

在这里读懂中国消费

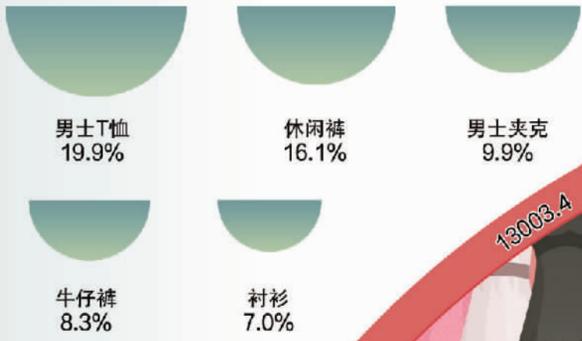
服饰消费多元带来行业机遇



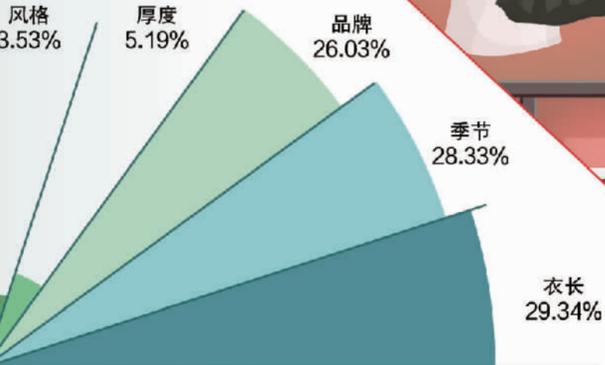
2024年消费市场盘点

1 男装消费情况

消费者数量占比TOP5产品



影响消费者购物决策的因素

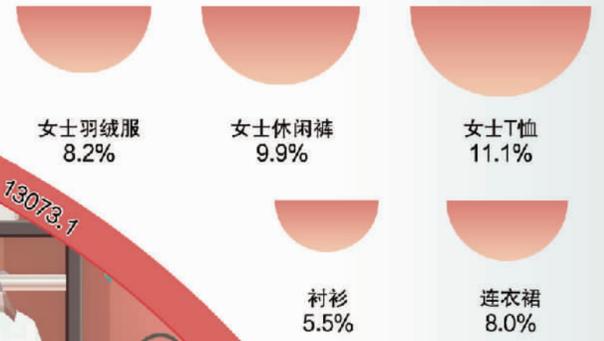


搜索量同比增长TOP5关键词

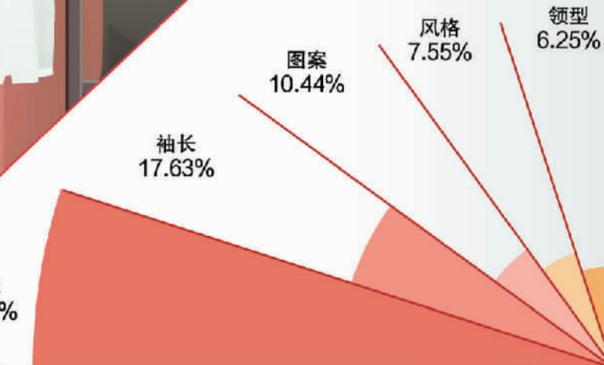


2 女装消费情况

消费者数量占比TOP5产品



影响消费者购物决策的因素

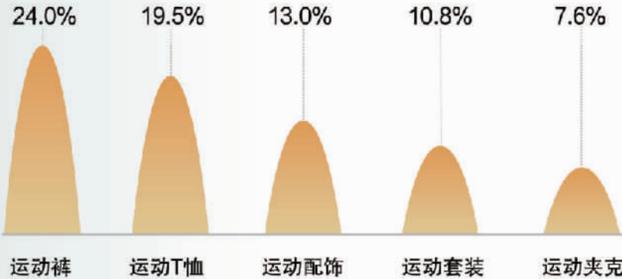


搜索量同比增长TOP5关键词

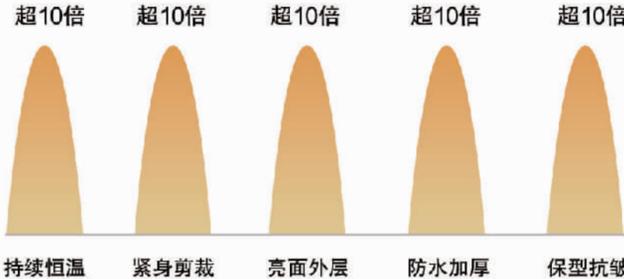


3 运动服饰消费情况

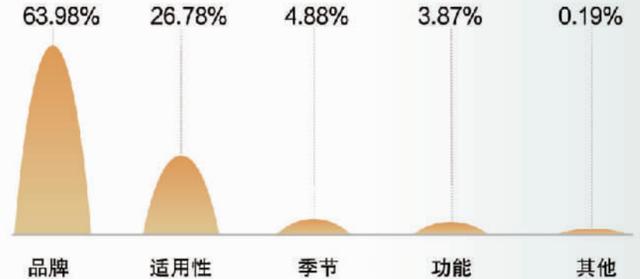
消费者数量占比TOP5产品



搜索量同比增长TOP5关键词

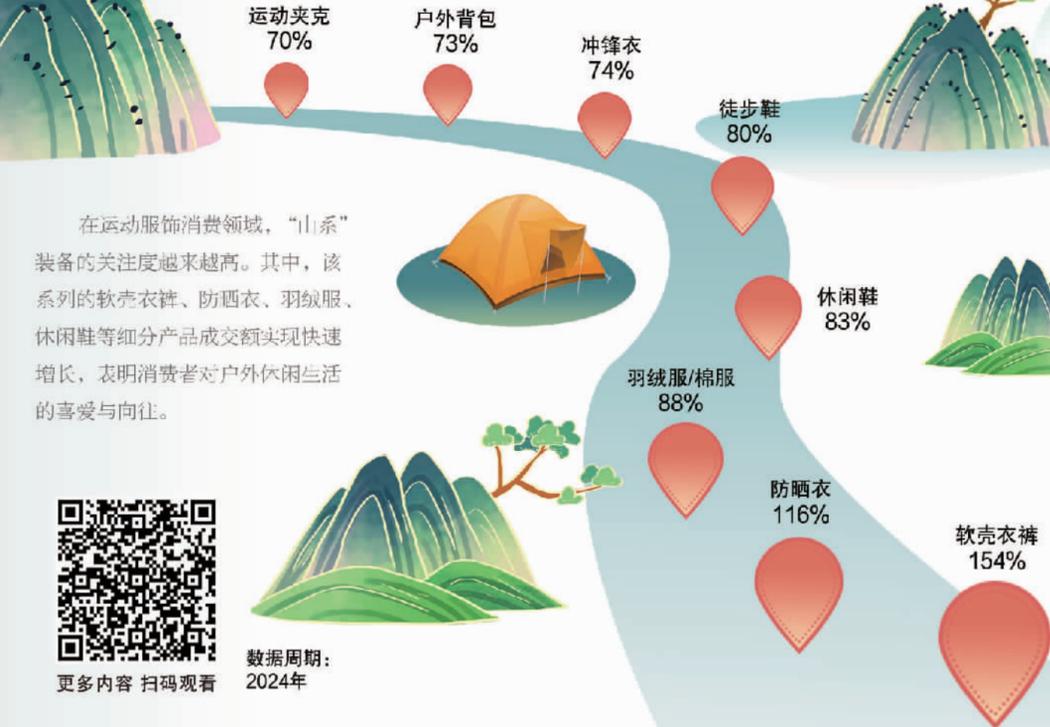


影响消费者购物决策的因素



“山系”穿搭：潮流消费新赛道（注：“山系”消费是指一种将户外运动和休闲服饰融入日常生活的消费趋势）

“山系”运动户外装备成交额同比增长较快产品



在运动服饰消费领域，“山系”装备的关注度越来越高。其中，该系列的软壳衣裤、防晒衣、羽绒服、休闲鞋等细分产品成交额实现快速增长，表明消费者对户外休闲生活的喜爱与向往。



