

在这里读懂中国消费

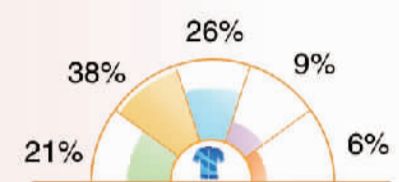
# 品牌服饰引领穿搭风



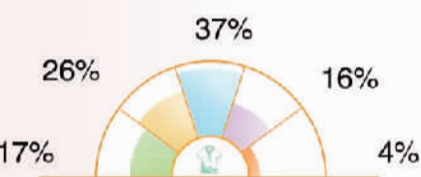
## 1 消费者特征



各年龄段消费者运动服饰销量占比

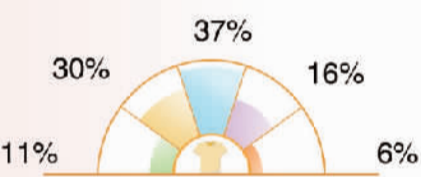


骑行服

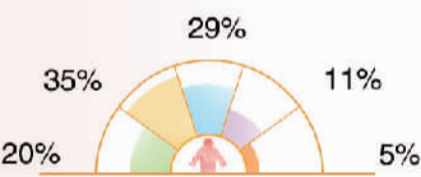


羽毛球服

各年龄段消费者户外服饰销量占比



速干衣裤

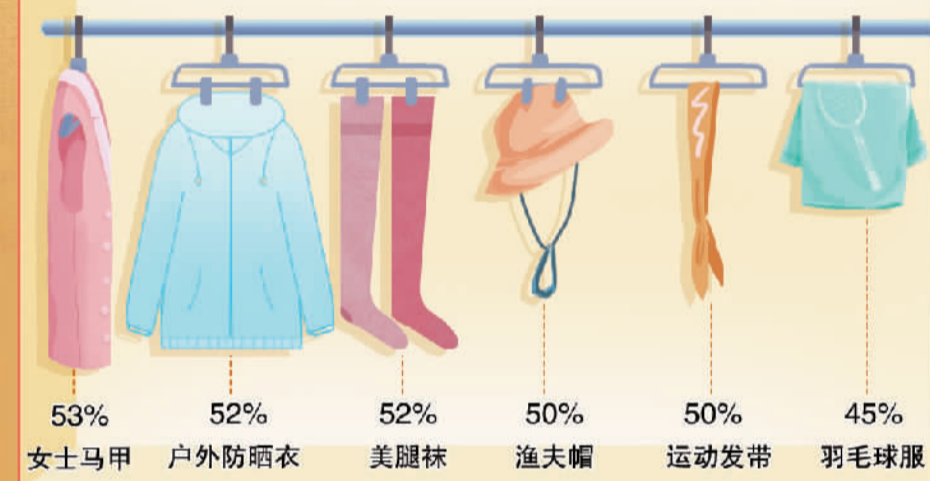


户外防晒衣

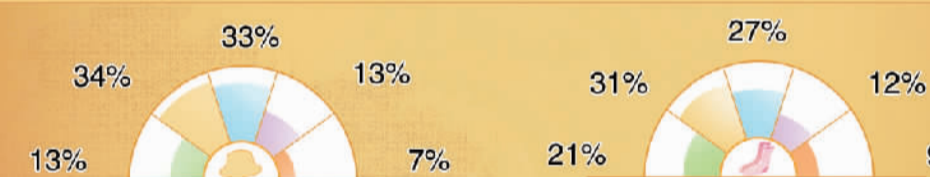
7月销量同比增长亮眼服饰



女士POLO衫 男士羽绒服 骑行服 洛丽塔洋装 速干衣裤 女士羽绒服



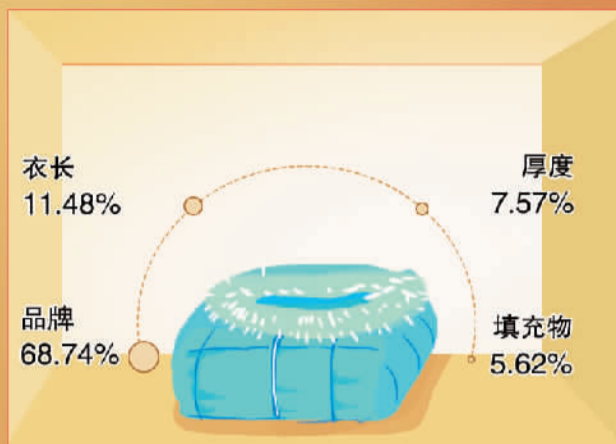
各年龄段消费者搭配类服饰销量占比



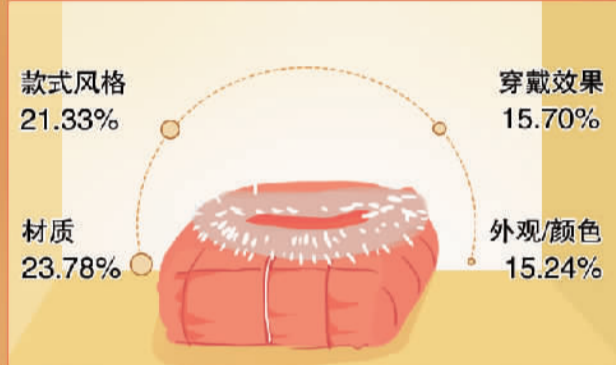
渔夫帽

美腿袜

男士羽绒服消费者关注点占比



女士羽绒服消费者关注点占比



美腿袜消费者关注点占比

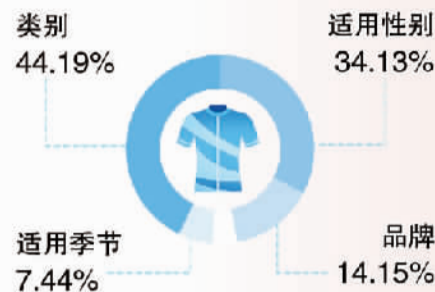


渔夫帽消费者关注点占比

