

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

新中式服饰受欢迎

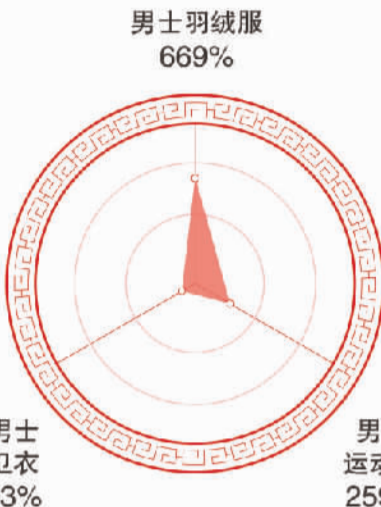
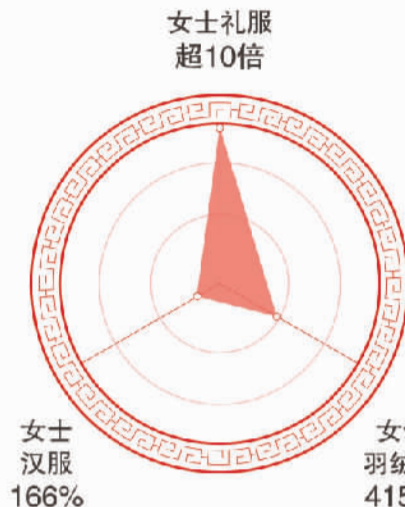


