



女装市场趋势洞察

2023年抖音行业报告

出品方：祈飞

发布时间：2024年3月8日



F
S
h
i
o
n

01. 女装市场电商大盘

02. 女装市场趋势洞察

03. 女装品牌典型案例

04. 女装市场趋势总结

CONTENS



Part One

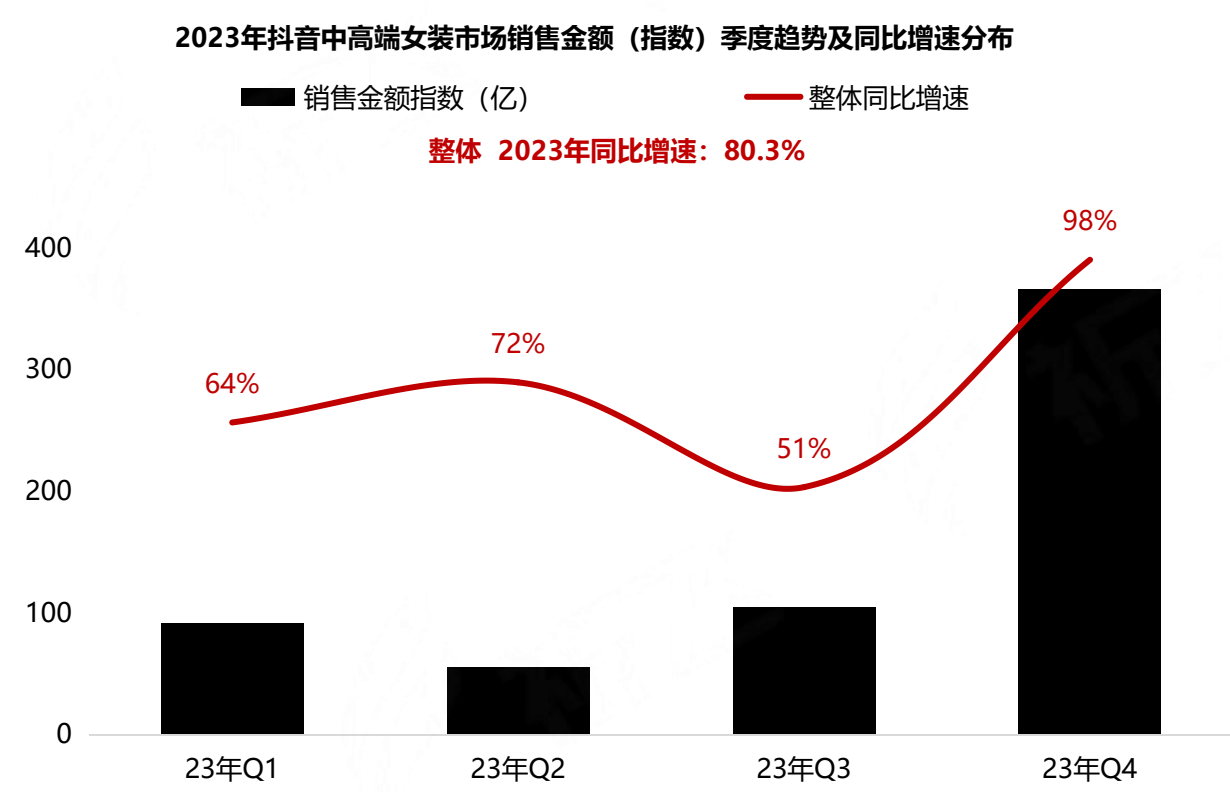
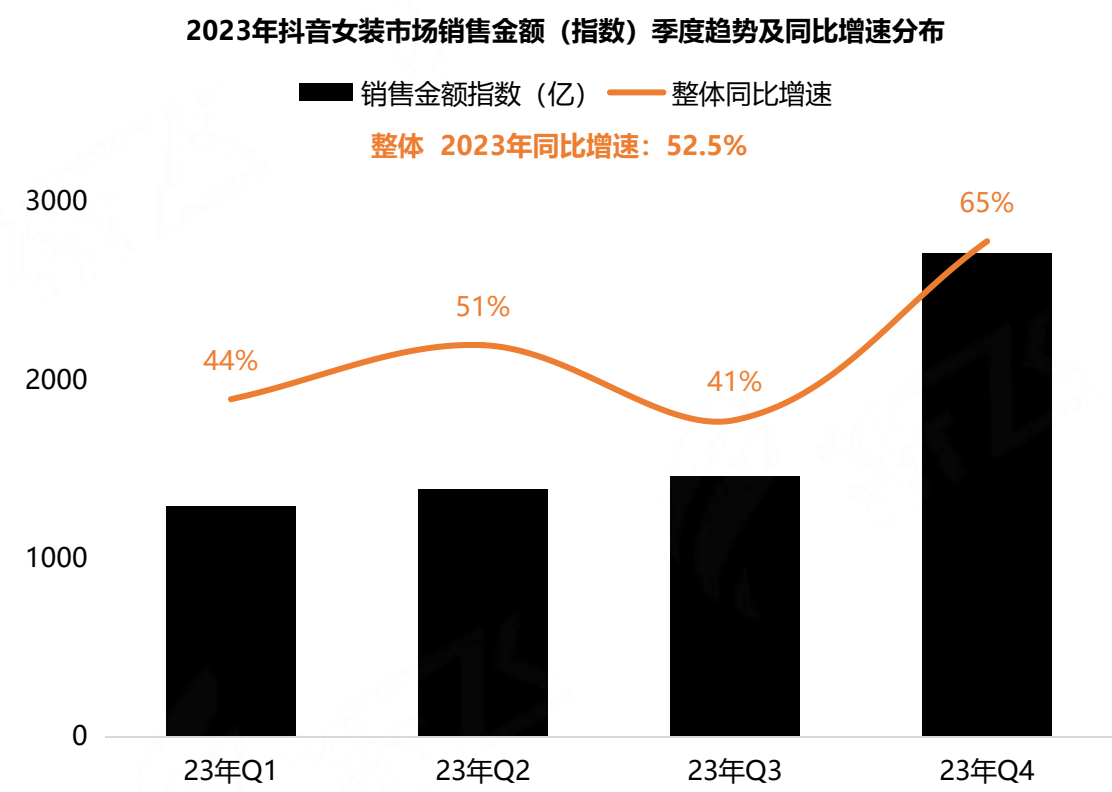
女装市场电商大盘



女装市场电商大盘销售趋势对比：女装 vs 中高端女装

中高端女装市场份额提升至9%，增速高于女装市场整体，达到80.3%

➤ 市场大盘：2023年抖音中高端女装市场销售金额指数占女装市场的9%，相较于2022年提升了1.4%，市场份额显著提升；抖音女装市场2023年同比增速为52.5%，中高端女装市场增速高于女装市场，同比增长80.3%。女装市场前三季度销售金额指数基本保持在同一水平，中高端女装市场Q2销售金额指数低于Q1、Q3季度，女装和中高端女装市场Q4季度销售金额指数显著增长，同比增速最快

