8月开始，25AW蓄水高峰在10月份较去年提前，销售高峰同步在10月达到顶峰，后保持平稳，1月短暂回落并于次年2月反弹。

品牌格局呈现品质为基、潮流突围的竞争格局，知名品牌与设计师品牌凭借工艺占据主要市场份额，潮流品牌以设计差异化实现高速增长；天猫女士包袋热销价格段集中在**2000元+**价格带，**700-1000元**与**1000-2000元**价格带销售规模增速明显，高端市场保持消费活力的同时，中高品质区间增长迅速。

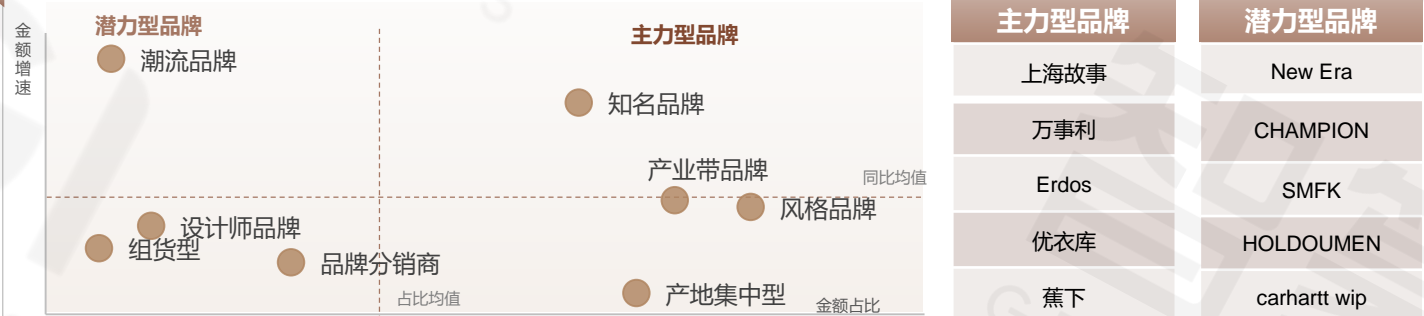
增长驱动因子



品类生命周期



品牌矩阵



品类价格带分布



气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大
 供需指数=购买人数同比增长/商品数同比增长

主力价格带：高销售贡献
 趋势价格带：高销售增速且较高需求
 从上至下按金额占比降序

数据来源：阿里消费洞察

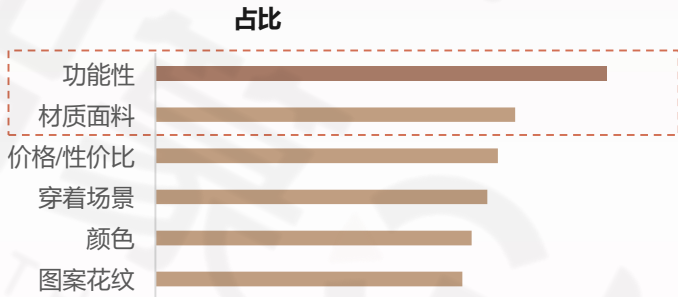
品类趋势 | 围巾/帽子/手套

服配品类正在从传统保暖向时尚穿搭配件转型，加长围巾与猫耳帽的流行印证消费者对设计的需求，聚酯纤维与羊毛材质的持续主导则保障基础功能性需求；同时休闲娱乐与职场通勤等新场景的快速渗透，推动产品向四季化、轻量化方向迭代。

购买关注点 | 消费者同时关注材质实用与功能多元

服配品类购买时关注因素

消费者说



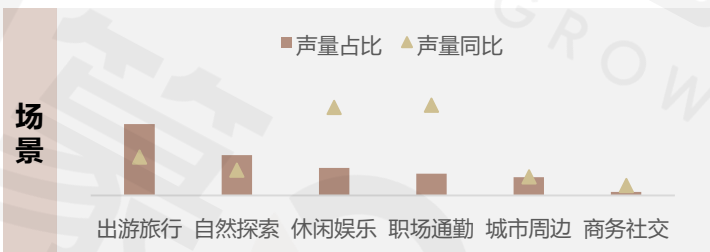
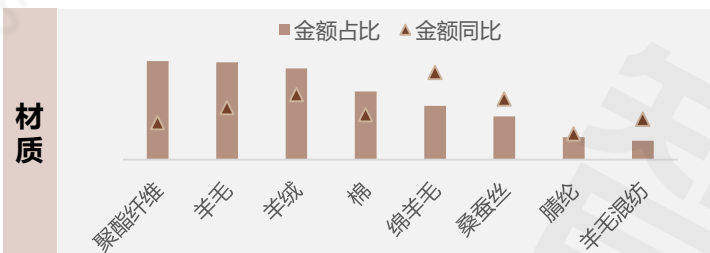
面料很高级，细节感满满，图案也上档次，大小尺寸很实用，一年四季都可以搭配，买来送长辈的，长辈很喜欢，包装也很大气

羊绒围巾质量很好，柔软舒适，这个颜色很适合男士佩戴。

帽子收到太喜欢啦，面料柔软轻薄、毛球茸茸的一看质量就好，而且100%毛的很暖和。两种戴法卷边和不卷边都好看。

材质面料&款式&场景 | 服装配饰消费升级，实用性为基础，时尚设计与场景多元驱动其成为四季化单品

针织/毛线帽等基础款占据销量主流，加长围巾与猫耳帽的快速增长展现时尚化趋势；聚酯纤维、羊毛等使用材质主导市场，消费场景从单一出游旅行，向休闲娱乐+职场通勤多元场景延伸，服配单品逐渐成为四季化穿搭配饰。



数据来源：阿里消费洞察

商家案例 | 保暖围巾

01.



■ 万事利绵羊毛针织围巾



■ 万事利真丝拉绒围巾



设计理念

万事利成立于1975年，专注于高端丝绸50年，特有的双面印花技术，为许多国际大牌提供技术支持，并为许多世界和国家级盛会提供产品支持。服务了北京奥运会、上海世博会、广州亚运会、G20杭州峰会等一系列重量级主场外交活动，同时也是第19届杭州亚运会官方供应商。

02. Acne Studios

设计理念

Acne Studios是来自瑞典斯德哥尔摩的多元奢侈时尚品牌。创始人兼创意总监Jonny Johansson将自己对影、艺术、建筑和现代文化的浓厚兴趣，充分融入诠释在品牌中。



■ 彩虹格纹围巾



■ 纯色羊毛围巾

品类趋势 | 眼镜

天猫眼镜品类由人均件数与购买人数增长双重驱动。站外社媒声量在8月达到顶峰，9-11月份社媒声量分布较平均，25AW销售高峰较去年提前，10月销量高于11月，后保持平稳，1月销售出现短暂回落，但2月有所回升。