2 “龙元素”服饰热销

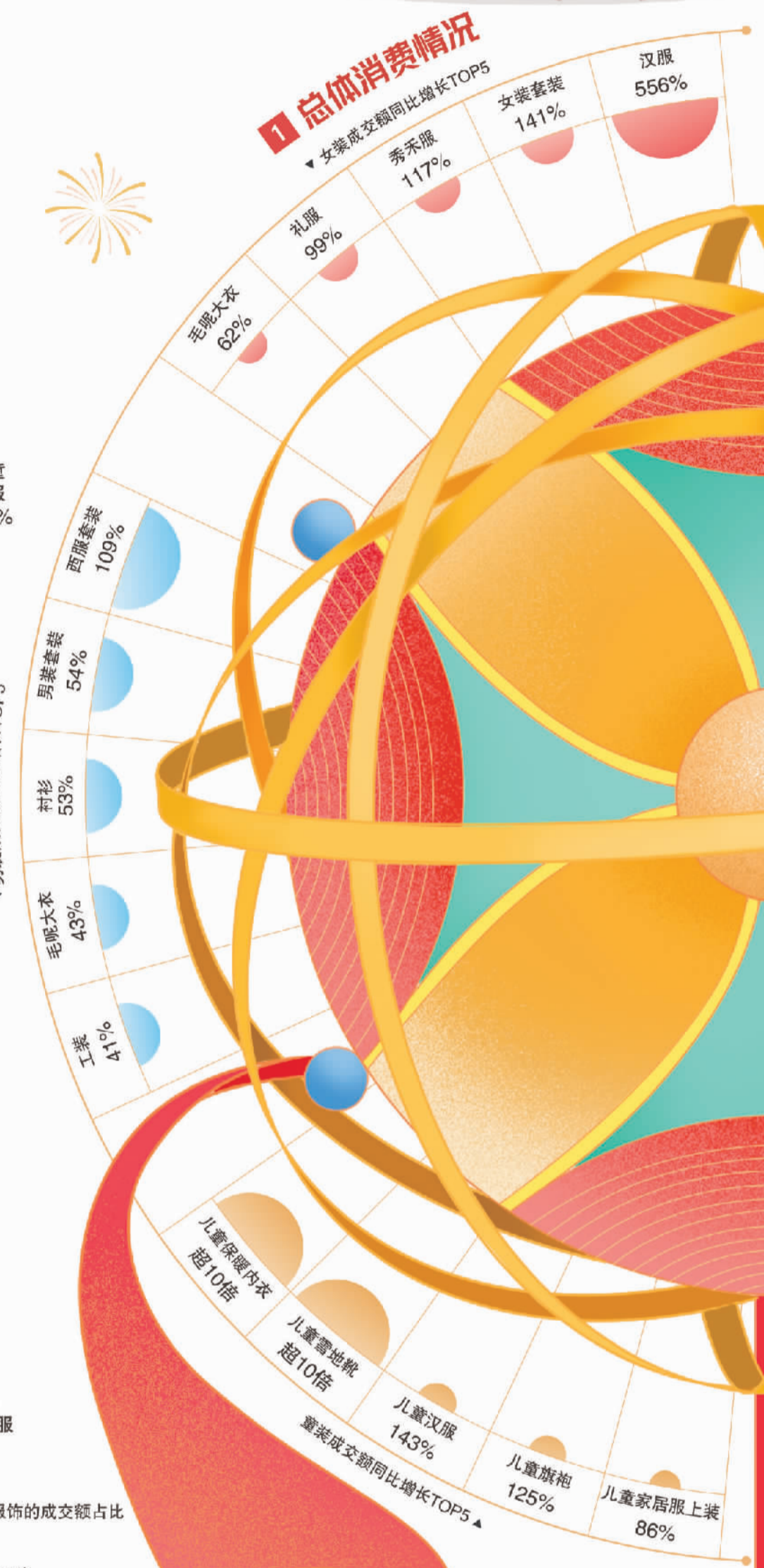
“龙元素”女装成交额同比增长

“龙元素”男装成交额同比增长

“龙元素”童装成交额同比增长

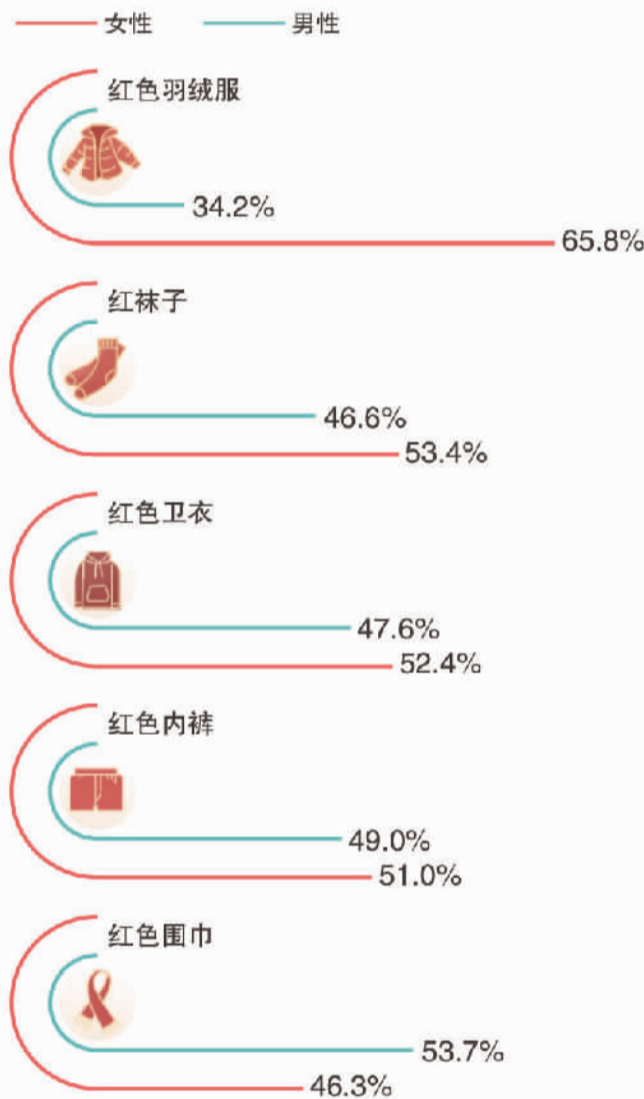


1 总体消费情况

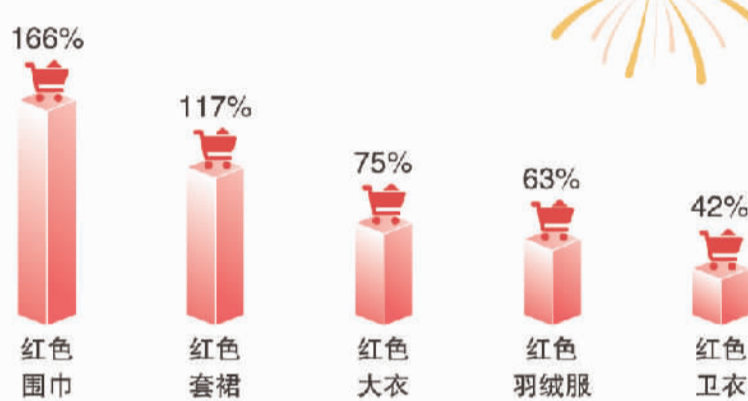


3 新年红色服饰受欢迎

不同性别人群购买新年红色服饰的成交额占比

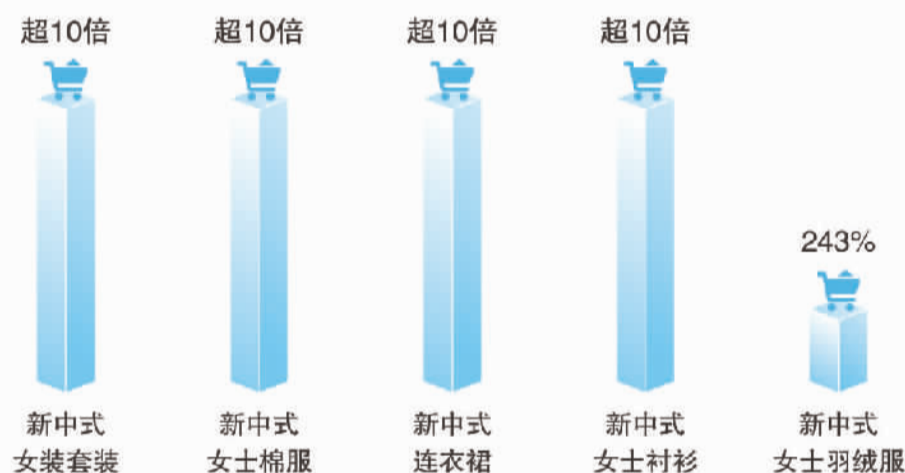


新年红色服饰成交额同比增长

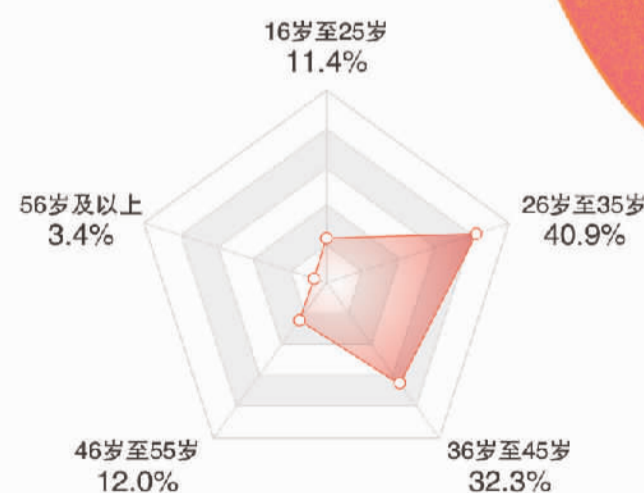


4 新中式服饰走俏市场

新中式服饰成交额同比增长



不同年龄段人群购买新中式服饰的成交额占比



随着文化自信的提升，越来越多的消费者选择穿着传统服饰迎接新年，汉服、唐装、旗袍等服饰消费热度提升显著。其中，女性汉服成交额同比增长556%，儿童汉服成交额同比增长达到143%，儿童旗袍成交额同比增长125%。

新中式服饰将优秀传统文化与现代化审美设计相结合，更符合年轻一代消费者对个性化风格的追求。数据显示，“90后”和“00后”已成为新中式服饰的消费主力，成交额占比超过50%。分性别看，女性消费者成交额占比超七成。

说数

本期点评 曹凤娟

过年添置一身新衣辞旧迎新，是中国人最看重的春节仪式感之一。年货销售启动以来，服饰消费表现亮眼，“龙元素”穿搭、新春元素穿搭、新中式穿搭成为今年春节最火热的服饰潮流。

