

说数

在这里读懂中国消费

夏季女装消费更趋多元

李苑



今年夏季，多地气温直逼40℃。烈日下，有人裹着防晒衣仍精致有型，有人穿着吊带背心尽显张扬个性；有人宽松T恤飒爽出街，也有人一袭长裙悠然漫步……每位女性都有自己的穿衣风格。这是一个审美多元的时代，夏日女装消费，也呈现出更丰富的特征。

科技感更强。数据显示，防晒衣以11.5%的成交额占比跻身夏季女装销售榜前3名，成为通勤和逛街的标配单品。从实验室走进日常衣橱的原纱防晒、凉感纤维等，不再依赖涂层附着，而是将防晒因子直接融入纱线，即便多次水洗，防晒力依旧不减。一件品质过硬的防晒衣，堪称能抵抗40℃高温的“移动空调”。市场数据也印证了这一趋势：凉感面料订单暴涨，相关搜索量环比上涨超200%。

体感更舒适。今年夏天，与科技面料并行的是天然材质的热销，真丝、亚麻、纯棉等因透气凉爽备受青睐。另外，还有一些以天然植物纤维素为原料的人造面料如绵绸、莱赛尔等也因出汗不沾身、性价比高迎来销量快速增长。社交平台上，“透气性”“支数”“克重”等关键词，成为女装选购的新标尺。有调查数据显示，超九成消费者表示更关注服装的面料材质，其中48.6%的消费者将面料视为服装品质的三大要素之一。

功能更多元。防晒衣要兼顾时髦和凉感，T恤既要透气还得久穿不走形，半身裙则追求显瘦与好打理……消费者不再满足于单项达标，而是希望一件衣物面面俱到，实现穿搭价值最大化。

面对夏日女装消费趋势变化，服装品牌需要在设计与面料创新方面作出回应。让品牌成为女性审美和生活方式表达的载体，才能与她们建立情感连接。

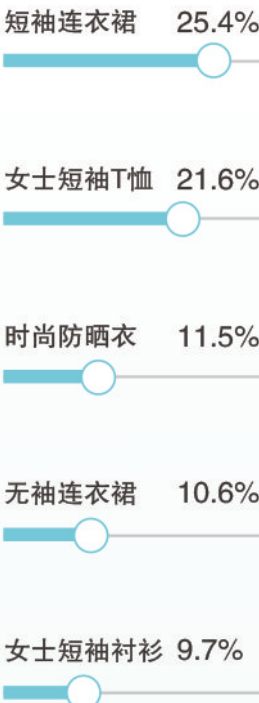
锁定核心群体。数据显示，36岁至45岁女性消费者在夏季女装消费中成交额占比最高，达36.8%。这一消费群体重视品质，尤为看重面料质感、做工精细度与穿着舒适性。品牌可针对其需求，推出以天然纤维、高支高密面料为主打的品质系列，并在版型设计上兼顾修饰性与从容感。

细分多元场景。如今，女装单品往往要兼具通勤、休闲、度假、社交等多重需求。品牌应针对不同场景打造差异化产品线，比如，职场系列侧重利落剪裁与透气挺括，社交系列则加入设计感细节与潮流元素，度假系列强调轻盈飘逸与防晒功能等。通过场景化搭配推荐和“一衣多穿”方案，提升连带购买率，满足女性消费者对实用性与时尚感的追求。

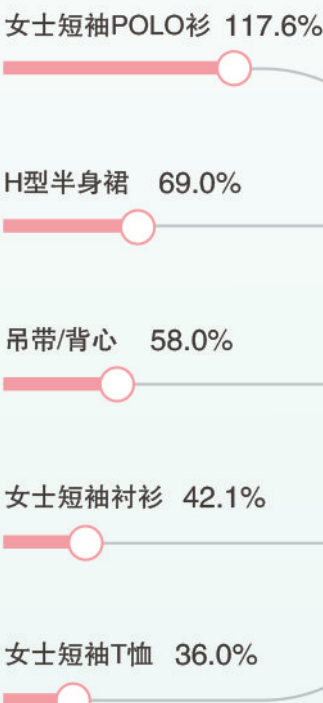
构建内容共鸣。简单的产品展示已过时，品牌应跳出传统促销套路，以场景化产品、年轻化情感表达和沉浸式体验来传递品牌理念。可通过社交媒体，在通勤、度假、社交等场景中通过有温度、有趣味的内容触达，将产品卖点转化为生活主张，拉近与女性消费者的心理距离，促成购买决策。

