

2023年

中国中高端女装 消费洞察报告

2023年3月

Mob研究院 × 知衣科技联合出品



Contents

01

中国中高端女装市场研究

02

中国中高端女装消费增长力分析

03

中国中高端女装品类流行趋势

01

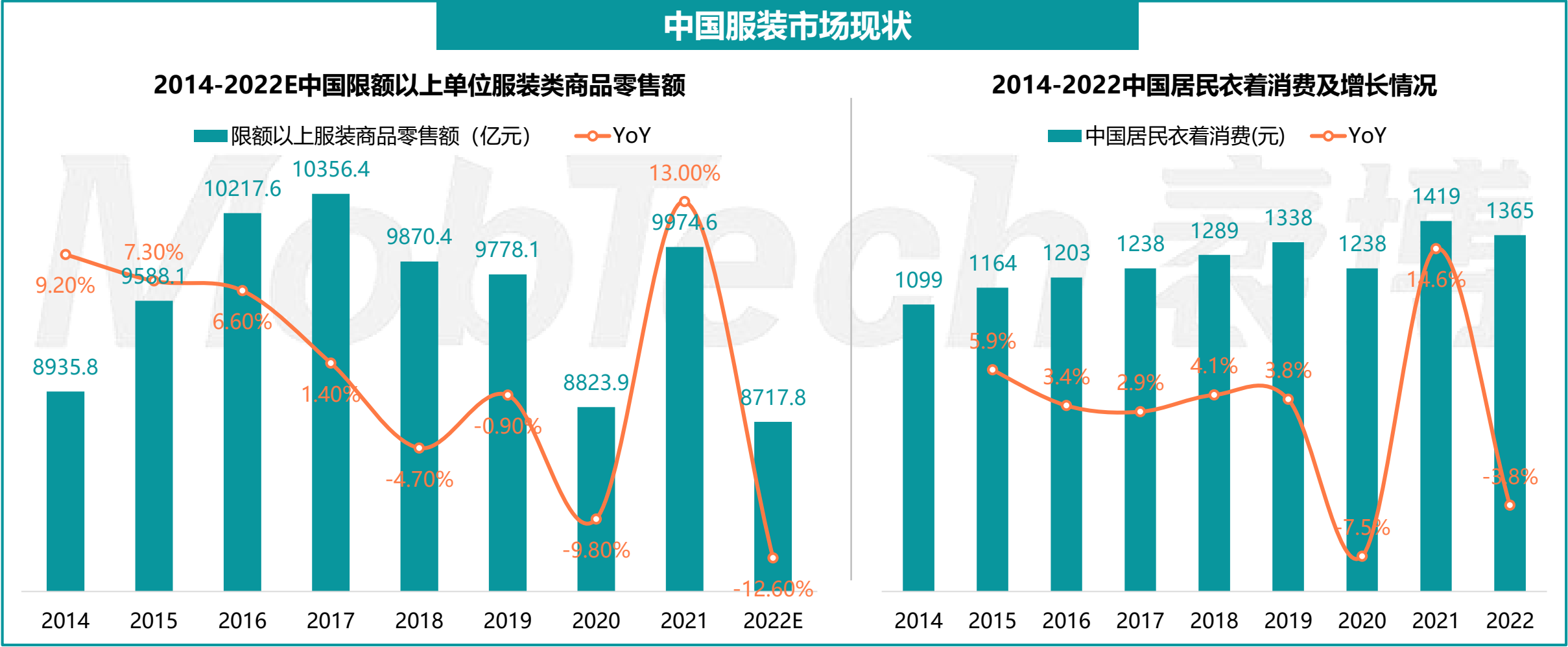
Part one

中国中高端女装 市场研究



中国服装市场稳步恢复，已进入常态化发展周期

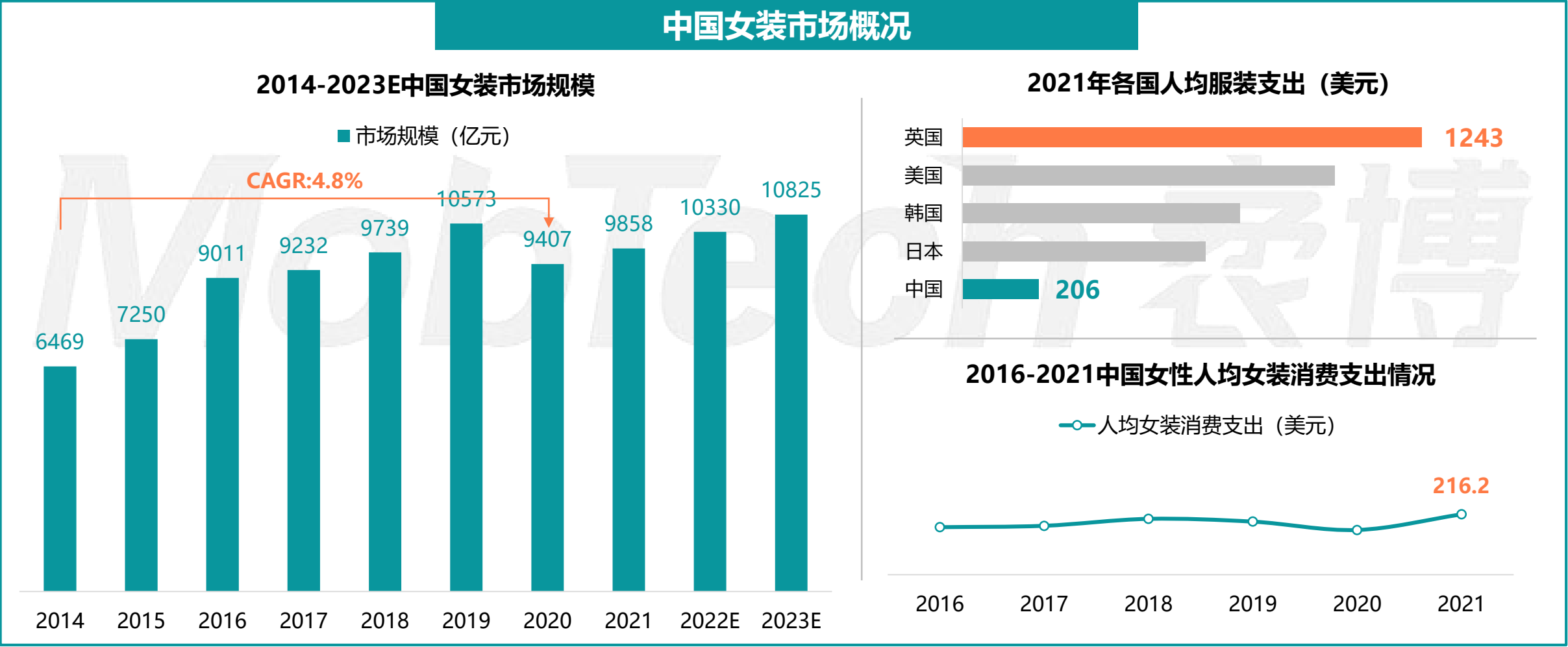
服装市场经过4年稳定增长后，由于全球经济增速放缓、供应链、疫情等因素影响进入波动期，随着政策调控、经济复苏以及技术突破等推动下，预计将进入恢复性、常态化发展周期



Source: 公开资料, Mob研究院整理绘制

与欧美国家相比，中国女装市场仍有较大上升发展空间

中国女装市场规模在2019年已达万亿，后虽稍有回落，仍有望在2022年重回万亿市场。而人均服装消费支出远低于欧美国家，未来随着女性职业化水平及对服装要求的不断提升，女装市场未来可期