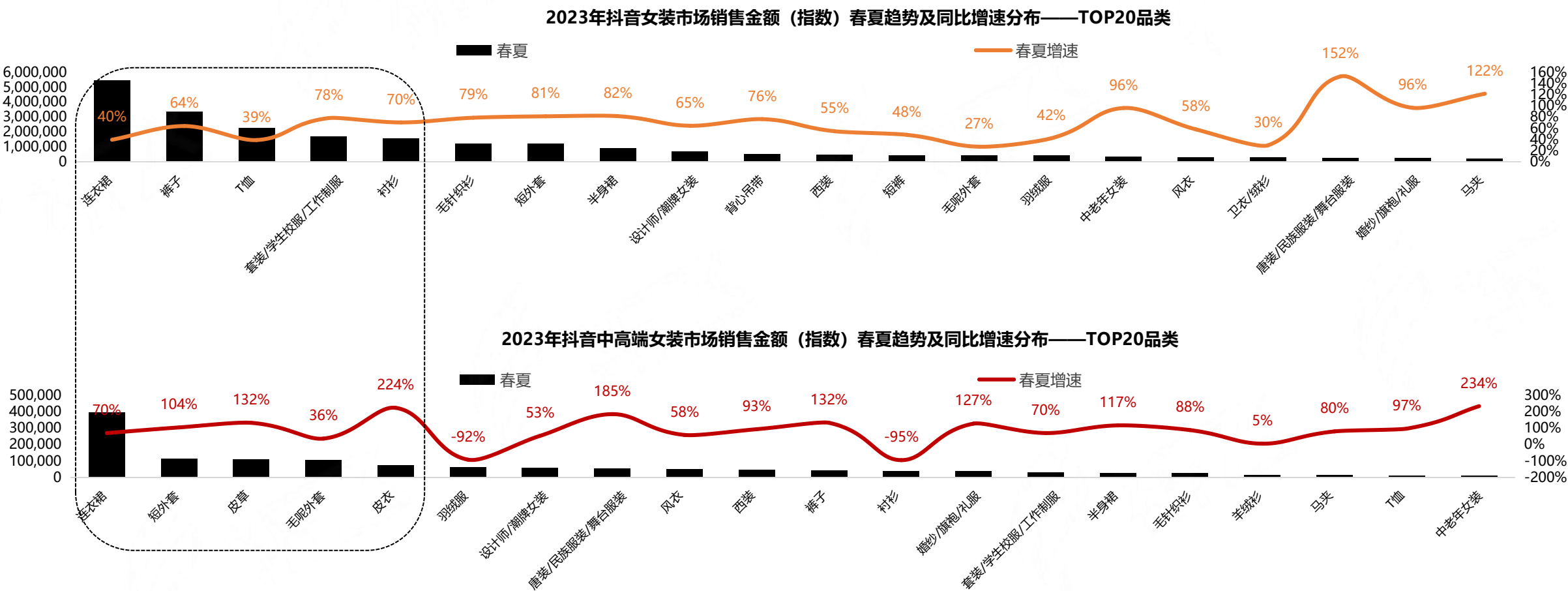


数据来源：巨量云图，统计时间：2023年1-12月，2022年1-12月。统计类目：服饰内衣/女装，中高端女装统计商品价格：1000元-10000元。

女装市场品类布局潜力--春夏：女装 vs 中高端女装

连衣裙为最热卖品类，中老年女装/皮衣/套装为中高端女装潜力赛道

➢ 细分品类销售额及同比增速分布：整体来看，**连衣裙**为春夏最热卖品类，女装市场中，**裤子/T恤/套装/衬衫**为热卖品类，中高端女装市场中，**短外套/皮草/毛呢外套/皮衣**为热卖品类；从增速看，女装市场中，**唐装/民族服装等国风服饰**品类增速最快，超150%，其次是**马甲、旗袍、中老年女装**，增速超95%；中高端女装市场中，**中老年女装**品类增速最快，增速超230%，其次是**皮衣、套装、裤子**品类，增速超130%，羽绒服、衬衫品类增速为负

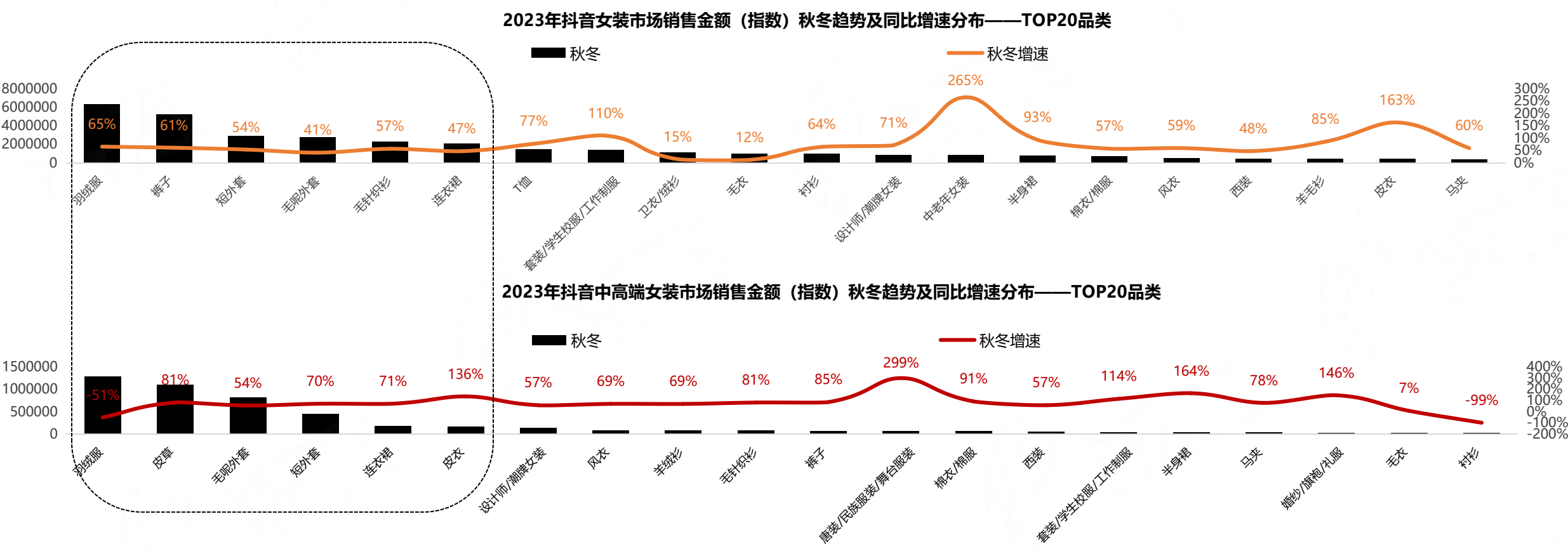


数据来源：巨量云图，统计时间：2023年3-8月，2022年3-8月。统计类目：服饰内衣/女装，中高端女装统计商品价格：1000元-10000元。

女装市场品类布局潜力--秋冬：女装 vs 中高端女装

羽绒服为秋冬最热卖品类，唐装/半身裙/旗袍为中高端女装潜力赛道

➢ 细分品类销售额及同比增速分布：整体来看，**羽绒服**为秋冬最热卖品类，但中高端女装市场羽绒服品类增速为负；女装市场中，**裤子/短外套/毛呢外套/毛针织衫/连衣裙**为热卖品类，中高端女装市场中，**皮草/毛呢外套/短外套/连衣裙/皮衣**为热卖品类。从增速看，女装市场中，**中老年女装**增速最快，超200%，其次是**皮衣、套装**，增速超110%；中高端女装市场中，**唐装**增速最快，超200%，其次是**半身裙、旗袍、皮衣、套装**品类，增速超110%



数据来源：巨量云图，统计时间：2023年1-2月、9-12月，2022年1-2月、9-12月。统计类目：服饰内衣/女装，中高端女装统计商品价格：1000元-10000元。

女装市场TOP10品类热卖商品价格带分布：

连衣裙/羽绒服/半身裙高价段3000元以上高价段增速最快

➤ 抖音女装市场销售金额（指数）TOP10品类热卖商品价格带分布：**裤子、连衣裙、羽绒服为最热卖品类**，从价格带增速分布看，**连衣裙、羽绒服、半身裙**高价段增速更高，主要集中在3000-5000元、5000-10000元价段；**裤子、毛呢外套、衬衫**在**1000-3000元、3000-5000元价段同比增速较高**；**套装/学生校服/工作制服**价格分化明显，5000-10000元高价带同比增速最高，其次是500-1000元低价段，增速排名第二

2023年抖音女装市场销售金额（指数）TOP10品类热卖商品平均价格（指数）分布

女装TOP10品类	销售金额指数（万）	YOY	市场份额	各品类热卖商品平均价格（指数）及销售金额（指数）占比及变化									
				0-500		500-1000		1000-3000		3000-5000		5000-10000	
				销售金额指数（万）	同比增速	销售金额指数（万）	同比增速	销售金额指数（万）	同比增速	销售金额指数（万）	同比增速	销售金额指数（万）	同比增速
裤子	9,882,056	57%	14.5%	9,426,892	56%	344,044	94%	108,072	101%	2,673	166%	376	-41%
连衣裙	8,575,370	36%	12.6%	7,117,854	34%	888,038	37%	522,264	69%	38,638	91%	8,584	78%
羽绒服	7,390,291	51%	10.8%	4,312,688	34%	1,736,526	64%	1,302,226	115%	32,595	135%	6,256	141%
短外套	4,593,775	64%	6.7%	3,357,447	56%	678,128	109%	417,506	74%	94,259	85%	46,436	78%
T恤	4,409,214	44%	6.5%	4,332,321	43%	61,032	82%	14,882	121%	403	84%	579	102%
毛针织衫	4,057,159	58%	5.9%	3,703,698	56%	254,036	86%	92,784	90%	5,410	13%	1,235	44%
套装/学生校服/工作制服	3,791,433	79%	5.6%	3,451,412	77%	267,072	101%	69,382	92%	2,511	94%	1,061	187%
毛呢外套	3,546,112	33%	5.2%	1,879,478	27%	754,659	27%	708,515	55%	113,172	44%	90,295	42%
衬衫	3,016,557	59%	4.4%	2,731,090	56%	221,483	89%	61,304	90%	1,966	143%	718	79%
半身裙	2,004,371	82%	2.9%	1,795,112	77%	150,039	128%	54,699	136%	3,455	209%	1,069	227%

