

# 潮流新生

## 2024 抖音服饰行业趋势报告





# 序言

# PREFACE

时尚的云奔潮涌从未停歇。巨浪叠涌之后，是潮流新生。

这些潮流正在以好的内容、场景为介质，变得更加有情绪张力和故事感，也在通过时尚风格、流行穿搭等具象名词，诠释出更多可被看见的主张。服饰则是这潮流场中永不可或缺的载体。它是向内悦纳自我、忠于自己的一种疗愈方式，也是向外寻求平等与被理解的个性表达。

服饰潮流的美学变迁，背后是集文化内涵、理念元素、消费体验等于一身的时间沉淀。以抖音为代表的内容平台逐渐成为当下潮流时尚的传播与消费阵地，也在整个商业生态中，展现出强大的“发现力”和“转化力”。多元、交互的内容形式，即看即买的创新购物方式，为消费者带来悦己式的灵感来源与沉浸式的消费体验。对于业内更多角色而言，无论种草还是品效协同，一切都可被清晰度量。

2024年，在新人群、新场景、新内容的碰撞之下，巨量引擎、巨量算数、抖音电商携手第一财经商业数据中心（CBNData）共同发布《潮流新生——2024抖音服饰行业趋势报告》，2024服饰行业的八大潮流趋势应运而生——城市趣野、复古腔调、极简静奢、赛博机能、国潮新风、混搭美学、松弛高智和自然蜜语。借助平台内容消费趋势洞察与访谈调研，我们从宏观的时尚潮流背景切入，基于消费人群与时尚穿搭品类等视角，深度洞察并梳理出服饰行业的八大风格趋势，以及背后的三大核心表达，助力生态伙伴在商业的海洋中实现趋势领航。





## 衣以势行：服饰行业发展概况

- 1.1 时尚跃迁：服饰消费“正当时”，国民时尚追求跃上新台阶
- 1.2 渠道变革：内容电商加速服饰消费线上化进程
- 1.3 抖音服饰行业：抖音成发掘时尚的重要阵地
- 1.4 抖音服饰品类：即时性的短期热点，在抖音快速演变为时尚风潮

## 万变由你：服饰行业抖音消费人群洞察

- 2.1 用户习惯：抖音等内容平台成个人时尚订阅宝地
- 2.2 用户理念：理性消费观大势所趋，质与价需求并存
- 2.3 用户态度：不拘风格，走出个人时尚ootd

## 趋势领航：服饰行业风格趋势洞察

- 3.1 趋势一：Downtown walk | 城市趣野
- 3.2 趋势二：New vintage | 复古腔调
- 3.3 趋势三：Minimal art | 极简静奢
- 3.4 趋势四：Cyber techwear | 赛博机能
- 3.5 趋势五：Neo Chinese | 国潮新风
- 3.6 趋势六：Mixture fashion | 混搭美学
- 3.7 趋势七：Geeky casual | 松弛高智
- 3.8 趋势八：Nature illusion | 自然蜜语

## 纷繁进化：抖音赋能服饰商家生意破局

- 4.1 全域型商家：成熟品牌持续人群破圈，焕新品牌心智
- 4.2 内容型商家：新锐品牌入局，善用内容素材
- 4.3 广告型商家：大众品牌经营，品牌形象建设

# 目录

# CONTENTS



# FASHION TREND

## PART 01

(2024)

FASHION TREND

# 衣以势行

服饰行业发展概况



# 衣以势行：服饰行业发展概况

## 1.1 时尚跃迁：服饰消费“正当时”，国民时尚追求跃上新台阶

不同年代的人们对于时尚的感知受到多方面因素的影响，时代背景、社会环境和生活状态共同构成了年代特有的时尚理念与偏好。“正当时”的时尚元素与实际的穿搭风格则是每个人表达与宣泄的具体言语。

随着经济与社会等各方面的长期发展，同时基于五千年历史底蕴的承载，中国的时尚表达日益呈现出包容与自信的状态。时尚表达日趋个性化、风格走向多元化，每个人都在成为独一无二的时尚KOL。

|        | 1970s    | 1980s              | 1990s         | 2000s      | 2010s               | 2020s          |
|--------|----------|--------------------|---------------|------------|---------------------|----------------|
| 时尚单品元素 | 正装<br>工装 | 海魂衫、蝙蝠衫<br>蛤蟆镜、健美裤 | 牛仔、松糕鞋<br>大垫肩 | 文化衫<br>运动鞋 | 中式图案/元素<br>Oversize | 冲锋衣<br>西装、条纹   |
| 时尚风格   | 怀旧风、经典风  | 街头嘻哈风              | 港风<br>后现代主义   | 非主流<br>日韩风 | 国潮<br>休闲运动          | 户外、极简<br>复古多样化 |

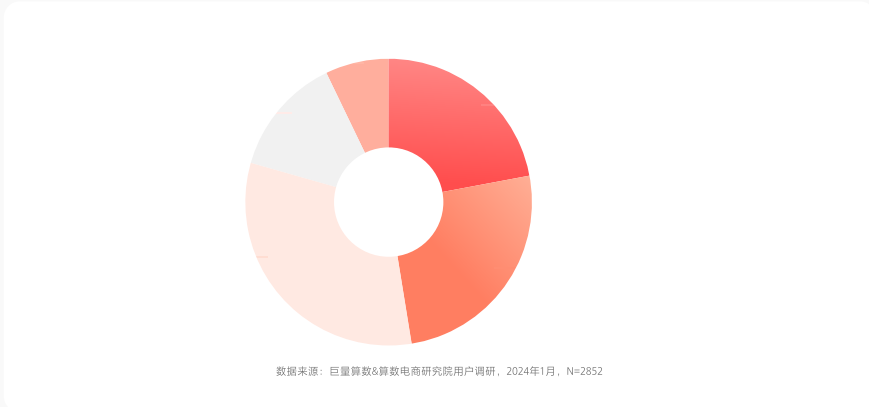
资料来源：CBNData根据公开资料整理

通过对抖音用户的调研，具体从其在每月在服饰的花费金额来看，超过60%的抖音用户平均每月服饰消费金额在1000元以下，但在“理性消费观”之外，服饰“品质升级”诉求也同样存在，仍有接近40%的抖音用户每月愿意在服饰上消费千元以上。同时，结合调研得到的服饰消费金额变化情况来看，相较一年前，如今近半数的抖音用户在服饰消费上都有所升级。

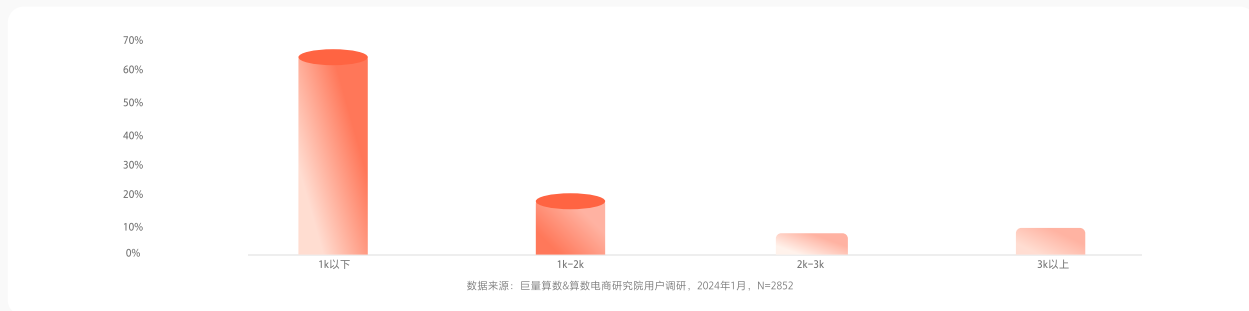
中国人均服饰消费支出



相比于一年前，如今抖音上用户每月在服饰上消费水平变化分布



抖音用户每月在服饰消费上的花费金额分布

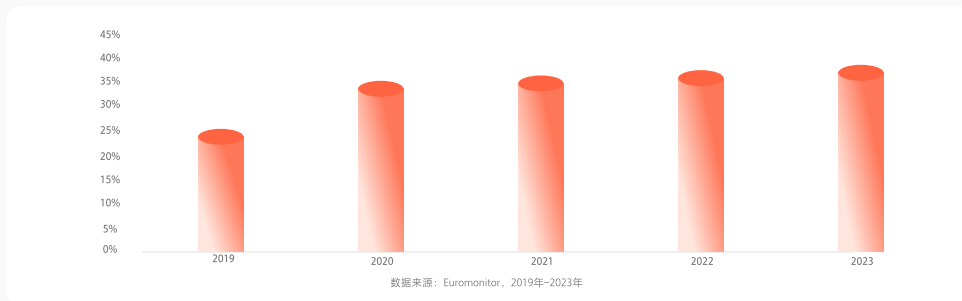




## 1.2 渠道变革：内容电商加速服饰消费线上化进程

大众触媒与休闲习惯的变化促使服饰购买渠道也开始发生转变，互联网成为消费者娱乐与购物的重要阵地。根据Euromonitor数据，过去五年，中国服饰消费线上渠道占比持续增长，已增至38%。

2019-2023年中国服饰消费零售额线上渠道占比



## 1.3 抖音服饰行业：抖音成发掘时尚的重要阵地

### 1.3.1 服饰行业内容生态日益完备，大促等节点引领平台内容增长

服饰行业内容消费需求持续攀升，除短视频和直播观看/点击行为稳定增长外，用户主动搜索和与内容发生点赞、评论及转发等互动行为的趋势明显加剧，服饰商家/品牌可根据内容热搜趋势做好关键词的优化，同时增加优质内容供给持续激发用户讨论。

全年内容消费趋势来看，大促型节点促销（618、双11、双12）的内容需求爆发性强且占比持续提升。此外，基于节日或季节性的平台活动（如年货节、抖in新风潮）则带来较多的消费需求扩容空间，增长潜力较大，服饰品牌/商家可基于季节性潮流趋势，配合平台活动做好货品供给和营销规划。

2023年抖音服饰行业不同形式内容消费情况



数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2022年1月-2023年12月

内容场景持续驱动之余，抖音电商服饰行业货架场景也贡献了越来越多的销售额，且增速高于平均水平，成为名副其实的新增量。在2023年12月期间，服饰行业日均货架GMV同比增长146%，其中抖音商城同比提升150%、搜索同比提升148%、商品卡同比提升137%。

● 12月日均GMV同比

| Category  | 12月日均GMV同比 |
|-----------|------------|
| 大盘GMV     | 100%       |
| 货架场GMV    | 120%       |
| 货架场商品卡GMV | 110%       |
| 搜索GMV     | 115%       |
| 抖音商城GMV   | 125%       |

数据来源：抖音电商，2023年12月 vs 2022年12月

同时，抖音电商服饰也向上溯源，围绕产业带创造爆品增量。通过深入产业带，挖掘地域特色宝藏【供给】，助推服饰爆品诞生。目前，抖音电商服饰行业聚集了广东、江浙、福建、河北等省市，广州、苏州、杭州等核心服饰产业带商家，助力20多万个纺织制造业商家，实现生意的增长。

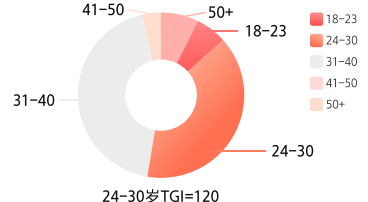
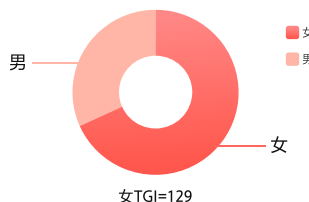
爆品繁荣背后，是在抖音电商生态里不断增长的新力量品牌。大众服饰品牌的内容播放量同比攀升，围绕日常与节日氛围、细分场景、营销活动而展开的事件内容持续涌现。服饰细分品类正在茂盛增长，抖音电商已成为国际大牌、头部本土品牌、潮流时尚品牌、大众服饰品牌的趋势聚集地。

2023年，服饰类直播间数量同比增长31%，19-23点是用户相对活跃的时间段，一线、新一线的年轻女性对该类直播间具有更高偏好。“新款”是直播推荐主题最多的关键词，越来越多服饰品牌/商家将抖音作为新品首发的阵地。

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年 vs 2022年

数据源：巨量算数&数数电商研究院，2023年1月-12月

新款 穿搭  
品质 便宜  
划算 现货



| Line Category | Number of Projects |
|---------------|--------------------|
| 一线            | 162                |
| 新一线           | 135                |
| 二线            | 100                |
| 三线            | 70                 |
| 四线            | 40                 |
| 五线及以下         | 20                 |

