

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

服饰消费更趋个性化



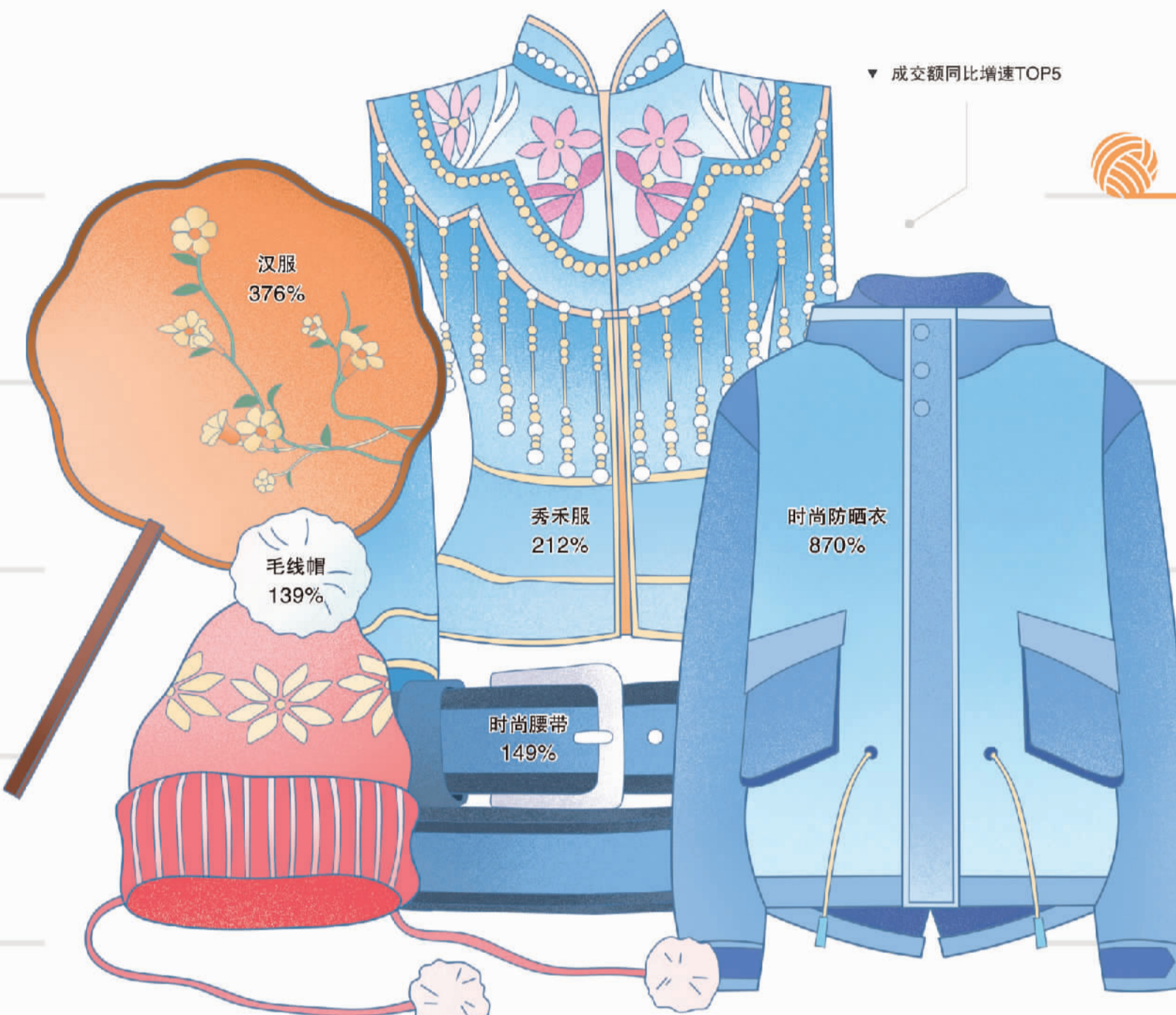
1 服装消费总体情况

服装年度搜索热度指数TOP5产品



成交额同比增速TOP5

服装年度搜索热度指数TOP5属性词



真丝连衣裙 14941

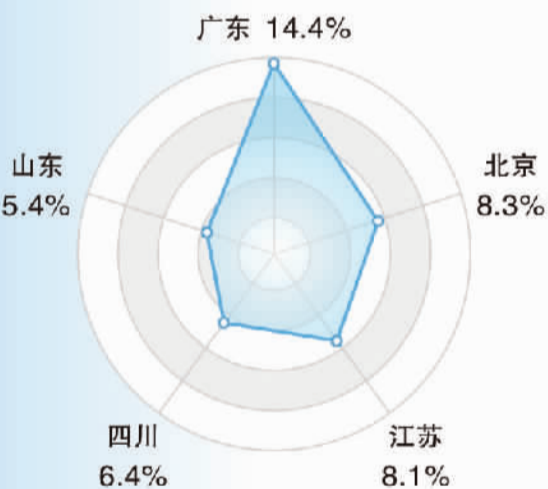
针织外套 11281

小香风外套 7751

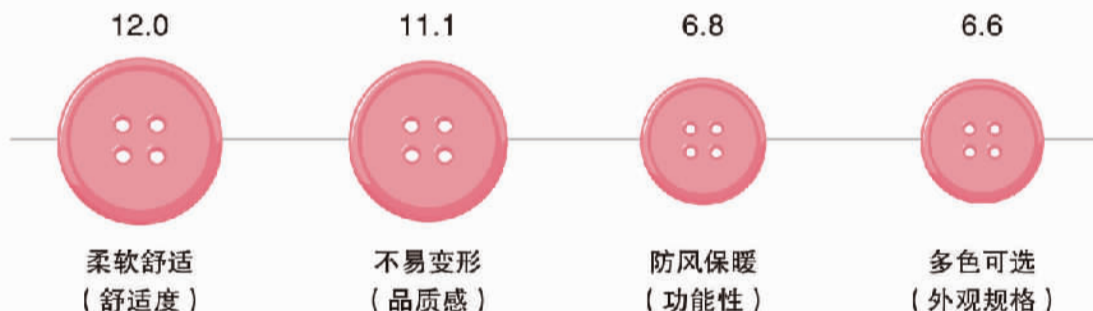
法式连衣裙 7539

慵懒风T恤 6557

服饰成交额占比TOP5省份



热门服饰关键词 (关注指数)



消费者数量同比增长情况