数据来源：巨量云图，统计时间：2023年1-12月，2022年1-12月。统计类目：服饰内衣/女装，女装市场统计商品价格：0元-10000元。

女装市场TOP30品牌榜单：

前十品牌中，羽绒服集团品牌占4个，时装集团品牌/网红品牌各占3个

- 2023年抖音女装市场销售金额指数TOP30品牌中，CR8为4.7%，女装市场集中度极低，为分散型竞争市场状态，尚未形成头部效应，竞争激烈；TOP30品牌中：
- 1) 知名服装集团品牌占13个，鸭鸭排名第一，波司登集团、哥弟集团均有2个品牌上榜，且排名前15；国外集团仅上榜1个，韩国百家好时装集团旗下品牌百家好上榜，排名第八
- 2) 网红个人IP品牌占11个，均为穿搭博主，刘一一的自营品牌CO CO ZONE发展迅猛，作为新品牌跃进前三，排名第一；洛哥的自营品牌Alessandro Paccuci排名第五；美洋MEIYANG自营同名品牌排名第十；其余网红品牌中，老贝_Bay的BAYBERYL、欢姐 0220的LucasEmilyLouie、博主我是摩羯的同名品牌、博主几里与麻的同名品牌排名前二十；懒猫nono自营品牌say nono、博主魏凡舒的同名品牌、唐老板嘉玲姐的BACKATONE、鸥纪儿的Secret Sandro排名前三十
- 3) 原创品牌占3个，排名前二十；设计师品牌占2个，排名前三十；产业带品牌占1个，美人访为浙江杭州四季青服装城品牌，排名第二十七

2023年抖音女装市场销售金额指数TOP30品牌

知名服装集团品牌				网红个人IP品牌		产业带品牌				设计师品牌				原创品牌	
排名	品牌名称	销售金额指数(亿)	同比增速(%)	所属集团/品牌类型	排名	品牌名称	销售金额指数(亿)	同比增速(%)	所属集团/品牌类型	排名	品牌名称	销售金额指数(亿)	同比增速(%)	所属集团/品牌类型	
1	YAYA/鸭鸭	97.33	66%	鸭鸭集团	11	GOLDFARM/高梵	18.13	66%	高梵集团	21	MO&Co./摩安珂	13.22	37%	EPO时尚集团	
2	CO CO ZONE	45.63	新	网红个人IP品牌	12	UR	17.09	30%	快尚时装集团	22	Say nono	12.99	61%	网红个人IP品牌	
3	波司登	38.98	131%	波司登集团	13	ROBINHOOD/罗宾汉	16.44	238%	原创品牌	23	ERAL/艾莱依	11.86	56%	艾莱依集团	
4	V/雅鹿	33.40	52%	雅鹿集团	14	AMASS/阿玛施	16.20	105%	哥弟集团	24	S-DEER	11.84	11%	设计师品牌	
5	Alessandro Paccuci	31.29	85%	网红个人IP品牌	15	BAYBERYL	15.94	55%	网红个人IP品牌	25	ROMI STUDIO	11.69	585%	设计师品牌	
6	GIRDEAR/哥弟	26.75	97%	哥弟集团	16	LucasEmilyLouie	15.49	123%	网红个人IP品牌	26	éifini/伊芙丽	11.17	65%	意丰歌服饰	
7	SNOW FLYING/雪中飞	24.40	158%	波司登集团	17	IEF/爱依服	15.10	66%	原创品牌	27	美人访	10.78	326%	产业带品牌	
8	Basic House/百家好	21.47	231%	百家好时装(韩国)	18	我是摩羯	13.83	1219%	网红个人IP品牌	28	WEIFANSHU/魏凡舒	10.56	184%	网红个人IP品牌	
9	Teenie Weenie	18.89	15%	锦鸿时装集团	19	简&搭	13.69	-33%	原创品牌	29	BACKATONE	10.29	42%	网红个人IP品牌	
10	美洋	18.46	192%	网红个人IP品牌	20	JILIYUMA/几里与麻	13.41	7%	网红个人IP品牌	30	Secret Sandro	9.95	4719%	网红个人IP品牌	

数美洋巨量云图，统计时间：2023年1-12月，2022年1-12月。统计类目：服饰内衣/女装。竞争梯队按照2023年销售金额指数排序。

中高端女装市场TOP30品牌榜单：

前十品牌中，羽绒服集团品牌占2个，时装集团品牌/网红品牌各占4个

- 2023年抖音中高端女装市场销售金额指数TOP30品牌中，CR8为15.36%，女装市场集中度较低，为分散型竞争市场状态，向低竞争型发展，头部品牌竞争优势显著；TOP30品牌中：
- 1) 知名服装集团品牌占14个，其中有7个品牌仍在榜，波司登、高梵排名前二，**兄弟集团、玛丝菲尔集团、EPO时尚集团**均有2个品牌上榜，且排名前20
- 2) 网红个人IP品牌占11个，均为穿搭博主，其中有8个网红品牌依旧在榜，主要有：**洛哥的自营品牌Alessandro Paccuci**排名第三；**刘一一的自营品牌CO CO ZONE**排名第四；**懒猫nono**自营品牌say nono排名第六，博主我是摩羯的同名品牌排名第九；**老贝_Bay的BAYBERYL、唐老板嘉玲姐的BACKATONE**，**魏凡舒的同名品牌、欢姐 0220的LucasEmilyLouie**均上榜；其余品牌为贵姐Nicole（Zhao主播）的品牌NicoleZhao、@魏老板私服的的品牌yangeer/艳歌尔、影哥•YINGMOMO的YINGMOMO/影某某上榜
- 3) 产业带品牌占2个，麦卡希妮为**海宁皮草源头厂家品牌**，排名第十八；悦戎为**高档羊绒品牌**，排名第21；设计师品牌占2个，原创品牌占1个

2023年抖音中高端女装市场销售金额指数TOP30品牌

知名服装集团品牌					网红个人IP品牌					产业带品牌					设计师品牌					原创品牌	
排名	品牌名称	销售金额指数 (亿)	同比增速 (%)	所属集团/ 品牌类型	排名	品牌名称	销售金额指数 (亿)	同比增速 (%)	所属集团/ 品牌类型	排名	品牌名称	销售金额指数 (亿)	同比增速 (%)	所属集团/ 品牌类型	排名	品牌名称	销售金额指数 (亿)	同比增速 (%)	所属集团/ 品牌类型		
1	波司登	28.11	131%	波司登集团	11	GIRDEAR/哥弟	4.64	96%	哥弟集团	21	悦戎	3.68	132%	产业带品牌							
2	GOLDFARM/高梵	15.99	117%	高梵集团	12	BAYBERYL	4.53	49%	网红个人IP品牌	22	LucasEmilyLouie	3.40	169%	网红个人IP品牌							
3	Alessandro Paccuci	13.25	133%	网红个人IP品牌	13	YINER/音儿	4.44	6%	影儿时尚集团	23	éifini/伊芙丽	3.22	49%	意丰歌服饰							
4	CO CO ZONE	9.48	新	网红个人IP品牌	14	AUM/噢姆	4.30	90%	玛丝菲尔时尚集团	24	SIQIYOUNG	3.15	122%	设计师品牌							
5	AMASS/阿玛施	8.18	87%	哥弟集团	15	Teenie Weenie	4.30	9%	锦鸿时装集团	25	yangeer/艳歌尔	2.98	新	网红个人IP品牌							
6	Say nono	8.02	61%	网红个人IP品牌	16	MO&Co./摩安珂	4.27	13%	EPO时尚集团	26	Koradior/珂莱蒂尔	2.98	57%	赢家时尚集团							
7	LANCY/朗姿	7.07	38%	朗姿集团	17	NicoleZhao	4.20	18%	网红个人IP品牌	27	ROMI STUDIO	2.96	236%	设计师品牌							
8	Marisfrolg/玛丝菲尔	4.86	38%	玛丝菲尔时尚集团	18	麦卡希妮	4.10	1%	产业带品牌	28	JNBY/江南布衣	2.96	84%	江南布衣集团							
9	我是摩羯	4.77	587%	网红个人IP品牌	19	BACKATONE	4.03	18%	网红个人IP品牌	29	GLORIA/歌莉娅	2.52	231%	原创品牌							
10	edition	4.69	16%	EPO时尚集团	20	WEIFANSHU/魏凡舒	3.92	120%	网红个人IP品牌	30	YINGMOMO/影某某	2.38	67%	网红个人IP品牌							

