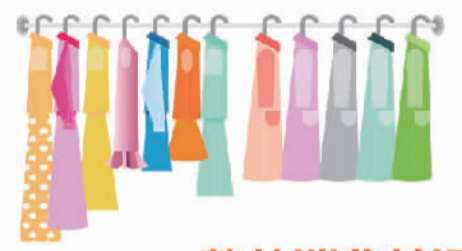


说数

在这里读懂中国消费

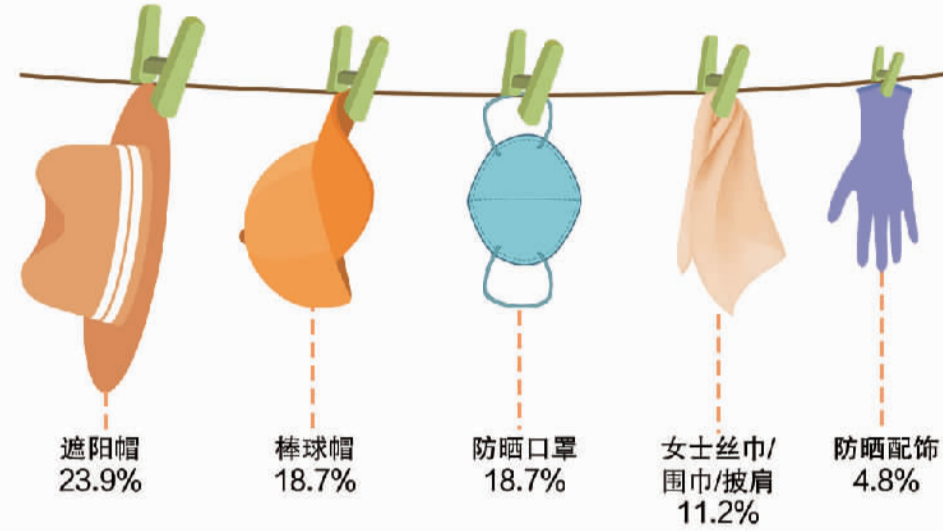
# 穿搭消费多元升级

朱双健



## 整体消费情况

服饰配件成交额占比TOP5品类



男装成交额占比TOP5品类



国家统计局数据显示,一季度全国穿类商品网上零售额同比增长11.6%,增速较上年同期提高11.7个百分点。以汉服、新中式服装为代表的国风潮,成为消费者特别是年轻一代推崇的审美和消费潮流。其中,女装汉服成交额同比增速达45%。新业态新模式蓬勃发展,优质供给日益丰富,叠加多层次物流体系不断完善,网络零售渠道实现较快增长,中国已经成为全球最活跃的时尚消费市场之一,展现出极大的发展潜力与活力。

潮流服饰消费需求升温,进一步带动场景化服饰配件消费增长。服饰配件品类中,太阳镜以603%的同比增速领跑,遮阳帽、防晒口罩成交额合计占比超四成,成为春夏服装服饰消费的亮点。不难看出,服饰消费正从单一的美观追求,向融合健康防护、场景适配的复合需求转变。无论是通勤防晒的实用考量,还是户外出

行的精致搭配,细分场景的多元化需求正推动服饰消费向更丰富、更垂直的领域拓展。

AI接入商业平台,给服装行业带来了新的发展机遇。AI试穿体验真实上身效果的功能广受好评,消费者可以借助AI技术查看上身效果,大幅降低了“踩雷”概率。此外,在试穿过程中,用户可任意搭配上装、下装,AI还能根据当前潮流趋势和个人偏好提供衣着搭配建议,让购物过程变得更加有趣、高效,有效提升了消费者的购物体验。

AI技术赋能给服装行业带来新发展机遇的同时,一些问题也随之浮现。一方面,AI生成图像功能被不良商家滥用,成为虚假营销的工具,严重误导了消费者的购买决策,也破坏了平台的信任生态。另一方面,AI能挑选衣服款式、颜色、版型,却无法感知面料的触感、透气性与舒适度,这意味着,AI只能作为辅助决策工具,无