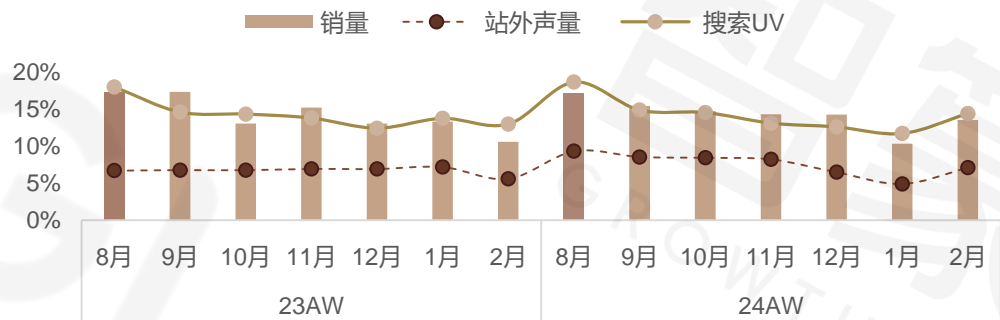
品牌格局分布中，知名品牌与产业带品牌占据主要市场份额，潮流品牌增速遥遥领先。

天猫眼镜品类热销价格段集中在0-100元&100-200元价格带，1000元+高价位区间销售规模增速明显。

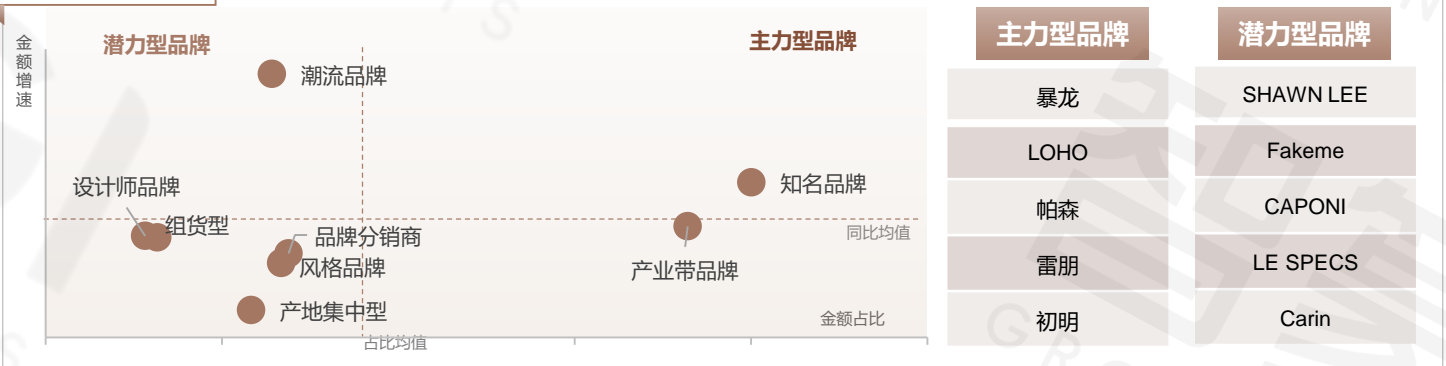
增长驱动因子



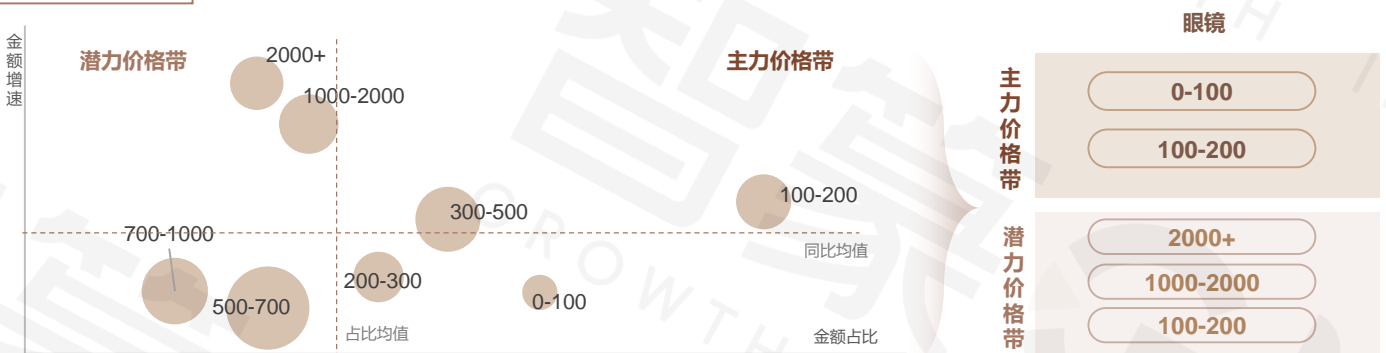
品类生命周期



品牌矩阵



品类价格带分布



气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大
 供需指数=购买人数同比增长/商品数同比增长

主力价格带：高销售贡献
 趋势价格带：高销售增速且较高需求
 从上至下按金额占比降序

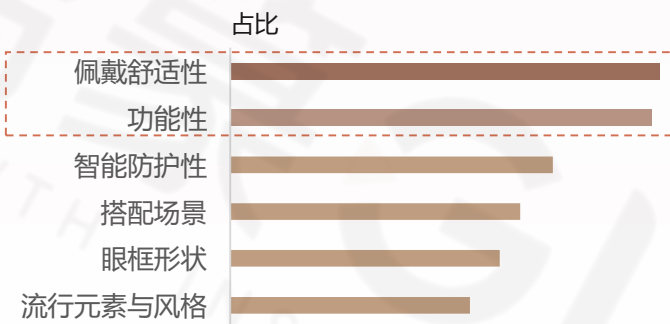
数据来源：阿里消费洞察

品类趋势 | 眼镜

眼镜品类消费者需求呈现日常佩戴舒适性与特定场景功能性双重追求。

购买关注点 | 眼镜消费呈现舒适优先、功能细分的鲜明特征

眼镜品类购买时关注因素



消费者说

“墨镜质感特别特别好，上脸很好看，特别修饰脸型，遮光效果也不错，款式特别特别好。”

作为对墨镜品质要求极高的人，这款墨镜无可挑剔。镜片采用偏光材质，戴上之后视野清晰务必，开车时对面车辆的强光、水面反光都被过滤的干干净净。镜框材质轻盈且坚固，长时间佩戴鼻梁和耳朵也没有丝毫压迫感。

款式&功能 | 经典圆方框稳居主流，小框与长方形款崛起，防护性功能需求激增

眼镜款式中，经典圆形晒等场景化功能需求持续升温，带动专业功能型眼镜销售显著提升。和方形镜框占据主流市场，小框和长方形款式的流行反应时尚偏好的迭代；同时防风防尘、防紫外线等功能需求上升。



数据来源：阿里消费洞察

商家案例 | 眼镜

01. MONTBLANC

设计理念

万宝龙(Montblanc)创立于1906年，在过去的一个世纪里，以“六角白星”作为标志，致力于精美腕表、书写工具、高级珠宝、优质皮具系列。万宝龙眼镜秉承1906年的先锋精神，以突破性的创新之作重新定义书写文化，坚持以不断革新的理念与精益求精的精湛工艺打磨每一款产品，将书写艺术与视觉艺术结合，跃然呈现轻松优雅质感。延续着古典与经典的文化艺术精髓，屹立于多元化奢侈品牌之列。



▪ 明星同款万宝龙Montblanc
轻质钛半框钛架光学眼镜
框镜架MB03130A



▪ 明星同款万宝龙Montblanc
轻质钛金属眉框近视眼镜
框镜架MB03140A

02. OAKLEY

设计理念

Oakley欧克利始创于1975年，总部位于南加州，是全球知名的产品设计和运动性能品牌之一。Oakley欧克利拥有逾900多项专利，品牌兼具创造者、发明家、理想主义者和科学家的特质，热衷以设计及创新赋能产品体验，激发用户灵感。



▪ Oakley欧克利休闲眼镜
复古猫眼全框户外运动镜
Eyejacket9438



▪ Oakley欧克利2024年
PLANTARIS休闲眼镜
复古时尚男女护目镜0009437

2025

TMALL APPAREL

WHITE PAPER

PART 04

25AW
服饰风格
趋势发布



×



×



×



天猫新品创新中心

Country Calling 回归乡野

趋势解读

以回归自然为核心，打造兼具温暖怀旧与实用性的乡野美学，以宽松剪裁和户外元素演绎现代人渴望逃离都市、拥抱质朴生活的精神诉求。

温暖怀旧 | 慵懒松弛 | 回归自然 | 实用复古

25AW秀场趋势解析

形色质解读

关键款式

上装 格纹工装夹克、涂蜡派克大衣、麂皮行政夹克、经典格纹大衣、牛角扣大衣、重工流苏毛衫、费尔岛针织套头衫、图案针织开衫、经典格纹法兰绒衬衫、条纹牛津衬衫

下装 复古水洗牛仔裤、流苏提花半裙

鞋配 雨靴、复古骑士靴、麂皮德比皮鞋

关键材质&元素

麂皮、灯芯绒、涂蜡帆布、提花刺绣、图案针织、经典格纹、菱形格纹、复古花纹、家居灵感印花、流苏



费尔岛
图案针织

家居灵感
花纹

重工流苏
针织

多色菱形
格纹

色彩要点

怀旧色彩散发逃避主义感和舒适感，也被用于打造复古风外观。

应用指南

这组温暖秋季色彩自带性别包容性，可尝试暖调和冷调撞色，比如醇厚靛蓝和质朴焦糖色、茶渍色的搭配，并加入铜绿质感和低调纹理。

深橄榄色	棕褐色	醇厚靛蓝
荨麻酒色	白垩色	茶渍色
樱桃红漆色		质朴焦糖色

01

拼接工装夹克
#连帽
#涂蜡防水

针织开衫
#菱格纹

雨靴
#马鞍扣
#撞色细节

02

针织背心
#撞色
#费尔岛几何图案

工装夹克
#刺绣 #花纹

短裙
#灯芯绒

women's

女装穿搭重点

以费尔岛针织毛衣为亮点，搭配灯芯绒裤或格纹长裙，营造温暖复古的田园气息。

穿搭公式&趋势单品

01

提花夹克
#家居灵感
#图案

羊毛休闲裤
#宽松

系带德比鞋
#麂皮

02

牛角扣大衣
#经典格纹

德比皮鞋
#编织

men's

男装穿搭重点

强调粗花呢夹克、蜡棉大衣等耐用外套，搭配费尔岛图案毛衣和德比鞋或布洛克鞋，展现英伦绅士的乡村风范。

Light Punk 轻朋克风

趋势解读

受Z世代“反主流文化”影响，以自嘲、戏谑态度对抗过度精致的审美。以“反叛即日常”为内核，通过铆钉皮革、解构剪裁与街头廓形的碰撞，将朋克精神注入都市穿搭，通过材质混合实验重构当代青年的身份宣言。