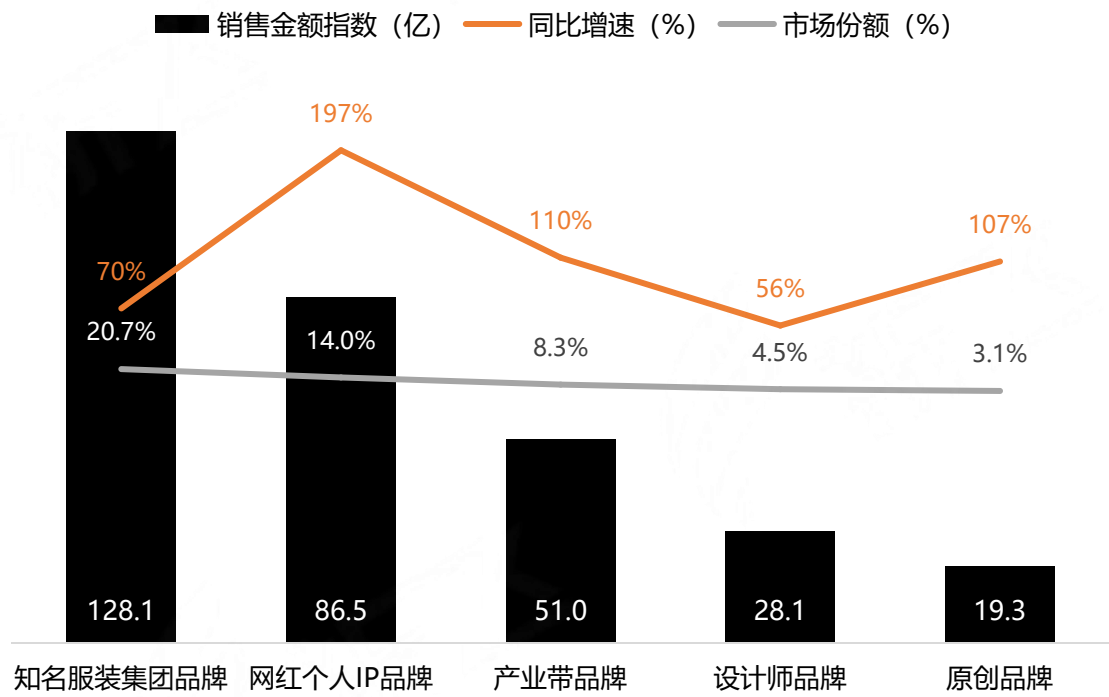
数据来源：巨量云图，统计时间：2023年1-12月，2022年1-12月。统计类目：服饰内衣/女装，中高端女装统计商品价格：1000元-10000元。竞争梯队按照2023年销售金额指数排序。

中高端女装市场竞争格局现状：

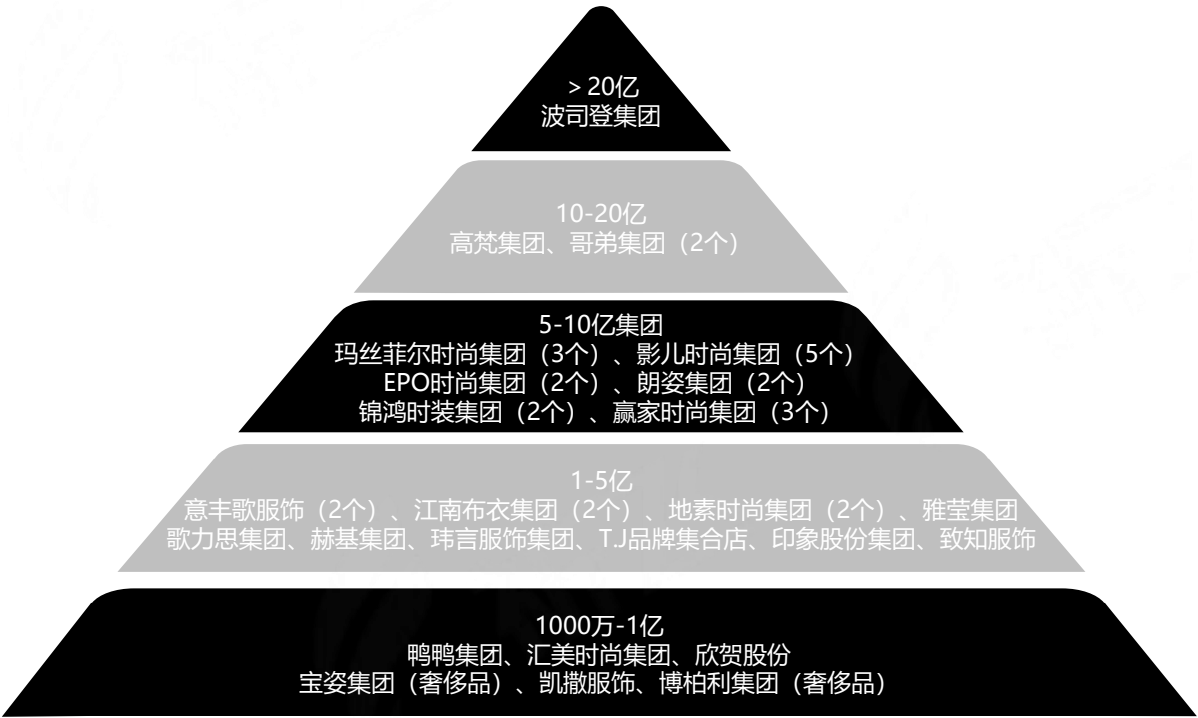
知名服装集团品牌市占率超2成，羽绒服品牌集团波司登为第一梯队品牌

- 2023年抖音中高端女装市场各类型品牌占比中，仍以知名服装集团旗下品牌为主，市场份额占比20.7%，排名第一；网红个人IP品牌排名第二，市场份额占14%，同比增速最快，超197%；产业带品牌、设计师品牌、原创品牌市场份额占比均低于10%，排名位列第三至第五
- 知名服装集团品牌竞争梯队分布中：**波司登集团排名第一**，主推波司登品牌，销售金额指数超20亿，同比增长131%，属于第一梯队；**高梵集团、哥弟集团属于第二梯队**，销售金额指数在10-20亿，同比增速分别为117%、90%；**第三梯队、第四梯队多以时装集团为主**，多品牌布局特点显著，如**玛丝菲尔时尚集团、影儿时尚集团**等；第五梯队中，除**宝姿、博柏利**两个奢侈品集团外，其余均为知名服装集团

2023年抖音中高端女装市场品牌类型占比



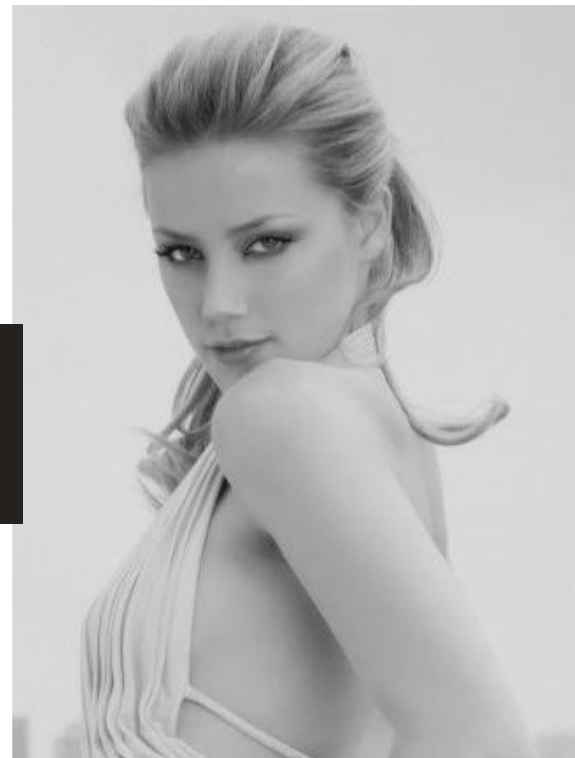
2023年抖音平台知名服装集团竞争梯队



数据来源：巨量云图，统计时间：2023年1-12月，2022年1-12月。统计类目：服饰内衣/女装，中高端女装统计商品价格：1000元-10000元。竞争梯队按照2023年销售金额指数排序。

