



新中式服装行业 洞察报告

2024/04
Apr

CHANMAMA
DATA
REPORT

©2024 chanmama All Rights Reserved



序

2023年下半年,马面裙的热度在社交媒体上迅速蔓延,这种热度带动了汉服甚至新中式服装在平台上的销售。“新中式”似乎点燃了消费者对“中国风”的热潮,在抖音电商消费强势增长。

新中式风格可以简单概括为传统文化与现代风格的融合,兼具实用性与时尚的国风。

“新中式服装”将中国传统符号意义的图腾,融入纹理编制的面料中,同时在功能性上更适合现代人的工作生活场景。越来越多的中国设计师在致敬、汲取传统服饰精髓的同时不断推陈出新,赋予旧有中式风格崭新的诠释。

在抖音电商平台,新中式女装引领新中式服装整体趋势市场,大量年轻用户聚焦在抖音平台,Z世代消费需求呈爆发趋势,年轻消费者正在带领国潮圈层文化。本篇报告旨在回顾新中式服装在抖音电商的表现,洞见服饰市场的新机遇。

数据说明

本报告中“新中式服装”行业涉及品类(抖音电商)

一级品类	二级品类	三级品类
服饰内衣	女装	唐装/民族服装/舞台服装
		包含“新中式/中国风/国风/盘扣/刺绣/对襟/提花/马面裙”等关键词的商品
	男装	民族服装
		包含“新中式/中国风/国风/盘扣/刺绣/对襟/提花”等关键词的商品
	童装/婴儿装/亲子装	儿童旗袍/唐装/民族服装
		包含“新中式/中国风/国风/盘扣/刺绣/对襟/提花”等关键词的商品

其他：本篇报告所引用的数据,如无特殊注明,均为蝉妈妈、蝉魔方平台数据。部分数据已做指数化处理,仅用于做分析趋势判断,蝉妈妈保留对数据的最终解释权。报告所引用的数据时间范围如无特殊说明,为2022-2023年。



CONTENT

01 行业市场概览

02 细分行业分析



行业市场概况

CHANMAMA
DATA
REPORT

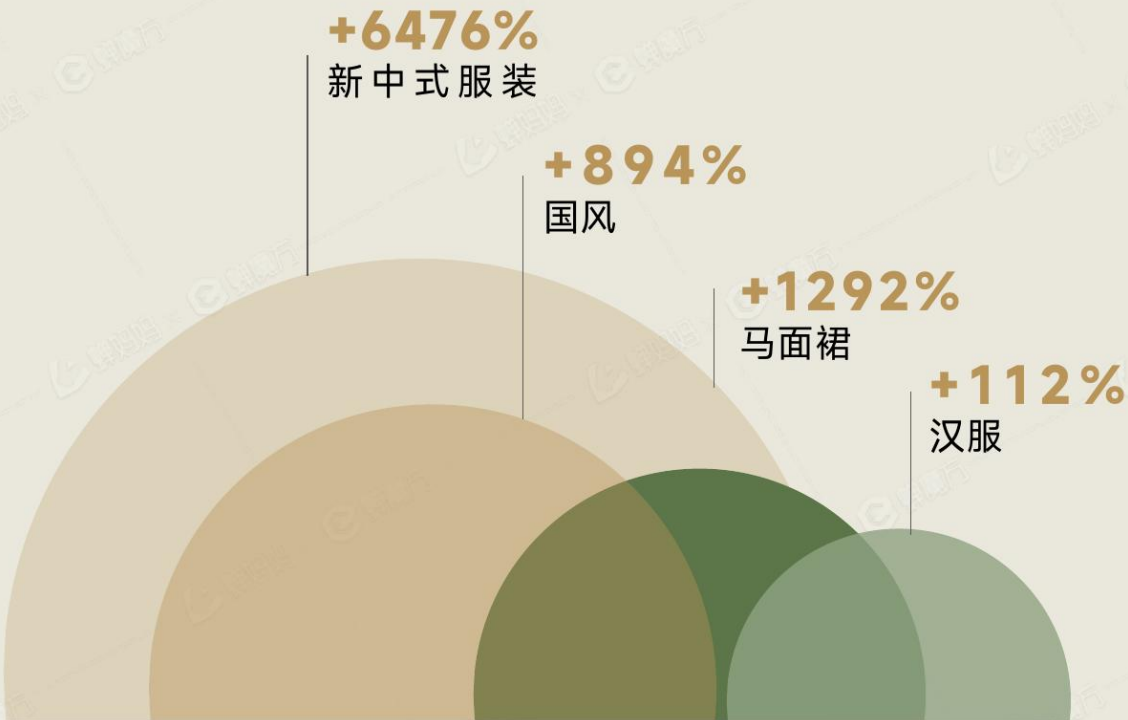
©2024 chanmama All Rights Reserved

01

新中式风潮持续来袭，马面裙现象级爆款

- 2023年下半年忽然刮起了新中式风，抖音平台新中式相关搜索量同比大幅增长。带有#马面裙#话题的短视频播放量超200亿，#新中式穿搭#题的短视频播放量超过100亿。
- 实际上，“新中式”服装尚未形成统一的标准。宽泛点说，将中国传统元素和现代时尚设计相融合，都可以算“新中式”。