叛逆颠覆 | 街头雅痞 | 解构重组 | 冲突美学

25AW秀场趋势解析

形色质解读 ▽

关键款式

上装 机车夹克、截短款皮衣、皮衣背心夹克
撞色拼接棒球夹克、青年文化标语上衣

下装 印花牛仔裤、低腰毛边牛仔裙

鞋配 厚底铆钉马丁靴、猫眼墨镜、斜挎机车包、领带、夸张金属配饰

关键材质&元素

印花牛仔、人造皮革、混合材质拼接、铆钉、金属配饰、毛边处理、不规则条纹、破洞、涂鸦印花、数码弥散印花、迷彩、豹纹、老花 monogram、醒目标语



混合材质
拼接

夸张金属
配件

醒目标语

印花牛仔

色彩要点

流行朋克色彩元素为新派学院风注入叛逆感。

应用指南

利用红黄蓝三原色打造全新色彩组合的经典格纹和返校季款式。午夜蓝和樱桃红漆色可以在这个趋势下作为黑色的升级色选。

复古蓝	粉红雪糕色	质朴焦糖色
樱桃红漆色	午夜蓝	优雅深红色
亮白色	黑色	



Jawara Alleyne

Stella McCartney

01

人造皮革外套
#哑光
#oversize

水洗牛仔褲
#鑲鑽

刺繡做旧
牛仔鴨舌帽

02

牛仔外套
#做旧
#印花

牛仔褲
#仿蛇紋印花

women's

女装穿搭重点

强调解构设计与皮革、网纱等异材质混搭，搭配机车靴与金属饰品，演绎不羁酷飒与先锋美学的碰撞。

穿搭公式&趋势单品

01

机车夹克
#复古油蜡皮

复古
邮差包

牛仔褲 #拼接补丁

皮鞋
#绑带
#金属搭扣

02

棒球夹克
#撞色 #不对称
#徽章装饰

球衣长袖
#撞色鑲边
细节

牛仔短褲
#配饰图案印花

马丁靴
#做旧
#厚底

men's

男装穿搭重点

运用铆钉皮衣、破坏感牛仔和宽肩廓形等单品，结合街头涂鸦或金属配件，表达张扬叛逆的都市态度。

Demure 迪木尔风

趋势解读

端庄但不拘谨，不被特定模版束缚。不像“老钱风”重视奢华感，也不似“静奢风”强调低调，在极简随性中通过细节巧思展现优雅且不失个性的态度。

端庄大方 | 优雅知性 | 清冷克制感 | 低调奢华



25AW 秀场趋势解析

形色质解读 ▽

关键款式

上装 茧型大衣、H型大衣、可拆卸围巾大衣、沙漏宽肩西装、波点印花套装、挺括量感上衣、系带衬衫

下装 中长伞裙、宽松阔腿西裤

鞋配 公文托特包、鳄鱼皮革纹手拿包、极简托特包包、领带、夸张金属配饰

关键材质&元素

细编织花呢、精纺羊毛、羊绒、真丝、缎面丝绸、ToneOnTone同色系、鳄鱼皮革纹、波点印花、艺术感印花、水波纹暗色提花



黑白细编织花呢 | 经典波点印花 | 鳄鱼皮革纹 | 艺术感印花

色彩要点

对经典风格的推崇推动了以樱桃红漆色为代表的的秋冬季长期经典色彩的回归。

应用指南

以柔和的自然深色系为主，如未染原色、未来暮色、经典芥末色，搭配少量经典棕褐色和循环灰，弱化秋冬的厚重感。

樱桃红漆色	棕褐色	未来暮色
经典芥末色	循环灰	未染原色
婚礼蓝	循环灰	深翡翠色

风格解析

关键子风格拆解

建筑系穿搭



年轻世代青睐的高质感穿搭受到demure dressing的影响，在25秋冬将在摒弃过度装饰的同时，强调建筑美学般的结构设计（如沙漏型收腰、披肩领、宽垫肩）提升身形修饰度，和同色系叠穿则赋予穿搭多场景适用性，完美衔接通勤与休闲场景。

01

SoftPower风

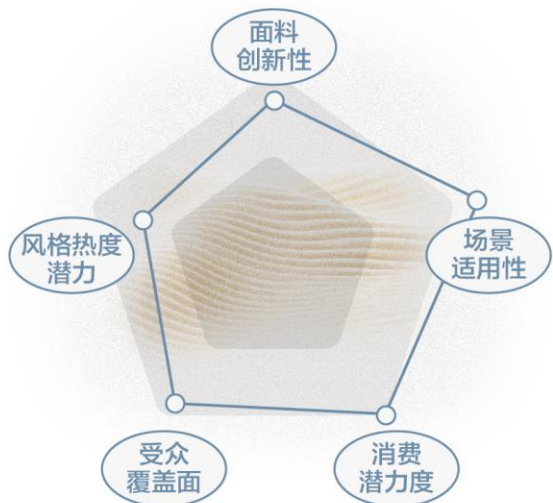


以柔和元素与力量感交融为核心，通过低饱和色调、中性色西装与流动剪裁，在松弛廓形中传递温柔坚定的女性力量，诠释刚柔并济的反内耗美学，同时融入材质碰撞（如丝绸与皮革、针织与牛仔）形设计。

02

风格空间与热度

风格空间 4亿 风格五维评估



媒体互动趋势 1.2亿 高讨论话题



淘内搜索趋势 270万 高浏览搜索关键词

羊毛裤 加绒阔腿裤 中长款大衣 黑色大衣 衬衫 披肩 羊绒大衣 西装外套 白色大衣 打底衫 风衣外套 白色裤子 红色大衣
 毛呢大衣 丝巾 小香风外套 水桶包 秋冬半身裙 毛呢大衣 托特包 羊绒衫 羊毛大衣 打底衫 黑色大衣
 围巾 毛呢半身裙 围巾 毛呢半身裙 围巾 毛呢半身裙 围巾 毛呢半身裙 围巾 毛呢半身裙 围巾 毛呢半身裙 围巾 毛呢半身裙
围巾 羊绒大衣 托特包
 羊绒围巾 小个子大衣 羊绒围巾 马甲 通勤包 披肩 羊毛衫 打底衫 红色大衣 小香风外套 羽绒服 阔腿裤 丝巾 羊毛衫
 小香风套装 白色大衣 短款毛呢外套 毛呢半身裙 大容量包包 毛呢阔腿裤 羊毛大衣 短款大衣 单肩包

羊毛大衣 ▽
#可拆卸
围巾披肩

茧形大衣 ▽
#圆领 #系带

01

02

women's

女装穿搭重点
强调沙漏型收腰、大廓型披肩或结构感裙装的几何线条美，搭配一体色调的内搭组合，优雅过渡于职场与日常之间。

衬衫上衣
▽ #系带装饰

针织半裙
#精仿羊毛

高领美丽奴羊毛打底衫

宽松休闲裤
#打褶 #阔腿

穿搭公式&趋势单品

同色系套装 ▽

平驳领单排扣西装 ▽
#垫肩

01

02

men's

男装穿搭重点
以挺括剪裁的大衣外套与同色系层次搭配为核心，结合宽垫肩或立体翻领等建筑感设计，展现沉稳内敛的都市感。

长款羊毛大衣
#立领 #暗扣设计

翻领大衣
#双排扣

polo领羊毛衫 ▽

经典打褶西裤 ▽

麂皮 ▽ 切尔西靴

大号 ▽ 公文托特

Playful Pastels 俏皮软语

趋势解读

受以“极简不冰冷”为核心理念，通过色块拼接、柔和渐变色与不对称剪裁细节，在极简主义框架中融入趣味性。融合哑光针织褶皱与低饱和和高明度色彩层叠，为秋冬穿搭注入轻盈活力。