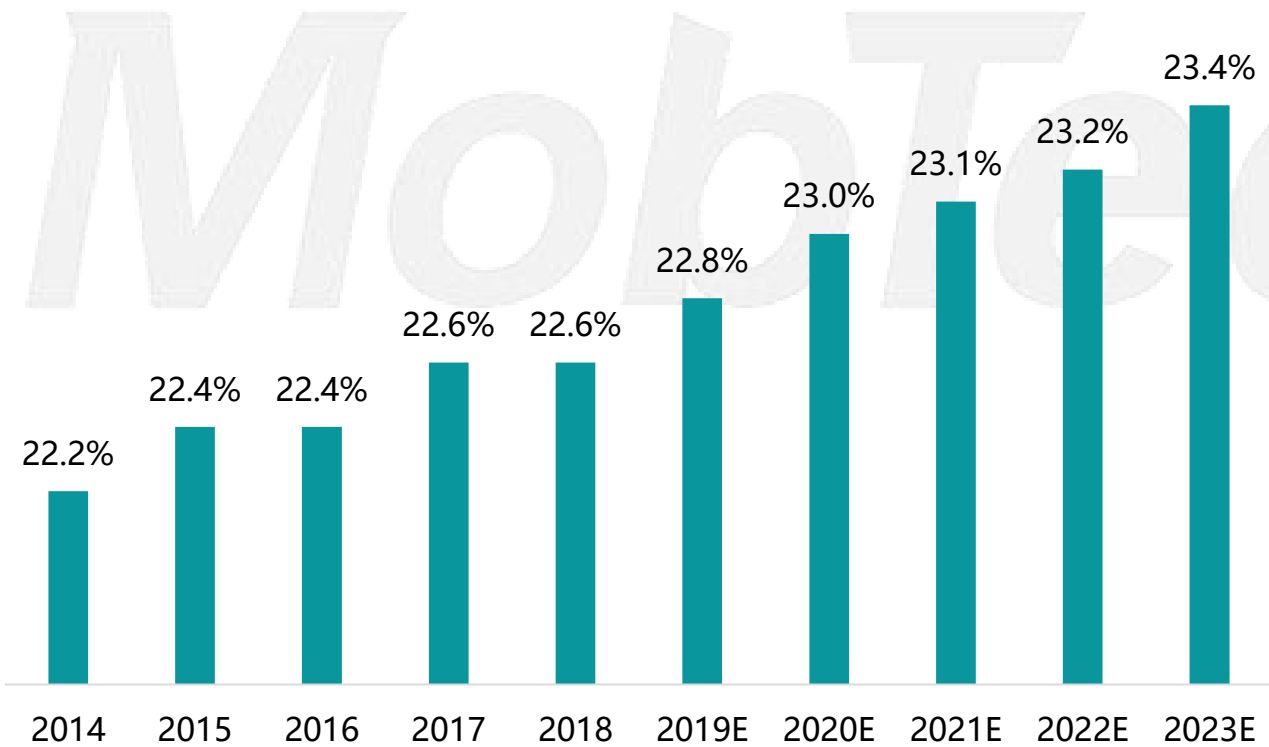
中高端女装规模增速明显，近九成消费者选择在线上渠道完成购买

随着消费者对服装的质量、款式要求不断提升，中国中高端女装占比不断上升且市场增速明显，预计在2023年，中高端女装零售额占整体女装市场比例将达到23.4%

中国中高端女装市场规模发展趋势

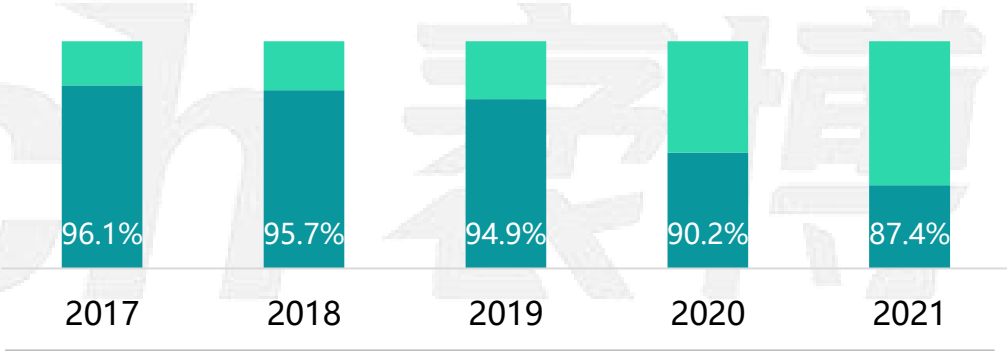
2014-2023E中高端女装市场规模占比情况

■ 中高端女装零售额占女装市场百分比

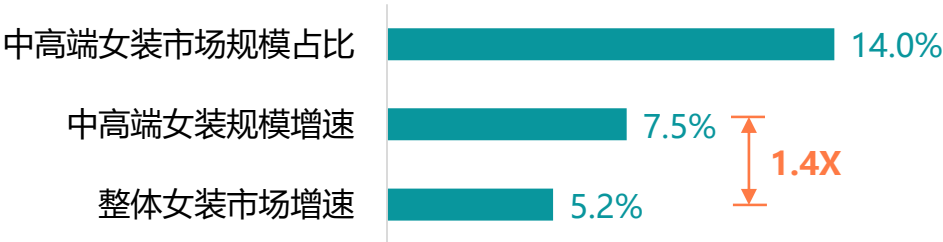


2017-2021中国中高端女装线上线下渠道销售情况

■ 线上 ■ 线下

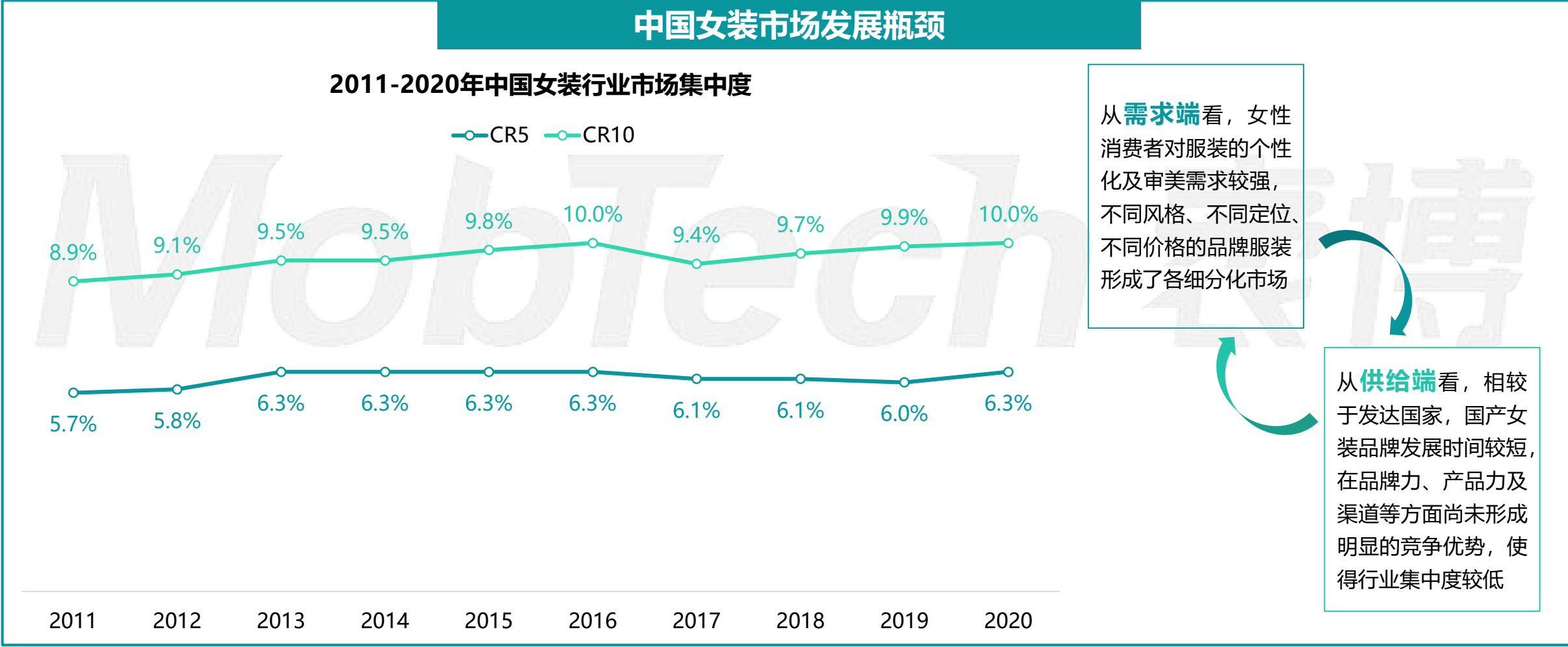


2020年中国中高端女装市场规模及增速



女装行业集中度低，中高端女装头部企业存在发展良机

我国女装行业集中度虽呈现上升趋势，但提升速度缓慢，仍处于较低水平。而中高端女装企业正在积极通过外拓内延等方式推动产业发展，筑起产品、品牌、渠道的护城河



Source: 公开资料，Mob研究院整理绘制

外拓：出海营销，服饰电商赛道的又一风口

国内多家女装品牌净利下滑明显，业绩承压，亟需寻找突破口。与此同时，我国服装出口在2021年高基数的基础上继续保持较快增长，呈现出较强发展韧性，服饰电商出海营销正当时

国内市场VS出口市场

国内市场

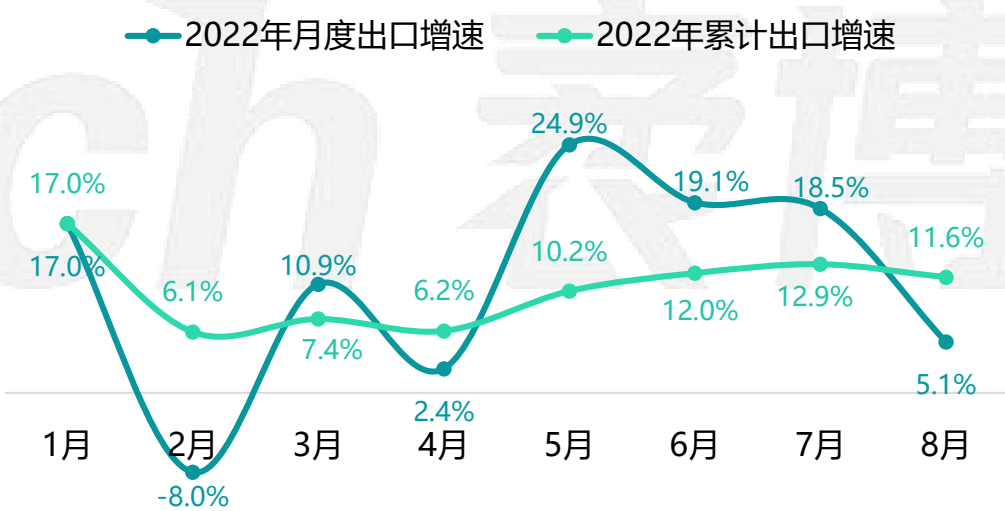
2022年国内零售电商行业情况



根据国家统计局官网发布的数据，截止2022年4月份，全国网上零售总额8572亿元，同比2021年同期的9545亿元，**下降10.2%**，多家品牌服饰营收大幅度下降。

出口市场

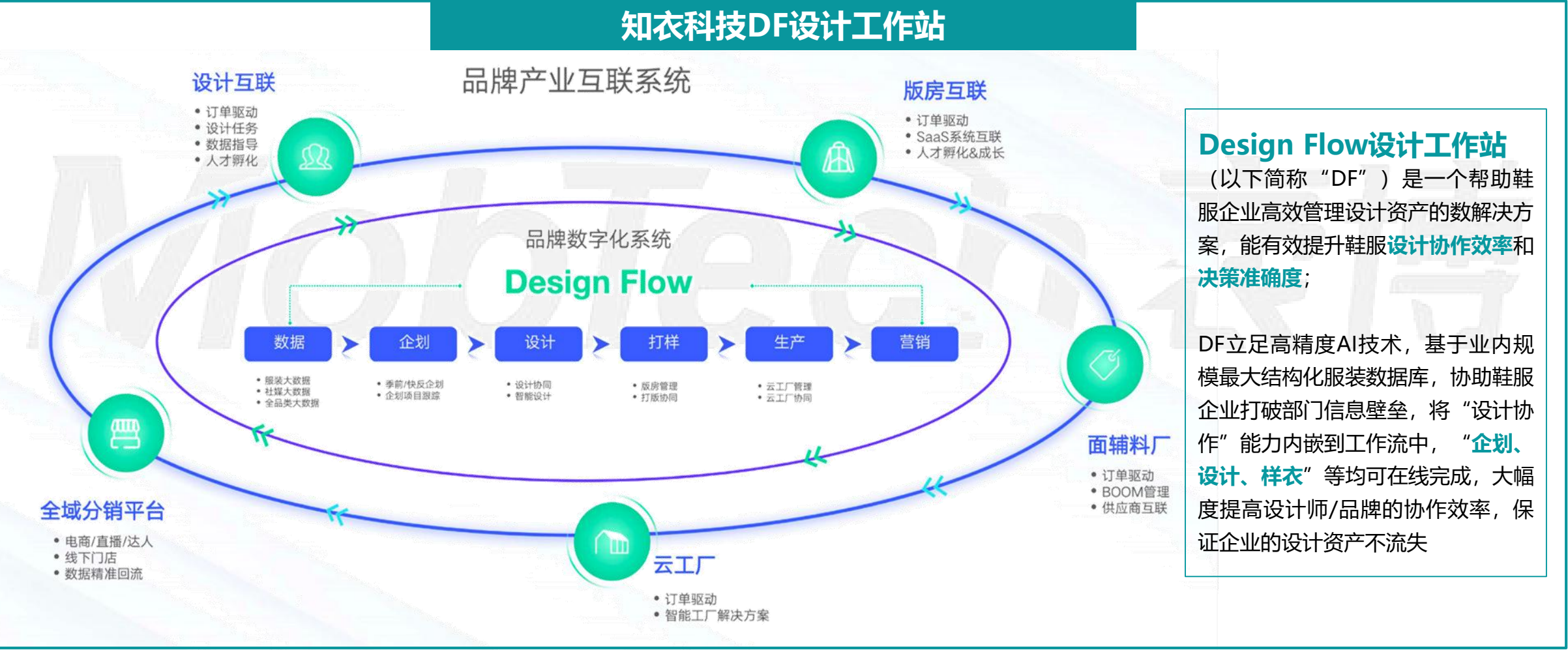
2022年1-8月我国服装及衣着附件出口情况



2022年 我国服装出口在2021年高基数的基础上继续保持较快增长，呈现出较强发展韧性。2022年1-8月，我国累计完成服装及衣着附件出口额达1180.34亿美元，**同比增长11.6%**

