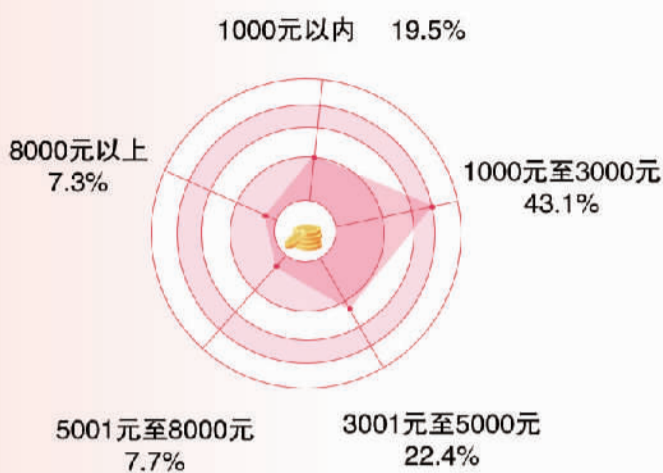


在这里读懂中国消费

# 服饰美妆提升消费时尚



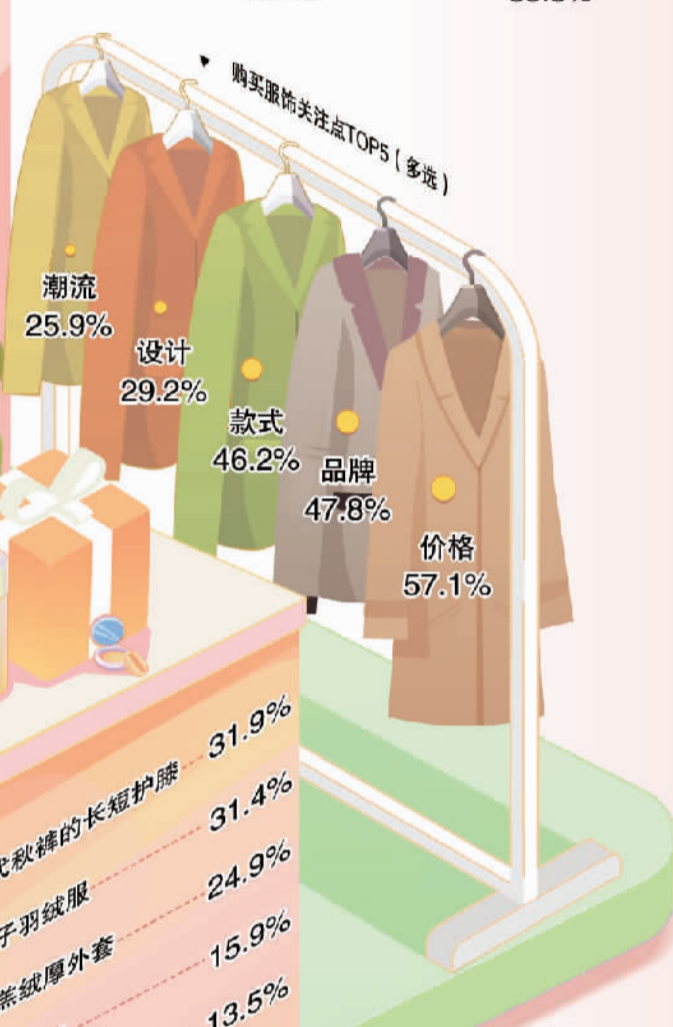
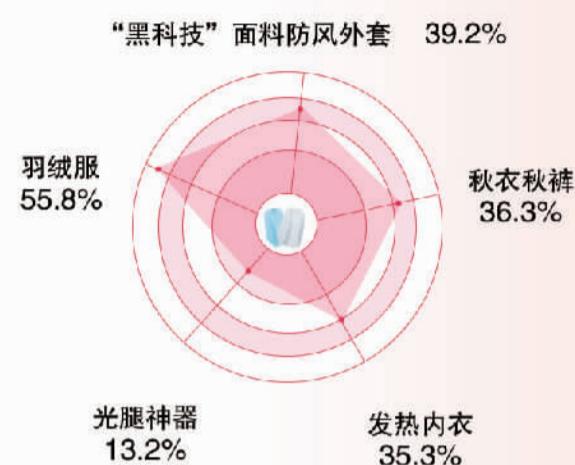
今年“双11”计划在服饰方面花多少钱