提振情绪 | 趣味“大小孩” | 轻盈柔软 | 淡彩色系

25AW秀场趋势解析

形色质解读 ▽

关键款式

上装 精纺羊毛针织polo衫、粉蜡色针织开衫、镂空网眼针织羊毛上衣、萌宠图案针织开衫

下装 褶皱羊毛包身裙

关键材质&元素

精纺羊毛、薄纱、哑光绸缎、荷叶边、蝴蝶结、细坑条针织、萌宠图案、几何拼贴、跳色镶边



几何拼贴图案 | 跳色镶边细节 | 丝带蝴蝶结 | 萌宠元素

色彩要点

柔和舒缓的色彩使人平静，给冬季带来静谧柔软质感。

应用指南

可采用水洗效果和脏污效果设计，添加应季关键亮色花丹粉和暖阳橙，为冬日增添活力#Winterbrights。用粉红雪糕色和苍穹黄更新必备基础单品，月光石蓝和银河丁香紫则能为触感针织衫增添柔和质感。

月光石蓝	粉红雪糕色	花丹粉
浅木色	苍穹黄	暖阳橙
超现实绿	银河丁香紫	



01

粉蜡色系
衬衫

褶皱
麂皮
乐福鞋

针织
半身裙

01

women's

女装穿搭重点

以柔和的粉红雪糕色、苍穹黄等色调为主，结合荷叶边、蝴蝶结等甜美细节，搭配萌宠印花的针织单品，营造出温暖可爱的少女感。

02

假两件
针织开衫

拼色
针织背心
#萌宠图案

穿搭公式&趋势单品

01

冰淇淋粉蜡色
风衣

浅色镜片墨镜

男装穿搭重点

强调宽松舒适的廓形，搭配粉蜡色调的卫衣或针织衫，点缀以卡通或动物图案，展现出轻松愉悦的童趣氛围。

01

women's

男装穿搭重点

强调宽松舒适的廓形，搭配粉蜡色调的卫衣或针织衫，点缀以卡通或动物图案，展现出轻松愉悦的童趣氛围。

02

条纹
针织围巾
#细款
#拼色

Supreme Comfort 疗愈绒感

趋势解读

受到睡衣造型和内衣外穿美学的影响，秋冬季节软糯面料、宽松剪裁延伸出极致触感的面料趋势，打造治愈系的居家外出皆宜造型。

极致触感 | 宽松舒适 | 居家外出皆宜



25AW秀场趋势解析

形色质解读 ▽

关键款式

上装 羊羔毛外套、针织绞花珊瑚绒套装、仿兔毛大衣、皮毛一体夹克、长毛绒浴袍型大衣

下装 摇粒绒长裤、长毛绒裙子

鞋配 雨长毛绒围巾、绒感靴子、雪地靴、毛绒耳罩、长毛绒渔夫帽

关键材质&元素

羊羔绒、摇粒绒、人造皮草、长毛绒、皮毛一体、珊瑚绒、绞花针织、华夫格针织



摇粒绒 | 珊瑚绒绞花针织 | 华夫格针织 | 切割短绒

色彩要点

该调色板强调长期流行的新中性色，适合多个季节。

应用指南

质朴焦糖色搭配暗粉色时，能让服装整体色调显得更舒适疗愈。可搭配长期色彩意式粘土色或经典褐灰，延长产品的使用寿命，尤其适合打造绒感外套和针织衫。

经典褐灰	燕麦奶色	质朴焦糖色
耐久灰	白垩色	超凡粉
光学白	白垩色	意式粘土色

风格解析

关键子风格拆解

01

Supreme Cozy 极致舒适

在2025秋冬，“Cozycore”持续升温，Cozy不再局限于家居场景，成为连接情绪与穿着体验的关键风格表达。以柔软面料与松弛廓形为基础，针织、摇粒绒、羊毛混纺等材质带来触感上的疗愈力，搭配低饱和色调与简洁层叠造型，打造一种温暖、包裹、亲密感兼具的着装氛围。



02

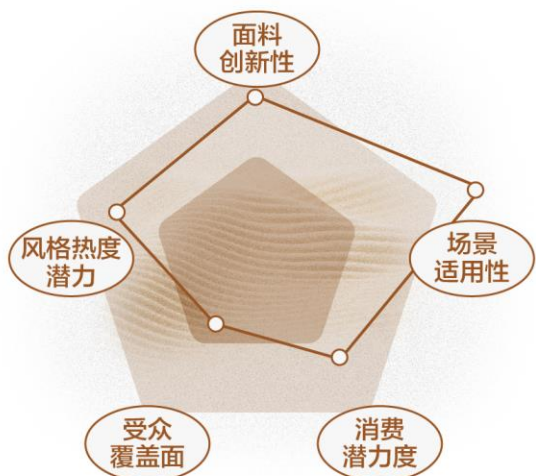
Shaggy Chic 时髦毛绒系

消费者越发追求触感升级，毛绒系材质在2025秋冬将会有更加多元时装化的应用——可以通过小面积使拼配在夹克外套中，满足那些不愿放弃精致版型的消费者需求；考虑混合材质设计，将负责任皮革或皮革替代品与人造毛羊皮相结合，并通过添加松紧袖口和腰部设计，增强短款版型的轮廓感。



风格空间与热度

风格空间 2.4亿 风格五维评估



媒体互动趋势 1.1亿 高讨论话题



治愈系穿搭
互动量 4300w



毛绒绒时尚
互动量 1200w



可露丽风
互动量 200w



松绒系穿搭
互动量 5500w

淘内搜索趋势 300万 高浏览搜索关键词

耳罩 摇粒绒外套 鞋垫 睡袍 珊瑚绒睡衣 内裤 家居服
 睡衣 保暖裤 加绒裤 斜挎包 鞋垫 拖鞋 加绒卫衣 雪地靴 加绒裤 家居服 毛衣 包包 拖鞋
 帽子 睡衣 袜子 内裤 袜子 睡衣 围巾 睡袍 保暖内衣
 帽子 羽绒服 羊羔毛外套 耳罩 纯棉睡衣 加绒卫衣 雪地靴 加绒裤 家居服 毛衣 包包 拖鞋