内延：数智赋能，让服装产业“从Excel时代迈入智能互联时代”

服装企业通过AI智能图像生成、柔性生产、私域流量分析等数字化技术的应用，在设计、生产、营销和品牌等多领域重塑服装行业，突破行业发展瓶颈



02

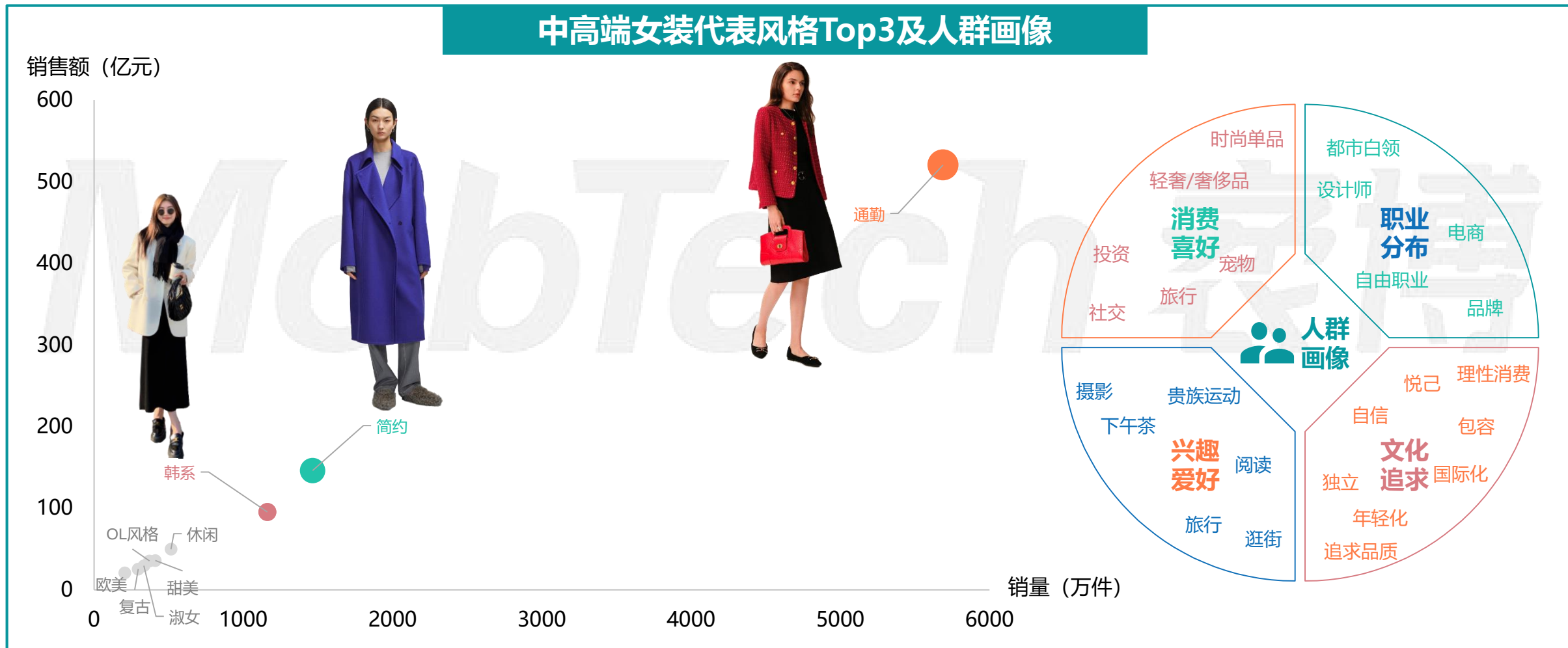
Part two

中国中高端女装 消费增长力分析



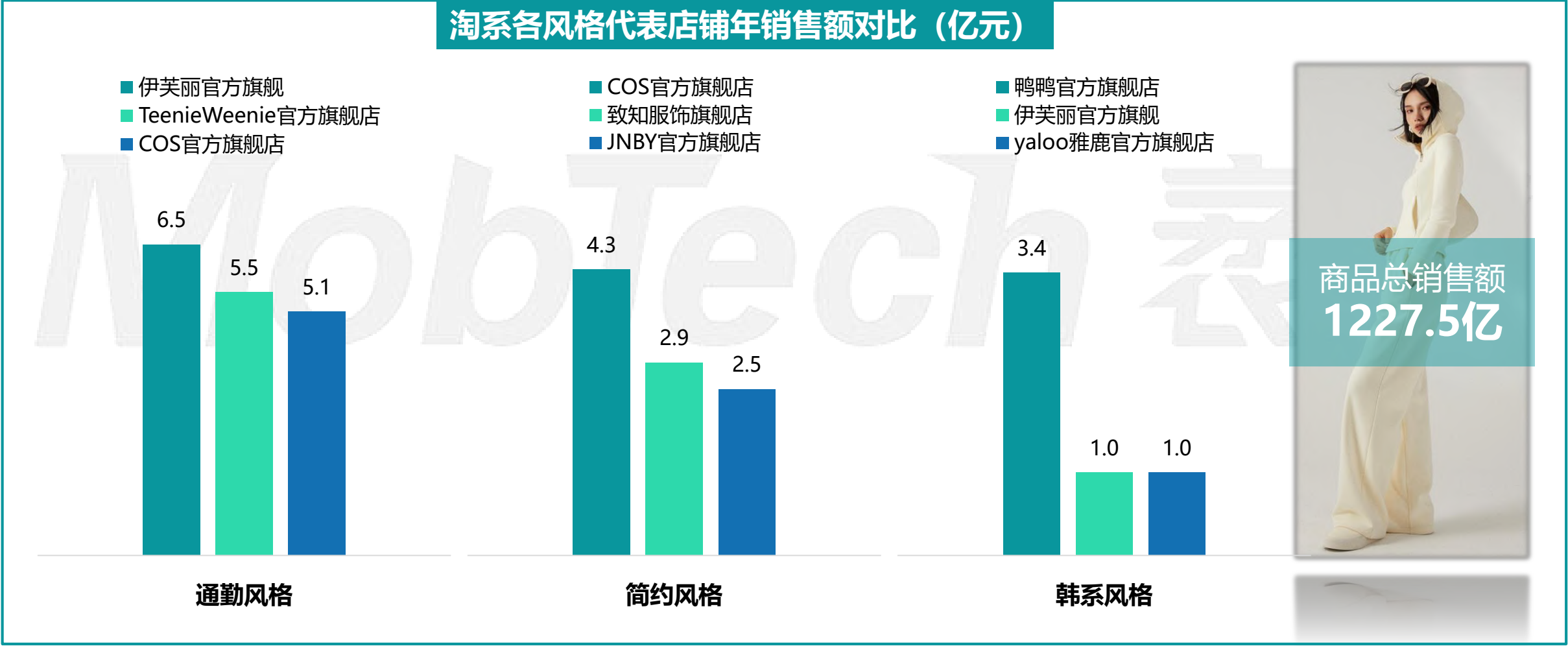
风格偏好：中高端女装消费人群青睐通勤、简约和韩系风格

通过对不同风格服饰的销售情况进行对比可以看出，通勤、简约和韩系风格名列前三，其中，通勤占比最高，消费人群多为白领、设计师等职业，崇尚悦己、独立，对品质生活有所追求



品牌偏好：差异化、多元化需求显著，品牌集中度较低

虽然淘系平台通勤、简约和韩系头部店铺的年销售额均已破亿，但在销量最高的通勤风格中，销售额排名TOP1的店铺仅占总销售额的0.5%，可见中高端女装品牌集中度较低



Source: 知衣科技, Mob研究院整理绘制

通勤

通勤风：时尚OL既美又飒，优雅气质小香风外套是标配

商务休闲、户外以及优雅是中高端消费客群的核心诉求，户外风和通勤OL风的融合，在现代都市女性中受欢迎程度也逐渐提高。其中，小香风外套和风衣是OL们的衣橱必备单品

『通勤』主要风格及消费者需求

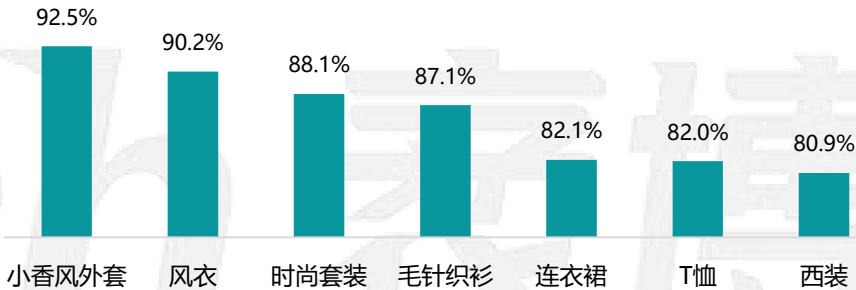


主要风格

商务休闲、户外通勤、法式优雅

- 通勤风格的中高端女装客群瞄准都市白领和拥有自己事业的独立女性，她们既追求办公室内的优雅气质，又对通勤途中的户外功能性服装有所需求。因此，户外风与通勤OL风的融合，在现代都市女性中受欢迎程度逐渐提高