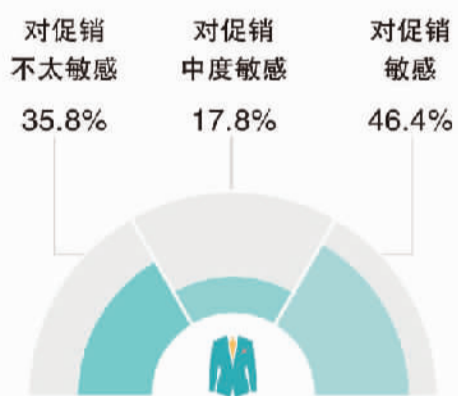


近年来,传统服饰成为时尚界一大亮点。数据显示,汉服、唐装等传统服饰消费取得显著增长。真丝连衣裙以14941的搜索热度指数位居榜首,体现了消费者对舒适感和优质面料的喜爱。针织外套、小香风外套、法式连衣裙和慵懒风T恤也分别以较高的搜索热度指数跻身前列,反映了消费者对于多样化风格的需求。

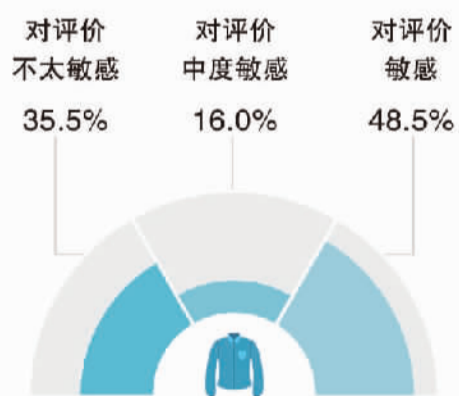
分年龄段看,25岁以下和46岁以上消费者更偏好线上购买服装。在女装消费上,对促销敏感度较高的消费者占比为57.7%,表明女装消费者更注重价格方面的优惠。在男装市场中,对评价敏感的消费占比达到48.5%,产品口碑和消费者评价对于消费者的男装购买决策具有较高影响力。