01

毛绒翻领夹克
#毛绒图案#短毛绒

02

皮毛一体背心
#两面穿

系带毛绒外套
#浴袍版型#皮革镶边

保暖雪地靴
#短毛绒
#防滑底
#串珠装饰

毛绒雪地靴
#长毛#中性粉色

women's

女装穿搭重点

聚焦泰迪绒外套、绗缝毛绒大衣或绒感飞行员夹克等单品，搭配内搭吊带、针织裙或靴裤，在柔软触感中塑造随性优雅的冬季风格。

穿搭公式&趋势单品

01

短毛绒连帽夹克 #皮毛一体

02

羊绒高领 针织打底

摇粒绒 休闲长裤

灯芯绒拼接 羊羔绒短外套 #羊羔绒内衬

高筒登山靴

men's

男装穿搭重点

摇粒绒夹克、人造皮草立领外套等保暖单品，搭配宽松针织裤与柔软衬里，打造既温暖治愈又具有街头感的冬日造型。

Dark Romance 达可罗曼风

趋势解读

受夜间生活趋势影响，哥特美学和奢华暗色调愈发受到关注。运用丝绒、缎面与复杂工艺，颠覆性地诠释深色美学，表达出融合浪漫主义情怀与精致华丽质感的新风貌。

暗黑美学 | 浪漫主义 | 精致华丽 | 奢华暗色调

25AW秀场 趋势解析

形色质解读 ▽

关键款式

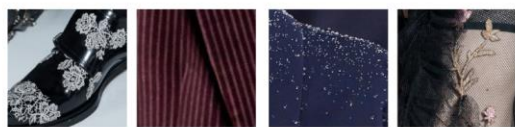
上装 丝绒西装、花卉钉珠夹克、粗花呢连衣裙、粗花呢套装、蕾丝鱼骨胸衣、羊皮大衣

下装 吊带蕾丝裙、亮片半裙、皮裤

配饰 蕾丝乐福鞋、亮片钉珠运动鞋、珍珠项链、巴洛克装饰项链

关键材质&元素

薄纱、蕾丝、精工刺绣、钉珠、亮片、丝绒、天鹅绒、镶金丝/银丝粗花呢、立体花卉、玫瑰花刺绣



蕾丝皮革 | 条纹丝绒 | 精细钉珠/亮片 | 透视薄纱

色彩要点

暗夜风色彩延续了反乌托邦未来风和暗黑风格，夜间生活趋势的回归与上涨催生了这个色彩趋势。

应用指南

暗夜风调色板适合西装和礼服套装，2025年度色未来暮色替代传统深紫色成为新的秋冬蓝紫色选择，关键色樱桃红漆色则适用于打造颠覆性感造型。

未来暮色	樱桃红漆色	黑色
红莓汁色	午夜蓝	玄武岩
优雅深红色	午夜蓝	深苔藓色



风格解析

关键子风格拆解



01 浪漫古典

2025秋冬，以深色调为背景，浪漫与古典元素交织出新一轮华丽回潮。在传统蕾丝与皮革元素中融入钉珠装饰、手工刺绣、编织花呢等细腻工艺，打造兼具力量感与细节张力的华丽正装造型。



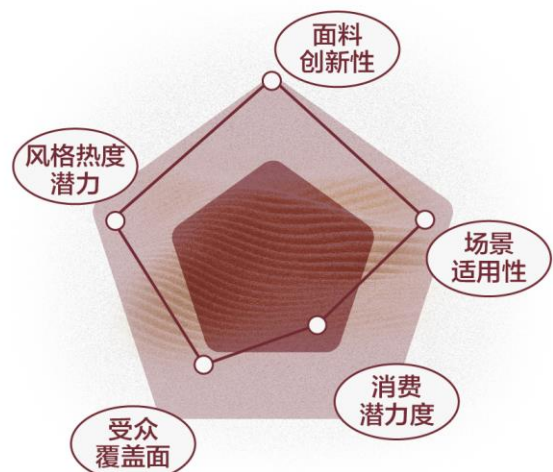
Tailored Fluidity 精裁流动

02

截短款叠穿、垂感材质等元素的兴起，推动男装在廓形与层次上的持续演变，为注重风格表达与细节质感的消费者带来更多可能。通过融合洋裁法则与柔性面料，探索结构与流动之间的平衡，打造兼具精致感与造型张力的当代男装新风貌。

风格空间与热度

风格空间 4亿 风格五维评估



媒体互动趋势 5000万 高讨论话题



淘内搜索趋势 300万 高浏览搜索关键词

羽绒服 红色毛衣 皮鞋 冬季穿搭一整套高级感 黑丝 手表 吊带 外套 连衣裙 丝袜 马甲 丝袜 高跟鞋 大衣 蕾丝打底衫 丝袜 红色连衣裙 手表 外套 一字肩上衣 高跟鞋 大衣 外套 蕾丝打底衫 丝袜 短靴 靴子 礼服 毛衣 高跟鞋 大衣 外套 蕾丝打底衫 丝袜