主要品类



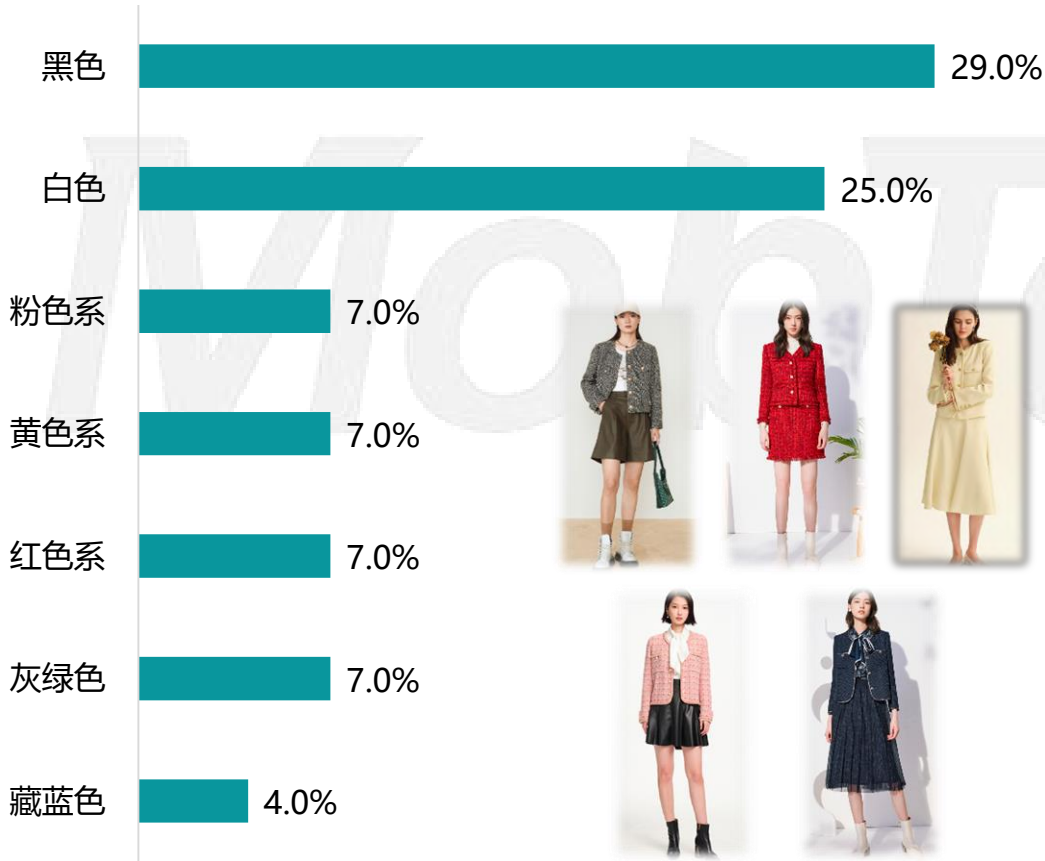
消费者需求



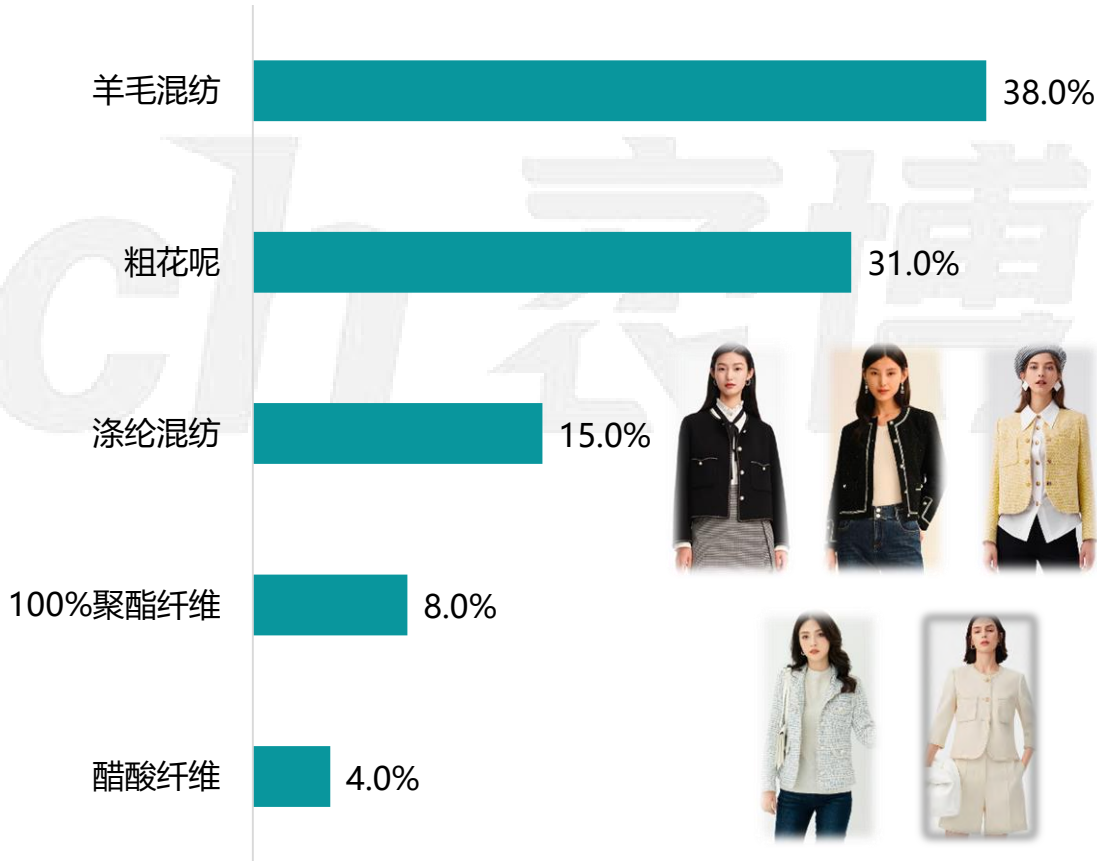
单品偏好：人间香奈儿，黑白经典小香风高级又知性

小香风在秋冬永远不会缺席，黑白经典色尤其受偏爱，灰绿色、中国红、浅黄色和粉色系也是关键色彩；面料方面，羊毛混纺、粗花呢是被应用最多的关键面料，销量总占比近七成

『小香风外套』消费人群色彩偏好



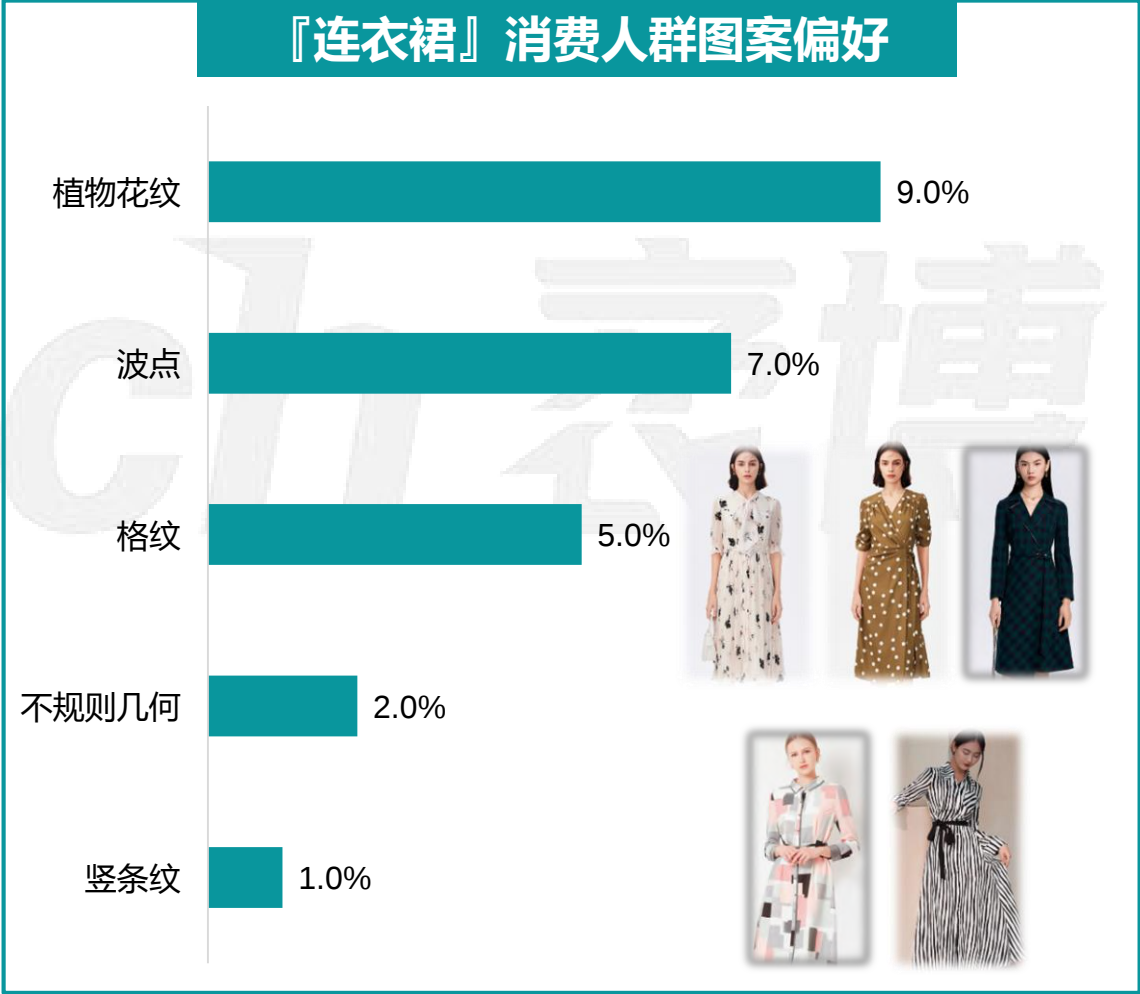
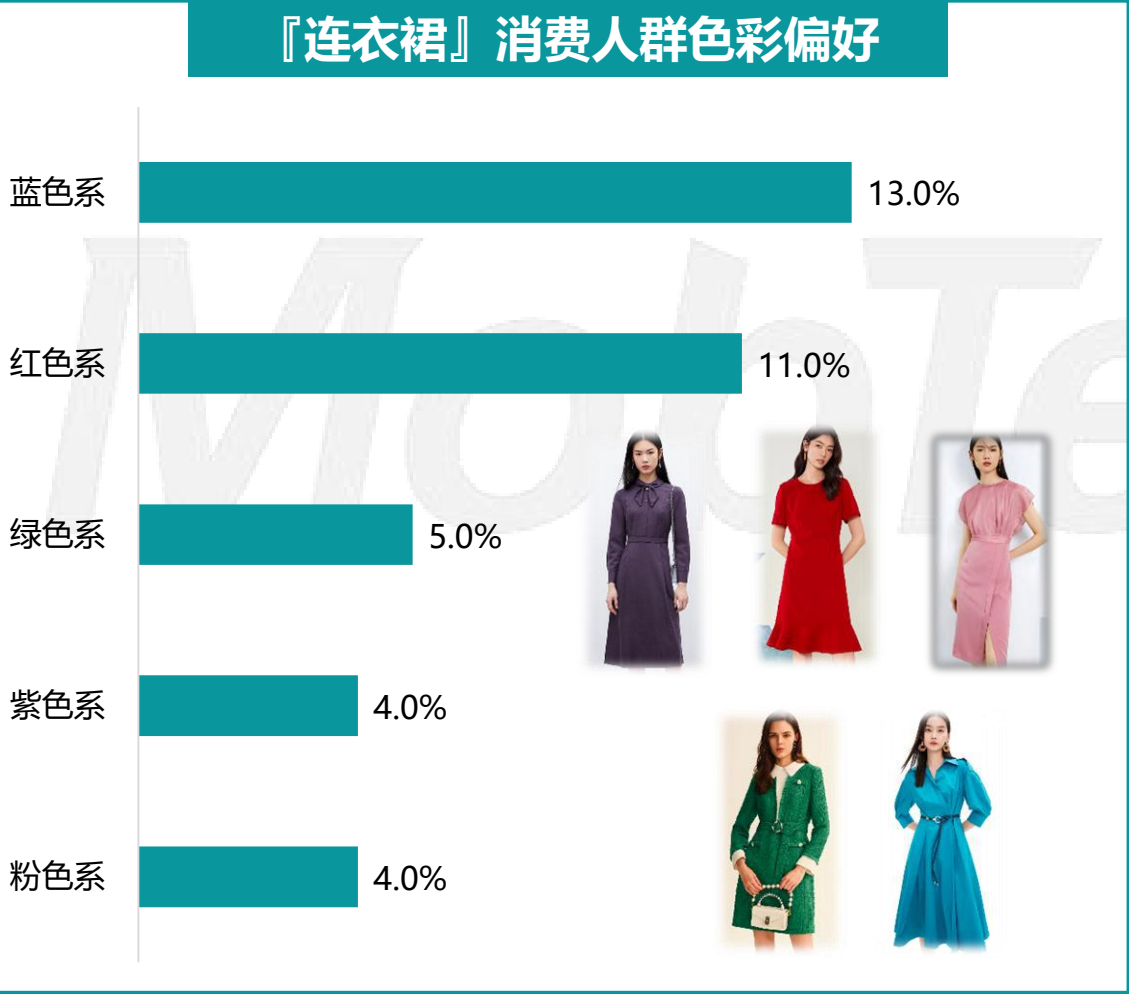
『小香风外套』消费人群面料偏好