新中式服装相关搜索量同比增幅



行业内容热度

汉服	1108.2亿
#汉服小姐姐	
#汉服日常	
#汉服出行	
#明制汉服	
马面裙	203.3亿
#中国马面裙	
新中式穿搭	125.1亿
#新中式穿搭爱了	

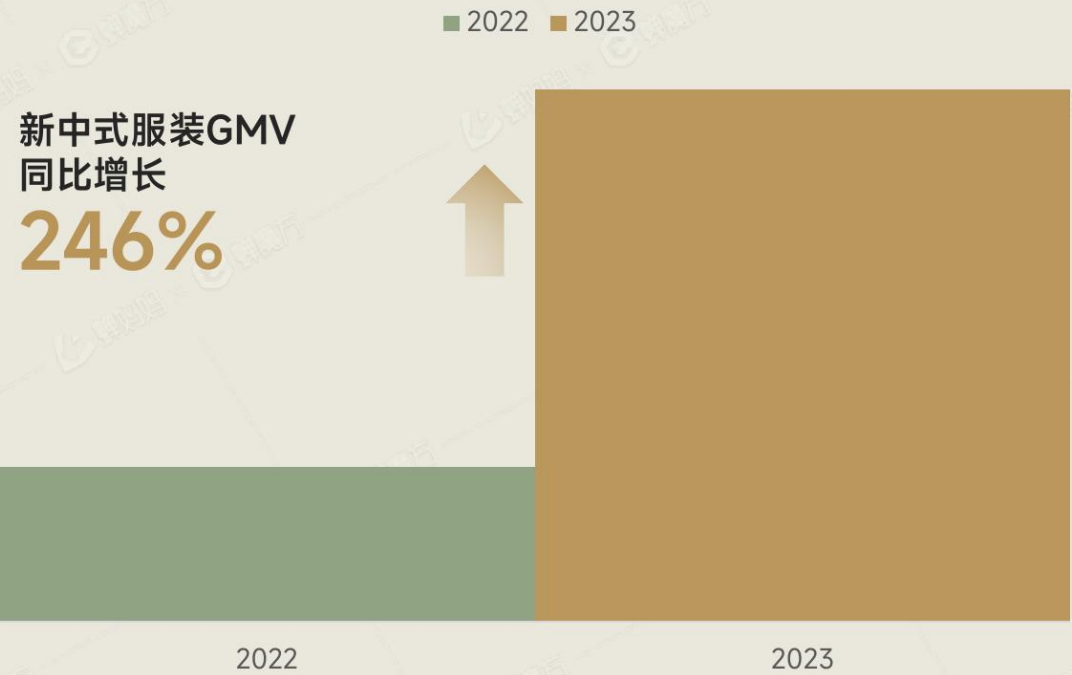
数据来源：抖音官方&巨量算数(2024.01.01-2024.03.31)

新中式服装市场规模随着消费需求的上涨而大幅增长

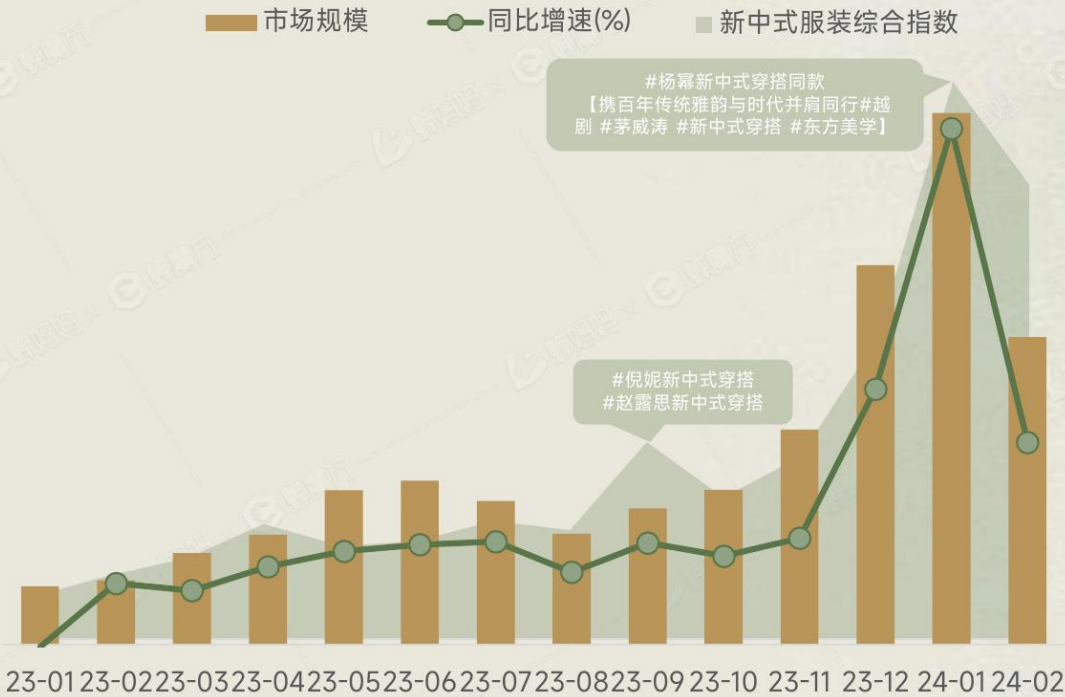


- 过去一年里，新中式服装市场规模与搜索指数变化协同增长，随着明星新中式穿搭的热度提升，在下半年新中式的声量逐渐攀升。促使消费需求大幅增长，从而推动了市场规模的显著上涨。
- 新中式服装的市场规模在2023年同比增长超过246%，在2024年1月暴增，大家纷纷开始挑选起充满节日氛围的“新年战袍”。近来，许多人在添置过年新装时发现，无论线上线下，以新中式为代表的国风元素冬装，在服装市场格外流行。新中式流行背后的“中国血脉觉醒”。