1 总体消费情况

▼ 夏季女装成交额占比TOP5细分款型



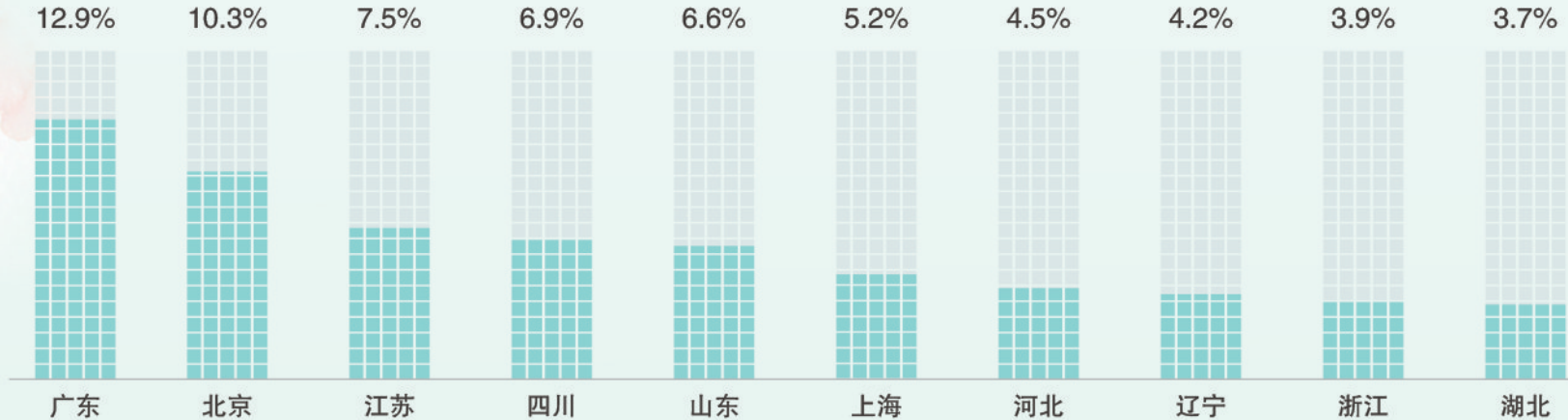
▼ 夏季女装成交额同比增速TOP5细分款型



更多内容 扫码观看

数据周期：
2026年7月1日至
7月26日

▼ 夏季女装成交额占比TOP10省份

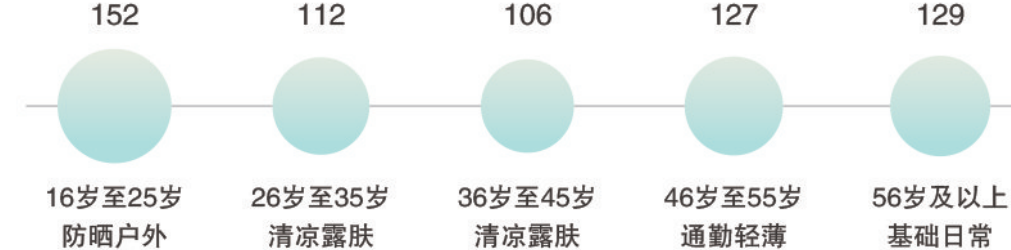


2 消费者特征

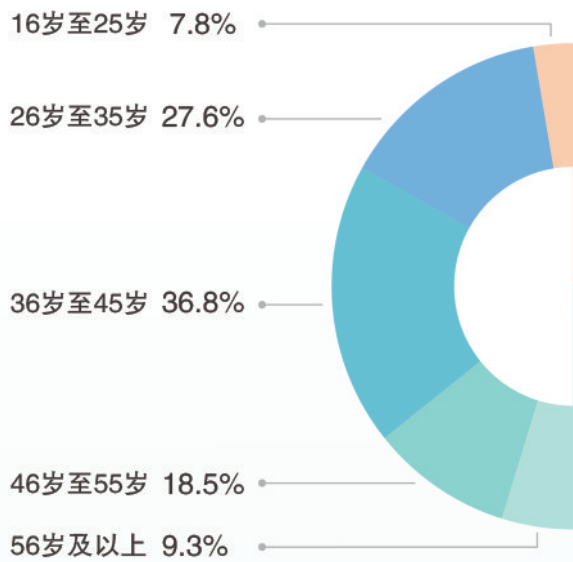