Source：知衣科技，Mob研究院整理绘制

单品偏好：红蓝花纹连衣裙，御姐范儿十足，穿出“嫂系天花板”

蓝色和红色是该风格下连衣裙的两大关键色彩，分别占总销量的13%和11%；植物花纹是最受追捧的图案元素，其次是经典的波点/波纹/斑点，分别是9%和7%

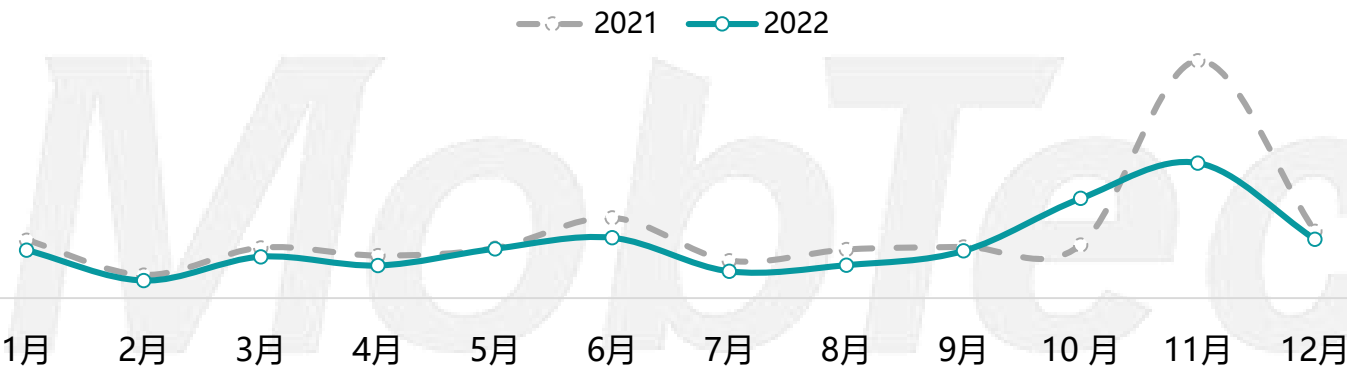


高销品牌销售分析：通勤人群偏爱毛呢外套和连衣裙，双11销量猛增

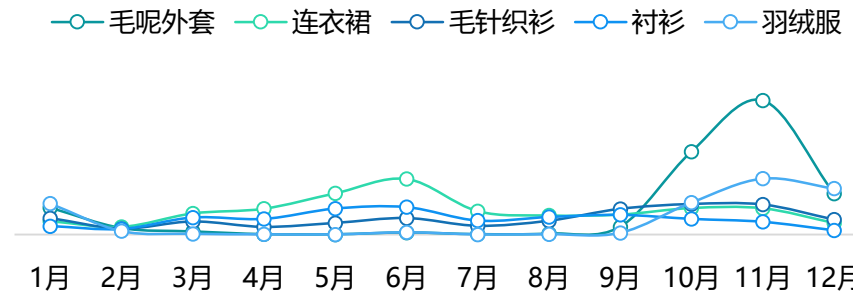
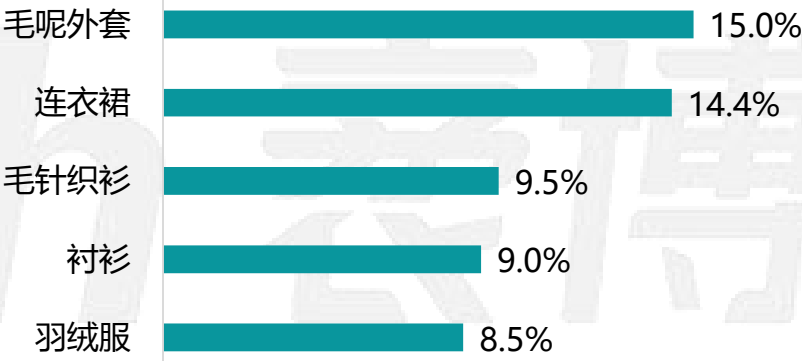
整体来看，店铺销量在11月增幅较大，受电商双十一促进作用明显；细分品类中，连衣裙和毛呢外套分别是夏季和冬季的销量冠军