抖音电商新中式服装市场规模及复合增速



抖音电商新中式服装市场规模及综合指数变化



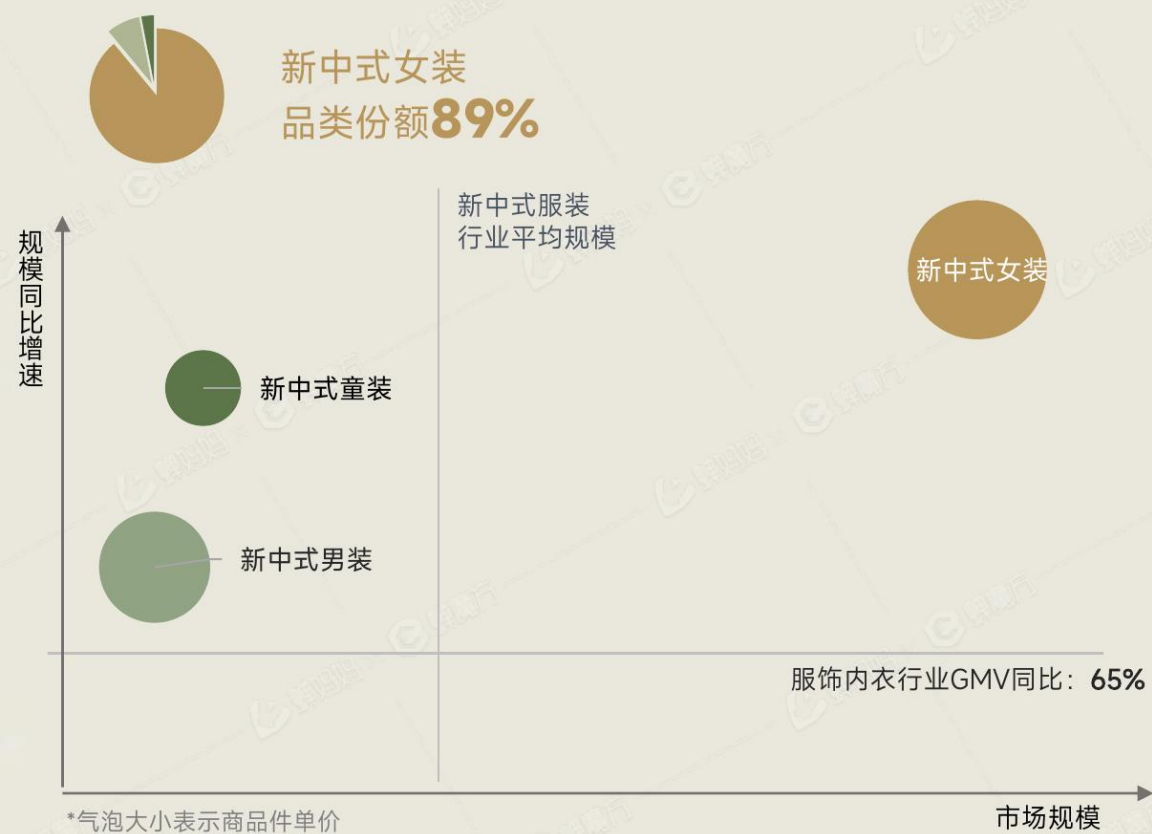
数据来源：蝉魔方 chanmofang.com（蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

新中式女装行业在新中式服装市场占据核心地位

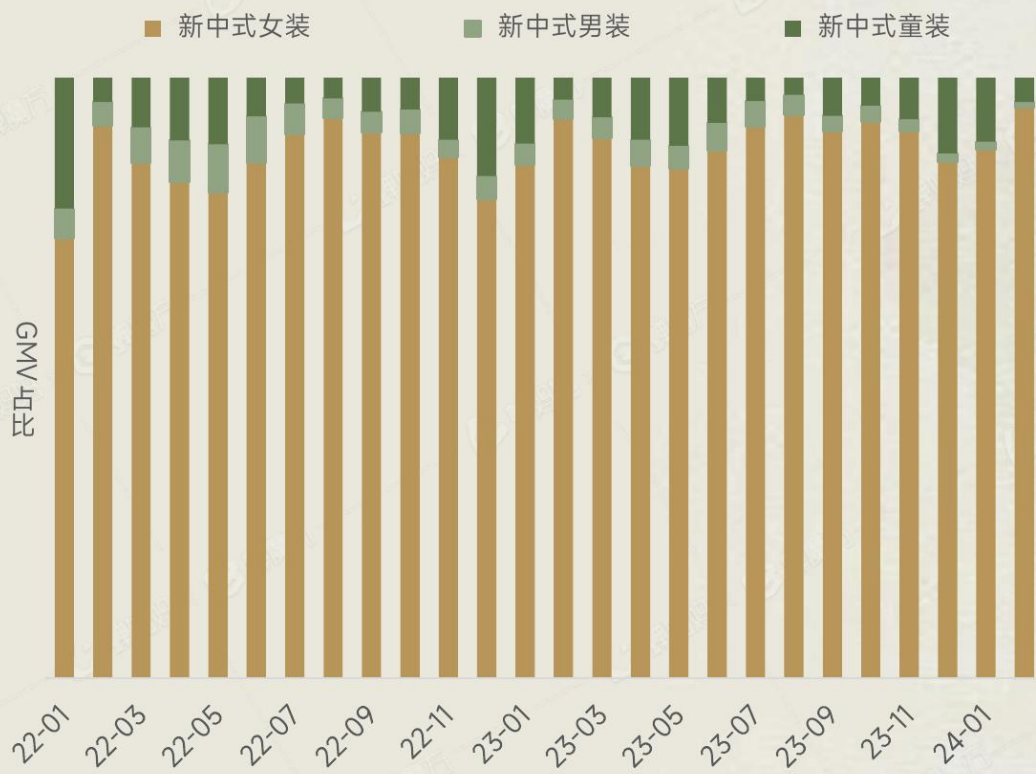


- 新中式女装为新中式服装中的第一大品类，品类保持较高增速，处于明星赛道。
- 新中式童装虽然目前市场规模还较小，但其发展速度不容忽视，尤其每年的春节前后其增势显著。

2023年抖音电商新中式服装行业品类分布



抖音电商新中式服装行业品类占比(2022.01-2024.02)