龙年服饰迎来火爆热销，带有卡通龙、简笔画龙、刺绣龙等生肖元素，以及红色系、烫金纹、鸿运图案等新春元素的服饰成为年衣首选。数据显示，带有“龙元素”的羽绒服成交额同比增长超4倍，汉服成为年服的热销品。既喜庆又吸睛的红色系服饰同样销售火爆，红色围巾、红色套裙、红色大衣、红色羽绒服的成交额增速均在60%以上，其中女士更爱好红色羽绒服和红袜子，男士更爱买红围巾。

从服饰风格来看，新中式也是龙年春节潮流热点。叠加古典与现代元素的新中式服饰不断向深层次和新领域突破，更契合年轻消费者对个性化、时尚感的审美追求。销售数据显示，新中式女装套

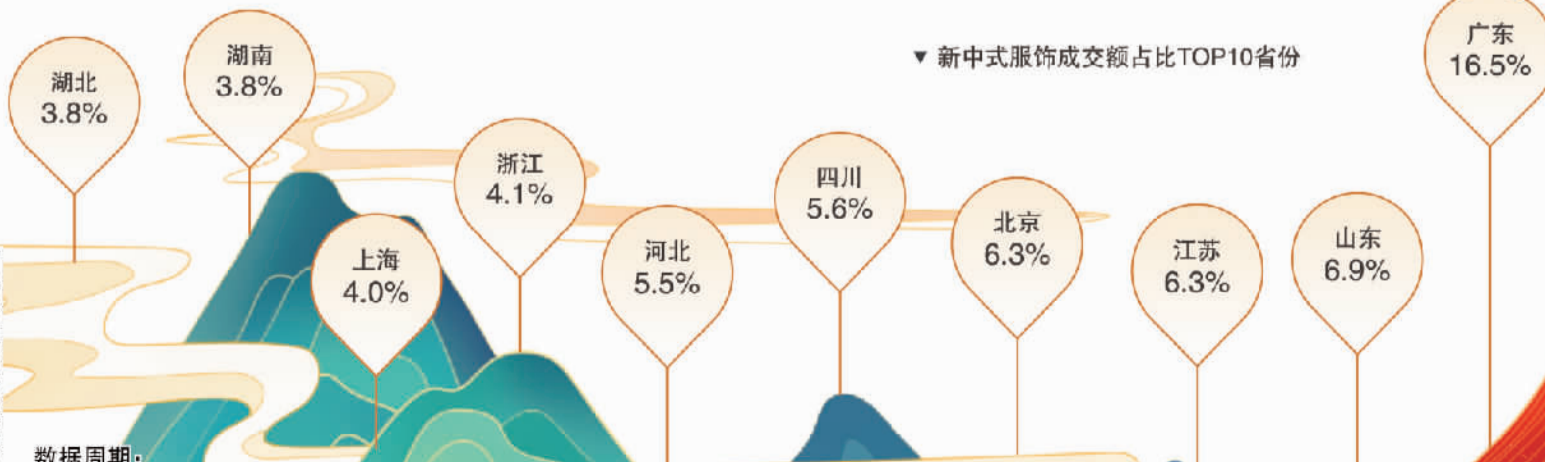
装、新中式女士棉服、新中式女士衬衫成交额同比均实现超10倍增长。

从不同人群的消费特点看，女士和儿童更追求过年服饰穿搭上的仪式感，在服饰选择上更为多元化，倾向于购买汉服、礼服、旗袍作为年衣，营造出满满的节日氛围；而男士的过年穿搭相对没那么讲究，西装套装、男装套装、毛呢大衣等常规品类比较受欢迎。

年衣蕴含深厚的文化底蕴和民族精神，体现着消费者对于中华传统文化和审美的认同。未来要进一步深度挖掘传统文化的丰富内涵，让更多传统元素与现代服装设计、原料选择、色彩工艺进行融合创新，推动中国传统文化元素服饰绽放新光彩。

(点评人：京东消费及产业发展研究院高级研究员)

新中式服饰成交额占比TOP10省份



数据周期：2024年1月17日至1月21日