Part Two

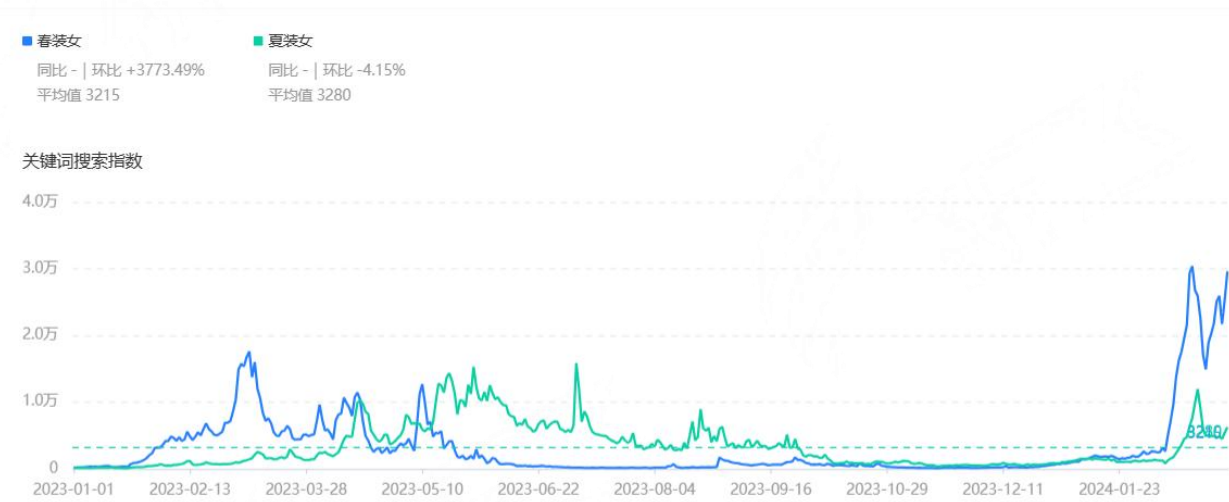
女装市场趋势洞察



女装市场“春夏”换装用户关注趋势： 换季先换装，2-3月春夏装关注度显著提升，国潮风大战欧美日韩风

- 抖音春夏女装关键词搜索指数趋势：春节后，用户就开始期待春天，2023年2月中旬关键词“春装女”搜索指数显著提升，3月达到高峰期，2024年同期搜索量高于2023年；2023年4月初，用户开始为夏天做换季准备，关键词“夏装女”搜索指数显著提升，并持续到9月中旬，2024年3月初用户就开始关注夏季换装了，搜索指数显著提升
- 抖音春夏女装核心穿搭风格主要以新中式国风（中式美学、中华风）、欧美日韩风（JK女孩、牛仔裤、学院风、美式辣妹穿搭、简约穿搭高级感）为主

抖音春夏女装关键词搜索指数趋势



数据来源：巨量算数，统计时间：2023年1月-2024年3月3日。

抖音春夏女装核心穿搭风格

春季

#中式美学服饰 #新中式穿搭有多绝 #国风穿搭
累计播放量30亿+

#你的JK女孩 #JK女孩上线
累计播放量27亿+

#中华风Lolita #lolita种草姬
累计播放量6亿+

#牛仔裤天花板 #牛仔裤的正确打开方式
累计播放量19亿+

夏季

#学院风穿搭 #可甜可盐的学院风穿搭指南 #
韩国女高学院风穿搭
累计播放量26亿

#简约又性感的辣妹穿搭 #美式辣妹穿搭
累计播放量49亿

#通勤穿搭 #职场通勤穿搭
累计播放量16.9亿

#简约风穿搭真是yyds #简约穿搭高级感
累计播放量23亿

数据来源：巨量算数，算数指数。《算数火种|火种科学追热点-春季刊 服饰/日化/亲子》，发布时间2024年3月4日。

女装市场“春夏”换装用户需求偏好： 裤子/短裤/连衣裙/牛仔产品最关注，追求高档/高级感，偏好小香风

➤ 抖音春夏女装市场搜索词排名中，用户购前搜索偏好品类词为主，品类词TOP10中**裤子、短裤、连衣裙**搜索人数最多，其它关键词有**裙子、外套、半身裙、马面裙**等，且用户更偏向从**直播间**来看款式，**女装直播、女装直播间**关键词搜索人数排名前十；品类词TOP11-20中，**牛仔短裤、牛仔裤、牛仔裙半身裙**关键词上榜，用户更偏好牛仔系列产品，其余品类词中**旗袍、飞鱼服**上榜，用户偏好国风相关产品。从风格词看，用户更追求**高档、高贵、高级感**，上榜关键词数量较多；**小香风、度假风、约会气质、国风**等相关风格的搜索人数较多，主要以**连衣裙**为主要搭配单品，其次是**外套、短袖、上衣、套装、衬衫**等

抖音春夏女装用户核心搜索TOP关键词

搜索词类型	搜索词 TOP20	搜索人数（指数）	搜索成交金额（指数）	搜索成交率	搜索词类型	搜索词 TOP20	搜索人数（指数）	搜索成交金额（指数）	搜索成交率
品类词	女装	23,509,811	32,891,310	1.84%	风格词	高贵上档次女装	20,370,108	11,361,749	0.83%
	裤子	21,894,369	115,701,443	6.01%		黄色战袍	19,810,822	1,642,567	0.10%
	短裤	20,304,598	54,635,328	5.07%		高档连衣裙	15,294,586	10,519,457	0.54%
	连衣裙	20,179,120	49,732,879	1.66%		小香风外套	7,240,418	5,020,493	0.50%
	女装直播	20,160,826	15,807,318	1.28%		两件套时尚套装	7,142,670	2,609,182	0.48%
	裙子	16,981,298	34,543,379	1.91%		穿搭	7,062,421	1,453,996	0.31%
	外套	14,152,343	23,519,377	1.60%		女士高档短袖	6,481,554	2,977,675	0.88%
	半身裙	13,091,562	14,161,767	1.62%		桑蚕丝连衣裙	6,208,763	4,453,971	0.35%
	女装直播间	12,597,809	3,941,077	0.56%		母亲节裙子	6,072,209	114,128	0.03%
	马面裙	10,092,728	17,577,050	0.85%		真丝桑蚕丝连衣裙	6,014,578	6,237,764	0.50%
	上衣	8,647,166	10,392,087	2.67%		约会气质裙子	5,986,067	3,715,853	0.71%
	吊带	8,595,693	12,759,445	3.64%		女士高档连衣裙	5,583,268	5,744,429	0.87%
	短袖t恤女	8,124,677	3,536,798	1.53%		海边度假连衣裙	5,402,423	3,181,743	0.73%
	牛仔短裤	8,091,884	8,818,483	1.76%		赫本风连衣裙	4,538,964	1,364,386	0.35%
	羽绒服	7,958,403	47,855,396	1.50%		高级感小众上衣	4,515,152	1,057,895	0.57%
	旗袍	7,039,188	12,173,938	1.01%		国风女装	4,183,242	2,774,068	0.46%
	牛仔裤	6,816,401	29,117,684	3.82%		洋气上档次裙子	4,052,346	5,020,065	1.40%
	短款上衣	6,791,820	1,813,594	0.88%		小香风套装	3,991,905	1,784,232	0.27%
	飞鱼服	6,517,239	56,381	0.01%		碎花裙	3,933,213	3,184,082	0.71%
	牛仔裙半身裙	6,133,132	6,471,709	1.51%		轻奢高级感衬衫	3,703,246	1,075,729	0.50%

数据来源：巨量云图，统计时间：2023年5月-8月，2024年2月-3月4日。统计类目：服饰内衣/女装。

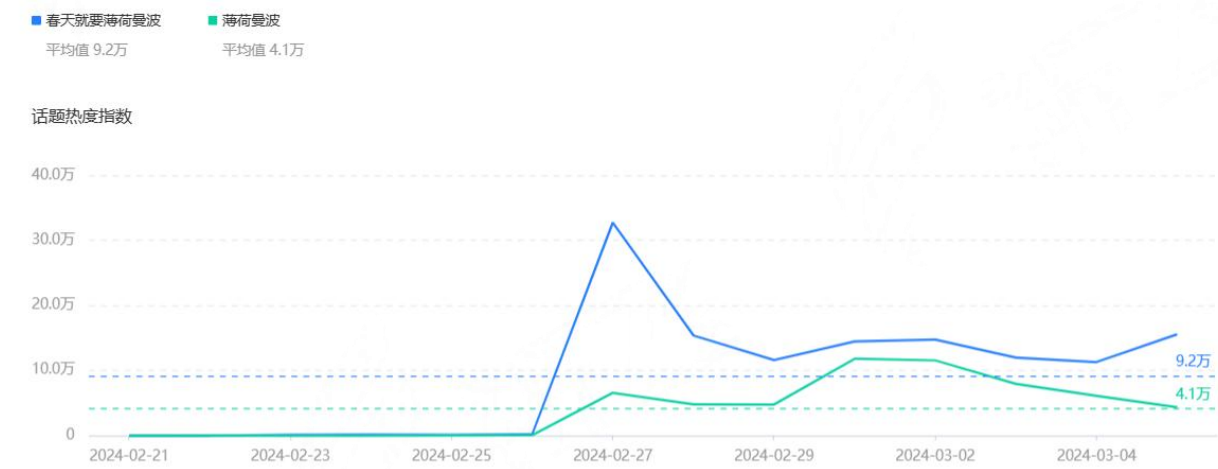
女装市场“春夏”换装用户购买偏好： 外套/套装/连衣裙为核心品类，“薄荷曼波”潮流引领早春穿搭新趋势