时尚运动类服装品牌争相入局新中式

- 时装品牌正在以更大的声量和品牌优势高调入局新中式赛道。既包括以鄂尔多斯为代表的传统服装品牌，又有Zara为代表的快时尚品牌，阿迪达斯等运动品牌也开始强势打造新中式系列。时装品牌大多将新中式元素视为品牌设计的重要点缀，能够借此链接年轻用户。
- 时装品牌多加入盘扣、立领、刺绣等设计，并使用绸缎、桑蚕丝面料等，有意贴合中式风格。比如以知性、简约设计为主的鄂尔多斯选择以中式盘扣替代羊绒开衫中的常规纽扣，并与蒋勤勤等女星合作，凸显新中式知性、温婉的气质。



ZARA



鄂尔多斯80s新春系列



DAZZLE2024春季系列



DIAMONDDAZZLE



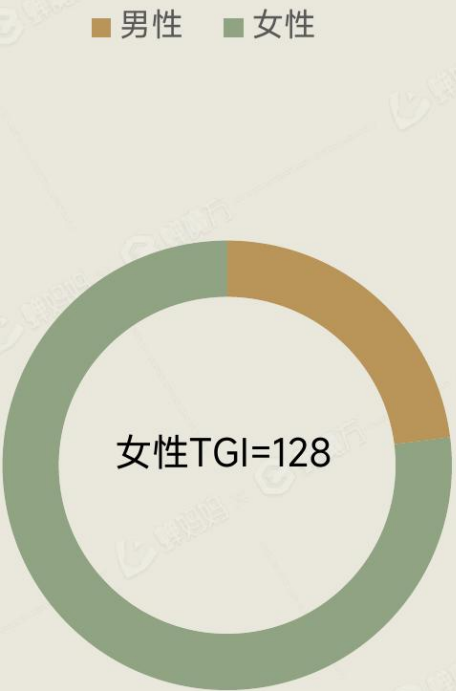
miss cocoon

ADIDAS Originals唐装夹克

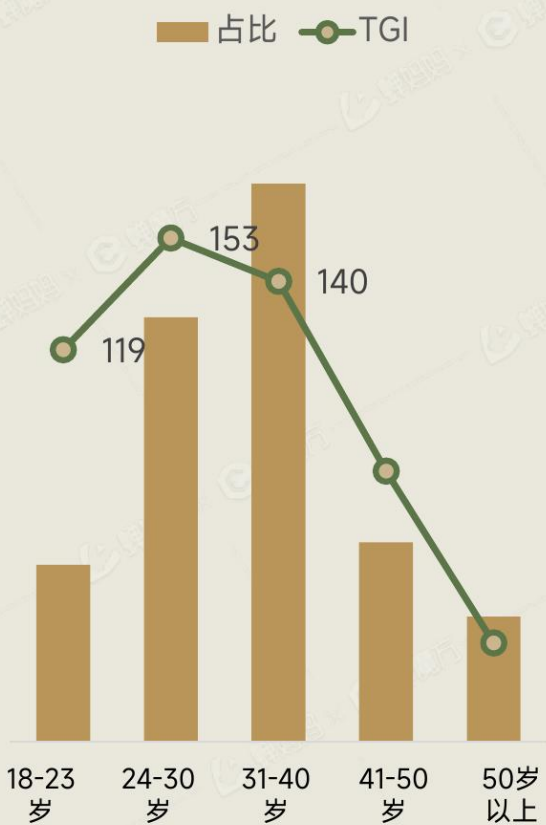
轻熟女性对新中式服装的兴趣度更高

● 24-40岁的轻熟女性，她们会更注重个性化表达，寻求共鸣，价值认同，也会寻求在日常时尚穿搭中融入文化深度。

女性更感兴趣



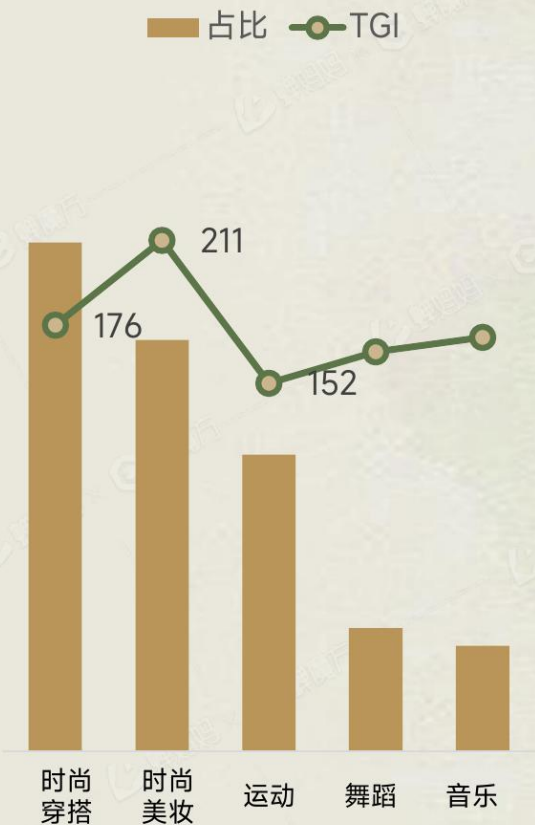
24-40岁群体兴趣更高



广东省占比更大，浙江省偏好度最高



对时尚类感兴趣



细分行业分析

CHANMAMA
DATA
REPORT

©2024 chanmama All Rights Reserved

02

细分行业预览

	新中式女装	新中式童装	新中式男装
同比增速	259%	199%	108%
销售高点	12月、1月	5月、1月(春节前)	6月
热卖季节	无明显季节分布	冬季	夏季
热卖单品	马面裙	拜年服	唐装
热卖品类	唐装/民族服装/舞台服装 连衣裙	儿童旗袍/唐装/民族服装	民族服装、衬衫
增速较快品类	马甲、针织衫	卫衣、马甲	短裤、西服、夹克
主流价格带	100-300元	50-300元	100-300元
用户需求	重视工艺面料	重视功能性(保暖)	服饰类型