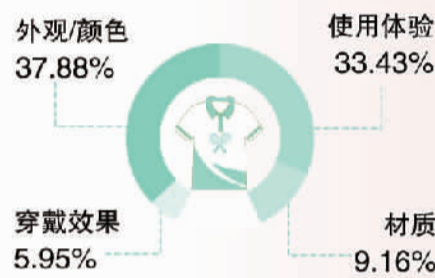


## 2 服饰关注点

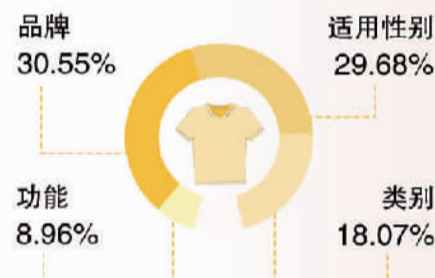
骑行服消费者关注点占比



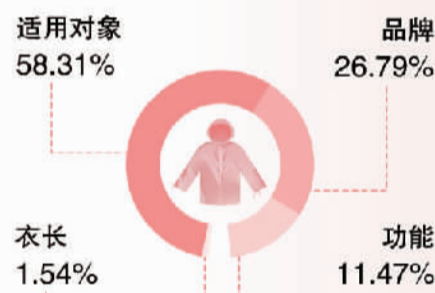
羽毛球服消费者关注点占比



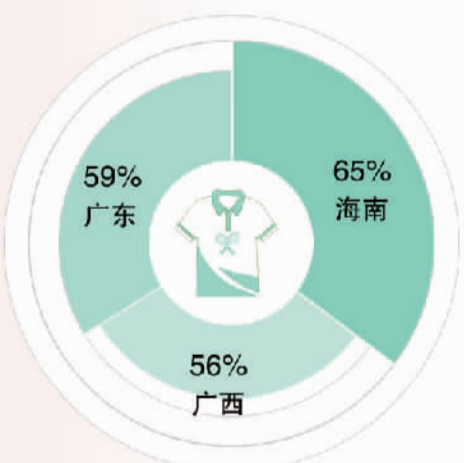
速干衣裤消费者关注点占比



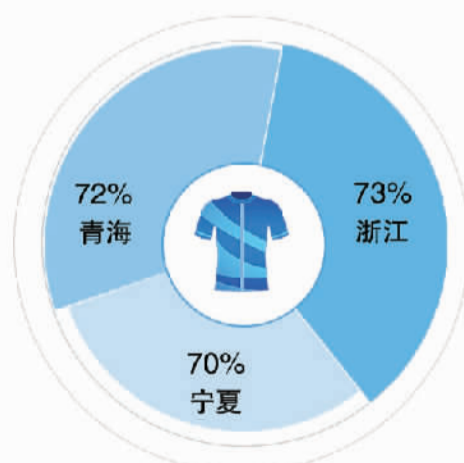
户外防晒衣消费者关注点占比



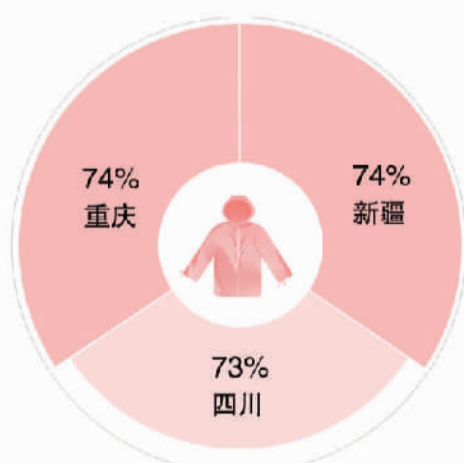
## 3 地域消费特征



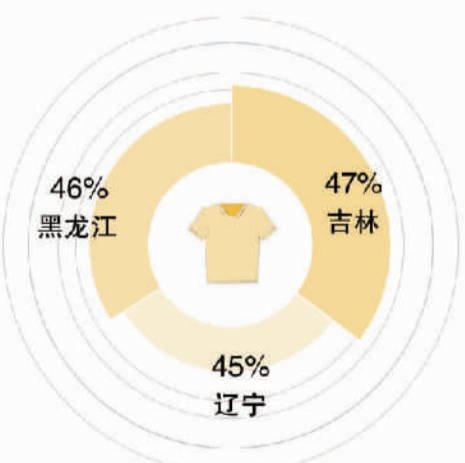
羽毛球服



骑行服



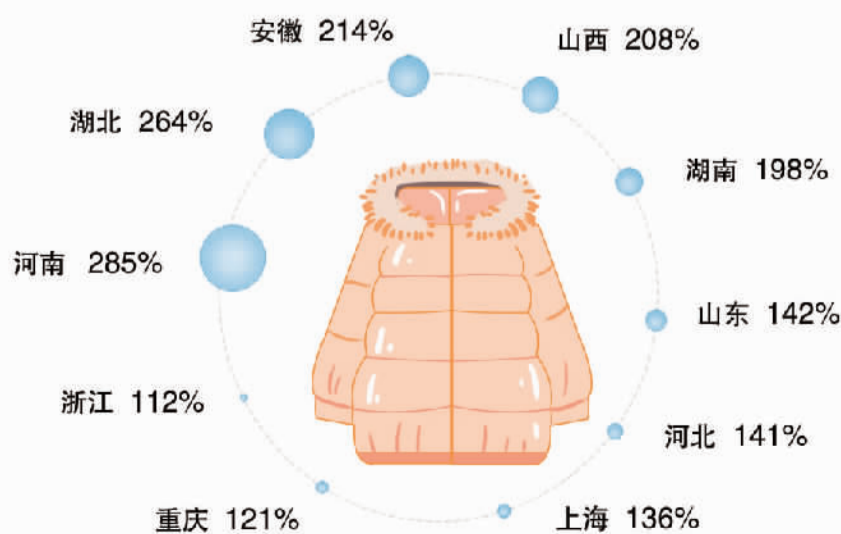
户外防晒衣



速干衣裤

不同年龄段的消费者对夏季服饰消费偏好各有不同。从运动服饰喜爱消费看，“90后”消费者热衷于骑行运动，“80后”消费者更加喜爱羽毛球运动。从户外服饰的消费看，“90后”消费者十分注重户外防晒，“80后”消费者对运动后服饰的清爽舒适更加关注。

羽绒服销量同比增长TOP10省份



户外服饰购物用户数占比TOP3省份