▼ 消费者的夏季女装穿搭功能需求TOP5



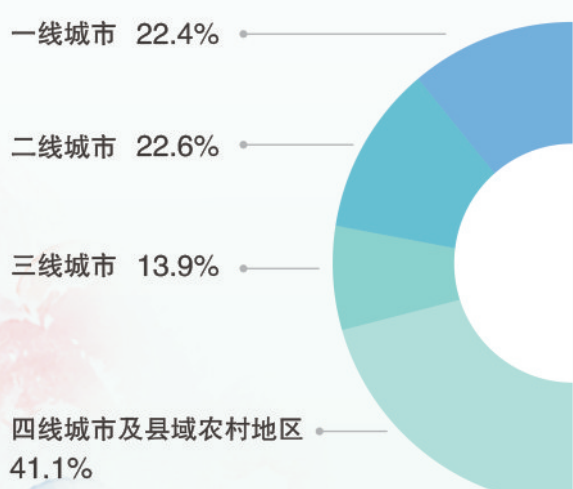
▼ 不同年龄段消费者的夏季女装穿搭功能偏好指数



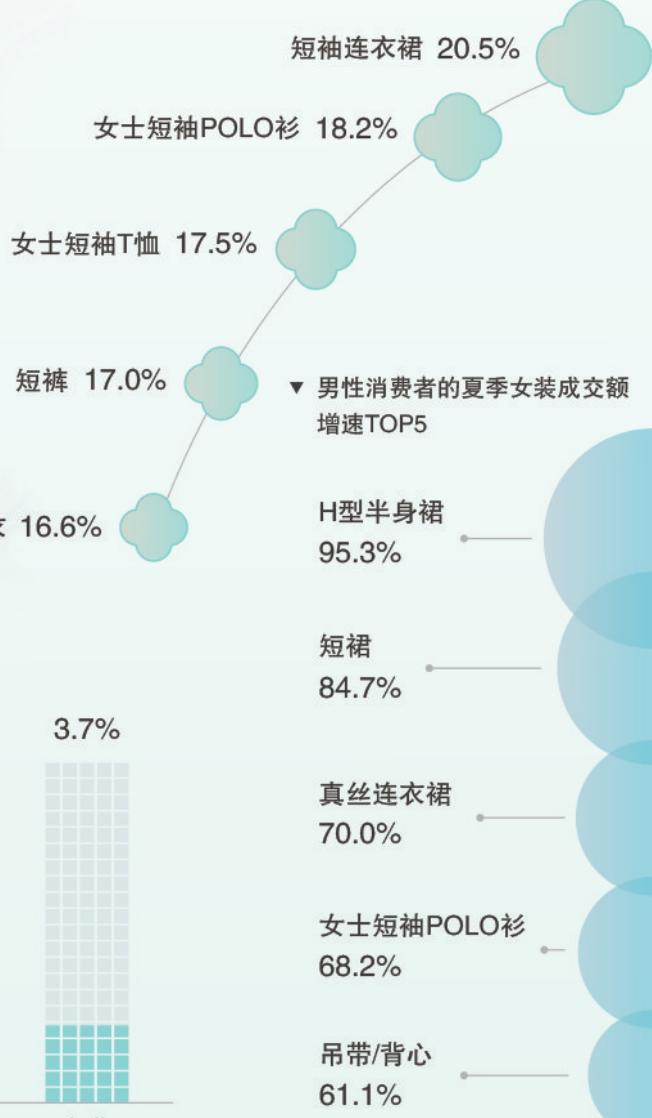
▼ 不同年龄段消费者的夏季女装成交额占比



▼ 各级市场夏季女装成交额占比



▼ 男性消费者的夏季女装成交额占比TOP5



▼ 男性消费者的夏季女装成交额增速TOP5