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年12月

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年12月

### 1.3.4 多元内容展现独特的个人icon，激发消费者“购买欲”

穿搭话题持续霸屏，同时更风格化、个性化、场景化的话题内容也容易引起共鸣，展现了消费者在追求时尚表达的路上“既要又要还要”的丰富诉求。

2023年服饰TOP热门话题

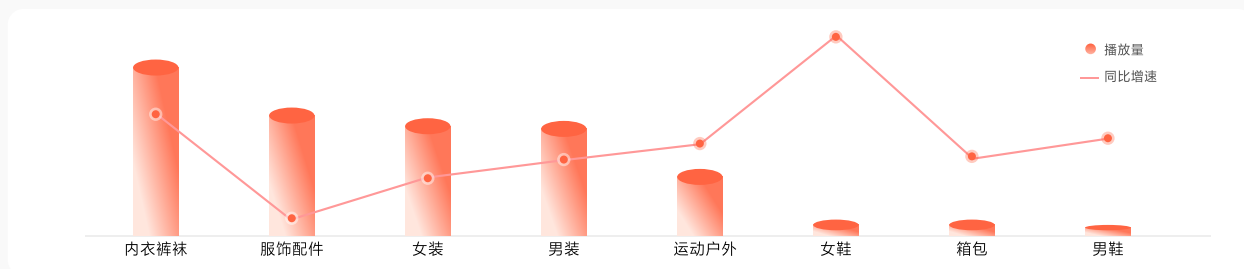


\*各话题播放率数据截取时间：2024/01/26/18:00

## 1.4 抖音服饰品类：即时性的短期热点，在抖音快速演变为时尚风潮

抖音服饰行业各品类内容播放量同比均增长，内衣裤袜、服饰配饰、女装、男装的内容需求量相对更大。女鞋目前内容体量相对偏小，但增速尤其显著，是服饰行业的高潜力赛道。

2023年服饰细分品类内容分布及增速



数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年1月-12月，同比增速为2023年 vs 2022年



1.4.1 女装

新中式女装热度高涨，穿着场景逐渐日常化、大众化，同时出现如马面裙这类细分的汉服形制。色系穿搭因其较低的参与门槛持续引领季节性潮流，美拉德、格雷系接棒多巴胺成为秋冬流行趋势。如何穿出松弛感、慵懒感等休闲舒适风格的穿搭教程也备受追捧。



连衣裙、T恤、牛仔裤等基础款依然是内容热点赛道，商家可借助38好物节、春上新等平台活动完成这类春夏季主力品类的新品布局。“显瘦”、“显腿长”等修饰身形的功能依然是高热度的着装刚需，同时用户对着装舒适度的要求不断提升，女装商家需要在产品的“外在颜值”与“内在舒适”中寻找平衡，内外兼修。



1.4.2 男装

该板块下热门影视综艺造型、节日穿搭等内容热点较为集中，不同年龄段的男性群体对细分类目及内容的偏好出现差异，如部分中老年男性群体更青睐突显年轻亲民的牛仔裤、休闲鞋，而年轻男性则追捧能彰显权威、帅气和专业的“西装杀”造型。



商务和运动户外是男装的两大核心场景，品类内容热点以休闲裤、T恤等基础大众品类为主，西装、汉服等特定着装类目存在较多机会，随着男装审美升级，设计师/潮牌也备受青睐，牛仔、舒适、休闲等为高热度风格。

男装赛道

内容热点赛道

休闲裤、T恤、牛仔裤、  
夹克、卫衣

内容机会赛道

西服上装、汉服、中老年男装、  
唐装、设计师/潮牌男装

趋势新赛道

加绒裤、Polo衫、针织衫/毛衣、  
卫裤、设计师/潮牌、夹克、牛仔裤

男装卖点

高热度风格

牛仔、舒适、休闲、时尚、职业

高热度功能

百搭、透气、保暖、显瘦、弹力

高热度场景

运动、商务、商务休闲、户外、上班

男装节点

2024抖音好物年货节

短裤、皮草、羽绒服、  
毛呢大衣、棉衣

2023抖音双11好物节

羽绒马甲、羽绒裤、棉衣、  
羽绒服、棉裤

2023抖音中秋好礼季

羊毛衫、羊绒衫、卫衣、  
棉裤、针织衫/毛衣

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年1月-12月  
备注：热点赛道为内容关注度Top5；机会赛道为内容同比增速增速Top5；趋势卖点按品类下趋势热词的内容声量由大到小排序；趋势新赛道基于巨量算数趋势新赛道模型筛选；节点趋势品类基于巨量算数节点趋势力模型筛选

1.4.3 男女鞋

女鞋板块中，明星造型、单品种草等内容与板块内容匹配度较高，女性用户主要偏好显腿长、腿细等功能型上身效果，此外具有独特设计记忆点的鞋履款式更容易被收录进“时尚必备单品”等种草内容中；

男鞋板块中，日常穿搭类、测评类和变装类的内容热点较为匹配。基于多款鞋横向对比的测评类内容更易吸引男鞋板块下用户的关注。

内容走势

女鞋

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年1月-12月

内容走势

男鞋

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年1月-12月

内容热点TOP5

| 排名   | 热点名称         | 创建时间  | 热力值  |
|------|--------------|-------|------|
| TOP1 | # 张元英穿拖鞋时的腿长 | 23年7月 | 824w |
| TOP2 | # 这种时尚拖鞋谁懂啊  | 23年3月 | 790w |
| TOP3 | # 公主新年请穿新鞋   | 24年1月 | 707w |
| TOP4 | # 被裸色高跟鞋惊艳到了 | 23年3月 | 647w |
| TOP5 | # 张艺凡穿高跟鞋1米9 | 23年6月 | 633w |

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年1月-2024年1月，热点按热力值高低排序

内容热点TOP5

| 排名   | 热点名称       | 创建时间   | 热力值  |
|------|------------|--------|------|
| TOP1 | # 新年实战好鞋   | 24年1月  | 725w |
| TOP2 | # 安排一双新年战鞋 | 24年1月  | 624w |
| TOP3 | # 高颜值百搭潮鞋  | 23年12月 | 530w |
| TOP4 | # 球鞋转场变装   | 23年1月  | 522w |
| TOP5 | # 开学穿搭来了   | 23年2月  | 506w |

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年1月-2024年1月，热点按热力值高低排序

女鞋的主要核心场景为通勤和户外休闲，细跟高跟鞋、时装凉鞋、时尚休闲鞋等类目为核心热点赛道，舒适、时尚、百搭等为高热度卖点；

男鞋的主要核心场景为商务和运动户外，板块中马丁靴、布鞋、休闲皮鞋等类目为核心热点赛道，同时工装鞋等新赛道上涨趋势明显，时尚、工装成为主要的流行风格，透气、耐磨、增高等功能型卖点热度较高。

鞋类赛道

内容热点赛道

女鞋

细跟高跟鞋、时装凉鞋、单鞋、  
马丁靴、时尚休闲鞋

男鞋

马丁靴、布鞋、休闲皮鞋、  
休闲板鞋、帆布鞋

内容机会赛道

女鞋

细跟高跟鞋、方根高跟鞋、时尚雪  
地靴、洞洞鞋、时尚休闲沙滩鞋

男鞋

时尚雪地靴、包头拖、洞洞鞋、  
一字拖、沙滩鞋

趋势新赛道

女鞋

松糕/摇摇鞋、户外休闲鞋、乐福  
鞋/豆豆鞋、牛津鞋、穆勒鞋

男鞋

网面鞋、工装鞋、休闲皮鞋、  
帆布鞋、休闲板鞋

鞋类卖点

高热度风格

女鞋

舒适、时尚、休闲、英伦、潮流

男鞋

休闲、时尚、潮流、舒适、工装

高热度功能

女鞋

百搭、透气、显瘦、防滑、增高

男鞋

百搭、透气、耐磨、增高、防滑

高热度场景

女鞋

运动、沙滩、日常、上班、雨天

男鞋

沙滩、商务、运动、户外、正装

鞋类节点

2024抖音好物年货节

女鞋

凉鞋、高跟鞋、凉鞋

男鞋

凉鞋

2023抖音双11好物节

女鞋

靴子、女鞋配件

男鞋

靴子、高帮鞋、皮鞋、  
低帮鞋

抖音618好物节

女鞋

凉鞋、拖鞋、靴子

男鞋

凉鞋、拖鞋、帆布鞋

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年1月-12月  
备注：热点赛道为内容关注度Top5；机会赛道为内容同比增速增速Top5；趋势卖点按品类下趋势热词的内容声量由大到小排序；趋势新赛道基于巨量算数趋势新赛道模型筛选；节点趋势品类基于巨量算数节点趋势力模型筛选

1.4.4 内衣&箱包&配饰

围绕“明星造型”，“明星配饰”等热点内容与板块匹配度较高，热门IP联名款也易引起用户关注。

内容走势

1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年1月-12月

内容热点TOP5

| 排名   | 热点名称           | 创建时间   | 热力值  |
|------|----------------|--------|------|
| TOP1 | # 方圆脸贵气感耳饰分享   | 23年11月 | 853w |
| TOP2 | # 虞书欣蓝色蝴蝶结抹胸裙  | 23年1月  | 836w |
| TOP3 | # 杨幂黑色吊带高马尾造型  | 23年2月  | 802w |
| TOP4 | # 围巾秒变巴拉克拉法帽   | 23年11月 | 769w |
| TOP5 | # 少女心爆棚的kitty包 | 23年7月  | 411w |

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年1月-2024年1月，热点按热力值高低排序

内容热点赛道中吊带、项链、戒指为核心类目，婚庆饰品上涨趋势明显，时尚、精致、公主风成为主要的流行风格，搭配透气、百搭、显瘦等高热度卖点更容易受到大众青睐。

内衣&箱包&配饰赛道

内容热点赛道

吊带/背心、睡衣/家居服套装、项链、戒指/指环、手链

内容机会赛道

塑身美体裤、乳贴、肩带、证件包、婚庆饰品

趋势新赛道

塑身腰封/腰夹、文胸、贝雷帽、男士丝巾/围巾、塑身分体套装、无肩带/胸贴、塑身衣、儿童内衣裤、袜子、功能箱包

内衣&箱包&配饰卖点

高热度风格

舒适、时尚、精致、可爱、公主

高热度功能

保暖、透气、百搭、显瘦、防晒

高热度场景

居家、日常、旅行、运动、婚礼

内衣&箱包&配饰节点

2024抖音好物年货节

功能箱包、男士包袋、少女文胸、女士内衣、内裤

2023抖音双11好物节

保暖内衣、吊袜带、卡套、袜子、睡衣

抖音618好物节

内衣配件、内裤、女士内衣、少女文胸、箱包相关配件

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年1月-12月  
备注：热点赛道为内容关注度Top5；机会赛道为内容同比增速增速Top5；趋势卖点按品类下趋势热词的内容声量由大到小排序；趋势新赛道基于巨量算数趋势新赛道模型筛选；节点趋势品类基于巨量算数节点趋势力模型筛选

1.4.5 运动户外

知名球星及球星装备是该板块下最易引起热度的内容形式，此外与旅游出行相关的内容如旅游穿搭、旅途保暖等内容也有一定的关注度。

内容走势

1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年1月-12月

内容热点TOP5

| 排名   | 热点名称           | 创建时间   | 热力值  |
|------|----------------|--------|------|
| TOP1 | # 梅西收到三星阿根廷球衣  | 23年2月  | 778w |
| TOP2 | # C罗新球衣售价      | 23年1月  | 641w |
| TOP3 | # 龙年假期旅游穿搭攻略   | 24年1月  | 604w |
| TOP4 | # 好看的旅游穿搭      | 23年10月 | 548w |
| TOP5 | # 穿最软的服装跑最飒的第一 | 23年4月  | 417w |

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年1月-2024年1月，热点按热力值高低排序

运动户外类目中板鞋/休闲鞋、防晒衣、雪地靴为核心趋势赛道。潮流、时尚等风格仍然维持高热度水位线，防晒、保暖等功能的吸引力较高。

运动户外赛道

内容热点赛道

防晒衣、板鞋/休闲鞋、运动8套装、雪地靴、老爹鞋

内容机会赛道

橄榄球服、抓绒衣裤、健身衣、软壳衣裤、运动牛仔裤

趋势新赛道

广场舞鞋、球鞋定制、篮球袜、冲锋衣、防晒衣、跑步鞋、骑行服饰

运动户外卖点

高热度风格

休闲、舒适、时尚、潮流、潮牌

高热度功能

保暖、防晒、遮阳、百搭、弹力

高热度场景

居家、日常、旅行、运动、婚礼

运动户外节点

2024抖音好物年货节

壁球、帆布鞋、贴章/魔术贴章、电子竞技、橄榄球

2023抖音双11好物节

运动羽绒服、电子竞技、橄榄球、运动毛衣/线衫、滑雪装备

抖音618好物节

运动拖鞋、运动裙、运动POLO衫、运动沙滩鞋/凉鞋、游泳

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年1月-12月  
备注：热点赛道为内容关注度Top5；机会赛道为内容同比增速增速Top5；趋势卖点按品类下趋势热词的内容声量由大到小排序；趋势新赛道基于巨量算数趋势新赛道模型筛选；节点趋势品类基于巨量算数节点趋势力模型筛选



(2024)