『通勤』风格高销店铺销售额情况

2021-2022伊芙丽官方旗舰店销售情况

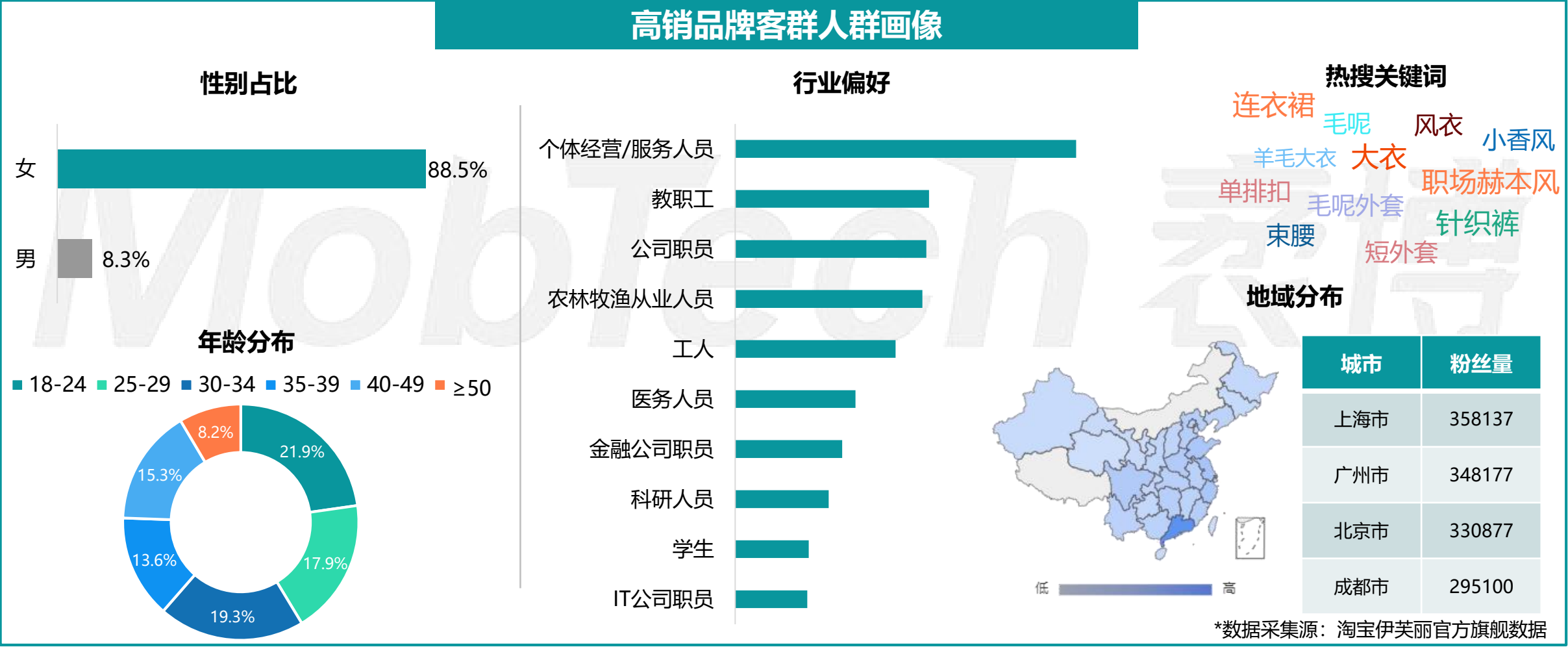


伊芙丽官方旗舰店细分品类销售情况及排名



高销品牌客群洞察：年轻都市职员为主，主要集中在北上广等一线城市

通勤风格消费人群年龄分布中，以34岁以下年轻职员为主，主要集中在上海、广州和北京等职员较密集的城市，有着较好的文化和职业背景



简约



简约风：崇尚舒适极简，毛针织衫配休闲裤尽显优雅

崇尚简约的消费人群并不需要多样而繁复的剪裁和拼搭，往往只是删繁就简，就能搭配出高级而充满个性张力的感觉。毛针织衫和休闲裤是她们最钟情的搭配单品

『简约』主要风格及消费者需求

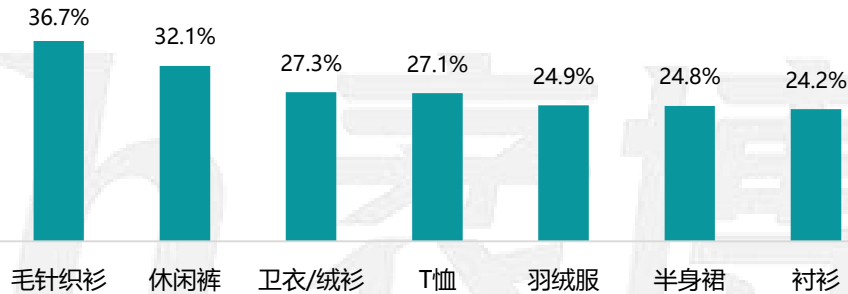


主要风格

舒适极简、摩登优雅、知性休闲

- 将简单、高级、有个性完美融入进穿搭中，裁剪利落、解构主义明显，色彩简介大方，尤以纯色为主。主要材质为天然纤维、棉质府绸衬衣

主要品类



消费者需求



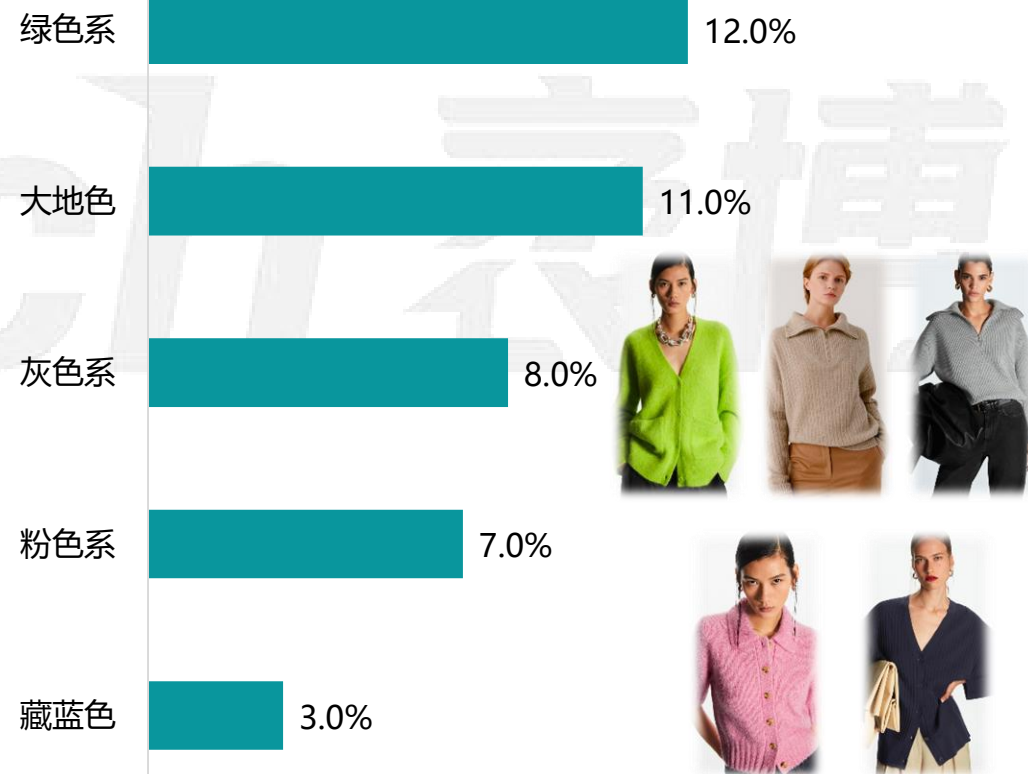
单品偏好：V领针织开衫，轻熟优雅风拉满，精致又得体

圆领H版型和V领中长款开衫是最畅销的两大款式；简约风格的畅销款毛针织衫中，除了黑白色系之外，占比最高的是绿色系，占比12%，其次是大地色，占比11%

『毛针织衫』消费人群款式偏好



『毛针织衫』消费人群色彩偏好



单品偏好：百搭随性的九分休闲裤，轻松打造气质咖

修身小脚裤和直筒九分裤是简约风格中最畅销的两种风格，占比均为14%；颜色方面，除了最适销的黑色系，白色是占比第二的色系，占12%，主要受到职场气质女性的青睐



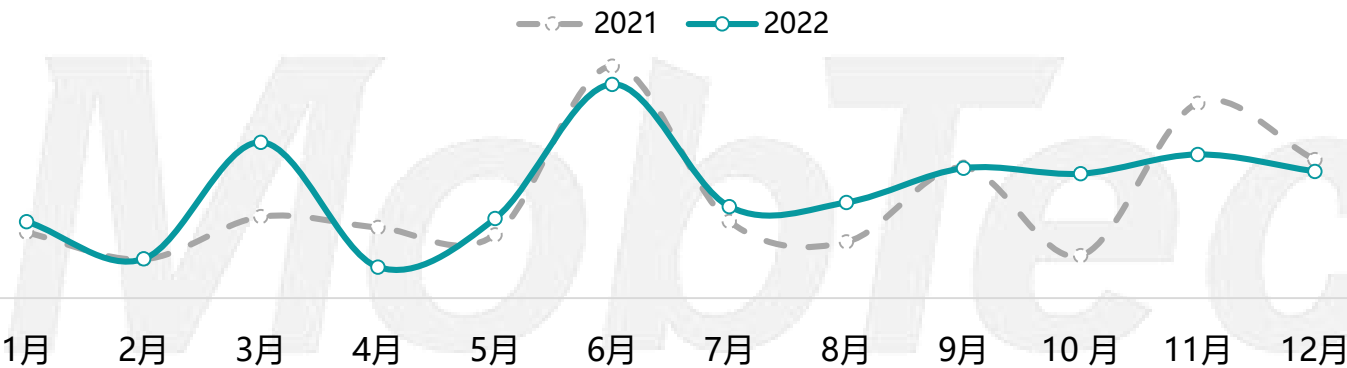
Source：知衣科技，Mob研究院整理绘制

高销品牌销售分析：连衣裙、毛针织衫是换季必囤高频穿搭单品

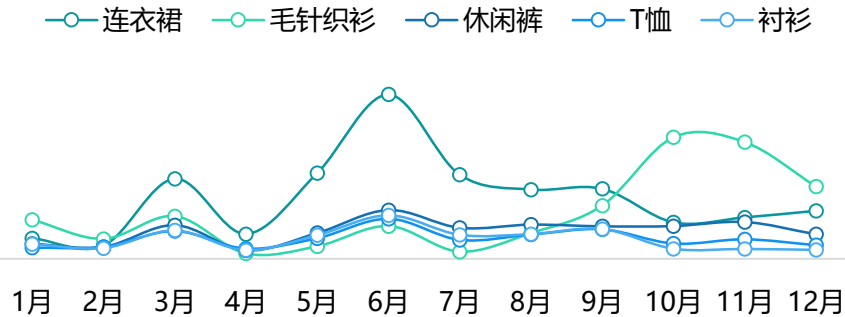
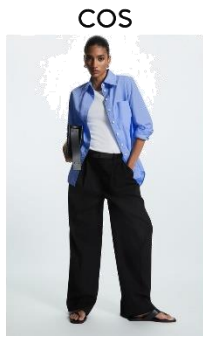
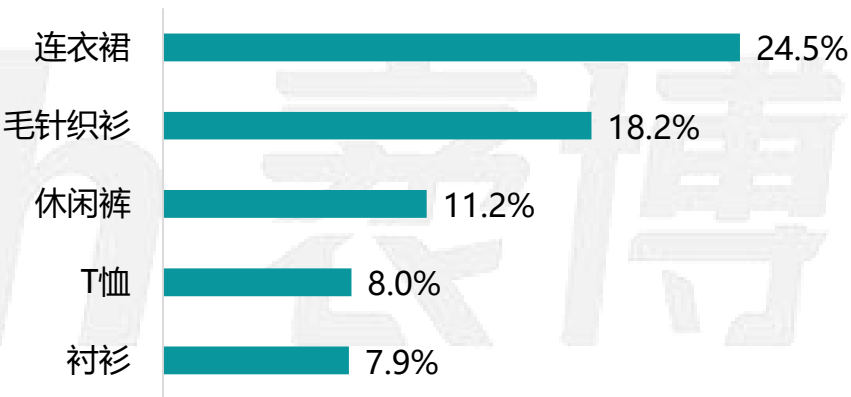
简约女装的销售情况受季节更替影响较大，在春季、夏季销量都有大幅增长，而连衣裙和毛针织衫分别为夏季和冬季畅销单品

『简约』风格高销店铺销售额情况

2021-2022COS官方旗舰店销售情况

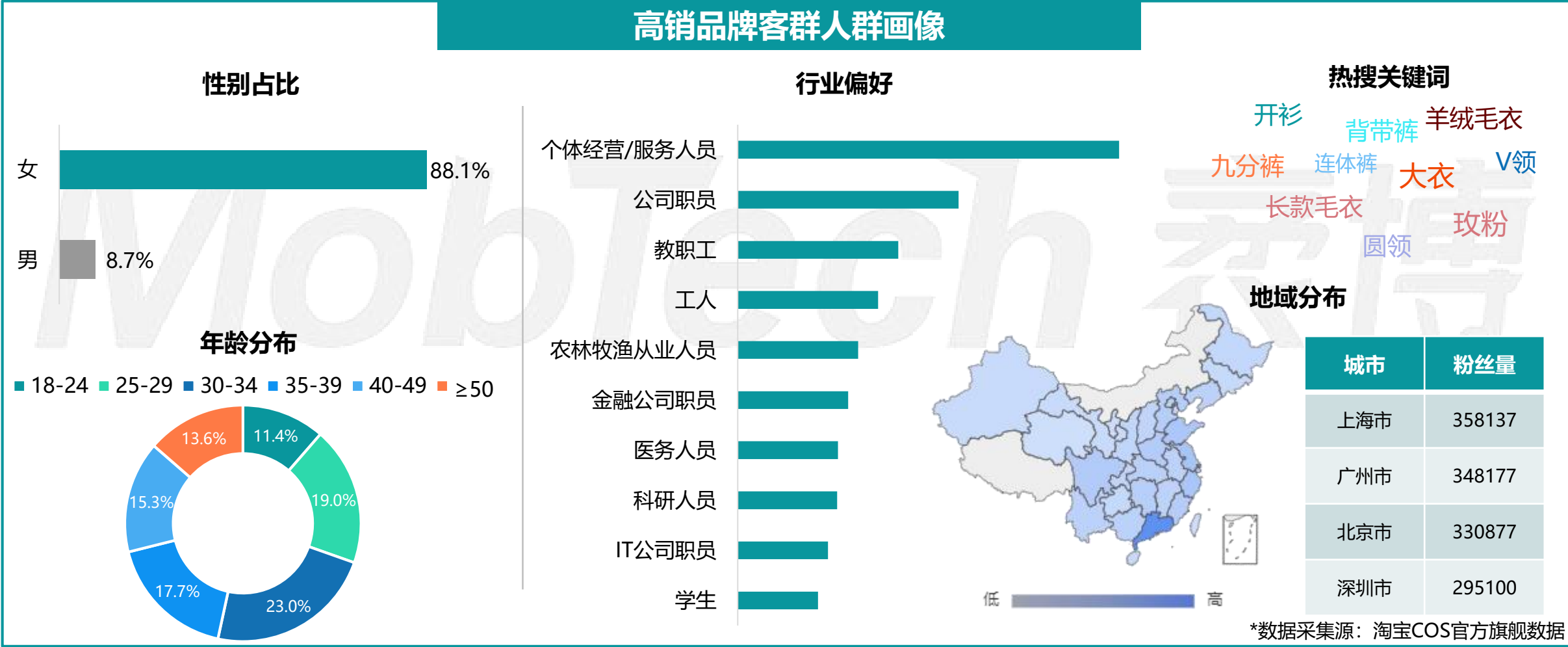


COS官方旗舰店细分品类销售情况及排名



高销品牌客群洞察：轻熟女更爱简约风，省时省力的“懒人穿搭术”

简约风格消费人群年龄主要分布于25-34岁，简洁利索的设计，百穿且不容易出错，更受工作忙碌的个体经营者和上班族们的喜爱



韩系



韩系风：百变大咖，甜酷、辣妹、少女。。。总有一款适合你

韩系风格爱好者们可甜可酷，追求时尚、爱好穿搭，无论是干练、优雅还是温婉都能轻松拿捏，牛仔裤是他们最爱的单品，占比近六成

『韩系』主要风格及消费者需求

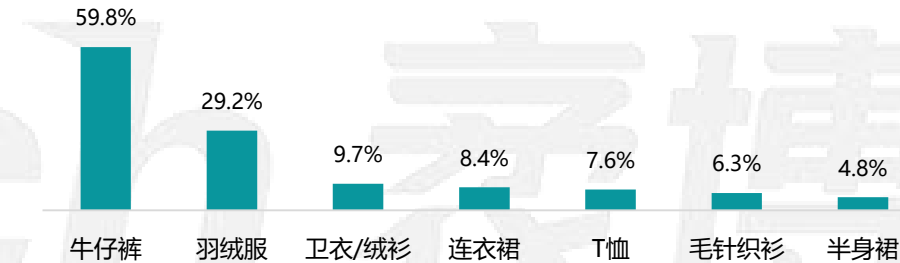


主要风格

甜酷、辣妹、学院、Studios、千金、少女

- 韩系风格众多，且搭配后风格明显，能较大化的凸显时尚、精致。其中偏OL风格的韩系穿搭打扮清新、知信气质，在秋冬女装类型占比较大；而少女、辣妹等穿搭元气活泼、可爱青春，适合时尚爱好者