更多内容 扫码观看

数据周期：2024年

说数

李 瞳

服装行业作为时尚产业的核心组成部分，不仅承载着满足消费者多样化、个性化服饰需求的任务，更是推动技术创新、文化传承和经济发展的关键力量。随着市场不断融合发展及消费者偏好快速变化，服装行业正面临全新的机遇与挑战。

从需求侧看，在消费者生活水平逐步提高和时尚潮流不断变化的当下，服装消费需求呈现多样化、个性化特征。一方面，消费者对于服饰风格的需求越来越多，从简约、舒适到时尚、华丽，不同风格的服饰都有着巨大的发展前景；另一方面，定制服饰和限量版服饰越来越受青睐。因此，相关品牌需更加注重产品设计和创新，既要满足消费者的各类需求，也要提升消费者的购物体验。

从供给侧看，受原材料价格波动、劳动力成

本上升、国际贸易环境的不确定性等因素影响，服装生产企业的盈利能力与市场竞争力面临更高要求。因此，在保持创新能力与业绩增长的同时，怎样高效应对各种挑战成为服装行业发展的关键。相关企业要加快数字化转型步伐，通过引入数字化和自动化技术，提高生产效率和产品质量。同时，还要加强品牌营销和渠道拓展，利用社交媒体等新兴渠道进行营销推广，提升品牌知名度和美誉度。

服装行业正面临复杂多变的市场环境，这既是挑战也是机遇。相关企业要加强科技创新和品牌建设，注重线上线下的协同发展，通过差异化战略、市场细分战略和创新战略等手段提升企业竞争力；政府则应出台支持政策，加强市场监督管理，营造良好消费环境。多方携手才能更好地把握机遇，促进全行业的可持续发展。