法完全替代消费者的真实体验。

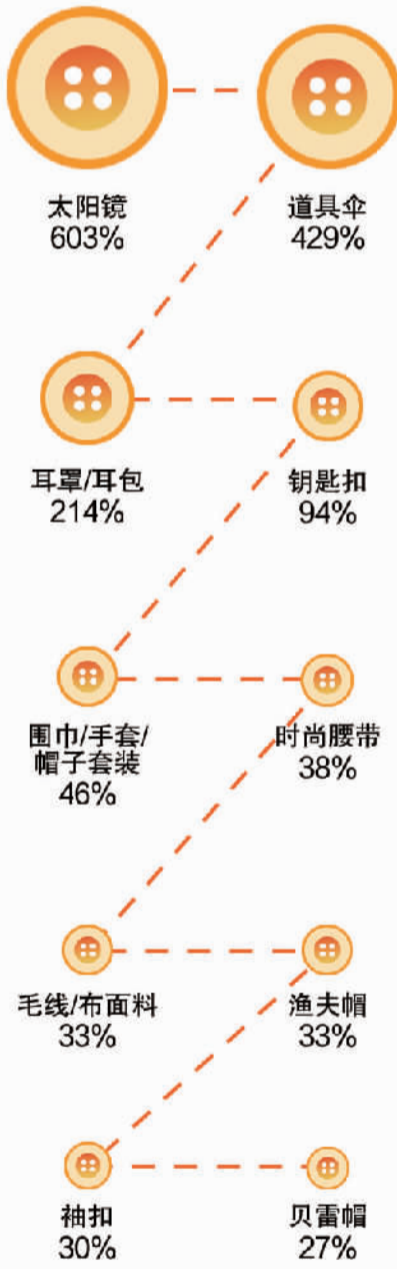
归根结底,AI只是赋能经营的工具,不能替代优质的产品和贴心的服务。如果产品面料劣质、做工粗糙、版型不合身、尺码不标准,再先进的技术也只能带来一次性点击,留不住复购、沉淀不了口碑,更无法长久赢得消费者信任。

对于服装企业而言,要及时梳理当下消费者的穿搭喜好、风格偏好和场景需求;加快市场需求响应速度,紧跟流行趋势迭代款式、优化版型工艺;从面料筛选到工艺打磨,建立全流程品质管控体系,确保产品兼具设计感与穿着舒适度;同时完善售前咨询、售后退换与穿搭指导等服务,用精细化服务建立用户信任,形成良性循环。好产品叠加好服务,才能在激烈的市场竞争中拉开与同行的差距,实现行业高质量发展。

女装成交额占比TOP5品类



服饰配件成交额TOP10品类



男装成交额同比增速TOP5品类

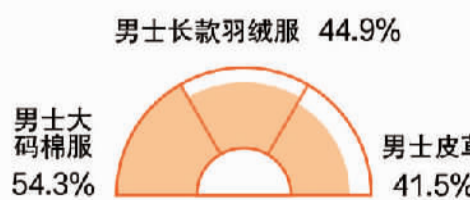


## 消费者特征

男性消费者为女性挑选服饰配饰的偏好(成交额占比TOP3)



女性消费者为男性挑选服饰配饰的偏好(成交额占比TOP3)



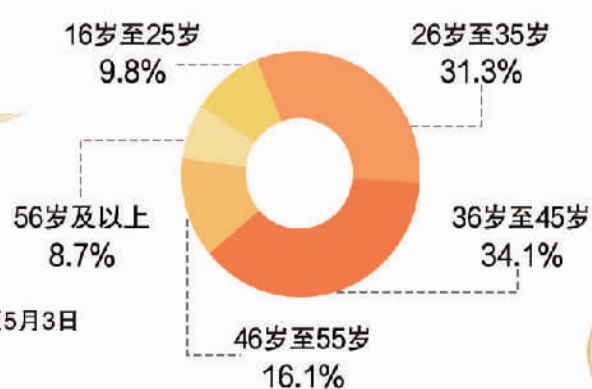
女性消费者的配饰偏好指数TOP5



男性消费者的配饰偏好指数TOP5



不同年龄段消费者的潮流服饰成交额占比



更多内容 扫码观看 数据周期: 2026年3月20日至5月3日