- 2024年近一周抖音热卖女装商品中，最热卖品类为**外套、套装、连衣裙**品类，核心风格以**国风/新中式、日常休闲风、简约气质风、法式时尚风、欧美复古风、优雅小香风**六大风格为主
- 近期抖音推出 2024 抖 in 新风潮春季穿搭趋势——「薄荷曼波」，**#薄荷曼波 #春天就要薄荷曼波** 话题指数显著上升，并保持较高热度

抖音2024春夏近一周热卖商品TOP品类

排名	品类	GMV (万元)	排名	品类	GMV (万元)	排名	品类	GMV (万元)
1	外套	7,234	11	上衣	580	21	旗袍	105
2	皮衣外套	4,032	12	休闲裤	486	22	卫衣外套	93
3	套装	1,756	13	毛呢大衣	404	23	吊带	82
4	连衣裙	1,739	14	半身裙	365	24	卫衣	77
5	风衣外套	1,305	15	短袖T恤	356	25	皮休闲裤	62
6	衬衫	1,217	16	短裤	249	26	卫衣连衣裙	46
7	西装外套	952	17	羊绒大衣	161	27	长袖T恤	45
8	马甲	871	18	西装连衣裙	136	28	防晒服套装	45
9	牛仔裤	745	19	西装裤	129	29	马面裙	42
10	针织衫	610	20	牛仔外套	127	30	衬衫连衣裙	42

抖音2024早春穿搭趋势话题指数——薄荷曼波



数据来源：祈飞BI数据，统计时间：2024年2月26日-3月3日，统计类目：服饰内衣/女装，中高端女装统计商品价格：1000元-10000元，统计TOP300个商品。

2024抖in新风潮穿搭趋势解读——薄荷曼波



智族GQ | 抖音商城 | 抖in 新风潮

绿色镂空毛衣针织衫
MO&Co./摩安珂

牛仔阔腿长裤
MO&Co./摩安珂

薄荷曼波

春天就要薄荷曼波

抖音搜索 薄荷曼波

点「商城」超值好物省心选

抖 @CC雨涵

趋势含义

「薄荷」——视觉化表达，象征着春天最新鲜的一抹绿，蕴含着无限生机和疗愈的力量

「曼波」——情绪化表达，则起源于南美流行的舞步，肆意起舞，冲破束缚，让内心自然流露

色调/元素

基础色调：薄荷绿/生命绿

搭配色调：低饱和、大自然色系，如淡蓝、淡黄、淡粉，柔和桃色、巧克力棕等

元素：户外元素、自然元素

面料/材质

丝绸、薄纱、亚麻、缎面、针织、真皮等

传达理念

以穿搭为介质，连接城市与自然，释放春日轻盈活力，尽情表达自我



2024春夏六大趋势风格：国风新中式

穿搭风格去繁就简、自由随性、简约大方、展现古典之美

➤ 复古风不断盛行迎来了新中式的热潮，东方传统美学在新一代消费群体中越演越烈。国风的神韵在于刺绣之工艺，将中国浪漫藏于细腻的笔触中，一针一线中赋予笔的灵魂，亦是对中国文化的敬意与传承，新中式通过大胆现代**极简的设计手法**，与**刺绣工艺相互融合**，极简中带有一丝丝奢华，刺绣工艺往往不会大面积的存在于服饰之中，而是在袖口、衣襟处加以点缀，融合新型的艺术书法，将刺绣与现代服装进行碰撞

核心场景	citywalk、日常出游	面料	缎面提花、香云纱、亚麻蚕丝、织锦
核心元素	钉珠、刺绣、提花盘扣	色系	白色、黑色、绿色、彩色、藏青色、银色



外套



套装



上衣



半身裙



马面裙



2024春夏六大趋势风格：法式浪漫风

穿搭风格温柔低调有气质、简约重剪裁、舒适度高

➤ 法式浪漫风结合甜美的轻盈天丝提花、浪漫化纤、柔美的醋酸纤维结合法式田园风格，趋势偏向于**精致甜美**，**舒适浪漫**，充满治愈式幸福和希望的色彩。乐观交织实用、户外和仲夏园艺，共筑别致而轻奢的假日新风貌。法式浪漫风整体给人**慵懒、有风情、放松、自然**的感觉。这个风格追求欧洲崇尚的古典希腊的典雅端庄美，服饰造型追求自然柔美的感觉，又仙又贵气，充满法式甜美气息，温柔可爱，充满浪漫少女气息

核心场景

上班通勤、日常出游

面料

蕾丝、针织、网纱、桑蚕丝、针织、雪纺

核心元素

V领、荷叶边、镂空、泡泡袖、碎花、木耳花边

色系

白色、绿色、卡其色、蓝色、暖色调



连衣裙



衬衫



风衣外套



针织衫



半身裙



2024春夏六大趋势风格：极简休闲风

穿搭风格简单干净、合身合适、轻松愉快、注重氛围

➤ 极简休闲风是极简主义的影子，也是松弛感穿搭的一种。**低饱和、去繁就简是极简休闲风的核心**，体现出一种干净清爽的感觉；全身衣服往往只用两种颜色，最简单的方式就是在上下身做出颜色区别。极简休闲风也需要一点穿搭的层次感，比如将针织衫随意搭在肩膀上，或者短款背心和T恤搭配一条西装裤，再外搭一件衬衫，从松紧和长短上分别打造层次感。低调的无logo款也是极简休闲风穿搭的灵魂，避开张扬的个性款式，质感可以通过面料和剪裁体现

核心场景	上班通勤、日常出游	面料	皮质、双面呢、真丝、针织
核心元素	短款、圆领、V领、微喇叭	色系	黑白色、灰色、卡其色、米白色、大地色、咖色等



2024春夏六大趋势风格：优雅小香风

穿搭风格优雅从容显气质、低调高贵显内涵、大方得体

➤ 小香风是一种经典的时尚风格，它以简约、优雅、精致为特点，深受女性喜爱。小香风的设计非常简约，通常只有几个简单的线条和细节，但却能让整个服装显得非常精致。**小香风的服装通常选用优质的面料，如丝绸、羊毛等**，这些面料柔软舒适，具有很好的质感。在小香风的穿搭中，最常见的就是套装。一套小香风套装可以让人看起来更加干练、优雅。套装的颜色通常以黑色、白色等基础色为主，这些颜色非常百搭，适合各种场合

核心场景	citywalk、日常出游	面料	丝绸、羊毛、粗呢、针织、雪纺
核心元素	格纹、单排扣、粗花、圆领、钩边	色系	黑色、白色、蓝色、绿色、粉色、彩色



外套



针织衫



衬衫



夹克



休闲牛仔裤



2024春夏六大趋势风格：新城市运动风

穿搭风格体现专业、轻松自在、充满活力

➤ 新城市运动风在美式复古的基础上，融合户外潮流与休闲运动的特征，最大的特点就是**偏中性、不限年龄，男女都可以穿**。整体看起来自由洒脱、年轻活力、桀骜不驯。人们可以通过穿衣展示个人对于某个运动的支持和喜爱，也能够增强他们的归属感和认同感。还有通过各个运动各个元素延伸出来的服装，设计上也非常时尚和具有创意，吸引了中年年轻人的目光。这种风格也是当今的一种社交符号，在同好之间打造共同话题和兴趣爱好，并有助于建立社交网络

核心场景	户外运动、日常出游	面料	纯棉、亚麻、真丝等
核心元素	连帽、圆领、宽松、拉链	色系	黑色、白色、粉色、浅绿色、棕色、深蓝色等



T恤



短裤



卫衣



休闲裤



阔腿裤



2024春夏六大趋势风格：性感辣妹风

穿搭风格突出身材曲线、显高显瘦、露肤度高、焕发魅力

➤ 性感辣妹风风格选择适当露肤，把锁骨、胸口和腿部暴露出来，突出腰线线条，让它成为视觉焦点。选择**紧身短款上衣突出身材曲线线条**，修饰身形，增加美感。选择宽松的上衣，遮住臀部和胯部，再搭配迷你裙或短裤，营造出显高显瘦显腿长的效果，迅速焕发精致魅力