主要品类



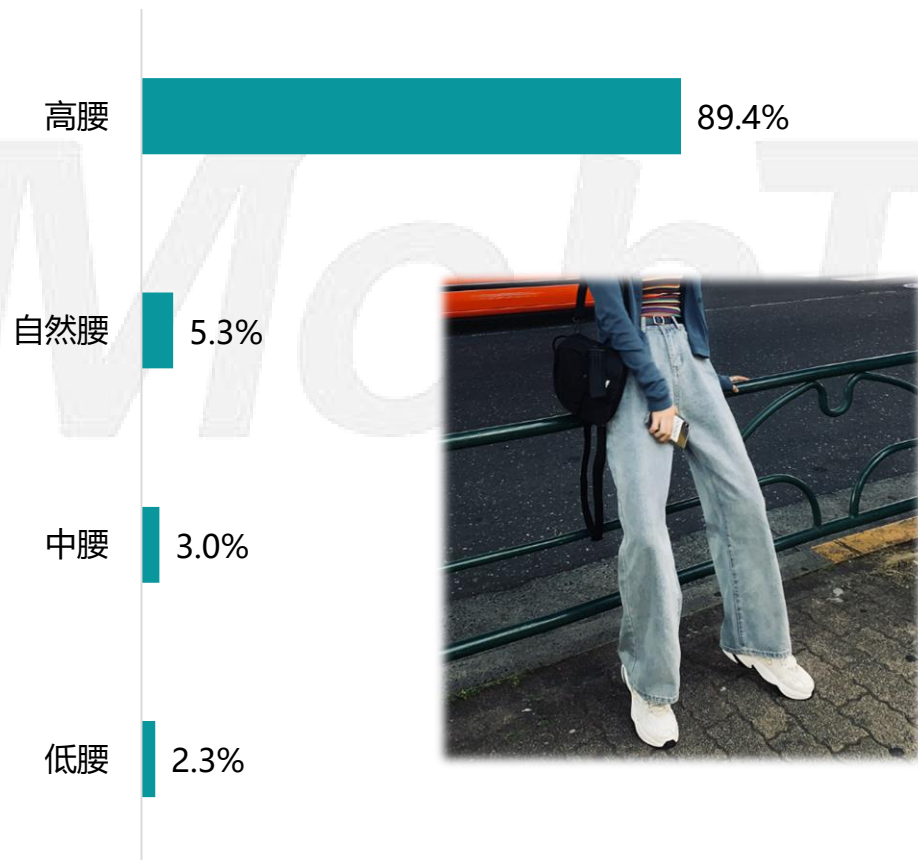
消费者需求



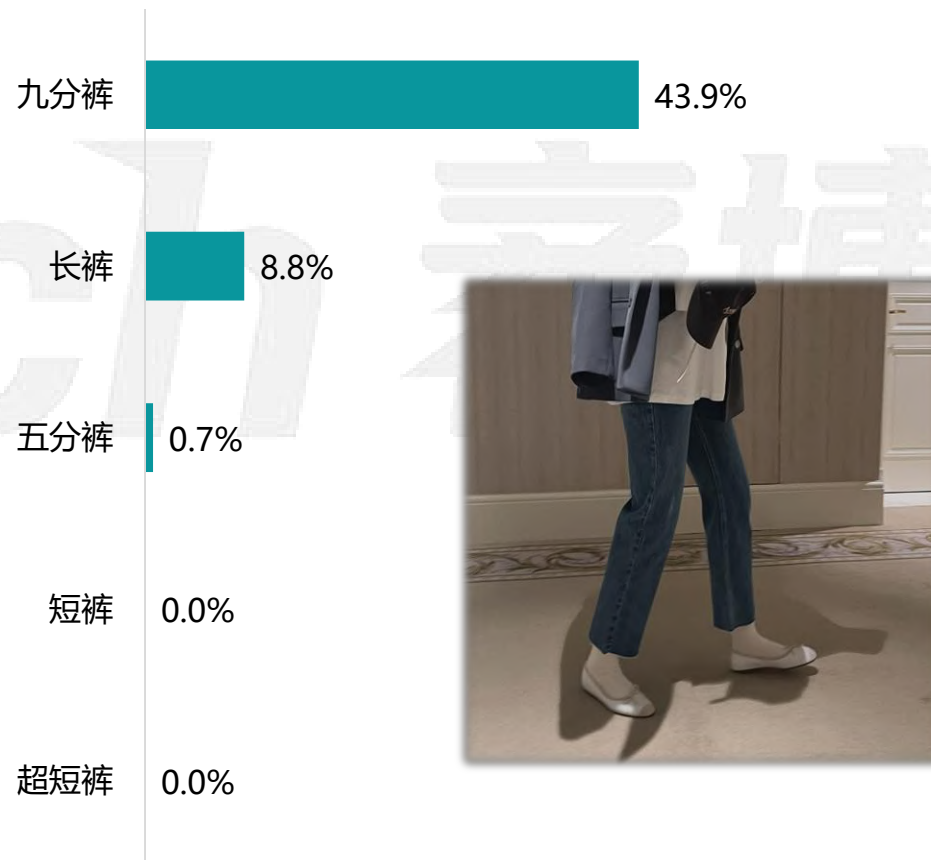
单品偏好：高腰九分牛仔裤，穿出“八头身”完美比例

高腰牛仔裤是韩系牛仔裤中最畅销的品类，占比高达89.4%，而裤长分布中，43.9%的消费人群偏爱九分裤

『牛仔裤』消费人群腰型偏好



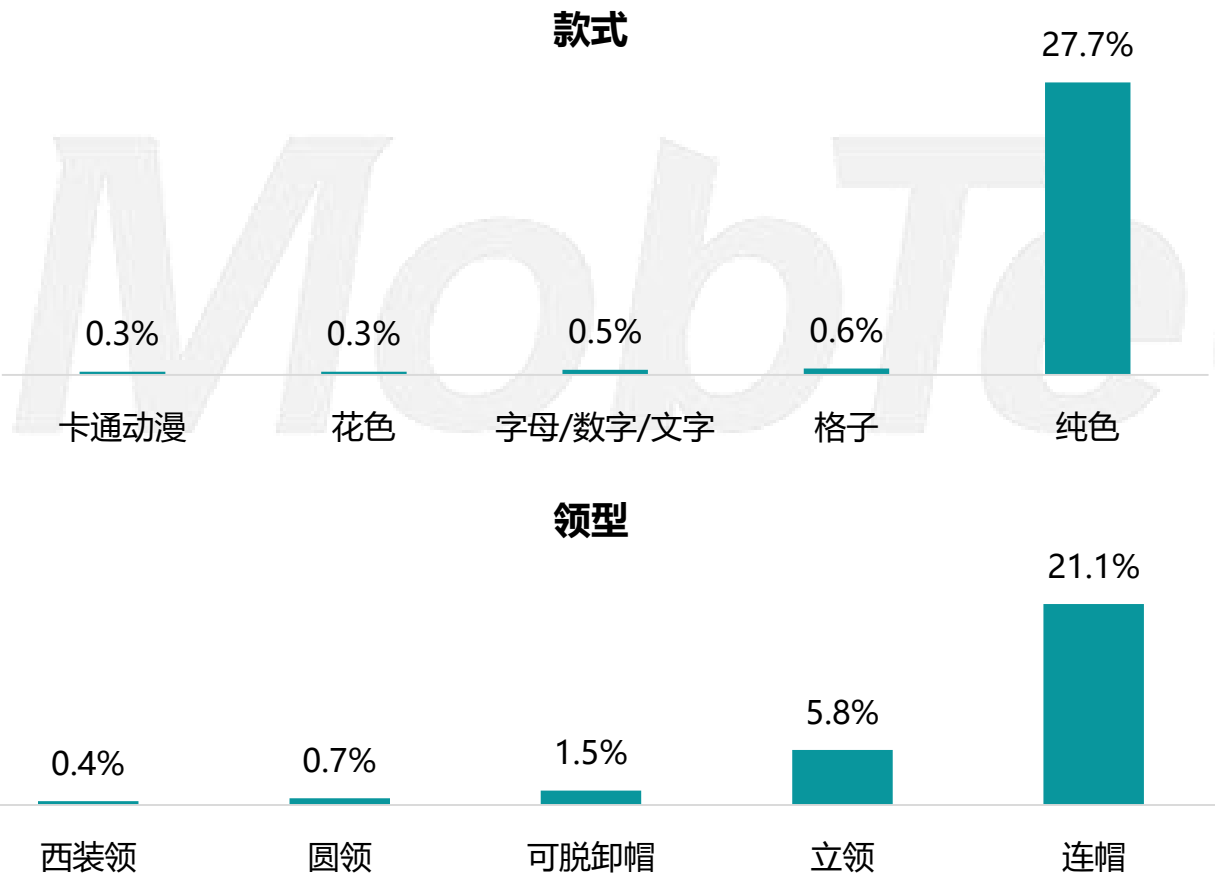
『牛仔裤』消费人群裤长偏好



单品偏好：纯色减龄羽绒服，寒冬里的暖美时髦精首选

纯色款羽绒服成为冬季最畅销羽绒服款式，不管颜色深浅都能彰显年轻活力的形象；而领型偏好中消费者则更青睐连帽，在寒冬中多添一份温暖

『羽绒服』消费人群款式及领型偏好

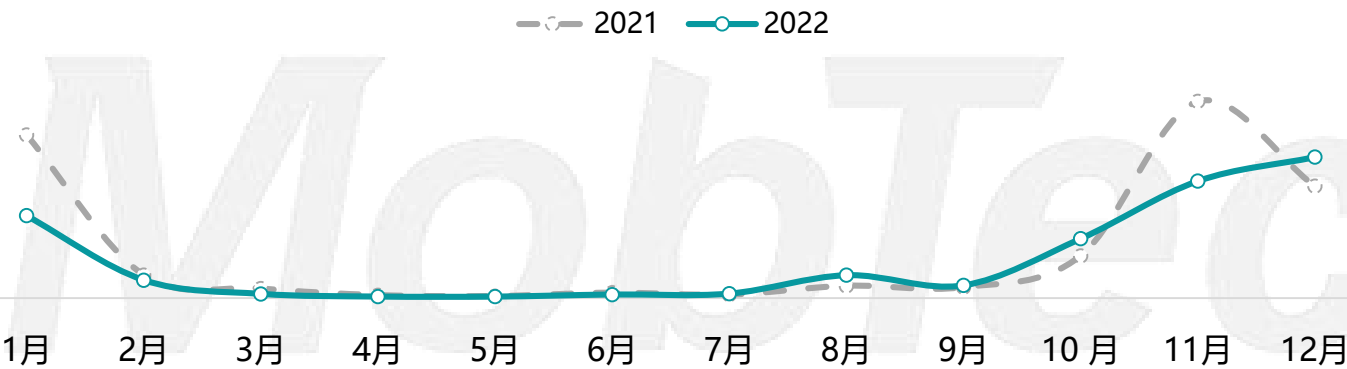


高销品牌销售分析：韩系羽绒服成热销产品C位

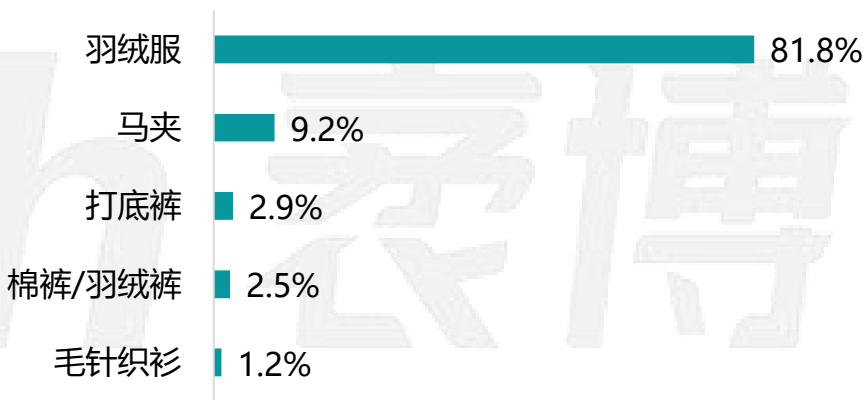
羽绒服作为韩系代表店铺当之无愧的爆款产品，从9月开始迎来销售旺季，热度持续一整个冬季