新中式女装

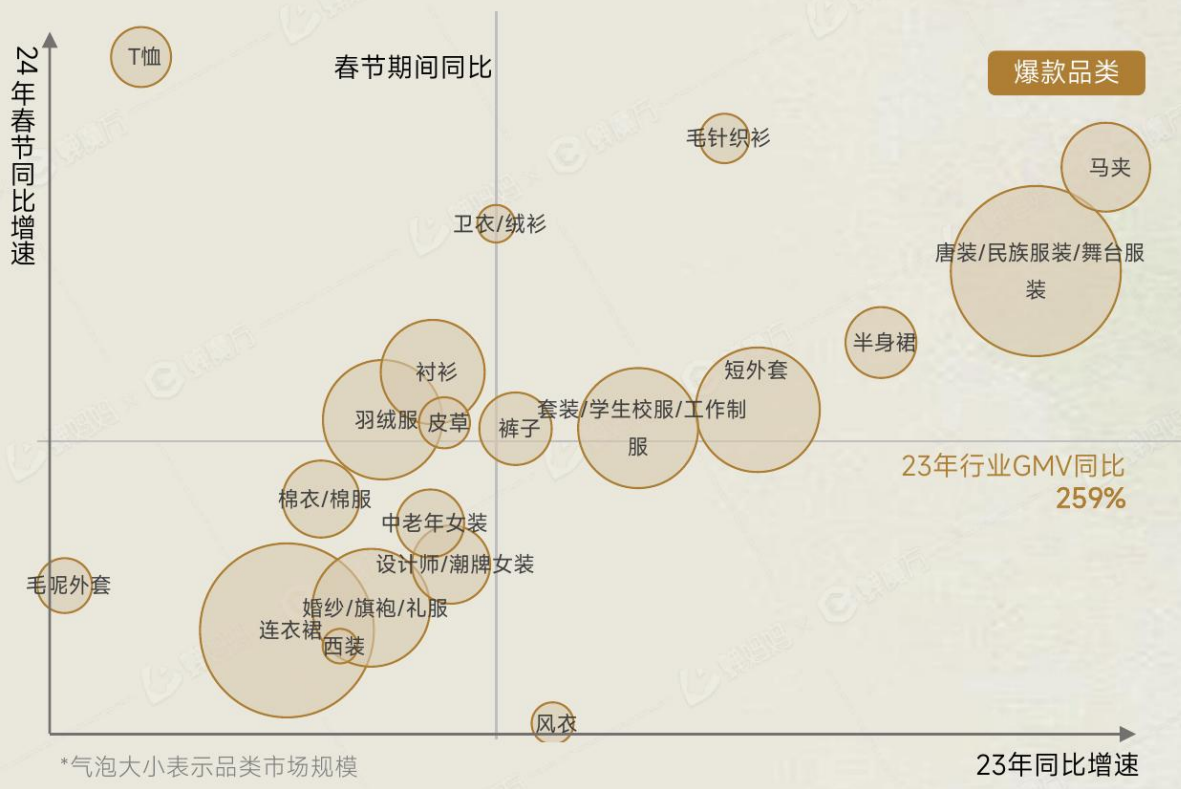
新中式女装市场发展迅猛，春节是行业的爆发期

- 唐装/民族服饰作为新中式女装市场的重要组成部分，增长显著。2023年行业同比增长超过200%，在2024年春节期间(1-2月)更是实现了近600%的增长。
- 从细分品类来看，除了传统中式服饰，马夹、针织衫、半身裙、短外套、卫衣等品类也是新中式元素爆发增长的赛道。

抖音电商新中式女装市场规模(2022.01-2024.02)



抖音电商新中式女装细分品类分析(2022.01-2024.02)



新中式女装各季节销售热度相对均衡

- 连衣裙和唐装/民族服装是新中式女装中的两大细分类目。分季节来看，新中式女装没有明显的季节区分，相对来说，秋冬季是行业的热卖季。
- 从细分品类来看，连衣裙在夏季(6-7月)热卖，唐装/民族服装更多集中在夏末秋初(8-10月)。

抖音电商新中式女装销售热度及品类占比(2023年)