FASHION TREND

# FASHION TREND PART 02

## 万变由你

服饰行业抖音消费人群洞察



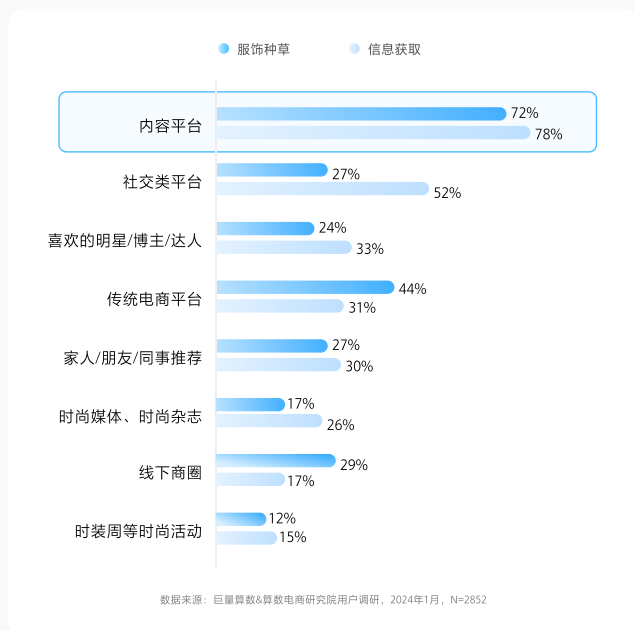
# 二 万变由你：服饰行业抖音消费人群洞察

## 2.1 用户习惯：抖音等内容平台成个人时尚订阅宝地

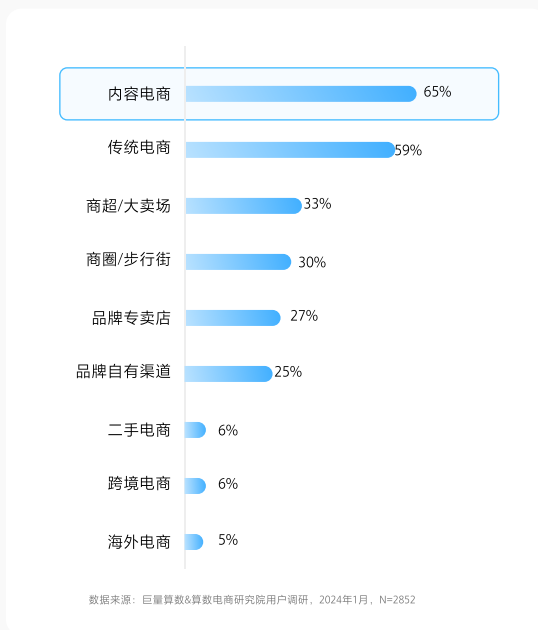
### 2.1.1 超半数用户在抖音等内容平台实现时尚“了解-种草-拔草”的全链条

以抖音为代表的平台正在成为最新的时尚阵地，承担着消费者从前沿时尚资讯传播、品牌与产品种草到下单与购物的全链路时尚消费需求。

抖音上用户获取时尚信息及服饰种草的渠道分布

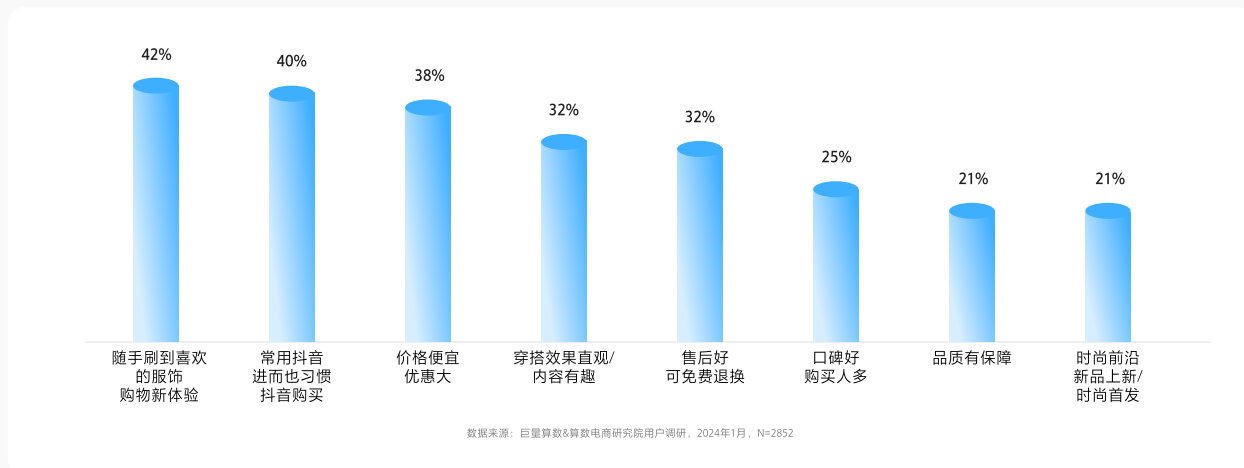


抖音上用户购买服饰的渠道分布



以抖音为代表的平台正在为用户的时尚与服饰消费带来全新的体验。根据精准的兴趣推荐与内容展示，让了解、种草到决策的时长被极致缩短，传统电商模式下的服饰消费决策链路被重塑与进一步缩短，而这种“随缘”与极速下单带来的全新购物体验正是用户选择抖音进行时尚消费的主要原因。同时，抖音的趣味性内容，已养成的使用习惯，视频天然的直观展示与视觉刺激，都是时尚消费的基础与土壤，让用户在抖音消费服饰成为乐趣。

选择在抖音购买服饰的主要原因

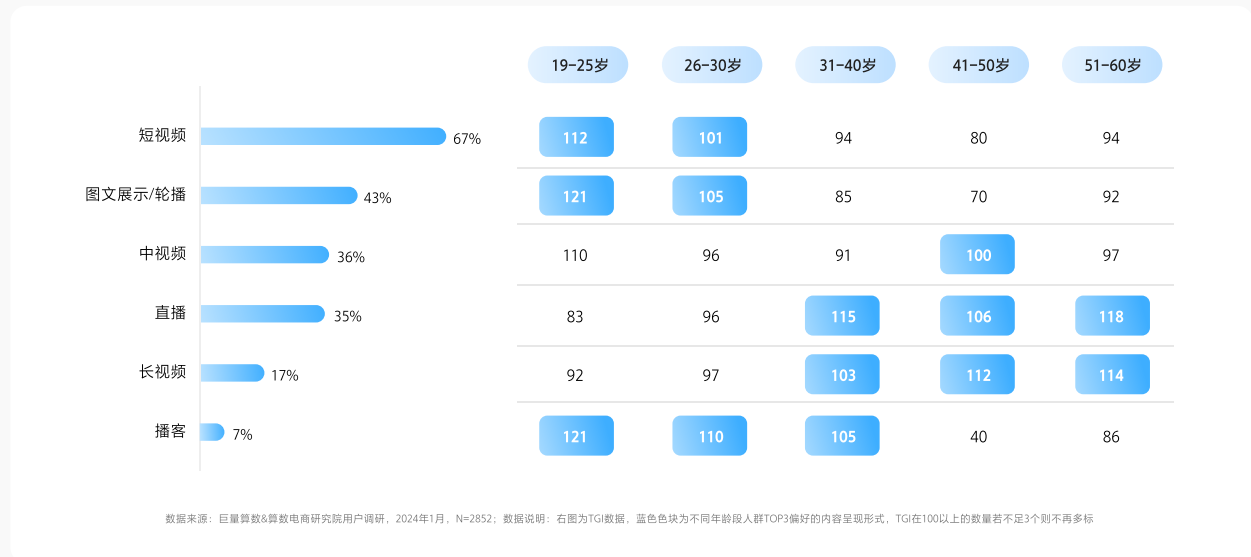


## 2.1.2 短视频是重要的时尚“接收器”，超半数用户偏爱“时尚/穿搭tips”

在众多的内容平台中，碎片化时间利用与多感官丰富内容提供成为“共识”。调研数据显示，近七成消费者选择短视频来接收时尚信息，长视频与播客等需要整块时间与仅凭听觉想象的方式则相对“小众”。

分不同年龄段看，30岁以下青年群体更加偏好短视频、图文以及播客三种相对“短平快”的方式，时尚“学习”而不过多的占用时间；而随着年岁增长，消费者了解时尚资讯时通常更显“细致”与“悠闲”，他们的高偏好内容呈现方式以直播、长视频为主。

抖音上用户了解时尚资讯时偏好的内容呈现形式



从内容来看，“时尚/穿搭tips”类型的内容被超半数用户偏好，是目前被关注的主流。其中，19-25岁的年轻人更偏好与日常生活相结合的时尚内容，偏好vlog中结合情节与场景感知时尚。30岁以上人群一方面更偏爱时尚知识的完整与系统性学习，倾向于通过介绍、科普快速获得时尚讯息；另一方面，他们也对剧情向和场景化的内容更为青睐。

抖音上用户了解时尚资讯时偏好的内容类型



## 2.2 用户理念：理性消费观大势所趋，质与价需求并存

### 2.2.1 不同人群的服饰消费“价值观”

时尚追求有态度，接近半数的抖音用户在过去一年的服饰消费上再“升级”，其中Z世代是主力军。爱美需求的驱动叠加收入逐渐上涨的底气，促使年轻人们时尚消费跃上高阶，成为拉动整体增长的有生力量。

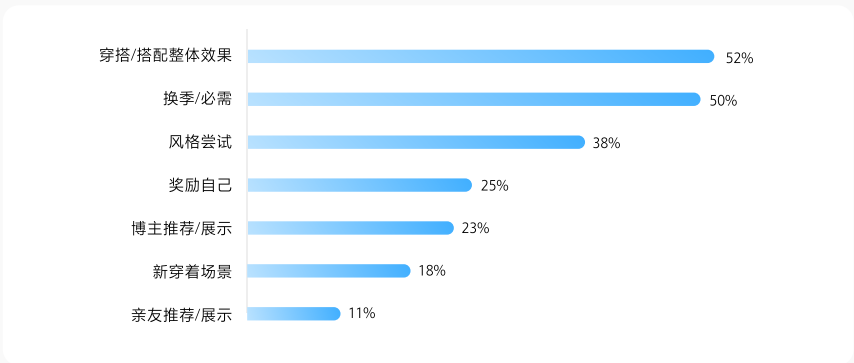
相比于一年前，如今抖音上不同年龄段用户每月在服饰上消费水平的变化



### 2.2.2 购买理由虽不尽相同，但购买时都同样“绞尽脑汁”

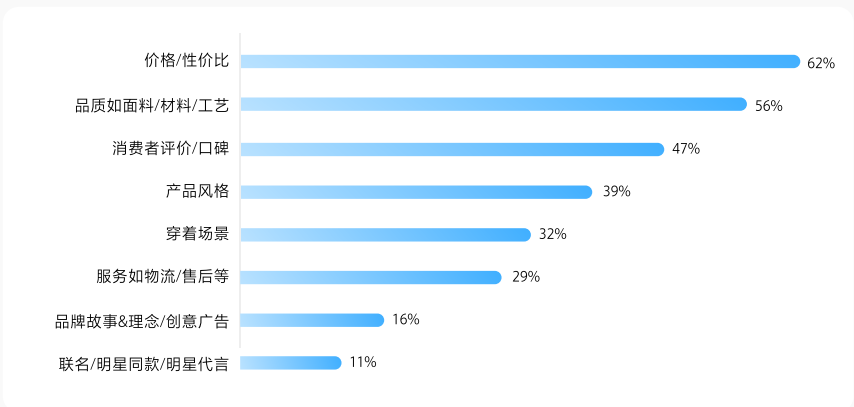
萌生购买服饰想法的因素

“换季与必需”不总是必需。半数消费者因服饰的刚性需求而产生购买，但值得注意的是52%的消费者更为在意服饰的时尚与悦己属性。在保暖防寒、透气等基础功能之外，服饰更是流行风尚的体现，越来越多的消费者出于整体穿搭效果的和谐展示而产生额外的服饰购买欲望。



购买服饰时主要考虑的因素

在具体选择与购买时，抖音用户整体呈现理智与理性的消费态度。价格与性价比是他们最主要的考虑因素，其次，品质与口碑高低也受到近半数用户的关注。



## 2.3 用户态度：不拘风格，走出个人时尚ootd

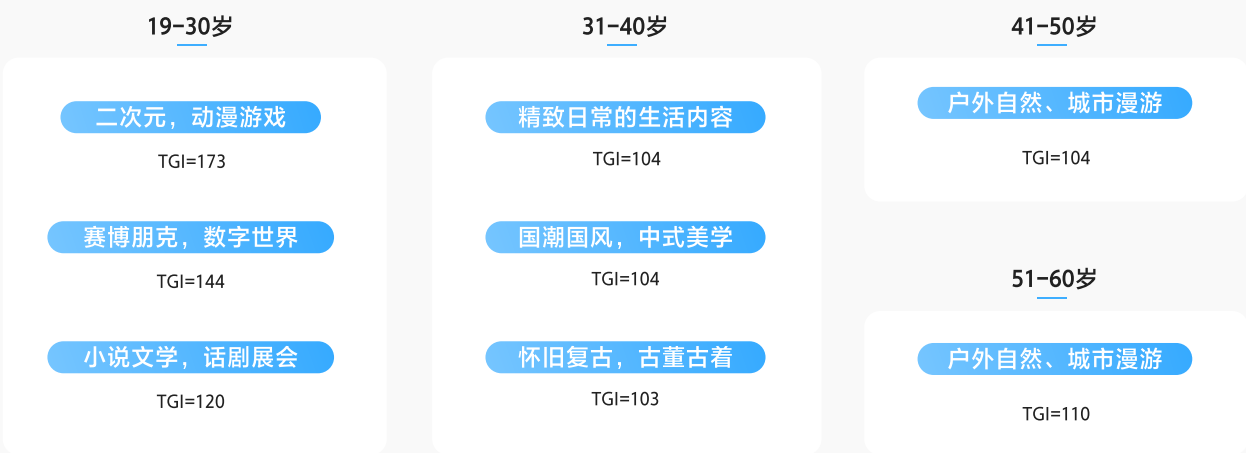
### 2.3.1 用户多元生活态度催生出多样的内容偏好

不同年龄段的用户喜好各有不同，我们发现Z世代最“小众”，31-40岁的90一代最“精致”，40岁以上的用户们最“健康”。

还是“大孩子”的Z世代格外关注小众文化，对于二次元、动漫、赛博朋克、小说话剧等拥有着广泛的兴趣，圈层爱好与小众身份认同围绕着他们的生活。

31-40岁的青年人则最为精致，对于精神世界的追求更为显著。从对品质生活的关注到国潮中式底蕴的汲取，再到对vintage古着的琢磨，享受和品味生活质感是他们最为关注的内容。