核心场景	约会度假、日常出游	面料	纯棉、针织、皮质等
核心元素	一字肩、无袖、镂空、修身版型等	色系	黑色、白色、粉色、等



吊带



背心



抹胸裙



短裙

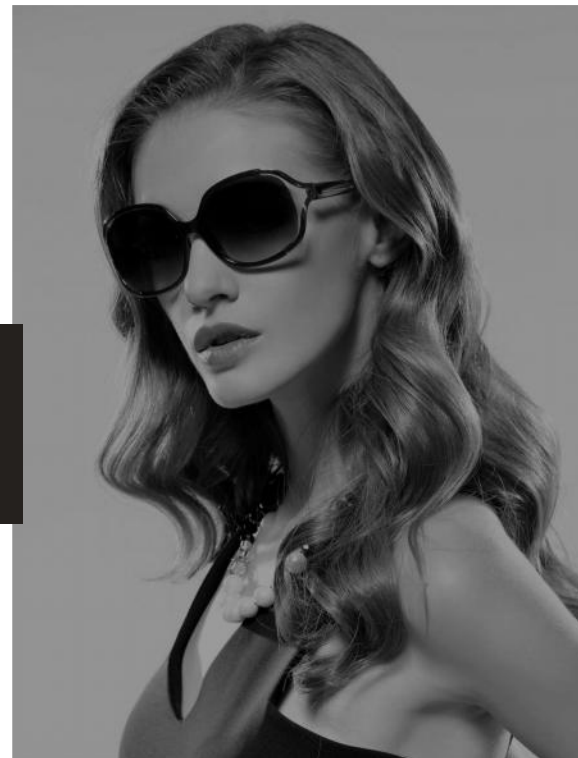


连衣裙



Part Three

女装品牌典型案例



AMASS/阿玛施：

个体店带货占比超6成，热卖单品为裤子/连衣裙/毛针织衫/衬衫

- 带货店铺数量及GMV分布：阿玛施抖音带货店铺超230个，品牌官方旗舰店带货贡献占比较低，仅占1%，集团品牌哥弟2个旗舰店带货贡献占比达到18%，阿玛施旗舰店带货贡献占比仅2%；个体店数量和带货贡献占比最高，GMV占比超65%
- 热卖品类：裤子、连衣裙、毛针织衫、衬衫为最热卖品类，销售额均超亿元；件单价超千元的品类有连衣裙、衬衫、短外套、毛呢外套、西装、棉服，毛呢外套件单价最高，超2500元
- 近30天热卖单品：仍以外套、裤子为主，主打休闲、百搭等风格，品牌面向核心目标用户为有个性、有品位的白领阶层

阿玛施带货店铺及TOP10品类分布

带货店铺		数量	GMV占比
官方旗舰店		1	1.08%
旗舰店	阿玛施品牌	3	2.00%
	哥弟品牌	2	18.12%
专卖店		25	12.85%
个体店		199	65.86%

TOP10品类	销售额（万元）	销量（万）	件单价
裤子	27800	34.4	809.67
连衣裙	17500	14.5	1209.97
毛针织衫	15500	21.8	709.35
衬衫	13700	13.6	1002.98
短外套	9474	7.3	1306.64
毛呢外套	8891	3.4	2592.27
西装	8728	7.3	1192.87
T恤	7407	13.4	553.76
半身裙	6933	8.7	798.93
棉衣/棉服	6789	2.9	2368.36

数据来源：祈飞BI数据，统计时间：2023年1-12月。统计类目：服饰内衣/女装。

阿玛施抖音近30天热门商品TOP10



AMASS/阿玛施春款休闲复古宽松收腰牛仔衣外套



AMASS/阿玛施通勤时尚气质立领花边修身T恤短袖女



AMASS/阿玛施通勤百搭双排扣轻职场时尚气质西装外套



AMASS/阿玛施夏季休闲百搭松紧带直筒亚麻长裤



AMASS阿玛施春款风衣



AMASS/阿玛施[美式休闲裤]百搭松紧高腰垂感直筒长裤气质黑色



AMASS/阿玛施早春圆领暗黑美学长袖显瘦遮肉女装连衣裙女



AMASS/阿玛施 新中式复古气质百搭修身黑色透气外套



AMASS/阿玛施经典通勤气质四粒扣直身版修身时尚西装套装



AMASS/阿玛施-新款女装休闲百搭宽松版长袖双口袋工装外套

数据来源：祈飞BI数据，统计周期：近30天，统计时间：2024年3月6日。

AMASS/阿玛施： 蓝V账号/官方旗舰店账号入驻超3年，蓝V短视频以穿搭类型内容为主

- 阿玛施品牌蓝V账号开通商品橱窗，直播场地为线下实体店，以“三八好物节”为主题，核心面向职场人群进行带货；阿玛施官方旗舰店直播场地为室内，场景主题为“新年焕新”，置景较为简单，主题不突出，2个账号入驻抖音平台均超过3年，账号运营效果不佳，近7天直播场均在线人数均低于50
- 阿玛施品牌蓝V账号短视频内容类型主要以穿搭类为主，包括户外街拍、店内直播切片等内容，主推风格以日常通勤风、美拉德风、千金小香风等为主

品牌蓝V账号&官方旗舰店账号

@阿玛施 AMASS
(粉丝：42.5万)



近7天直播数据：
直播场次：10场
场均在线：36人
场均GMV：14.8万

@阿玛施AMASS官方旗舰店
(粉丝：3.8万)



近7天直播数据：
直播场次：11场
场均在线：8人
场均GMV：1.6万

品牌蓝V账号短视频内容类型——@阿玛施 AMASS

#早春氛围感穿搭



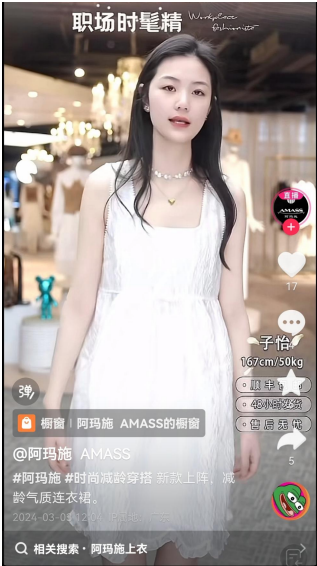
从穿衣搭配延伸出来的
不同生活状态

#新中式穿搭



诠释古香古色的东方美学

#时尚减龄穿搭



时尚源于细节，精致是生活
状态的样子

Marisfrolg/玛丝菲尔：

官旗店带货占比超4成，热卖单品为连衣裙/羽绒服/毛呢外套/毛针织衫

- 带货店铺数量及GMV分布：玛丝菲尔2023年抖音销售额约5.2亿元，带货店铺仅4个，品牌官方旗舰店带货贡献占比接近45%，2个品牌旗舰店带货贡献占比超51.64%，个体店带货贡献占比仅3.67%
- 热卖品类：连衣裙最热卖，销售额超1.6亿元，其次是羽绒服、毛呢外套、毛针织衫、裤子；件单价超2000元的品类有羽绒服、毛呢外套、短外套、风衣、皮草，皮草件单价最高，超4000元
- 近30天热卖单品：以连衣裙、衬衫为主，主打优雅、时尚等风格，品牌面向核心目标用户为优雅、知性的熟龄女性

玛丝菲尔带货店铺及TOP10品类分布

带货店铺		数量	GMV占比
官方旗舰店		1	44.70%
旗舰店	玛丝菲尔	1	28.90%
	Marisfrolg玛丝菲尔女装	1	22.74%
个体店		1	3.67%

TOP10品类	销售额（万元）	销量（万）	件单价
连衣裙	16700	8.6	1930.49
羽绒服	9731	3.6	2687.47
毛呢外套	8412	2.6	3180.51
毛针织衫	3252	2.7	1190.98
裤子	2656	2.1	1216.78
T恤	1966	2.5	796.38
衬衫	1674	1.4	1191.84
短外套	1589	0.7	2293.59
风衣	1391	0.7	2025.03
皮草	1278	0.3	4045.32

数据来源：祈飞BI数据，统计时间：2023年1-12月。统计类目：服饰内衣/女装。

玛丝菲尔抖音近30天热门商品TOP10

Marisfrolg

AMarisfrolg玛丝菲尔休闲复古春季设计师时尚宽松裤子

[真丝开衫]上衣春夏新款简约气质百搭显瘦黑针织开衫

Marisfrolg

Marisfrolg玛丝菲尔衬衣24春时尚休闲黑色百搭简约衬衫

【AUM/噢姆夏季裙子纯色百搭紫色时尚休闲设计师连衣裙

【[幽兰墨玉]玛丝菲尔夏季薄荷曼波静奢风小黑裙子连衣裙

Marisfrolg

【非定义外套】玛丝菲尔新款上衣女外套时尚休闲针织外套

【2024新款】Marisfrolg玛丝菲尔运动夏季简约短袖套装

Marisfrolg

[能量黑裙] Marisfrolg玛丝菲尔法式连衣裙

Marisfrolg

Marisfrolg/玛丝菲尔连衣裙春夏粉色宽松时尚蕾丝裙子

Marisfrolg

Marisfrolg玛丝菲尔【斑斓蝴蝶】格雷系围裹式连衣裙

数据来源：祈飞BI数据，统计周期：近30天，统计时间：2024年3月6日。

Marisfrolg/玛丝菲尔：

旗舰店运营效果优于官方旗舰店，官旗短视频内容以品宣内容为主

- 玛丝菲尔品牌官方旗舰店直播场地为室内，场景空间较少，以“GO!去春天里”为主题进行带货；玛丝菲尔旗舰店直播场地为室内，主题为“连衣裙品类日”进行带货。官方旗舰店入驻超5年，运营效果不佳，近7天直播场均在线人数低于50人；旗舰店入驻超1年半，运营效果优于官方旗舰店
- 玛丝菲尔品牌官方旗舰店账号短视频内容类型主要以海报宣传为主，包括品牌宣传、商品宣传等内容，主推风格以优雅通勤风、日常休闲风、轻奢千金风等为主