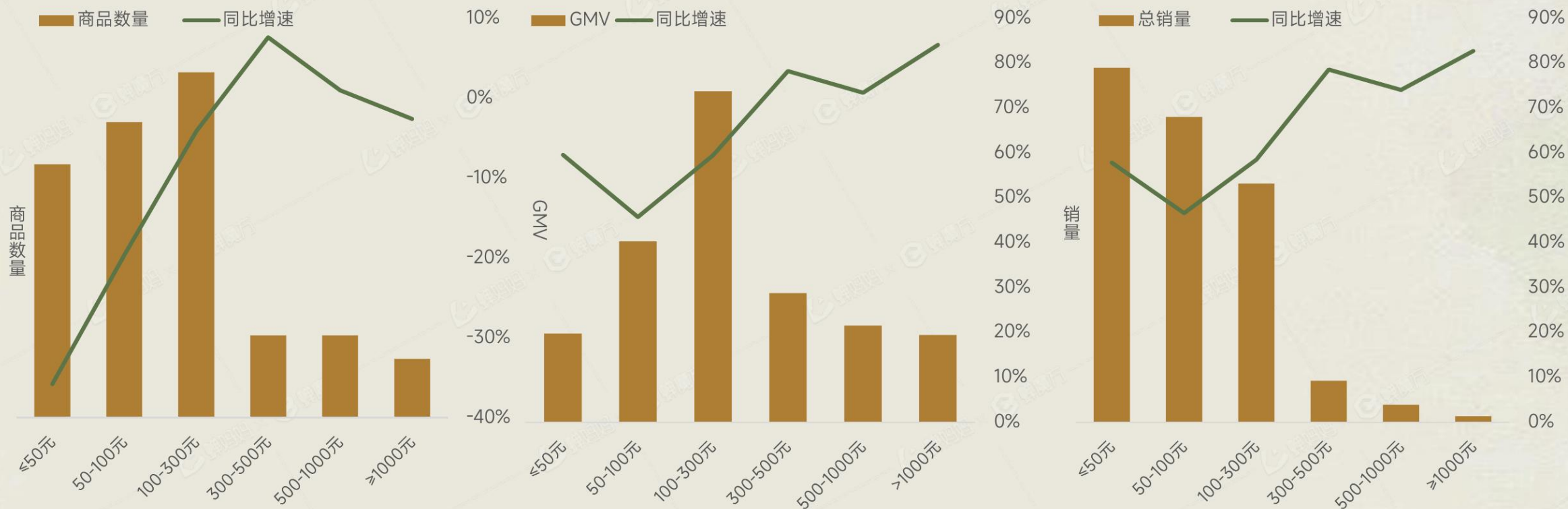
*仅显示市场份额 > 0.5%的细分品类

数据来源：蝉魔方 chanmofang.com（蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

100-300元是新中式女装的主流价格带， 300元以上贡献增长潜力

- 从商品数量和总销量来看，新中式女装的商品集中在300元以下中低端价格带。
- 但从销售额及增速来看，300元以上中高端产品增速明显。

抖音电商新中式女装行业价格段分布(2023年)



蝉妈妈 × 蝉魔方

- ## 新中式女装高增长卖点词云



排名	品牌	热卖指数	客单价	环比增长率
1	冬下		611.61	15494.38%
2	织造司		243.08	263.44%
3	宸嫔		183.14	815.25%
4	重回汉唐		179.93	793.85%
5	钟灵记		260.6	243.49%
6	XuanGeMoXiang/轩阁墨香		1002.18	155.89%
7	MNGATA G.		582.94	-
8	醉雨朵		121.3	361.64%
9	Alessandro Paccuci		802.91	-
10	七月夕		353.11	26.43%

平均成交价 ¥397.32 GMV 1700W+



平均成交价 ¥166.62 GMV 1700W+



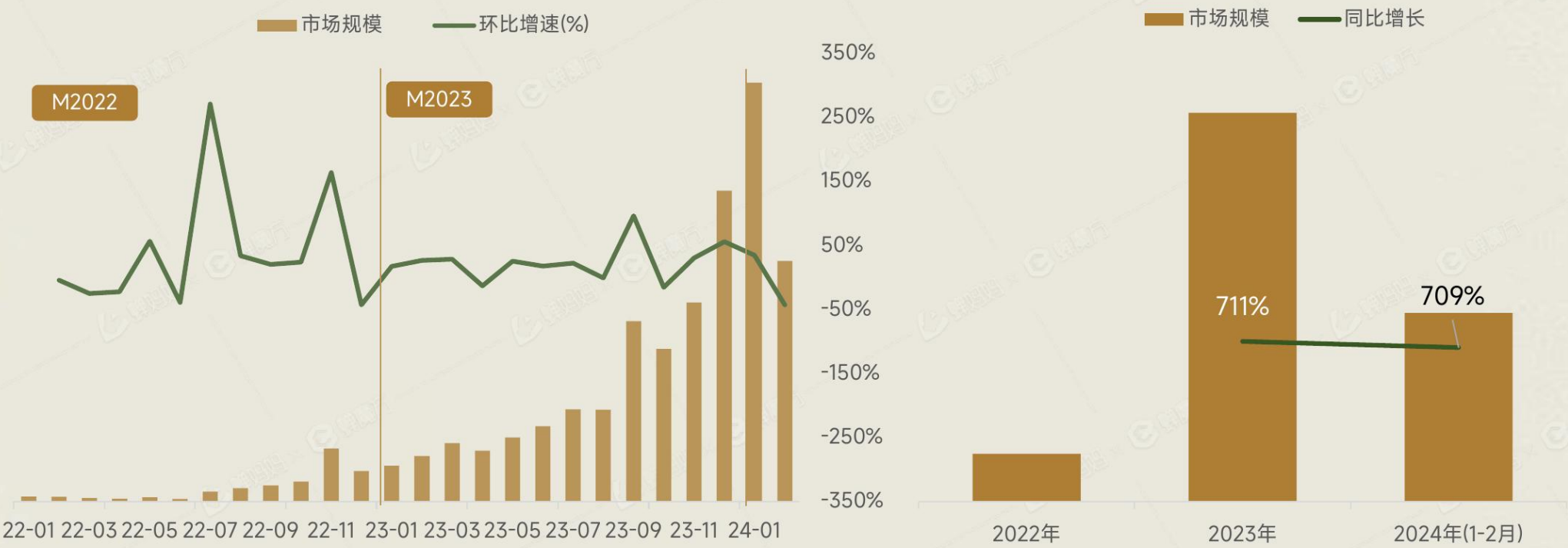
平均成交价 ¥287.97 GMV 1700W+

数据来源：蝉魔方 chanmofang.com（蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

马面裙无疑成为新中式女装中的爆款单品

- 马面裙具有通用、百搭、美观等特点，并且普遍价格在大多数年轻人的可接受范围，这些因素促使其成为“超级单品”。
- 马面裙在23年第四季度迎来持续增长，在春节达到高峰，全年同比增长超700%。

抖音电商马面裙市场规模(2022.01-2024.02)