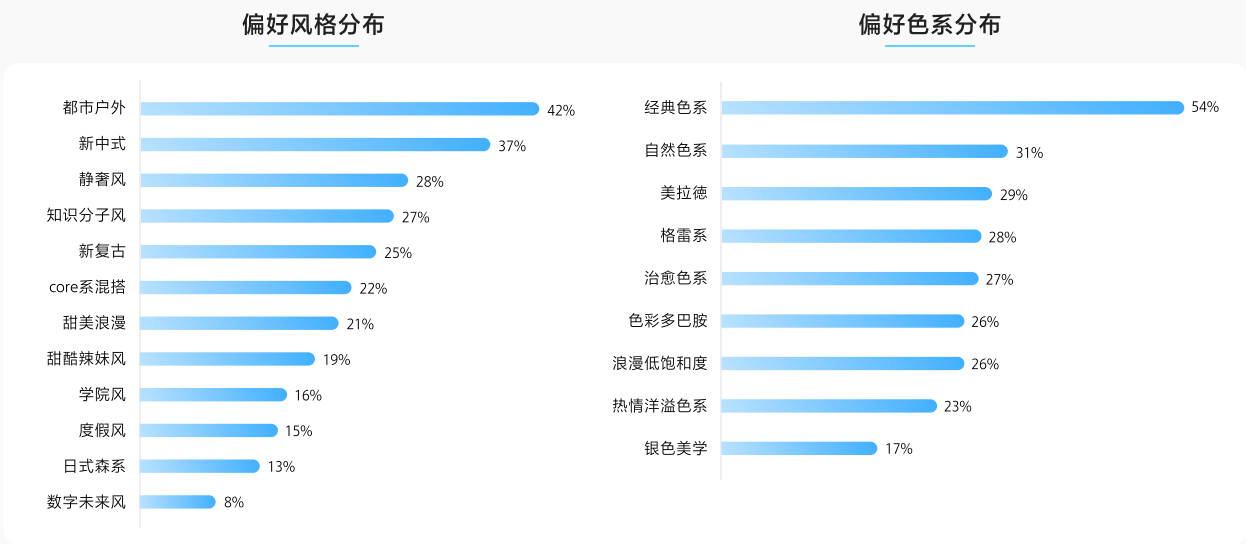
户外的风也吹到40岁以上用户们的心里。对于身体强健与身心愉悦的天然追求，叠加其充足的休闲时间，在抖音上为户外之旅准备，发现城市细微之美，使得“户外漫游”成为他们的新追求。



数据来源：巨量算数&算数电商研究院用户调研，2024年1月，N=2852；数据说明：图中每类人群列出关注内容TGI的TOP3

内容折射风格，“户外热”下，都市户外风也跃上热门，成为调研中2024年用户们最想尝试的穿搭风格，超40%的用户表示希望在新的一年里能够进行尝试。

与此相对应的自然色系如柔和桃、薄荷绿以及美拉德色如咖色、驼色均以近30%的占比成为用户们2024年希望进行尝试的色系穿搭。最值得关注的是，以黑、白为代表的经典色系以不易出错、色彩百搭而独领风骚，最受喜爱，超半数抖音用户表示新的一年将购买该类色系服饰。



数据来源：巨量算数&算数电商研究院用户调研，2024年1月，N=2852



# FASHION TREND PART 03

(2024)

FASHION TREND

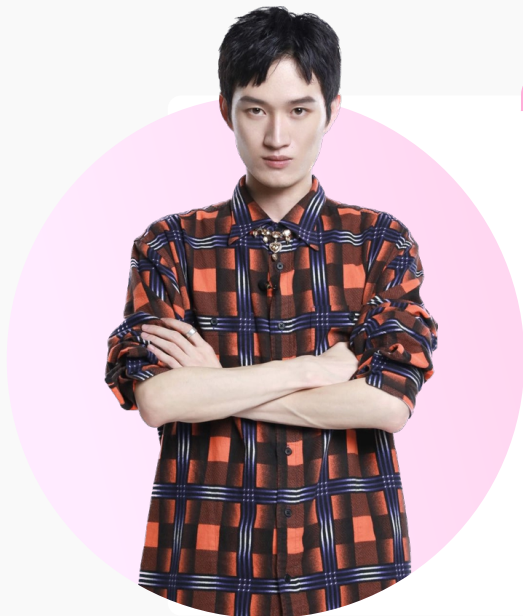
## 趋势领航

服饰行业风格趋势洞察



## 三 趋势领航：服饰行业风格趋势洞察

在性价比主导的大消费观下，日常生活方式的选择与生活状态的追求成为当代人穿搭风格的底色。从日常与兴趣出发，基于内容和数据洞察，我们发现了现代消费者在时尚选择上的三大趋势态度与八大风格趋势。



“服饰风格与当前的时代以及这个时代下人们的生活状态息息相关，我设计的灵感来源也因此多是对生活中微小细节的捕捉。像是我注意到现在两极分化在风格上的体现，精致的静奢风与高性价比、生活化的单品都能打动到他们的消费者。”

——设计师陈鹏



通过调研，我们发现简单质朴的生活，自由随性的态度是当下大多数抖音用户们的向往与追求。户外出行、拥抱自然以及漫步城市则是他们目前最有趣的话题与内容。

抖音用户最向往的生活状态

54%

简单质朴，简约生活

抖音用户高选择的生活态度

53%

自由自在，佛系随性

抖音用户最感兴趣的内容

56%

户外自然，城市漫游

数据来源：巨量算数&抖音电商研究院用户调研，2024年1月，N=2852

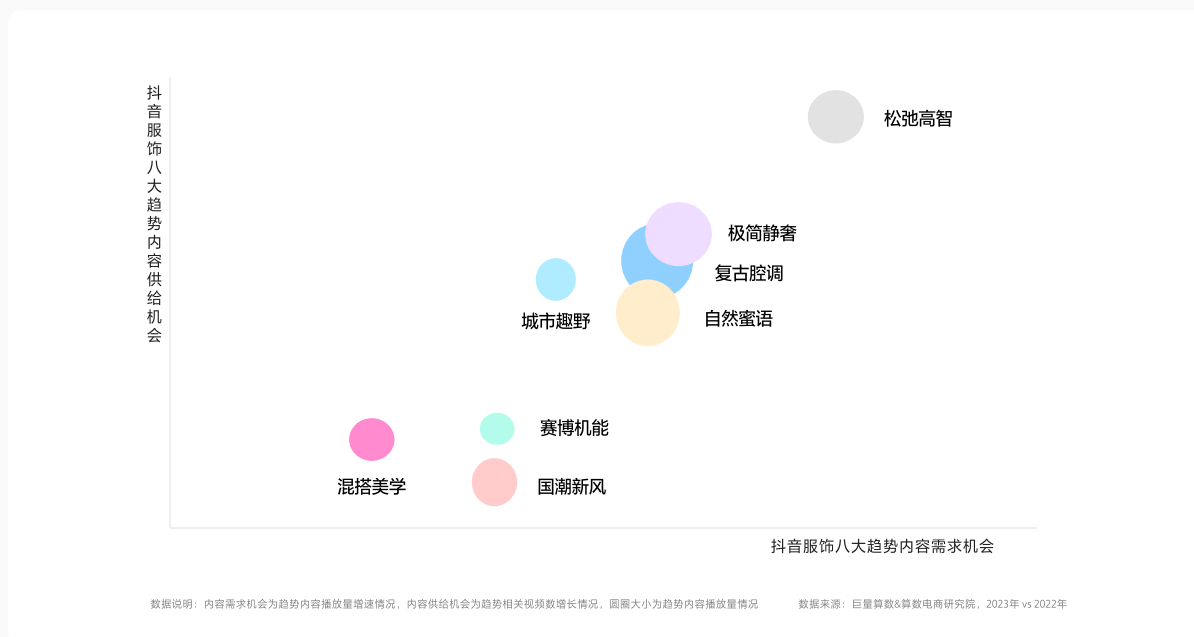
对于抖音用户日常生活、兴趣方向的关键词提炼，形成用户兴趣力维度。同时，结合抖音内容侧表现数据，基于播放量、播放量增速、视频数增速三大指标，构建内容竞争力维度。在这两大维度之下，我们看到了当前抖音用户理性之下的高品质诉求，小众圈层中的自得其乐，舒缓情绪上的松弛放飞，最终确定了以下八个趋势：城市趣野、复古腔调、极简静奢、赛博机能、国潮新风、混搭美学、松弛高智和自然蜜语。

## 2024年抖音服饰八大趋势评估核心逻辑



不同阶段与状态的风格趋势，其用户兴趣力与内容竞争力表现不尽相同。极简静奢与松弛高智作为完美契合当前抖音用户简单生活状态与随性生活态度的穿搭风格，用户高兴趣力驱动积极为内容竞争力加持，双轮良性循环，共同推动其成为趋势中的播放量TOP。而城市趣野与自然密语，在用户偏好内容中也已有所露出，但内容竞争力还有所欠缺，存在进一步挖掘的潜力。

## 2024年抖音服饰八大趋势风格矩阵图



# FASHION TREND

## 趋势一

| Downtown walk  
| 城市趣野



2024 抖音服饰行业趋势报告



## 趋势解读

消费者对于城市运动与多场景百搭服饰的需求增长，背后实则是当代人对健康生活方式与理性消费理念的追求。运动性能与时尚感相结合的都市运动风格因此走俏，冲锋衣、防晒衣等单品备受追捧。其中，女装这一趋势尤甚，助力她们实现上班通勤与休闲健身等场景的自如切换。

55.5%

抖音上用户在生活中格外关注户外、自然、“citywalk”，来一场酣畅淋漓的登山徒步或探索城市每一寸是他们的心头好。

数据来源：巨量算数&算数电商研究院用户调研，2024年1月，N=2652

42.2%

抖音上的时尚“弄潮儿”们表示希望在2024年尝试城市趣野风格，同时拿捏商务与运动场景。

## 趋势热词

“城市户外”“户外通勤”等关键词随着打工人们“citywalk”的爆发而持续走热。得益于此，抖音城市趣野风格内容快速增长，过去一年视频数量同比增长近150%。其中，以#cleanfit、#女生运动风穿搭指南等为代表的话题引发热议，获得了上亿次的播放与观看。

### 抖音上城市趣野内容热度



+146%

视频数量



+101%

内容互动量



+51%

视频播放量

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年 vs 2022年

### 抖音上城市趣野趋势词内容热度

#cleanfit

话题播放量 50.0 亿次

#女生运动风穿搭指南

话题播放量 1.0 亿次

城市户外  
1623.7%

户外通勤  
956.6%

轻运动  
661.2%

松弛感  
416.6%

自由  
155.4%

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年 vs 2022年

**趋势品类：**冲锋衣、防晒衣、跑步鞋、骑行服/骑行裤、毛呢外套、双肩背包、速干衣、运动袜、直筒裤、鲨鱼裤、登山鞋、工装裤、马丁靴、卫衣

**趋势风格：**山系、森系、轻运动、户外、城市机能、citywalk、cleanfit、办公室运动风

**趋势颜色：**灰色系、黑色、白色、森林绿、橡木棕、卡其色、杏色

# 大咖说趋势



## 伯希和品牌市场VP

“诗和远方我都要，是当代人的精神追求，都市轻运动Outywalk作为一种具有社交属性的出行方式，让人们将生活与自然的连接变得更加纯粹。”

——莫使

## 时尚达人

“将鳞次栉比的高楼大厦比作钢铁森林，越来越多的都市青年，开始在城市中享受户外轻运动穿搭，冲锋衣、登山鞋等户外穿搭单品也成为一股时尚新风向。”

——侯梦莎&毛毅



## SINSIN品牌联合创始人

“穿什么，对女性来说很重要，穿搭是对内在的探索和与外界的交互。SINSIN希望，让每一个多元的「我」都自信好看。”

——林雅琳



## CANOTWAIT\_ 品牌主理人

“不受性别标签的限制，每个人都可以自由地通过外在穿搭去表达内在的东西，在多元的现代社会做那个独一无二的自己。”

——陈伟霆



## MASONPRINCE 品牌主理人

“MASONPRINCE拥抱‘集体’，颠覆了设计的常规。该标签为年轻一代的时尚自由宣告。伴随着对前沿趋势的追求，品牌始终忠于不同的声音和消费者。”