官方旗舰店账号&旗舰店账号

@Marisfrolg玛丝菲尔官方旗舰店
(粉丝：28.5万)



近7天直播数据：
直播场次：26场
场均在线：37人
场均GMV：11.3万

@Marisfrolg玛丝菲尔旗舰店
(粉丝：22.8万)



近7天直播数据：
直播场次：27场
场均在线：86人
场均GMV：35.8万

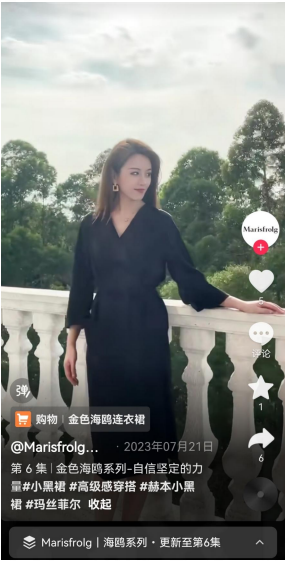
品牌官方旗舰店账号短视频内容类型——@Marisfrolg玛丝菲尔官方旗舰店

#新能量黑裙



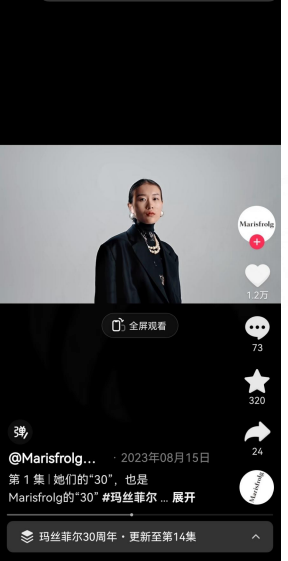
呈现出女生的力量感，让原本就显贵的黑裙子又升级了几个档次

#海鸥系列



金色海鸥系列：夏季高级感穿搭小黑裙

#玛丝菲尔30周年



三十周年时装大秀

EDITION:

官旗店带货占比超4成，热卖单品为羽绒服/连衣裙/裤子/毛呢外套

- 带货店铺数量及GMV分布：edition2023年抖音销售额约6亿元，带货店铺仅8个，品牌官方旗舰店带货贡献占比较高，占比46.8%，5个旗舰店带货贡献占比超50%，个体店带货贡献占比仅3.94%；
- 热卖品类：羽绒服为最热卖单品，销售额超1亿元，其次是连衣裙、裤子、毛呢外套、西装等品类；件单价超千元的品类有羽绒服、连衣裙、毛呢外套、西装、毛衣、短外套，短外套件单价最高，超2000元
- 近30天热卖单品：以裤子、连衣裙为主，主打通勤、休闲等风格，品牌面向核心目标用户为职场女性

edition带货店铺及TOP10品类分布

带货店铺		数量	GMV占比
官方旗舰店		1	46.80%
旗舰店	女装	1	25.45%
	服饰奥莱	1	14.12%
	服饰配件	1	11.33%
	奥莱	1	1.97%
	服饰	1	0.33%
个体店		2	3.94%

TOP10品类	销售额（万元）	销量（万）	件单价
羽绒服	10600	6.2	1721.83
连衣裙	9045	7.0	1294.62
裤子	8505	10.9	781.33
毛呢外套	7256	3.7	1946.82
西装	6144	4.2	1454.64
毛衣	5479	5.2	1063.08
衬衫	3265	4.3	758.57
毛针织衫	3261	4.1	797.82
短外套	2218	1.1	2012.47
半身裙	1687	1.8	940.56

数据来源：祈飞BI数据，统计时间：2023年1-12月。统计类目：服饰内衣/女装。

edition抖音近30天热门商品TOP10



edition醋酸连体裤女夏时尚镂空露腰背带连体衣



edition春款高腰直筒西装女垂感裤黑色显瘦休闲裤长裤



【商场同款】edition女绅士西装女春款腰带款西装外套



【商场同款】edition假两件羊毛西装连衣裙女



【商场同款】edition春西装式短款醋酸衬衫通勤女



edition围裹绑带连衣裙女老花白色茶歇裙



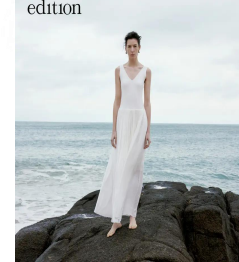
edition新款上衣女新中式粗花呢毛边别致小衫



【商场同款】edition宽腰头微喇开衩长裤女冬显瘦裤子



【梦颖专属】edition风衣女无袖收腰风衣



edition2024夏新款连衣裙女度假风针织拼接背心连衣裙

数据来源：祈飞BI数据，统计周期：近30天，统计时间：2024年3月6日。

EDITION: 官方旗舰店运营效果由于女装旗舰店，官旗短视频内容以穿搭类型为主

- edition品牌官方旗舰店账号直播场地为线下实体店，以“3.8盛典，女王焕新”为主题，核心面向职场女性进行带货；edition女装旗舰店直播场地为室内，场景主题为“3.8好物节”。edition品牌官方旗舰店账号入驻抖音平台超过5年，edition女装旗舰店入驻超过3年，官方旗舰店运营效果略优于女装旗舰店
- edition品牌官方旗舰店账号短视频内容类型主要以穿搭类为主，包括职场穿搭、明星同款、直播切片等内容，主推风格以职场通勤风和日常休闲风为主

店铺直播账号风格

@edition官方旗舰店 (粉丝: 45.4万)



近7天直播数据:
直播场次: 30场
场均在线: 42人
场均GMV: 15.5万

@edition女装旗舰店 (粉丝: 24.6万)



近7天直播数据:
直播场次: 27场
场均在线: 21人
场均GMV: 7.6万

品牌官方旗舰店账号短视频内容类型——@edition官方旗舰店

#职场通勤穿搭



聚焦职场女性的独立精神与知性能量，创作全日式摩登通勤着装

#主播频道



主播出境增加粉丝信任度及粘性

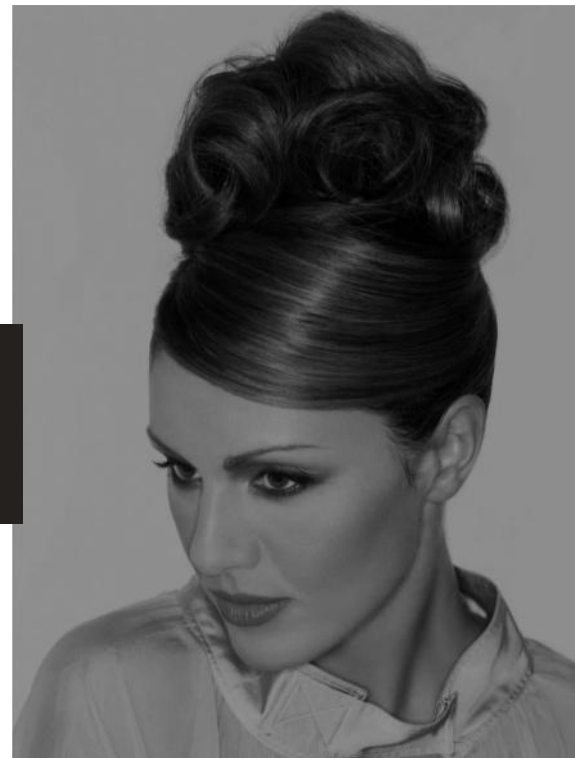
#明星同款



邀请明星进行种草，增加短视频流量

Part Four

女装市场趋势总结



女装市场趋势总结：

3月（38妇女节春上新）

4月（清明节）

5月（五一劳动节）

6月（618大促）

色彩趋势

以低饱和、大自然色系为核心，薄荷绿、柔和桃、雪葩蓝、棉花糖粉、香蕉黄、维他命橙、草莓红、冰灰色、奶茶米色、糖白、金属银、亮光黑

抖in新风潮

#春天就要薄荷曼波

时尚防晒趋势发布

这！就是中国好T恤

公主的100条连衣裙

品类活动

510中国品牌消费节（国货品牌）

成熟品类

连衣裙、裤子、T恤、衬衫、套装/学生校服/工作制服、短外套

机会品类

皮衣、毛针织衫、风衣、羽绒服、羊毛棉服

马甲、婚纱/旗袍/礼服、唐装/民族服装/舞台服装、半身裙、背心吊带

西装、中老年女装、派克服

THANKS



关注公众号
获取更多数据分析报告



扫码加微
合作交流