2 消费者特征

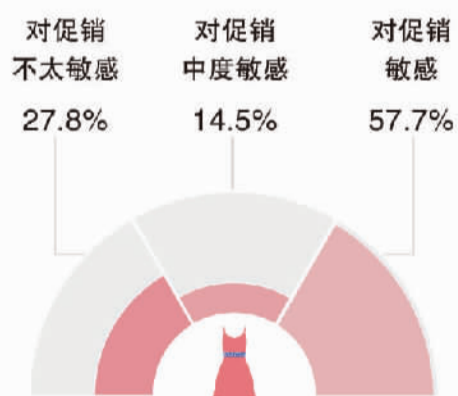
消费者对男装的促销敏感度 (用户数占比)



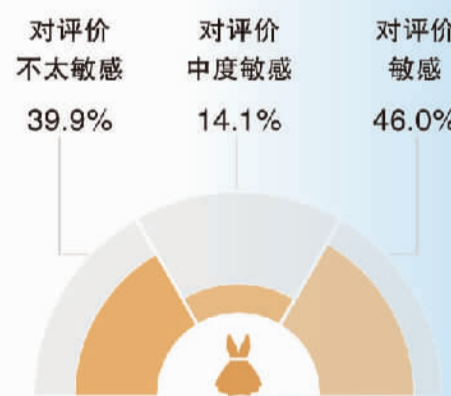
消费者对男装的评价敏感度 (用户数占比)



消费者对女装的促销敏感度 (用户数占比)

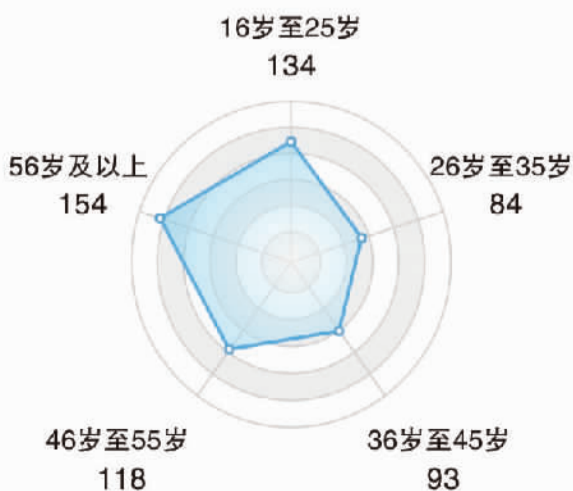


消费者对女装的评价敏感度 (用户数占比)



各年龄段消费者服装购买偏好度

注:偏好度越高,表明该年龄段消费者购买服装的金额占比更高



说数

近年来,服饰消费的潮流不断演变。从传统服饰的回归到风格更加多元化的崛起,再到对材质面料的关注,服饰消费变得更为个性化。

一方面,时尚风格趋向多元化。2023年以来,“多巴胺”“美拉德”“新中式”等风格火热,反映了当代时尚的多元性和年轻一代对个性化表达的追求。这些独特的风格,不仅是服装服饰搭配的变化,更是生活态度和文化符号的展示。消费者对于时尚的理解逐渐超越了简单的追随潮流,更加注重通过服装服饰表达个性和情感,服饰风格更加多变。值得关注的是,蕴含古典美学的传统服饰如汉服、唐装等,近年来持续受到消费者热捧。数据显示,汉服、秀禾服成交额同比增速分别达到376%和212%,男士唐装的消费者数量同比增长超过90%。国潮服饰的热销,是人们认同传统文化、彰显个性和文化自信的表现。

另一方面,消费者对材质和面料的关注推动了时尚产业的品质升级。“柔软舒适”“不易变形”“多色可选”“防风保暖”等成为热门服饰关键词,凸显出消费者对服装品质的高要求。这种对品质的关注不仅体现在外观上,更表现出对服装的穿着感受和环保特性的重视。时尚产业在面临品质挑战的同时,也更加注重可持续发展和新材料的研发,为消费者提供更高品质、更环保的时尚单品。

随着消费者的需求和品位不断升级,越来越多的人关心服装背后的文化内涵和品牌理念,对服装的选择更加注重与自身价值观的契合。如何在创新中保有传承,在多元中保有独特,在时尚中保有品质,将成为服装服饰产业未来发展的重要课题。

(点评人: 京东消费及产业发展研究院高级研究员)

本期点评 柴祯祯



数据周期: 2023年1月至11月