—— Qiulin zhou



## A Few Good Kids 品牌主理人

“A FEW GOOD KIDS意为‘少部分好孩子’，由马思唯和品牌主理人张弛共同创立，品牌风格具有标志性LOGO，设计灵感源自年轻人的生活方式和生活态度。”

——马思唯



## M.E.D.M 品牌主理人

“M.E.D.M是更高兄弟(HIGH BROTHERS)成员KnowKnow主理的个人街头潮牌，通过注入生活方式、艺术音乐和街头时尚文化，形成别具个性的青年文化标志。”

—— knowknow

## WHOOSIS 品牌主理人

“WHOOSIS承轴原始美式视觉，从生活场景与文化热爱中汲取灵感，联结众多音乐人、插画师，以弥合服饰与摄影、音乐等艺术形式的间隙。”

——CELL





# 穿搭

# DRESSING FORMULA

adidas originals



休闲套装  
自然绿

棉致



三合一户外套装

咯四

户外服



伯希和

云起龙镶系列冲锋衣  
机能工装裤



连帽卫衣

MEDM



牛仔裤

安踏儿童



逐月功能运动跑鞋

Champion

棒球帽



白色卫衣

休闲裤

maje

简约白T



西装裤

Calvin Klein

户外休闲防晒夹克



迪桑特

冲锋衣



黑色西装外套

休闲裤

白色抹胸

SINSIN

轻塑鲨鱼裤





# 穿搭公式



# 趋势二

| New vintage  
| 复古腔调



FASHION  
TREND

2024 抖音服饰行业趋势报告



## 趋势解读

通过复古回溯，消费者借古着单品的时光沉淀和品牌历史的厚重，在性价比之外传达自己对于质感生活的追求和时尚的态度，成为“口红效应”之外的“古着效应”。新复古风格将怀旧元素与现代设计理念融合，赋予牛仔、夹克、羊毛衫、半身裙等单品一种复古的韵味。如丹宁回潮掀起的牛仔风潮让时尚达人轻松展现不羁与性感的多重风格。

### 52.8%

新复古玩家在浏览时尚咨询时格外关注时尚/穿搭小tips，以希望从中获得穿搭灵感。

数据来源：巨量算数&蝉数电商研究院用户调研，2024年1月，N=2852

## 趋势热词

“八十年代”、“怀旧”、“港风”等充满时代气息的关键词在抖音被持续加热。新复古风格视频数量同比增长150%，播放量增长61%。同时，#vintage、#复古穿搭等相关热门话题也引发了持续的关注和讨论，话题播放量超20亿次。

### 抖音上复古腔调内容热度



### +150%

视频数量



### +88%

内容互动量



### +61%

视频播放量

数据来源：巨量算数&蝉数电商研究院，2023年 vs 2022年

### 抖音上复古腔调趋势词内容热度

#### #vintage

话题播放量 **23.6** 亿次

古玩  
169.0% ↑

复古  
123.2% ↑

港风  
74.2% ↑

#### #复古穿搭

话题播放量 **46.0** 亿次

怀旧  
34.7% ↑

八十年代  
30.8% ↑

数据来源：巨量算数&蝉数电商研究院，2023年 vs 2022年

**趋势品类：** 牛仔裤、夹克、小白鞋、短外套、背心吊带、皮衣、毛针织衫、贝雷帽、半身裙、羊毛衫、连衣裙、毛呢外套、牛仔外套、老爹鞋

**趋势风格：** 港风回潮、现代古典风、新艺术风格、现代工业风、new vintage、新古典主义、丹宁回潮、古着、大号/oversized

**趋势颜色：** 丹宁、酒红色、棕黄色、墨绿色、深蓝色、棕褐色、复古红、复古绿、复古紫

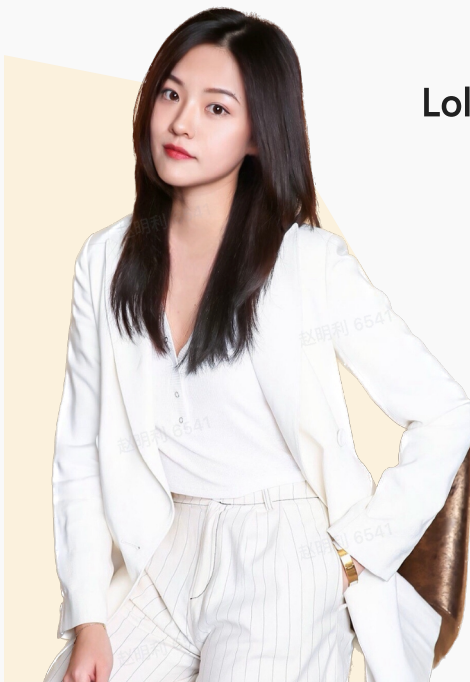


# 大咖说 趋势

## Lola rose 品牌总监

“新复古不是单纯的怀旧，而是用现代语言重新讲述时代筛选下的经典故事。Lola Rose以多彩宝石开创新复古风格腕表风潮，希望通过经久不衰的时代经典，帮助女性表达时代语境下的独特个性。”

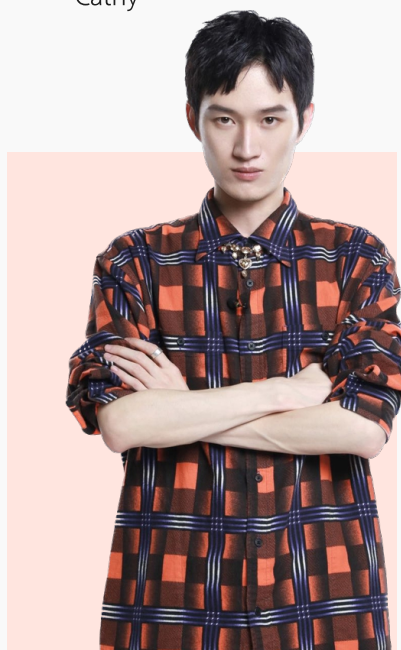
——Cathy



## 设计师

“新复古会成为接下来两年一个很重大的发展方向。90年代的复古化Vintage，或是大品牌十几年前的老旧产品重新变得流行，这种classic又很chic的审美出现回潮。”

——陈鹏



## 时尚达人

“基于复古元素，融合现代时尚，既保留经典韵味，同时兼具大胆与前卫，使服装的可穿性与时尚感骤然提升。”

——李金铭

## 熙熙可可品牌主理人

“New vintage 新复古主义，不仅是一种潮流，更是对过去美好事物的致敬。做旧考究的面料、复古印花图案等，满满的高级感和时尚灵感与怀旧特色的融合，让人沉醉于时光的穿越。”

——小雅



# DRESSING 穿搭公式



URBAN REVIVO

一字领修身吊带开叉牛仔连衣裙

尖头高跟鞋



对白

复古丹宁竖条纹牛仔短外套

白色休闲裤



LANCY

法式V领复古连衣裙



四季低帮百搭老爹鞋

KAPPA



白色T恤

URBAN REVIVO

复古修身喇叭牛仔长裤

尖头高跟鞋



Moromoro

半高领内搭

长款外套

牛仔喇叭裤

手袋



化学少女

白色半高领毛衣内搭

复古绿色丝绒外套

贝雷帽

休闲裤





玫瑰发簪+银质

RisingWaves

YLI运动旗舰店

牛仔外套

Beebro

MASONPRINCE

皮衣夹兜

贝雷帽

叶阿丹著

熙熙可可

儿童连衣裙

切尔西靴

亮片刺绣丝绒外套

沐诗薇

穿搭公式

# 趋势三

Minimal art

极简静奢

FASHION  
TREND

2024 抖音服饰行业趋势报告



## 趋势解读

消费者在价格与品质之间的不断平衡，在务实消费之外，追求服饰消费与品质的升级，通过基础百搭款，实现低门槛的风格尝试。极简静奢穿搭风格因此走热，通过简单剪裁设计，借助上乘面料与精致细节，彰显理性之外、低调而奢华的时尚态度。由此，丝质等特殊面料的鞋靴、羊绒或驼绒的大衣、以钻石、珍珠为主的配饰，这些质感满满的单品备受青睐。

### 54.8%

抖音上用户对vlog等品质与精致的生活日常格外关注。

### 54.3%

抖音用户表示在新的一年里经典黑白色系的服饰将会出现在他们的“购物车”中。

### TGI=137

极简静奢穿搭是生活方式与态度的具体表现，他们通常对于生活的品质与质感非常关注。

数据说明：TGI=偏好品质生活的抖音用户选择尝试极简静奢穿搭的占比/整体调研用户选择极简静奢穿搭的占比。>100表示偏好，数值越大表示偏好程度越强  
数据来源：巨量算数&算数电商研究院用户调研，2024年1月，N=2852

## 趋势热词

“新职场”、“通勤”等场景词在抖音受到热议，与之相关的“精英”、“极简”等趋势词的热度也居高不下。极简静奢视频数量增长159%，#简约风穿搭真是yyds等相关话题也获得过亿播放量。

### 抖音上极简静奢内容热度



### +159%

视频数量



### +101.5%

内容互动量



### +63%

视频播放量

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年 vs 2022年

### 抖音上极简静奢趋势词内容热度

#### #简约风穿搭真是yyds

话题播放量 **4.6** 亿次

#### #简约基础穿搭真的好耐看

话题播放量 **3.5** 亿次

黑白灰  
300.1%



极简  
149.4%



通勤  
131.2%



新职场  
112.3%



精英  
50.2%



数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年 vs 2022年

**趋势品类：** 衬衫、半身裙、毛呢外套、风衣、皮鞋、连衣裙、休闲裤、POLO衫、西装外套、单肩包、时尚套装、毛针织衫、阔腿裤

**趋势风格：** 素雅风、静奢风、高质感、低调奢华、精英风、简约风、极简风、干练风，职场通勤风、格雷系

**趋势颜色：** 黑色、白色、灰色、大地色系、驼色、深咖色、米白色、莫兰迪色系、淡蓝色、深绿色、深蓝色





### 高梵品牌创始人

“高梵黑金鹅绒服在每一寸精工细作之中流淌着对科技美学和极致奢材的完美融合。这背后是高梵在纷繁复杂中找到一种返璞归真的美学理念——真正的奢华，不是浮夸和堆砌，而是在简约中发现不凡，在静谧中感悟生命的深度。”

——吴昆明



### 衬衫老罗 VP

“男装的整体风格逐步在趋向于简约化。消费者的需求逐步由复杂花哨转移到更简单的设计和色彩，通过面料和版型去体现质感与剪裁，给用户一种既高级又低调的穿搭体验。”

——林阳钦



### 华吉言品牌主理人

“现代女性从来不是由外界定义的她者，而是不断挑动时代想象力的存在。休闲、舒适、酷飒、柔美，丰富的穿搭风格充满了对生活的感受力和掌控力。外在简约时尚，内在独立丰满，优雅与智慧并重，这才是真正的女性力量。”

——华吉言



### NIANNIAN品牌主理人

“NiannNiann是创始人对时尚的个人理解和个人品味的产物。核心理念是删繁就简，认识自我，给人一种风轻云淡的时髦感。”

——娘娘NNS

### 时尚达人

“极简静奢不仅是一种时尚潮流，更是一种生活态度和审美追求，是社会对于简约、品质和可持续性的重视，也会是2024的主流趋势之一。”

——小小莎老师

# 大咖说 趋势



### 时尚达人

“当下，大家对美的理解和追求越来越多样化。与其迎合大众不如做好我们的‘小众’，让时尚成为一种生活态度。”

——肖骁Mix



# 穿搭

# DRESSING





# 穿搭公式





# 穿搭公式



lacoste

休闲短裙

V领针织背心

衬衫

风衣外套



经典款式配饰

MICHAEL KORS/迈克高仕

白色吊带



无袖高领针织背心

bata

西装外套

半身裙皮裙



长袜

运动鞋

优衣库

白色针织背心

衬衫

休闲阔腿裤

修身短外套

polo衫

休闲短裙

Hazzys

polo衫

长袜

切尔西靴



厚底玛丽珍鞋

他她TATA



高跟鞋



皮鞋



中国红休闲外套

低调奢华腕表

EMPORIO ARMANI/阿玛尼



polo衫

Ralph Lauren

休闲裤/牛仔裤

纯色/条纹内搭

卫衣



CHARLES & KEITH

白色设计感衬衫

牛仔短裤

白色挎包

# FASHION

# TREND



Cyber techwear  
赛博机能

## 趋势四



2024 抖音服饰行业趋势报告





## 趋势解读

对于未来科技、宇宙星际的向往与追求与穿搭服饰相结合，时尚先锋们独特时尚品味得以诠释。以银灰、镭射、荧光等为代表的视觉设计，融合利落不规则的几何线条剪裁，辅以金属亮面、皮质等细节，打造出前卫与未来感十足的时尚单品。在刻画解构美学的同时强调功能性，塑造出独一无二的赛博机能造型。

### TGI=167

抖音上Z世代们对于“赛博朋克”与“城市机能”内容格外着迷，是赛博机能的先行者。

数据说明：TGI=Z世代对赛博机能内容感兴趣的占比/整体调研用户对赛博机能感兴趣的占比，>100表示偏好。数值越大表示偏好程度越强  
数据来源：巨量算数&算数电商研究院用户调研，2024年1月，N=2852