## 说数

夏季以来，服饰类产品深受消费者关注，从多巴胺穿搭到美拉德风，从薄荷曼波到了达尔风，日常穿搭成为消费者关注的话题。从线上消费趋势看，7月份户外类、运动类、反季类、搭配类的服饰产品销售亮眼。

消费者对不同类型的服饰产品关注点各有差异，但对品牌普遍重视。其中，速干衣裤、男士羽绒服的品牌关注度排在第一位。在选购骑行服时，消费者关注服饰的类别与适用季节等；在选择速干服饰时，消费者大多有迅速排汗、迅速干衣等方面的诉求，对产品的类别和功能较为关注；在选购羽毛球服时，会更加关注服饰的外观、颜色与使用体验，希望在球场上成为一道亮丽的“风景线”。

从消费者偏好看，“80后”“90后”是服饰类产

品的主要消费群体。羽毛球服、速干衣裤和渔夫帽更多地被“80后”消费者买走，“90后”消费者更加偏爱骑行服、户外防晒衣和美腿袜。从地域消费看，海南、广东、广西的消费者偏爱羽毛球服；浙江、青海、宁夏的消费者偏爱骑行服；新疆、重庆、四川的消费者偏爱户外防晒衣；吉林、黑龙江、辽宁的消费者偏爱速干衣裤。

值得关注的是，反季类服饰也在热销。在反季清仓等活动中，不少人选择在夏季购买保暖类衣物，如羽绒服、棉服等。此外，对于喜爱徒步、登山的人来说，保暖锁温的羽绒服也是保障户外运动舒适度的必要装备。

整体来看，运动服饰的需求潜力正在不断释放，商家唯有深耕原创设计，以独特创意为驱动力，提升品牌影响力，方能在竞争中脱颖而出。

本期点评 董菲



更多内容 扫码观看

数据周期：2024年7月