『韩系』风格高销店铺销售额情况

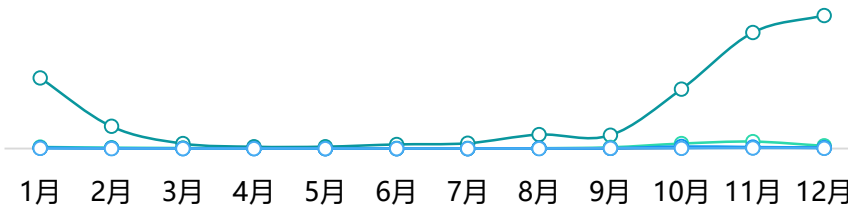
2021-2022鸭鸭官方旗舰店销售情况



鸭鸭官方旗舰店细分品类销售情况及排名

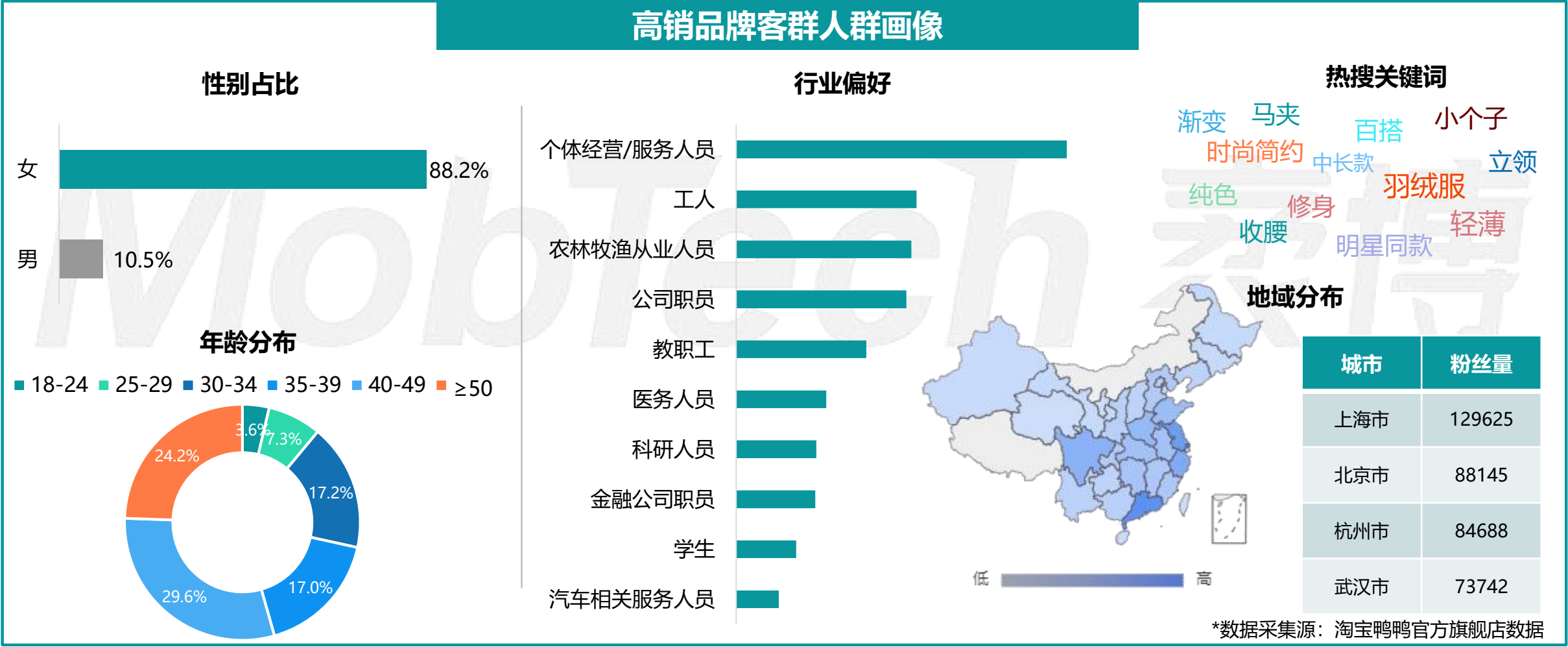


—○— 羽绒服 —○— 马夹 —○— 打底裤 —○— 棉裤/羽绒裤 —○— 毛针织衫



高销品牌客群洞察：中产银发、精致妈妈更爱韩系

韩系消费人群主要分布在潮流气息较浓的上海、北京、杭州和武汉等城市，年龄以40岁以上人群居多，占半数以上



*数据采集源：淘宝鸭鸭官方旗舰店数据

03

Part three

中国中高端女装 品类流行趋势



兼具小巧和大气，西装连衣裙最大化彰显女性魅力

X型短款西装连衣裙，彰显女性精致小巧，别具一格的魅力；而X型中长款西装连衣裙，则能散发优雅大气的职场女性魅力

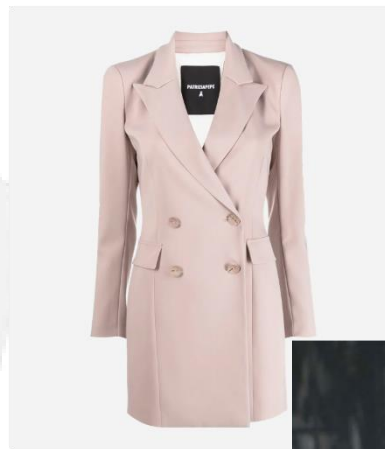
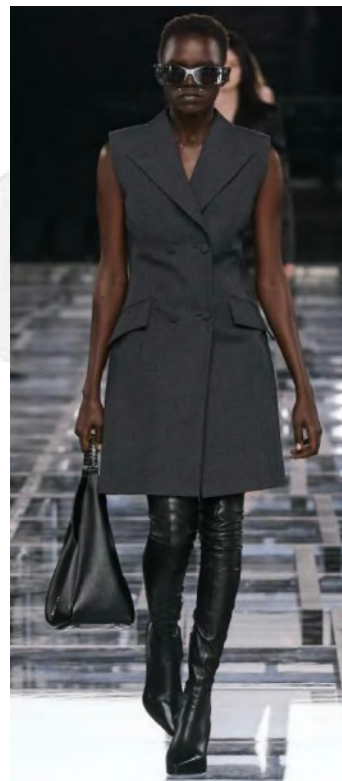
『通勤』核心品类趋势点——西装连衣裙

西装连衣裙

精致短款



优雅中长款



帅气干练小香风外套持续引领时尚潮流

外套上的柳絮毛边重在凸显青春活力的感受；线圈提花则是即将流行的主要元素，其肌理感和色彩感较强，真正做到通勤、时尚两不误

『通勤』核心品类趋势点——小香风外套

小香风外套

柳絮毛边



线圈提花



褶裥连衣裙尽显舒适与时髦，律动的节奏掀起穿搭热潮

细碎的褶裥展现出女性细腻的性格，时尚中更好地凸显出女性的柔美；规则的大褶则更为大气而有韵律，富有律动的节奏感

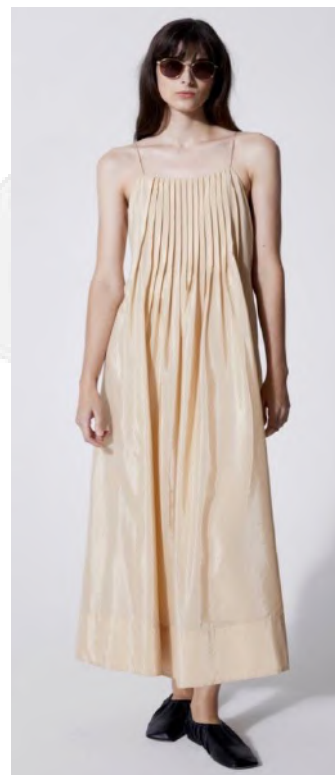
『简约』核心品类趋势点——褶裥连衣裙

褶裥连衣裙

无规则碎褶



规则褶裥



时尚别致的极简衬衫，演绎毫不费力的高级感

无论是宽松加长还是修身的版型，均可打造出休闲随性的感觉，凸显女性优雅的气质，而纯色则进一步展现了极简的核心风格

『简约』核心品类趋势点——极简衬衫

极简衬衫

宽松休闲



修身版型



温柔奶茶色针织衫，恬静温婉营造氛围感

针织是打造奶茶色系的关键材质，结合针织软糯舒适的质感尽显奶茶色系的温婉氛围感；贴身打底同时可具备单穿和内搭的多重功能，修身廓形与加长修长是该廓形的经典元素

『韩系』核心品类趋势

温柔奶茶色系



大挖空领贴身打底



单品叠搭层次利用，多元风格自由切换

从韩系多元的风格上来看，风格搭配趋势主要体现在利用各单品间同色系、撞色系的搭配与叠穿，从而展现较强的个人元素风格

『韩系』关键风格搭配趋势



都市辣妹

修身针织+休闲长裤



率性干练

中高领针织+牛仔裤+长靴



优雅淑女

修身针织上衣+长款半裙



报告说明

1.数据、图片来源

本报告数据基于市场公开信息，MobTech、知衣科技自有数据，以及MobTech研究模型估算等来源；本报告图片来源均出自知衣科技数据平台，已获得知衣科技授权。

2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：**2014-2023.01**

具体数据指标请参考各页标注

3.版权声明

本报告为Mob研究院制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合知衣科技产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。

谢 谢 观 看



关 注 Mob研究院
研究报告合作
18516649078
marketing@mob.com



关 注 知衣科技
咨询合作
13539946992
hesimu@zhiyitech.cn