01

鱼骨胸衣 #精致蕾丝



02

粗花呢西装 #镶金丝



women's

女装穿搭重点

运用黑金、酒红等暗色调丝缎或绒面礼裙，结合蕾丝镂空、宫廷袖等细节工艺，演绎神秘浪漫与高贵质感并存的魅力。

蕾丝吊带裙 #立体玫瑰刺绣



半身裙 #亮片钉珠 #玫瑰图案



羊皮大衣



真丝衬衫 #提花纹理



丝绒外套 #珠宝元素 纽扣



褶皱衬衫 #立体花卉造型



men's

男装穿搭重点

以深色丝绒西装、暗纹衬衫或缎面长风衣为主，搭配金属饰边或哥特式配件，在低调中展示夜色华丽的精致力量。

真丝衬衫 #提花纹理



丝绒外套 #珠宝元素 纽扣



羊皮大衣



真丝衬衫 #提花纹理



丝绒外套 #珠宝元素 纽扣



羊皮大衣



真丝衬衫 #提花纹理



丝绒外套 #珠宝元素 纽扣



羊皮大衣



穿搭公式&趋势单品

01

真丝衬衫 #提花纹理



02

羊皮大衣



men's

男装穿搭重点

以深色丝绒西装、暗纹衬衫或缎面长风衣为主，搭配金属饰边或哥特式配件，在低调中展示夜色华丽的精致力量。

真丝衬衫 #提花纹理



丝绒外套 #珠宝元素 纽扣



羊皮大衣



真丝衬衫 #提花纹理



丝绒外套 #珠宝元素 纽扣



羊皮大衣



Supreme Comfort 狂野复兴

趋势解读

极繁主义回归，融合了丰富的超凡纹理、醒目的大胆印花，以及具有波浪感的飘逸感灵动廓形，呈现出极具冲击力又细腻流动的视觉体验，正在塑造新的极致魅力美学。

极繁主义 | 超凡纹理 | 民族印花 | 灵动廓形



25AW秀场趋势解析

形色质解读 ▽

关键款式

上装 皮草大衣、兽纹印花大衣、荷叶边波西米亚衬衫、佩斯利花纹上衣

下装 超长飘逸长裙、零散碎花长裙、印花长裤

鞋配 西部牛仔靴、蛇纹皮鞋、飞行员墨镜、头巾

关键材质&元素

皮草、兽纹印花、极繁印花、极繁刺绣、佩斯利花纹、分散碎花、荷叶边、层叠裙摆



兽纹印花
皮草

极繁刺绣

抽象佩斯利
花纹

褶皱荷叶
边装饰

色彩要点

怀旧复古感和自然舒适感是该趋势的色彩重点，利用该调色板的自然舒适感，为强风格单品带来平衡，更适宜日常穿着。

应用指南

野生绿让整体色板显得清新繁茂，可以搭配大地系长期色彩茶渍色或日晒色为底色，用于日常单品，包括下装、连衣裙、外套、实用系列等。

日晒色	茶渍色	婚礼蓝
超凡粉	野生绿	浅木色
		金菊色

荷叶边领
↳ 衬衫



01

兽纹印花风衣 #豹纹
↳



02

皮草大衣 ↳



量感褶皱上衣
↳



波西米亚长裙
↳ #镂空花纹
#超长
#荷叶边



women's

女装穿搭重点
强调层叠穿搭中的拼接皮革、流苏斗篷和波西米亚长裙，融合东欧风情图案与浪漫粗野质感，打造放纵洒脱的风格形象。

复古牛仔裤 #印花装饰
↳



佩斯利花纹夹克 ↳
#复古配色



背心
↳ #渐变提花
#民族元素



量感褶皱上衣
↳



兽纹大衣 ↳
#抽象兽纹印花



01

复古牛仔裤 #印花装饰
↳



02

背心
↳ #渐变提花
#民族元素



量感褶皱上衣
↳



复古牛仔裤 #印花装饰
↳



men's

男装穿搭重点
以民族图腾针织、流苏皮夹克和粗犷剪裁为核心，融合兽纹、手工刺绣等元素，展现自由不羁的游牧精神。

佩斯利花纹夹克 ↳
#复古配色



背心
↳ #渐变提花
#民族元素



量感褶皱上衣
↳



穿搭公式&趋势单品

兽纹大衣 ↳
#抽象兽纹印花



01

复古牛仔裤 #印花装饰
↳



02

背心
↳ #渐变提花
#民族元素



量感褶皱上衣
↳



复古牛仔裤 #印花装饰
↳



men's

男装穿搭重点
以民族图腾针织、流苏皮夹克和粗犷剪裁为核心，融合兽纹、手工刺绣等元素，展现自由不羁的游牧精神。

佩斯利花纹夹克 ↳
#复古配色



背心
↳ #渐变提花
#民族元素



量感褶皱上衣
↳





Warm Core 量感暖核

趋势解读

保暖始终是寒冬季节永恒不变的核心需求，以量感廓形为载体，通过柔软蓬松的面料、巧妙的结构设计，赋予冬季造型更多表达自由与个性张力。

柔软蓬松 | 量感廓形 | 都市机能 | 暖感科技

25AW秀场趋势解析

形色质解读 ▽

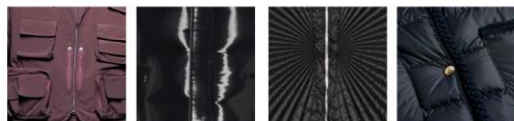
关键款式

上装 长款包裹羽绒服、绗缝羽绒背心、量感充绒羽绒服、加绒卫衣、模块化羽绒服

服配 加长围巾、手套

关键材质&元素

几何绗缝、线条绗缝、模块化设计、可拆卸、便携、防风、防雨、光泽感表面



模块化口袋

光泽感表面

几何线条绗缝

编织镶边细节

色彩要点

数字现实美学推动科技感色调和闪耀超凡光泽的未来风表面。高光泽镀铬设计启发以未来暮色为中心的科技冷灰色和蓝色调色板。

应用指南

以暖灰色和冷灰色作为基调，与偏暗的樱桃红漆色和未来暮色形成对比。配合使用再生聚酯和再生尼龙纤维或水溶性金属膜打造高光泽表面细节。

未来暮色	宁静蓝	澄澈青蓝
循环灰	樱桃红漆色	月光石蓝
		苍穹黄



01

法兰绒表面
↳ 羽绒服



修身短款
羽绒服
#绗缝



长款羽绒半裙
↳




02

滑雪羽绒服
#绞花肌理




Oversize鹅绒服
↳




women's

女装穿搭重点
通过羊毛混纺、绞花肌理等面料表面的羽绒服，结合高领、连帽等设计，搭配亮色调或金属光泽的细节，营造出既温暖又时尚的冬季造型，满足多场景穿搭需求。

穿搭公式&趋势单品

01

短款羽绒夹克
#几何线条
绗缝 ↳




针织拼接羽绒服
#羊毛表面




02

羽绒 ↳
飞行员夹克





men's

男装穿搭重点
聚焦极致包裹感的超大廓形羽绒服，采用高蓬松度鹅绒填充，外层辅以防风防雨的科技面料，打造出既保暖又具功能性的冬季造型。

2025

TMALL APPAREL

WHITE PAPER

PART 05

25AW服饰 趋势赛道发布



×



×



×



天猫新品创新中心

趋势赛道 01 女装/女士精品



· 鹅绒上衣



· 羽绒皮草



· 束腰型鹅绒服



· 轻羽绒上衣



· 山羊绒衫



· 羊皮皮衣



· 绵羊皮油蜡



· 反绒皮皮衣



· 保暖环保皮草



· 费尔岛风开衫



· 格蕾系毛衣



· miu系开衫



· 假两件开衫



· 叠穿针织衫

趋势赛道 ▽ 01 女装/女士精品



▪ 中长围巾毛呢外套



▪ 可拆卸围巾羽绒服



▪ 圆领围巾毛呢外套



▪ 束腰型连衣裙



▪ 千金连衣裙



▪ 立体连衣裙



▪ 花朵连衣裙



▪ 解构风阔腿裤



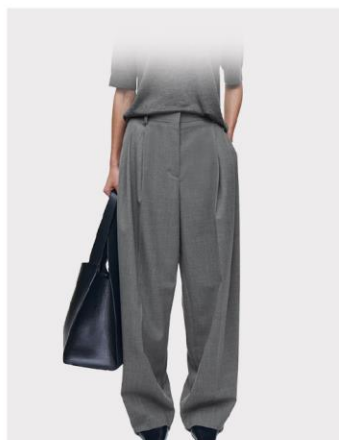
▪ 肌理感风衣



▪ 加绒阔腿裤



▪ 口袋微喇裤



▪ 羊毛阔腿裤



▪ 毛巾长裤



▪ 软糯风九分裤

趋势赛道 ▽ 02 男装



▪ 三合一
可拆卸内胆



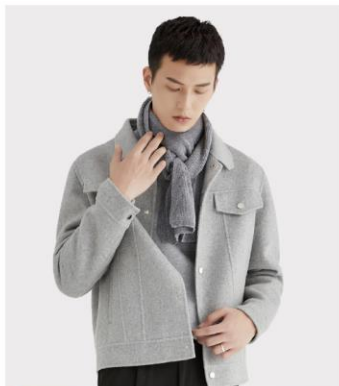
▪ 运动学院风羽绒



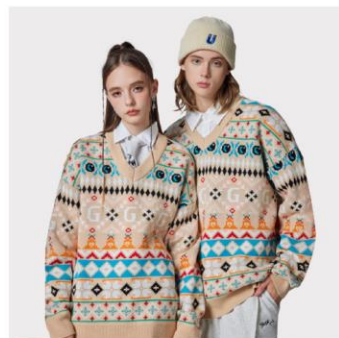
▪ 立领面包



▪ 亨利领毛衣



▪ 呢料羊毛夹克



▪ 情侣费尔岛风
毛衣



▪ 轻羽绒衬衫



▪ 排骨羽绒服



▪ polo衫毛衣



▪ 绒感夹克



▪ 重磅鹅绒服



▪ 飞行夹克棉服



▪ 羊毛垫肩



▪ 工装风油蜡

趋势赛道 ▽ 02 男装



▪ 绒感针织



▪ 工装风宽松上衣



▪ 复古风
摩托车皮衣



▪ 美式风
宽松阔腿裤



▪ 机能西装



▪ 羊羔绒外套



▪ 加绒防风裤



▪ 做旧水洗阔腿裤



▪ 工装风加绒长裤



▪ 弯刀长裤



▪ 伞兵阔腿裤

趋势赛道 03 女士/男士内衣 家居服



▪ 提拉聚拢文胸



▪ 隐形粉底液



▪ 大胸显小文胸



▪ 红色文胸



▪ 半边绒家居服



▪ 德绒家居服



▪ 珊瑚绒斗篷



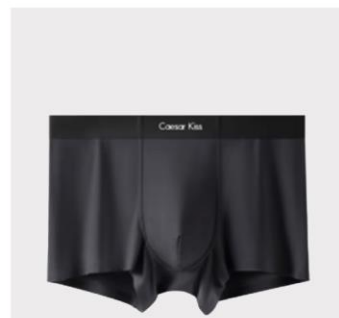
▪ 压力瘦腿打底裤



▪ 羊绒秋裤



▪ 抗菌发热袜子



▪ 桑蚕丝莫代尔短裤



▪ 红色短裤

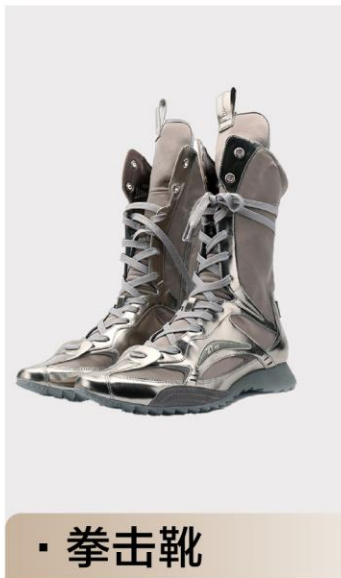


▪ 桑蚕丝内裤



▪ 收腹短裤

趋势赛道 ▽ 04 女鞋



▪ 拳击靴



▪ 大黄靴



▪ 骑士靴



▪ 绑带老爹鞋



▪ 雪地毛毛靴



▪ 厚底勃肯鞋



▪ 堆堆靴



▪ 西部靴



▪ 复古风德训鞋



▪ 平底加绒勃肯鞋



▪ 布洛克风小皮鞋



▪ 麂皮乐福鞋



▪ 芭蕾玛丽珍鞋

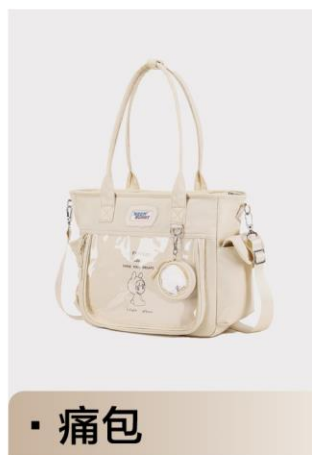
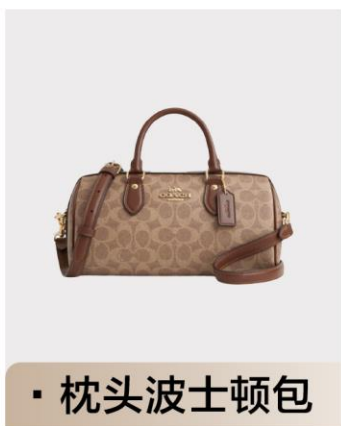
趋势赛道 ▽ 05 MEN'S SHOES