### 51.1%

喜爱未来风格穿搭的人会为了追求穿搭/搭配整体的完美效果而萌生购买服饰的意愿。

## 趋势热词

2023年Chatgpt掀起人工智能的科技巨浪，让我们在一定程度触摸和感知到未来世界的可能模样，赛博机能穿搭成为新一代先锋们对探索新世代美感的向往与表达。在抖音上，相关内容热度持续攀升，视频数量几近翻番，#赛博朋克等话题引发上亿次讨论。

### 抖音上赛博机能内容热度



**+95%**  
视频数量



**+50%**  
内容互动量



**+46%**  
视频播放量

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年 vs 2022年

### 抖音上赛博机能趋势词内容热度

#赛博朋克

话题播放量 **36.3** 亿次

#末日废土

话题播放量 **2.6** 亿次

几何线条  
691.9%

电竞  
232.5%

未来  
131.6%

流线型  
75.5%

街头  
49.4%

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年 vs 2022年

**趋势品类：** 紧身塑身衣、T恤、连帽外套、工装裤、墨镜、运动鞋、亮面挎包、皮衣、过膝靴、箱包

**趋势风格：** 太空感、末日风、废土风、街头风、Y2K、赛博、元宇宙、工业风、AI感、金属感、机能风

**趋势颜色：** 银色、黑色、灰色、粉色、荧光色、银灰色

# 大咖说 趋势



## 迪卡侬品牌商务总监

“工程网面构建起透气轻便的鞋身，以黑、白、灰为配色主调，流线形鞋身与中低线条，并搭载机甲纹理感环保橡胶大底。打破传统跑鞋印象，用机械服饰语言重新定义跑鞋风格。”

——Kivi



## 新略数智合伙人

“赛博机能风通过科技元素描绘未来世界，充满科技感的面料、极具功能性的款式设计和个性的风格，越来越受到爱好科技的年轻人群青睐。”

——罗广平



## 第一财经商业数据中心 研究院院长

“‘赛博机能’不仅是一种时尚选择，也是年轻一代对自我的重新定义、对个性的大胆宣言。在这一风格下，每个人都是主角，用服饰讲述对未知世界的探索。从消费行业的视角看，时尚正在从单纯的装饰性转向功能性与智能化的深度融合，‘用衣服与世界对话’成为新的消费热潮和趋势。”

——刘广



## 百秋容么么CBO

“赛博机能，结合了赛博文化与户外功能的风格。随着时尚风格不断被‘翻盘’，也在‘升级迭代’，可以看出时尚发展趋势细分和混搭，而消费者对时尚的期望不只是一直能彰显个性的穿衣风格，需同时兼具舒适感与功能性，普及实用场景。我们在内容制作与传播方面也会从多元化、多场景展示，并以启发消费者自行混搭展现自我和前沿的先锋态度与质感。”

——SANDY CHOW



## 抖音电商综合业务风格IP项目负责人

“从‘工装girl’到‘山系女孩’，机能风很好的将功能设计与时尚进行融合，强调口袋设计、立体剪裁等解构美学；而赛博力量的注入，将这种实用主义时尚演绎的更加街头化与未来感，穿搭更注重细节的搭配和与科技元素。未来，抖音电商好物市集IP将会探索更多先锋趋势。”

——王宇

## 时尚集团 新媒体及市场 公关部总经理

“其实无论多小的微趋势，它的存在都是合理的，都是对当前社会文化和技术发展的一个反映，比如赛博机能就是对科技创新的探索。其实，多元包容是时尚应有的一个态度，而这些风格的流行也揭示了大众对于新鲜独特视角的需求和对不同生活理念的探讨，也是消费者生活品质和个人表达的集中体现。”

——王旭





# 穿搭公式



PERSON SOUL

牛仔拼接廓形夹克

超短裙

铆钉元素



TIWILLTANG

仿貂毛图案拉链针织衫

TIWILLTANG

休闲裤



Solif

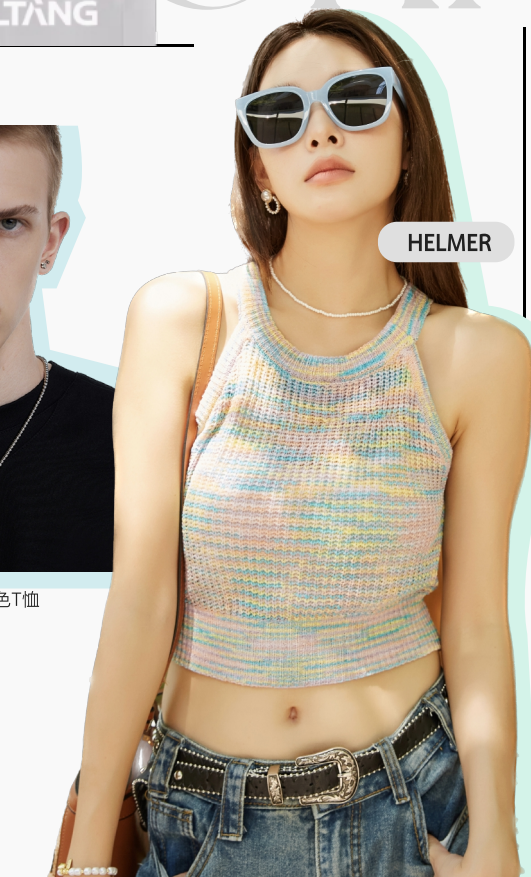
末日风

坠星包



塑料脑袋

珠链细胞吊坠项链+黑色T恤



HELMER

时尚防紫外线复古大框墨镜



# 穿搭公式



1986 ICON 冲锋衣



北面



迪桑特

NEW BALANCE



科技感慢跑鞋



Decathlon/迪卡侬

银灰色跑鞋

多功能外套



休闲冲锋衣

PPGE

BOYLONDON

设计感T恤





# FASHION

# TREND



Neo Chinese |  
国潮新风 |

## 趋势五

2024 抖音服饰行业趋势报告

## 趋势解读

“ 国风新中式是古典与现代的碰撞，通过汲取中华优秀传统文化，融入现代设计，展示独特美学，让汉服、马面裙、汉元素焕发新生。中式时尚的优雅，可以通过微透朦胧的设计如侠客般的豪放，也可以是文化与历史沉淀下高门般的矜贵。国风上身，不仅是潮流的追赶，更是生活态度的体现与民族文化的认同。

### 54% TGI=146

喜欢新中式的抖音用户在日常生活中对传统服饰、亭台楼阁、非遗文化、国风历史等国潮内容格外关注。

数据说明：TGI=偏好国潮国风内容的抖音用户选择新中式穿搭的占比/整体调研用户选择新中式的占比，>100表示偏好，数值越大表示偏好程度越强  
数据来源：巨量算数&算数电商研究院用户调研，2024年1月，N=2852



## 趋势热词

当古典与现代完美融合，国潮新中式持续“长红”，#国潮、#新中式国风等话题播放量超50亿。“汉服”、“马面裙”、“汉元素”这些传统风格如今在抖音平台备受瞩目，内容热度持续上涨。

### 抖音上国潮新风内容热度



+78%  
视频数量



+56%  
内容互动量



+45%  
视频播放量

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年 vs 2022年

### 抖音上国潮新风趋势词内容热度

#国潮

话题播放量 **73.8** 亿次

#新中式国风

话题播放量 **54.0** 亿次

新中式  
1913.6% ↑

马面裙  
1648.2% ↑

汉元素  
434.6% ↑

汉服  
119.4% ↑

国风  
65.4% ↑

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年 vs 2022年

**趋势品类：** 旗袍、亚麻衬衫、刺绣连衣裙、马面裙、汉服童装、国风女包、褶皱提花外套、真丝花绸外套、连衣裙、串珠/编绳手链、刺绣外套、毛边马甲

**趋势风格：** 新中式、国潮、华服、禅意、古韵、水墨写意、中式侠客、中式户外、中式老钱

**趋势颜色：** 中国红、雅青色、水墨、宝蓝、清新绿、温润白

# 大咖说趋势

## 辰辰妈品牌主理人

“新中式的风这两年吹的越来越大，童装也紧跟上了潮流。让孩子穿上古风古韵结合现代元素的新中式童装，是独属于国风的浪漫，也是独属于妈妈对孩子的浪漫。”

——辰辰妈



## 密扇品牌主理人

“新中式”的核心在于“新”。中国传统服饰文化的传承并不仅仅是尊古循古，需要在保留中国传统服饰的基调下，站在现在和未来的环境里去创新和创造。”

——韩雯KateHan



## 几里与麻品牌主理人

“今年秋冬开发的几款新中式市场热度都很高，中式审美逐渐在更多方面被认可，也变得更加日常与生活化。2024年，我相信这个趋势还会延续。”

——几里



## JUN BY YANG JUN 品牌主理人

“新中式是国人民族文化自信发展的必然趋势，是基于传统文化滋养而生的新的设计风格，服装作为载体孕育新的历史潮流。”

——杨君JUNYANG



## 知名演员

“随着国风兴起，国潮元素开始融入服饰设计，传统与现代、复古与时尚感交织，蕴含力量的传统元素与现代的审美进行碰撞。新中式力量，在于其本身就承载着中国传统历史与文化积淀。”

——王媛可



## MNGATA G. 品牌创始人

“新中式是一种文化传承，这种风格将经典的东方元素和现代风格相结合，打造出端庄优雅的生活氛围。新中式更注重现代简约舒适性，使古典与现代、繁复与简单之间达到和谐的平衡。”

——宫小妍2013



## 生活在左品牌创始人

“我理解的趋势，是一种思想上的轮回和觉醒。国风目前市场需求越来越大，品牌要做的是将极致经典的东方美学融入创新设计，能更好融入当代审美及生活需求。”

——林栖



## 尤加利品牌主理人

“其根为中，其形为新。将古典气息与人融为一体，让历史不再拘泥于传统，变的更加日常。”

——尤加利



## BACKCTONE品牌创始人

“我们始终坚持为30+女性提供与众不同的穿搭体验，并努力地为所有女性传达美不分年龄气质、不分岁月的理念。”

——嘉玲姐



## 时尚达人

“30岁，生活的经历，心境的变化，发现穿新中式具有独特的东方美且是非常契合我当下思想的~”

——叶可可



# 穿搭公式

DRESSING

速写

黑色长袖内搭



白色衬衫

Ms MIN



米色浮雕绣龙斜裁连衣裙

对白

国风设计感连衣裙套装



生活在左



中式衬衫

立领与盘扣元素

马面裙

兰花印花中式套装

JUN BY YANG JUN



植木

内搭



儿童印花旗袍

吉珂

红绳银饰



清新绿

汉服



# 穿搭公式

素白



素白植绒提花盘扣马甲

星河汉歌



黑色衬衫

马面裙

辰辰妈



黑色长袖内搭

毛边马甲

复古日记



新中式立领重工刺绣上衣

手串

半身裙

MNGATA G.



抹茶新中式盘扣撞色上衣外套

丝绒休闲裤

簪子

五五年

白色衬衫



马面裙



# 穿搭公式



巴拉巴拉

纯棉儿童家居服套装



粉色中式东方韵味系列中山领上衣

BACKATONE



N° 28

新中式大女主衬衫



云水芳华

新中式复古国风



新中式气质短袖连衣裙

水如画原创女装个体店



东方侘寂

CatalpaLew



国风两面穿外套

嘉瑞尔



优雅国风裙装

随时anytime



国风提花开衫

含幂



# FASHION



# TREND



## 趋势六

Mixture fashion  
混搭美学



2024 抖音服饰行业趋势报告



# Mixture fashion | 混搭美学



## 趋势解读



将对于内容与圈层的认可与喜好穿在身上，以“core”学为代表的混搭穿着应势而起。balletcore、barbiecore、thritcore等细分方向，分别通过突出核心元素与单品如芭蕾舞、极大号男装、网球裙等，运用反差色等突破穿搭规则，将态度穿在身上。混搭与重点表述的相结合，使其成为所在圈层的特有风格。



**31% TGI=137**

混搭风爱好者一直致力于走在潮流的第一线，对前卫设计和潮流时尚内容格外关注。

数据说明：TGI=偏好潮流前卫内容的抖音用户选择尝试混搭美学穿搭的占比/整体调研用户选择混搭美学穿搭的占比，>100表示偏好，数值越大表示偏好程度越强  
数据来源：巨量算数&算数电商研究院用户调研，2024年1月，N=2852



## 趋势热词

“拼接”、“对比色”等混搭元素在抖音受到热议，以#芭蕾风穿搭等为代表的话题播放量均破亿。这种圈层认同与混搭时尚展示了不同消费者对穿搭的独特品味和生活态度，在多话题与内容的推动下，整体视频数量同比增长超90%。

### 抖音上混搭美学内容热度



**+91%**

视频数量



**+41%**

内容互动量



**+32%**

视频播放量

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年 vs 2022年

### 抖音上混搭美学趋势词内容热度

**#芭蕾风穿搭**

话题播放量 **3.6** 亿次

**#混搭**

话题播放量 **3.2** 亿次

芭蕾风  
17728.9%



对比色  
576.5%



不对称  
92.9%



撞色  
77.4%



拼接  
44.5%



数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年 vs 2022年



## 趋势品类：

裹身上衣、连衣裤、芭蕾舞鞋、袜套、芭蕾舞裙、舞蹈练习服、纱裙、迷你裙、网球裙、雪地靴、人造毛皮大衣、高筒靴、露脐上衣、冲锋衣、洞洞鞋、百褶裙、小腿袜、吊带、玩偶外套、运动鞋、高腰裤、工装裤