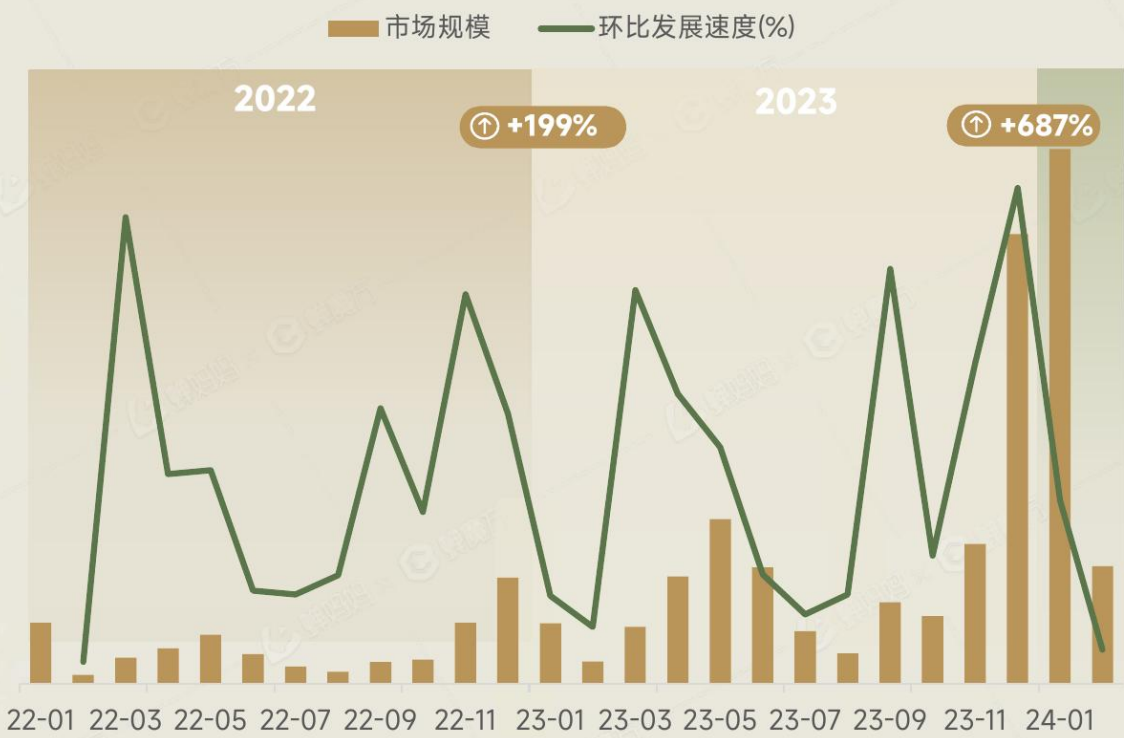
数据来源：蝉魔方 chanmofang.com（蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

新中式童装

新中式童装行业整体呈现波动式增长态势

- 从近一年的销售额数据来看，新中式风格集中在儿童旗袍/唐装/民族服饰传统品类中，占据着领先的市场份额。
- 但从品类的增速来看，童装中的卫衣、马甲、裤子这些品类新中式元素增速领先。

抖音电商新中式童装市场规模(2022.01-2024.02)



抖音电商新中式童装细分品类市场规模(2022.01-2024.02)



新中式童装热卖季节为冬季，集中在春节前

- 儿童旗袍/唐装/民族服装是新中式童装中核心类目，占据超一半的市场规模。
- 分季节来看，新中式童装主要在冬季热卖，尤其是春节前，新中式拜年服销售火爆。

抖音电商新中式童装销售热度及品类占比(2023年)



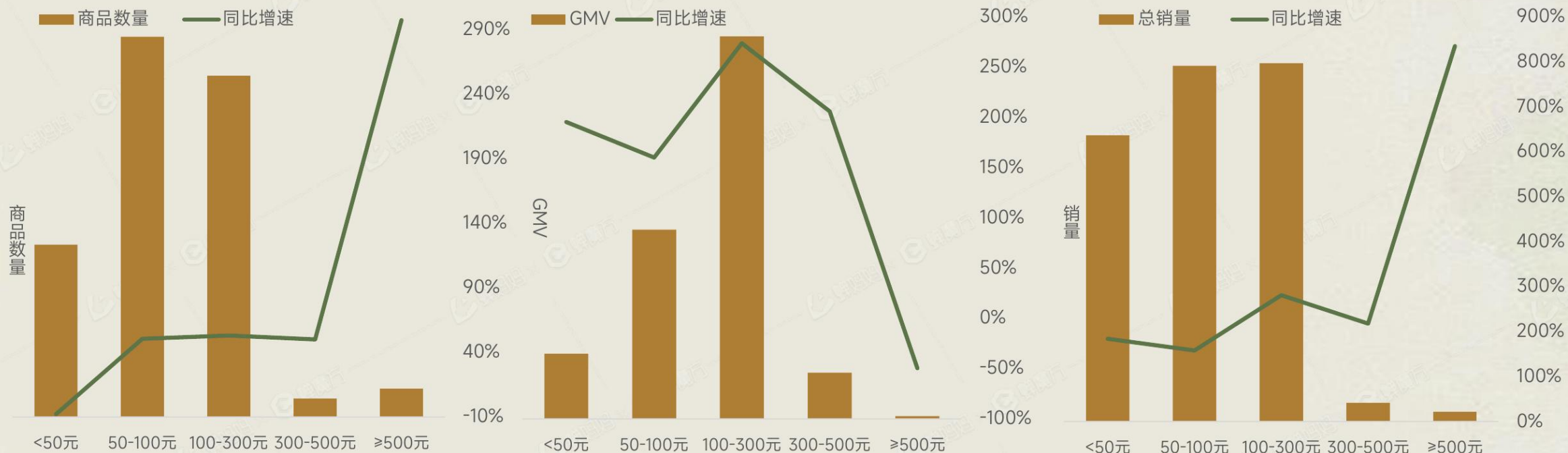
*仅显示市场份额TOP10的细分品类

数据来源：蝉魔方 chanmofang.com（蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

50-300元是新中式童装主流价格带， 100-300元贡献主要增长潜力

- 从商品数量和总销量来看，新中式童装的商品集中在50-300元之间。
- 从销售额来看，100-300元贡献主要销量且增速最高。

抖音电商新中式童装行业价格段分布(2023年)