男鞋



趋势赛道 ▽ 06 ACCESSORIES

箱包皮具/热销女包/男包



趋势赛道 07 MEN'S SHOES

服饰配件/帽子/围巾



· 羊毛三角巾



· 格纹披肩



· 系带护耳飞行帽



· 100%山羊绒围巾



· 针织长辫护耳帽



· 腊肠围巾



· 立体提花包头帽



· 连帽围巾披肩



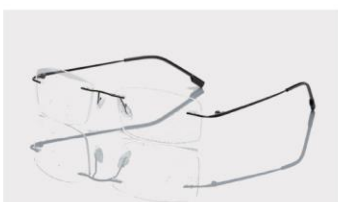
· 桑蚕丝羊毛围巾

趋势赛道 08 GLASSES

眼镜



· 骑行护目镜



· 无框钛架



· 徒步护目镜



· 猫眼钛架



· 复古风窄框墨镜



· 滑雪护目镜



· 猫眼墨镜



· 玳瑁色猫眼眼镜

趋势赛道 09

手表



· 小表盘石英表



· 月相表

2025

TMALL APPAREL

WHITE PAPER

PART 06

优秀商家
案例展示



×



×



×



天猫新品创新中心

2024-2025趋势赛道优秀案例回顾



LANCY FROM25

朗姿LANCY FROM25，隶属朗姿集团旗下品牌，致力于为女性打造简约大气、高级优雅的品质衣橱。秉承“自信在内，优雅在外”的美学理念，用材质与廓形诠释女性丰盈内在，让时尚成为优雅生活的自然表达。

“产品年轻化+差异化人群运营”实现业绩突破

品牌定位

拥抱年轻化趋势
侧重城市多元场景

原主力客群



35-45岁

核心年龄段拓展

30-39岁

年轻群体占比上升

25-29岁

赛道聚焦
城市多元

场合赴宴

都市通勤

休闲出行

商务差旅

城市轻旅

...

千人千面-差异化人群运营

潜客拉新

- 经典爆品引流
- 新人专属权益
- 会员优先购
- 会员专享价
- ...

老客促活

- 生日/周年服务
- 免费维修/换洗售后
- 个性新品推送
- 老客专属权益
- ...

货盘结构调优-设计款产品比例上调

原经典产品

40% ↓ 比例下调

设计款/
独创性产品

50% ↑ 比例上升

联名产品

10% = 保持不变

“前置开发+小单快反”货品开发模式

前置货品开发 - 80%

- 通过多渠道的外部趋势资料收集，对产品的颜色、材质及款式进行趋势预测，前置开发基于未来6-9个月的产品。

小单快反 - 20%

- 临近当季的售卖之前，贴合当下的市场领先趋势，快返部分爆品款式。
- 主要通过平台数据工具以及当前流行趋势，去判断和验证潜在的爆款产品。

24AW优秀单品举例



朗姿霍尔多巴吉
龟背羽绒服



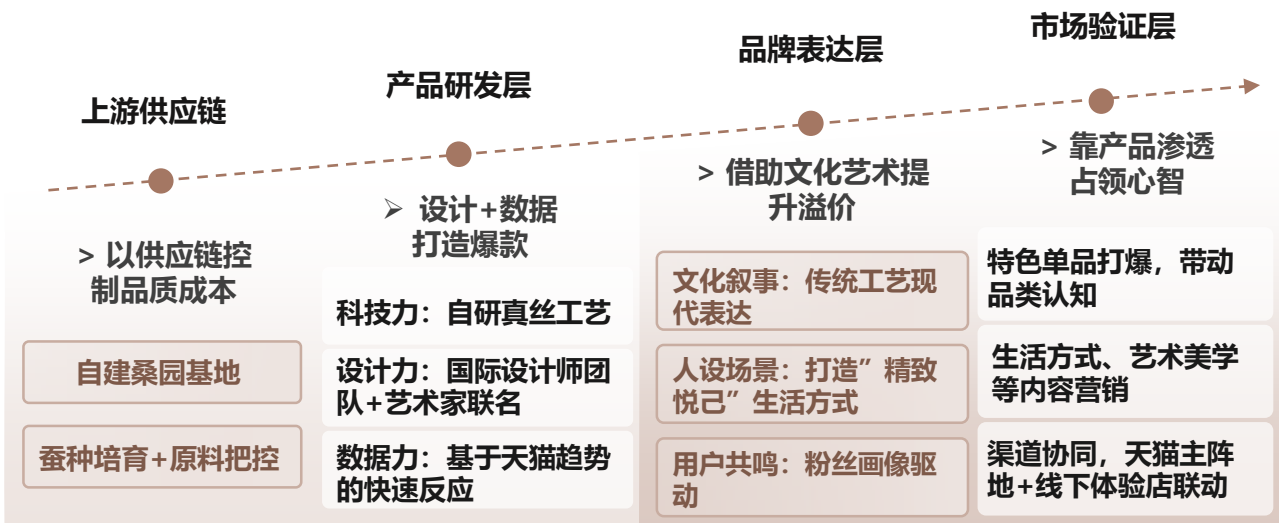
朗姿经典法式浴袍
毛呢大衣

信息来源：商家访谈

2024-2025趋势赛道优秀案例回顾

SANGLUO 1969年出生于丝绸世家，跨越半个世纪三代传承，致力于让世界感受中国真丝。专注打造**真实自在、轻盈放松**的穿衣态度和生活方式。

桑罗基于自有全产业链优势，打造科技与艺术融合的真丝生活方式



桑罗打造真丝品类破局范式—全产业链为基，明星种草+KOC裂变引爆

疗愈经济赋能产品创新

- > 开发萌宠疗愈系列（动物图案真丝眼罩/宠物服饰）切入情感消费赛道

明星+KOC矩阵爆破

- > **明星效应**：锁定“松弛感”人设艺人，全方位覆盖影视/综艺/社媒渠道
- > **社交裂变**：优质内容投放，带来高成交ROI，发动KOC晒单“控丝工艺”细节，素人PO“松弛感穿搭”引发话题

供应链赋能营销

- > **信任背书**：强调自有工厂&控丝专利，用“72道工序”等可视化内容建立技术壁垒
- > **功能营销**：主打“功能性真丝”（温控/抗皱）解决消费痛点，通过顾客实测视频强化口碑

萌宠艺术联名



场景适配



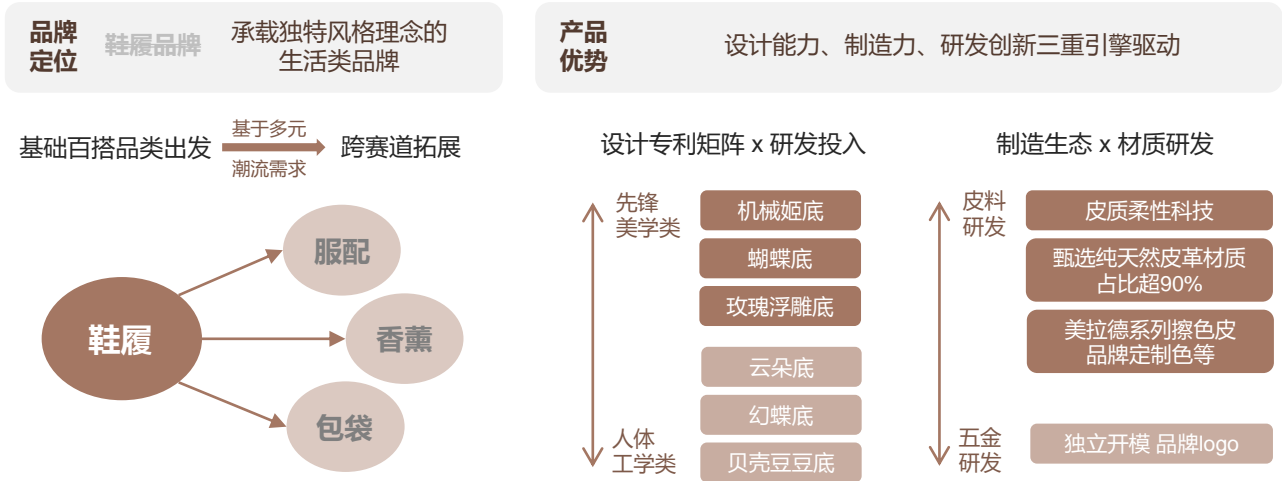
信息来源：商家访谈

2024-2025趋势赛道优秀案例回顾

SUGARSU

品牌成立于2019年，以颠覆性的设计将配饰与鞋履创新融合，在传承精湛工艺的同时坚持半手工制作。SUGARSU始终致力于优化全渠道服务体验，未来将持续创造更多时尚表达的可能。