## 趋势风格：

core系美学、芭比核、Y2K、芭比粉穿搭、甜亚风、甜心辣妹风、混搭时尚、barbiecore、balletcore、kidcore、clogcore、corpcore、courtcore、cottagecore



## 趋势颜色：

芭比粉、荧光粉、多巴胺色、红色、天蓝色、绿色、黑白灰、棕色、荧光黄、豹纹、亮黄色、迷彩

# 大咖说趋势



## 时尚达人

“时尚是一个永恒的话题，每个女生都渴望自己能够穿出自己的风格，让我们一起找到自己，借时尚成为人群中最耀眼的焦点。”

——澳门小源



## BOBO972品牌主理人

“女性不应被风格限定，更不应被年龄阻碍，将热爱元素随心搭配，就是自己最好的LOOK。”

——周炸炸



## CALVINLUO品牌创始人

“时尚越来越跳脱出固有框架，如今的年轻人更多想要呈现一种属于他们个人的风格，拒绝被束缚、被定义化，用自己的语言表达对时尚的理解与态度。”

——Calvin Luo

## 中国内地影视女演员&时尚女装主理人

“生活有很多种可能性，穿搭亦然。简约随性风，不刻意，不用力，随性自然的精致感，放下对完美主义的执着，回归到自己想要的状态。”

——柴碧云



## ALL BEINGS品牌主理人

“潮流是来自无拘无束的街头，是自由的，是充满想象力的。随着松弛感席卷时尚圈，善于做出改变、不爱千篇一律的都市Officer们，开始更大程度地模糊通勤与休闲的界限。”

——田雨



## YKYB品牌主理人

“VOUNG KING VOUNG BOSS是品牌的创立理念，亦是黄子韬想要传达的生活方式。每个人都要做自己人生的主人，不被条条框框所束缚，遵循本心，演绎自己的独特Style。”



# 穿公式 搭

探路者

休闲冲锋衣

Arsis

金属+串珠

通勤短风衣

小野和子

优衣库

天美意

立领宽松大衣

纱裙

优雅裙装

凉拖

SKECHERS

Slipins闪穿鞋

clogcore+小洞鞋

BEYS

牛仔

连衣裙

蝴蝶结装饰

ONLINE



# 穿搭公式

字母印花阔形休闲宽松夹克

NPC

休闲鞋

白色内搭

黑色休闲裤

抹胸内搭

13DE MARZO

满身星星玩偶发光夹克牛仔外套

鞋夫人



系带厚底乐福鞋



儿童冲锋衣

多巴胺

“软壳”

懿琪宝贝

Maje

长款外套

亮黄长袖针织衫

百褶短裙



Notawear

长绒针织开衫

迷彩工装裤

肩饰垂褶短裁吊带上衣

CALVINLUO

不规则腰带牛仔裤



翠绿色毛衣

高腰皮裤

E-Shine



爱玛特



ALL BEINGS

笔格纹长款衬衫外套



# FASHION

# TREND



## 趋势七

| Geeky casual  
| 松弛高智

2024 抖音服饰行业趋势报告





## 趋势解读

“在高强度的工作中承压，让穿搭抚慰自己。通过选择宽松、舒适的单品如衬衫、风衣、阔腿裤等，在保持职场精英感的同时，营造松弛与放松的氛围，与自己的身材和解，缓解焦虑，实现商务通勤场景下舒适带来的愉悦感。”

39.9% TGI=148

37.3% TGI=139

抖音上本科及以上学历的消费者们相对于整体更愿意在2024年尝试松弛高智风格的穿搭。

数据说明：TGI=本科及以上学历的抖音用户选择尝试松弛高智穿搭的占比/整体调研用户选择松弛高智穿搭的占比，>100表示偏好，数值越大表示偏好程度越强  
数据来源：巨量算数&算数电商研究院用户调研，2024年1月，N=2852

## 趋势热词

围绕“知识分子”、“书卷气”等展开的高智感穿搭风格热度激增。过去一年，视频数量增长近200%，播放量同比增加近80%。#氛围感穿搭、#松弛感穿搭与#知识分子穿搭等成为这届打工人的热议话题。

### 抖音上松弛高智感内容热度



+197%  
视频数量



+129%  
内容互动量



+79%  
视频播放量

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年 vs 2022年

### 抖音上松弛高智感趋势词内容热度

#### #氛围感穿搭

话题播放量 **13.9** 亿次

知识分子  
+100x+

书卷气  
+100x+

高干  
+100x+

#### #松弛感穿搭

话题播放量 **4.6** 亿次

清冷  
+100x+

气质  
+124.4%

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，2023年 vs 2022年

**趋势品类：**毛呢外套、西装、风衣、A字半身裙、方形腕表、宽松羊毛衫、乐福鞋、西装裤、针织衫/针织马甲、夹克、连衣裙、POLO衫

**趋势风格：**格纹、知性、高级感、商务休闲、慵懒风、松弛感、优雅气质、轻熟、氛围感、小香风

**趋势颜色：**灰色、杏色、驼色、深咖、棕色、浅蓝色、浅绿色、米色

# 大咖说趋势

## 十如仕董事长兼总经理

“如今的职场强度高、压力大，大家开玩笑躺平，实际上要么在卷，要么被卷。上班前看着镜子中的自己，都希望可以既精致而又松弛。我们十如仕特别想用新疆长绒棉，做好国货科技男装，帮助大家简化选择，成就专注。”

——蔡崴



## LANCY新零售负责人

“对于LANCY而言，我们肯定还是会坚持自己优雅知性、简约大气的品牌DNA，这是我们二十多年来能够在市场中得到消费者认同的一个标志。在这个坚持之上，我们也会去做一些创新，比如松弛感和高智感的东西，希望能够融合到具体的场景、剪裁、面料等等。”

——张建军



## 巨量引擎商业分析负责人

“‘松弛感’这个词在社交媒体上被年轻人热议，近几年知识分子风吹起，是时尚和精神文化的碰撞。这一穿搭风格的流行，其背后正是‘松弛感’带来积极正向、健康向上的情绪价值，从多巴胺到美拉德穿搭，年轻人热衷为情绪买单。未来，围绕‘松弛’‘情绪’‘色彩’等主题的商业营销场景将会越来越多。”

——林文斌

# DRESSING

# 穿搭



nicepeople

丝绒连衣裙

方型手表



醋酸凉感抗皱polo衫

太平鸟



致知

小香风编织流苏小西装短外套

白色连衣裙长裙

缎面凉鞋



莫莉庄园

高级法式小黑裙



GAP

卫衣

拼色夹克外套

休闲裤



商务休闲

UGG

轮胎底塔斯曼



maje

法式优雅系带收腰粗花呢外套



# 穿搭公式



书然星

头层牛皮小白鞋



艾梦.忆思

珍珠项链

细吊带背心打底



SDEER

国风轻奢高端优雅拼接气质

靴子



TRACYCHU

厚织V领无袖多穿法山羊绒连衣裙



randompiece

灰色毛呢外套

阔腿休闲裤

尖头皮鞋



百牧羊

半拉链羊绒衫POLO领毛衣

# FASHION TREND

## 趋势

| Nature illusion  
| 自然蜜语

2024 抖音服饰行业趋势报告

## 趋势解读

**薄荷曼波** “薄荷曼波”是由代表春季活力的薄荷绿及自然色系和曼波舞风格共同组成的春季风格词。这个词首先呼应我们新春的主打色——薄荷绿，古希腊词语中代表薄荷的词语mentha也被用来形容春天最新鲜的一抹绿色；曼波则来源于南美流行的一种舞蹈，舞步没有限制且不拘小节，代表着冲破束缚让自己的内心自然流露。

**天然低甜** 多彩治愈心情，多样色系的pick成为每日抚慰紧张神经、开启一天好心情的重大选择。以视觉疗愈为核心低饱和度色系跃入大众视野，柔和桃、奶蓝、奶白等交织结合，轻松get低甜舒缓氛围。在衬衫、西装、针织衫之上应用，则是正式之外更显温柔甜美气质，拿捏“盐甜”平衡。

24.1% TGI=114

自然系穿搭“上头”的抖音用户们，更崇尚自由放飞、随性佛系的生活与人生状态。

数据说明：TGI=偏好自由佛系状态的抖音用户选择自然蜜语穿搭的占比/整体调研用户选择自然蜜语穿搭的占比，>100表示偏好，数值越大表示偏好程度越强  
数据来源：巨量算数&算数电商研究院用户调研，2024年1月，N=2852

## 趋势热词

在宏观大环境与个人小环境的双重重压之下，寄情山水、放松自己的需求变得越来越强烈。基于此，在自然赋能下，舒缓与鼓舞人精神振奋的自然色系穿搭值得关注，在“森系”、“仙气”等内容的持续加持下，相关视频数量同比增长高达132%。

## 抖音上自然蜜语内容热度

**+132%**  
视频数量**+87%**  
内容互动量**+60%**  
内容互动量

数据来源：巨量算数&amp;算数电商研究院，2023年 vs 2022年

## 抖音上自然蜜语趋势词内容热度

## #森系穿搭

话题播放量 **1.2** 亿次森系  
+178.1%田园  
+158.0%仙气  
+139.7%乡村  
+119.5%碎花  
+114.7%

## #莫兰迪色

话题播放量 **1.7** 亿次

数据来源：巨量算数&amp;算数电商研究院，2023年 vs 2022年

**趋势品类：** 连衣裙、蕾丝衫/雪纺衫、打底裤、文胸、短裤、短裙、高跟鞋、针织衫/毛衣、吊带裙、连衣裙、吊带、西装、T恤

**趋势风格：** 薄荷曼波、森系、自然风格、田园风、甜美可爱风、治愈风、清纯风、美拉德风格、多巴胺风格

**趋势颜色：** 柔和桃、绿色、自然色系、低饱和绿、低饱和蓝、原木色系、美拉德色系、奶蓝色、裸粉色、杏色、卡其色、奶白色、莫兰迪色





# 大咖说趋势

## 时尚芭莎时装总监

“我们开始更加关注颜色的设计，因为色彩真的能让人心生愉悦。比如多巴胺色系的明亮颜色撞色、美拉德色系颜色和谐的整合。就我而言，我会觉得治愈类的色彩比如奶蓝色、柔和桃可能会成为下一个流行色，毕竟在比较困难的大环境下，治愈自己的柔和色彩可能会比较有共鸣。”

——NEO

## 致知品牌创始人

“以人类的想象力做为解决问题、塑新现实的关键手段，基于当下时代背景、趋势发展，重建与消费者之间的情感共鸣显得十分必要，带有梦幻色彩的东方主义，将为当代女性带来平静疗愈的能量和凸显本真自我的价值取向。”

——三寿

## 时尚达人

“绿色、奶白色，蓝色的自然色，搭配上当季适合的衬衫，连衣裙，整体营造出轻松氛围。治愈自然色系下的浪漫与可爱，纯真与美好，模糊年龄边界，呈现出‘仙仙’新貌，赋予生活明丽的春‘色’。”

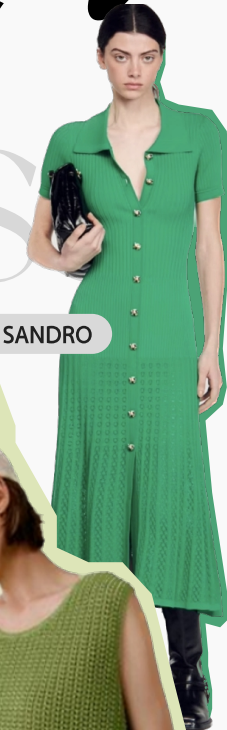
——小熊出没



# 穿搭公式



“束型系列”连衣裙  
抹茶绿



SANDRO

时尚多巴胺绿色长款针织连衣裙



打褶吊带连衣裙

优雅连衣裙



独束



Jorya weekend

高级感蕾丝绣花V领灯笼袖连衣裙



ICICLE之禾



绿色针织背心

杏色西装裤



森女部落

丝巾

衬衫

无袖针织衫

百褶短裙

长袜

皮鞋

春日衬衫套装裙

清新绿

对白



绿色

致知



白色

妙感春风系列缎面连衣裙长裙



# 穿搭公式



轻量防晒帽

艾佳薇



果冻西装系列

伊芙丽



海滩日出羊毛开衫

洲升

尖头皮鞋 / 高跟鞋



费尔岛毛衣

Moromoro

粉色短裤

白色长袜

单鞋



薄荷绿吊带连衣裙

XUZH



Maje

春夏优雅白色长袖连衣裙

皮带



Sunsetpark

奶白毛呢外套

奶白毛呢半身裙



OMON

泳衣



three goodd

印花荷叶边连衣裙



同系列短裙

Bequeenstory

印花短外套

蕾丝内搭



(2024)