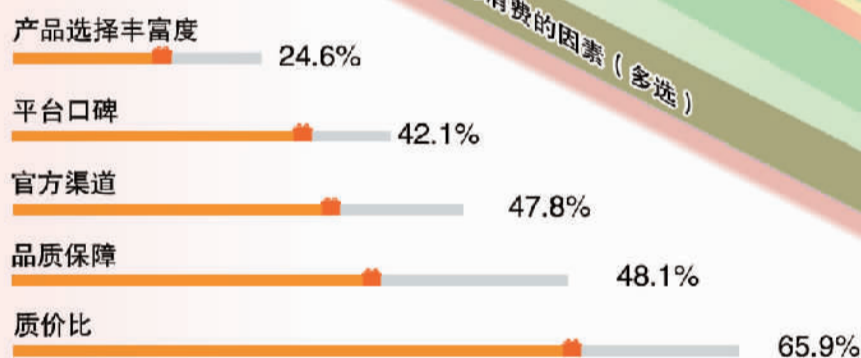
今年“双11”计划购买哪类服饰和美妆产品(多选)



消费者偏好购买的保暖服饰TOP5(多选)



## 1 服饰消费情况



服饰美妆产品是历届“双11”最受关注且消费者参与度最高的品类之一。今年“双11”，五成消费者计划大促期间购买秋冬当季保暖服饰，超四成消费者的服饰购物预算在1000元至3000元。具体来看，羽绒服、“黑科技”面料防风外套、秋衣秋裤和发热内衣等，备受消费者欢迎。

## 2 美妆护肤品消费情况

今年“双11”美妆护肤品消费习惯(多选)



今年“双11”计划在美妆护肤品方面花多少钱



今年“双11”，消费者的美妆护肤品消费观念更趋理性，33.4%的消费者追求精准护肤理念，根据肤质和保养需要购买产品，不再盲目跟风。30.9%的消费者关注护肤品配方成分，偏好购买天然、低敏、无刺激的产品。17%的消费者会趁着大促囤货，15.9%的消费者喜欢随用随买。

## 说数

本期点评 吉亚娇

服饰美妆产品是“双11”大促活动中的热门品类。“黑科技”面料服饰、保暖神器、功能性护肤品等使得消费者的购物车更加丰富多元，折射出消费需求日益呈现个性化、细分化、品质化趋势。

理性消费不盲目。这届消费者注重“质价比”，选购服饰类产品时，不单纯追求低价，也不盲目选择高价品牌，而是更加注重产品的质量与价格之间的平衡。品质保障、官方渠道等是影响消费者选择的重要因素。

要温度也要潮流。立冬之后，羽绒服、保暖内衣和冲锋衣等服饰成为很多消费者的刚需。防寒不臃肿，消费者对服饰的材料、形态及设计等提出新要求。在保暖的基础上，兼具舒适与时尚元素的单品更容易流行，例如被子羽绒服、羊羔绒厚外套等。采用创新材质面料的产品也获得消费者青睐，39.2%的消费者倾向购买“黑科技”面料防风外套，

35.3%的消费者倾向购买发热内衣。

保暖需求精细化。消费者的保暖需求，覆盖从头到脚，推动保暖产品向多品类延伸。替代秋裤的长短护膝、保暖背心、睡袋、一体围巾帽、堆堆袜等配饰走俏，成为服饰存量市场中的新增量机会。

护肤注重功能性。随着消费者对护肤效果的重视，越来越多人追求科学护肤。超过30%的受访者表示关注产品成分天然无刺激，超过20%的受访者表示下单前会仔细做功课。美妆个护商家需要加大研发力度，通过进一步提升产品成分和配方的质量来吸引消费者。

国货品牌的认可度逐步提高。调查显示，购买国货和国际品牌的消费者基本持平。未来，国货品牌能否在激烈的市场竞争中继续前行，取决于能否以核心功效为基石，不断推进产品迭代和扩展产品矩阵，满足消费者精准护肤需求。



数据周期：  
2024年10月24日  
至10月30日