新中式男装

新中式男装行业整体增速相对平缓

- 从近一年的销售额数据来看，民族服装是新中式男装中份额最大的细分品类。
- 但从品类的增速来看，短裤、西服、夹克、衬衫是该行业的爆款品类，这些品类中新中式元素增速更快且有一定的市场规模。

抖音电商新中式男装市场规模(2022.01-2024.02)



抖音电商新中式男装细分品类市场规模(2022.01-2024.02)



新中式男装热卖季节集中在夏季

- 与新中式女装、童装形成差异的是，新中式男装更多在春夏季热卖，可能与其新中式元素对应的品类相关，更多集中在民族服饰及衬衫。
- 民族服装、衬衫、T恤在春夏季热卖，羽绒服和棉衣在秋冬季热卖。

抖音电商新中式男装销售热度及品类占比(2023年)



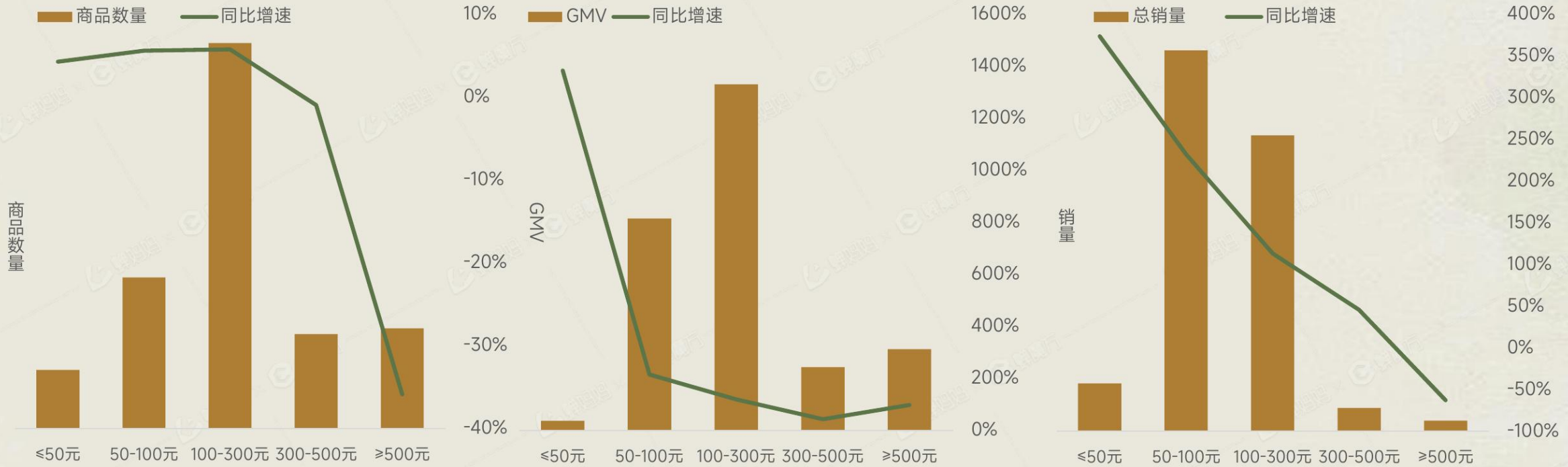
*仅显示市场份额TOP10的细分品类

数据来源：蝉魔方 chanmofang.com（蝉妈妈旗下行业研究数据平台）

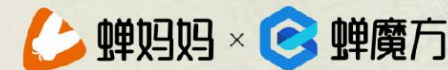
100-300元是新中式男装主流价格带但增速疲软

- 从商品数量和总销量来看，新中式男装的商品集中在100-300元之间。
- 从销售额来看，100-300元贡献主要销量但增速稍显疲软。

抖音电商新中式男装行业价格段分布(2023年)



除了服装风格本身，消费者更加关注穿搭场景及服饰类型



- 与女装、童装相同的是，中国风依旧是该产品主要沟通的卖点，但不同的是，新中式男装的产品很少主动沟通面料、功能性，而更突出休闲、短袖这些大众适配场景。
- 从热卖的商品也可以看出，整体丰富性不足，新中式元素相应的产品更多是针对中老年人的传统唐装类产品。

新中式男装高增长卖点词云



新中式男装热卖品牌榜单

排名	品牌	热卖指数	客单价	环比增长率
1	CUBUFQ		153.72	146.00%
2	君帝尼		143.48	-
3	宙派		101.81	-
4	peimeng/培蒙		126.07	3404.71%
5	百力尼		177.65	194.29%
6	老爷车国际		67.49	-
7	茄臻		96.98	-
8	瑾坤		131.89	22.45%
9	LESIJIAN/乐思健		217.94	319.15%
10	TUCANO/啄木鸟		97.63	102.06%

新中式男装TOP3商品



**NO.1 中老年唐装爸爸夏装中国风爷爷
夏季薄款套装中年男士休闲短袖汉服**

平均成交价 ¥139.67 GMV 1000W+



NO.2 唐装男中老年爸爸装春夏短袖套装中国风爷爷夏季两件套老年人衣服

平均成交价 ¥97.77 GMV 900W+



NO.3 唐装短袖夏季爸爸套装中老年男装宽松汉服中国风爷爷夏装晨练服男

平均成交价 ¥61.42 GMV 900W+

数据时间范围：2023年

数据来源：蝉魔方 chanmofang.com（蝉妈妈旗下行业研究数据平台）



THANK YOU

2024/04
Apr

CHANMAMA
DATA
REPORT

©2024 chanmama All Rights Reserved