行业深耕力 × 顶尖制造力 × 研发创新力 打造风格化品牌心智



原创设计突出精致穿搭理念，内容传播触达风格受众群体

SUGARSU的拓品类设计 → 多环节内测 → 多渠道推广链路打造超级单品

周期性的新趋品类拓展

- 为满足当下休闲市场增量的趋势。从机械板鞋 → 幻蝶老爹鞋 → 豆豆底德训鞋，都取得优秀销量的成果
- 收集海量行业趋势，结合品牌自身属性，核心突出原创设计和精致穿搭理念

来自VIP用户、合作代理商等多方内测与沟通

- 研究消费者的穿衣搭配，及VIP用户的深度探讨
- 线下与代理商之间的现场沟通

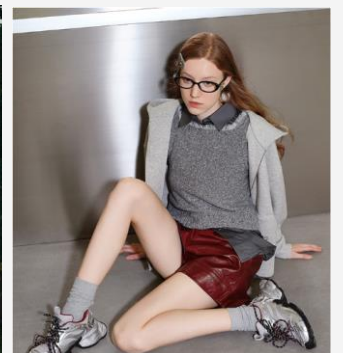
多渠道推广提升全域曝光执行度

- 流量明星、KOL/KOC种草曝光
- 全国买手店合作渠道推广

24AW优秀单品举例



复古德训鞋



拼色绑带老爹鞋

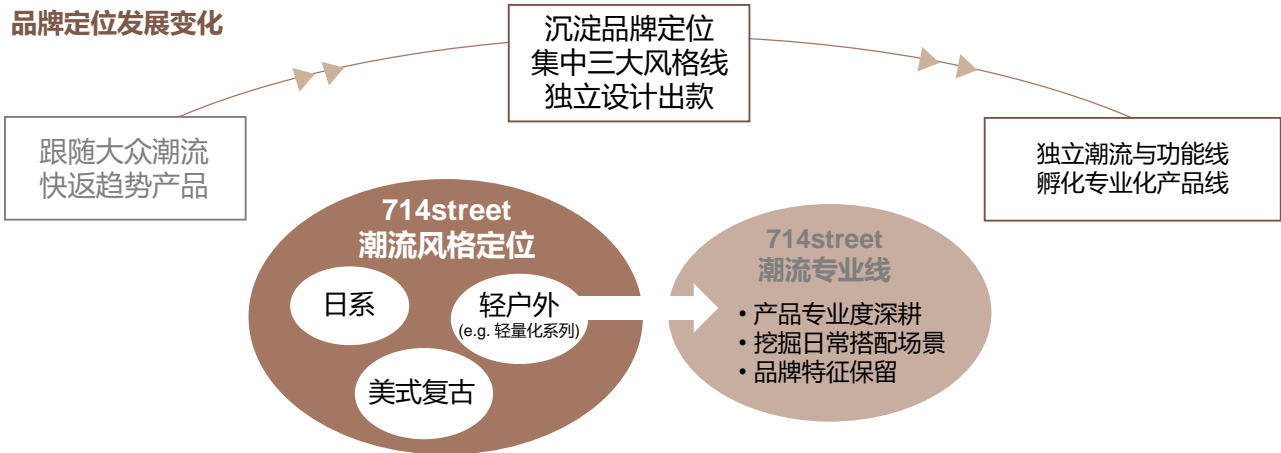
信息来源：商家访谈

2024-2025趋势赛道优秀案例回顾

714Street

2015年，两个被《灌篮高手》烙下热血的数字——7号宫城良田的冲劲，14号三井寿的坚持，在街头文化里长出了新答案。714STREET不做夸张的宣言，只用实穿的设计说话：让普通男孩衣柜里的基础款，也能搭出毫不费力的街头感。

精准定位潮流与专业化产品线，开启轻户外服饰篇章



坚持714street基因的原创用心设计，以品寻人精准吸引受众

质价比、精量化产品结构

- 款式多轮筛选，保证产品在市场当中的独特性
- 搭配性、功能性、潮流度等多方维系质价比

保持新品与粉丝之间的互动性

- 新品上线首发限量打折活动，复购占比超八成
- 提高男模拍图比例

种草渠道不断优化 提升核心受众触达效果

- 以B站或男性偏好社区为主的渠道推广
- 以男性粉丝为主的KOC/KOL合作

24AW优秀单品举例



信息来源：商家访谈

商家行动指南—— 一键开启风格趋势智投，抢占搜索流量点位，协助品牌生意增长

天猫服饰为更好支持商家发布趋势商品，构建了一系列全面的运营链路，并提供重磅平台资源扶持，旨在帮助商家更有效地将商品关联平台的趋势主题和赛道，利用精准的人群投放策略推广趋势商品，并通过与平台的深度联动，联合种草孵化和预热以推动趋势商品的爆发。

站内增加“风格趋势标签”，自定义上架风格趋势下的高关联商品

站外种草内容加入#社媒话题tag

站内抓取趋势主题人群，定向投放

「商品发布端」

新品发布，搜索已有风格趋势标签挂载，或自定义输入



「千牛商机」

优化现货，一键提报标题/属性/主图全部与趋势风格标签相符的商品



「淘宝星河」

跟随平台认领站外话题，协同品牌内部新媒体和市场部，种草内容带#趋势话题 全网共振



「万象台无界版」

精准抓取种草词，万象台找到趋势主题人群，进行定向投放



「站外种草」平台话题：随月度活动变化，需关注活动通知；如#天猫双11、#淡人穿搭

「趋势前台表达」

搜索
趋势词沉浸流



拍立淘
趋势商品feeds流



热搜
穿搭榜趋势话题



推荐
趋势穿梭商品卡标签



营销
大促趋势楼层



天猫榜单
趋势必买/品牌榜单



更多创新表达陆续上线中...



- 📍 「发布端」趋势标签挂载
SOP: 发布端-风格趋势标签
- 📍 「千牛」发现提报商品
SOP: 千牛-商品-商机发现-全网热点趋势
- 📍 「淘宝星河」内容跟投&种草商品报名
SOP: 活动中心&星物种-招商活动
- 📍 「万象台」趋势人群投放
SOP: 万象台-趋势速递

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
枢问 阿里巴巴天猫服饰 商品及搜索运营&趋势中心 负责人
沐兴 天猫数智策略及新品创新中心 总监
王丽 智篆GI 副总经理

报告作者

王艺 智篆GI 资深数据分析师
徐燕妮 智篆GI 资深数据分析师
李烨羽 智篆GI 高级数据咨询专家

视觉设计

莫柳毅 智篆GI 资深创意设计
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、WGSN、TMIC天猫新品创新中心共同完成

天猫服饰：冷萃、浣泉

天猫新品创新中心：安颀、晓镭

特别鸣谢

特别感谢朗姿、桑罗、sugarsu、714street、OGR、CHOCO CONCERT、FOOT INDUSTRY、蕉内、GUKOO/果壳、BAMPO/半坡、TOUTOU、万事利、Acne Studios、万宝龙、Oakley、波司登、高梵、F426、Mo&Co、鄂尔多斯1980、ERDOS/鄂尔多斯、三只小山羊、PSO Brand、Fabrique、太平鸟、SIINSIIN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

《2025天猫服饰秋冬趋势白皮书》产出报告数据基于阿里消费数据、TMIC、WGSN、外部资料等数据来源。

数据周期及指标说明

报告整体时间段：2022-2024年秋冬，即上一年9月至当年2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。