FASHION TREND

# FASHION TREND

PART **04**

## 纷繁进化

抖音助力服饰商家生意破局



## 四 纷繁进化：抖音助力服饰商家生意破局

时尚行业潮流趋势更迭速度不断加快、消费者的需求持续进阶、市场竞争的日益内卷都对服饰行业商家提出了更高的要求，在打造新品与爆品的过程中，从上市前的规划测款、策略洞察，到上市后的营销打爆，服饰商家都迫切需要确定性和前置性的趋势指导。

抖音平台可以提供多种路径，从差异性分层运营扶持、品牌力打造、多元触点与营销场景、商城活动资源扶持等多个方面，助力不同类型服饰品牌实现品效双收与生意增长。

### 机会一：服饰商家差异化分层运营扶持，赋能全平台商家生意增长

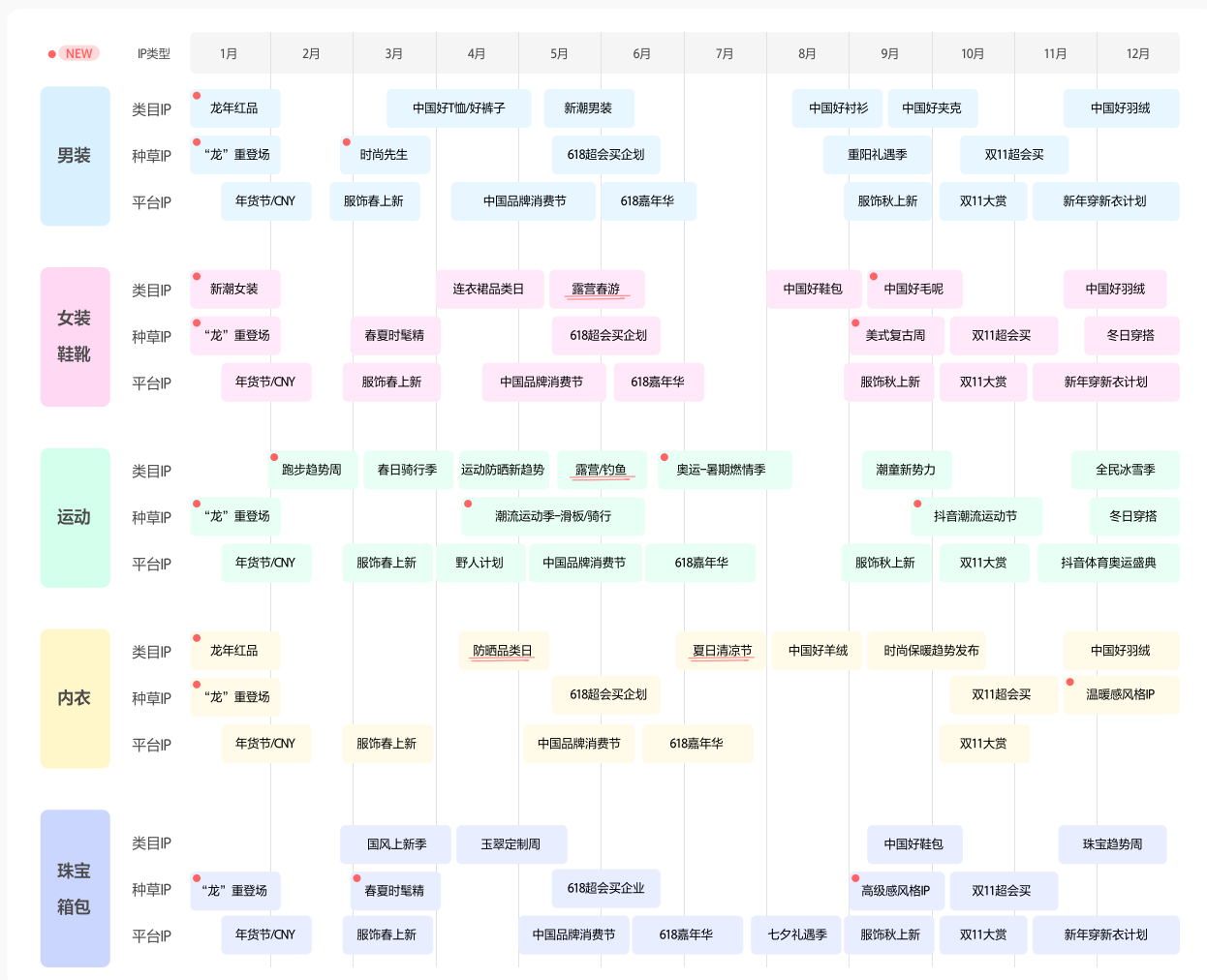
#### 4.1 全域型商家：成熟品牌持续人群破圈，焕新品牌心智

##### ■ IP热点营销提升品牌声量，看见新生意增量

**背景：**随着内容电商的发展，受到广大用户关注的热点事件更大程度的影响品牌发展。对品牌来说，造热点约等于自己造节，一旦抓住了热点，就抓住了一次新的销售风口。

**机会：**抖音背后是大量用户与内容，具备从前置预测热点、热点话题放大到生意转化的全链路热点运营能力。品牌快速跟上抖音热点节奏，获得更多自然流量露，最终转化为确定性生意，成为新的生意增长方向。

24年服饰营销-类目IP地图



备注：IP营销日历仅供参考，以实际为准

# 品牌故事

## 【北面】北面X潮流热点冲榜 助力秋冬新品破圈种草

**情境** 北面秋冬羽绒服新品在抖音上新，借力平台热点实现新品破圈种草，最终双十一曝光人群成交率提升54%，5A人群规模提升862%。

**打法** 基于品牌秋冬新品羽绒服营销需求，通过对平台热点内容分析，精准定位热点趋势，进行行业诊断与投前洞察，并联合抖音潮流运动达人供给端共同完成定制化「抖音热榜种草计划」。

30+

垂类达人  
关联参与

TOP6

话题「羽绒服的N种穿搭方式」  
成功登上抖音种草热榜TOP6

1亿+

冲榜话题  
vv达1亿+

10+

热榜在线长  
达10+小时

282%

助力双11  
GMV膨胀



## 【波司登】波司登携手「hello时尚季」内容IP定制热词冲榜，助力品牌营销



重新定义轻薄羽绒服  
米兰·达芬奇庄园首秀  
La Vigna Di Leonardo  
波司登  
畅销全球72国

### 情境

借助时尚行业时装周大事件，宣传波司登新品和品牌大秀，预埋百位时尚优质作者，达成活动vv12亿，与客户共创2个话题，实现vv2亿+并成功冲上热榜。

### 打法

- **营销借势：**结合平台热点话题和趋势词，定制热词冲榜，打造内容IP「hello时尚季」。
- **达人预埋：**高调性服饰达人深度共创，覆盖“时尚模特+专业设计师+趋势解读类作者+时尚买手+美妆/穿搭博主”等多类型作者，围绕主题创作优质内容，持续提升品牌热度，释放品牌主张。
- **宣发阵地流量高效获取：**抖音APP与星图PC端资源重磅结合，Big day流量集中爆发，主会场H5和分会场话题页强强呼应，激发高调性时尚作者&客群共鸣。

## 内容型直播间，驱动品效合一

**背景：**服饰行业生意受趋势风格和季节时令影响，同时服饰商品非标属性衍生的需求非常多元化，包含功能、场景、风格等，需要及时捕捉需求信号并进行内容演绎。

**机会：**抖音作为一个内容营销平台，抖音服饰生意核心依靠优质和大量的PGC、BGC、UGC特色趋势内容驱动增长，可以通过优质内容满足消费者多变需求。

# 品牌故事

## 【ZARA】「走秀型直播间」： 以不用于带货型直播间的内容形式，重塑品牌高调性形象

- **服饰专属走秀形式：**区别于带货直播间的强营销属性，整体场景、妆发、穿搭均使用较为素净的颜色，干净清爽。
- **原生感拉满贴近用户：**直播过程中穿插了各种「穿帮」镜头，同时也夹杂各种访谈、穿搭教学，营销感弱。
- **电影级设备&持续性运营：**高等级拍摄设备、超大场景加持，画面构图、质感定义行业天花板，常态化走秀直播（by周），持续破圈。
- **直播间停留观看时长和点击率远优于行业均值。**







### 【海澜之家】「微综艺型直播间」：

通过综艺娱乐的节目形式，强化场景化氛围，传递品牌故事

- a. 好内容：自制长白山户外综艺，自造热点流量外溢自然冲榜全网多热搜。
- b. 多层次：代言人官宣+头部KOL种草，不同层级反复触达。
- c. 强背书：央视新闻直播，主播工厂探访+大美新疆TVC发布，为国货强科技，高品质宣传。

## 4.2 内容型商家：新锐品牌入局，善用内容素材

### 新品尖货，提升品牌溢价

**背景：**以往品牌上新在传统电商平台，与消费者接触的方式更多在货架和搜索场域，依托用户主动搜索与传统广告曝光，流量入口偏窄。

**机会：**抖音通过强大的内容生态快速触达消费者，流量敞口和效率远高于货架场，因此新品打爆周期更短且成本更低，能够做到快速引爆。在抖音，新品代表新生意，已经成为品牌新品上市的核心阵地。

抖音服饰为帮助品牌更快、更准、更稳的推爆新品，沉淀了新品打爆的三种打法，分别为「高举高打」、「精种准打」和「聚流快打」。

## 品牌故事

**情境** 高梵推出的新品极地航海系列，核心卖点在极寒环境下穿着，品牌与抖音平台共创测评类内容，实现品效全链路转化，营销热点#用鹅绒服解锁citywarm，登顶三榜第一。

- 打法**
- 官方媒体强势背书：抖音商城&央视网官方联合出品高质感短视频，单日站内播放量突破500万+。
  - 跨界营销资源整合：跨界懂车帝发布年度冬测大事件，车圈达人服饰种草。
  - 抖音商城大牌来了：无缝承接发布会热度，提供全网最佳礼赠机制，抖音商城首页卡3+品牌馆气泡+品牌馆banner+品牌馆tab等黄金资源加持。

「高举高打」：预算前置花，快速提升品牌声誉

### 【高梵 x 中国新发布】 首个电商服饰营销共创



「精准打」：预算精准花，强种草，做准圈层

### 【运动-蕉下】

防晒品类新品打爆，种拔平衡高效拉新转化



**情境** 防晒市场细分而垂直，且需求集中春夏爆发，蕉下除了需要构建品牌护城河之外，亟需破圈拉新。通过系列组合拳，最终提效降本18%。

- 打法**
- **数据策略**：通过数据精准定位破圈人群，并锁定跨品类人群机会。
  - **内容赛马**：基于人群需求拆解产品卖点，进行内容赛马精细化运营种草，高效触达提升转化。
  - **内容经验复用**：官抖内容复制与优质素材DOU+加热，提高收拔效率，实现人群拉新和品效双收。

**情境** 2023年成立的新锐品牌MissWiss作为鲨鱼裤新秀，在抖音通过3个月时间打爆鲨鱼裤亿级单品，单品GMV1.3亿，商品卡销售1000万元（环比+67%）。

- 打法**
- **数据策略**：通过数据洞察，抓住身材修饰+防寒保暖的双重卖点，精准抓取卖点人群。
  - **星图助力**：#穿出秋冬高级感 跑通星推搜直，星图IP助力曝光，内容热推持续加热，竞价锁定高效承接。
  - **基建狂人**：储备素材1万余条，（张柏芝混剪+达人素材）。
  - **矩阵收拔**：1+5矩阵布局，张柏芝代言+种拔一体。

「聚流快打」：预算集中花，做爆点，抢占用户心智

### 【运动户外-MissWiss】 亿元单品鲨鱼裤养成记



## ■ 玩转星推搜直，种收一体带动生意增长

**机会**：巨量星图达人种草内容挂载搜索组件（蓝词）缩短搜索链路，搭配内容加热预算精准加热放大种后搜，通过搜索品专承接种后搜流量做转化，帮助品牌提升搜索增量、品牌涨粉、GMV等种草转化指标。



### 【运动-魔力薇薇】

星推搜直打通种拔链路，助力新品种草ROI高达17

- 情境** MolyVivi防晒衣新品上新，通过爆文星推搜直联动，新品种草ROI高达16.86，GMV突破530万。
- 打法**
- **防晒卖点洞察**：基于线上大数据挖掘潜力类目，对防晒卖点进行洞察拆解。
  - **打造优质爆文**：抓取消费者需求拿捏爆文小公式，突出产品功效、编织技术与时尚设计感，持续打造优质爆文。
  - **爆文必挂小蓝词**：星图+小蓝词+品专，三合一丝滑链路，同步提升曝光与GMV。
  - **爆文达人直播带货**：达人引起用户兴趣、构筑品牌心智。

品牌故事

## 4.3 广告型商家：大众品牌经营，品牌形象建设

### ■ 趋势类目打造，带来服饰新增量

**机会：**从上半年防晒、到下半年冲锋衣、鲨鱼裤等，抖音以内容电商特有的属性，衍生出符合用户当下需求的火爆类目，同时因服饰特有的趋势风格，用户热门讨论的多巴胺、美拉德、户外、格雷系、军大衣等话题也带动相关品类的增长，沉淀出了从用户热点到趋势类目增长的一系列打法。

## 品牌故事

### 【女装-SINSIN】 鲨鱼裤打爆

- 情境** SINSIN自2012年入驻抖音，主打「轻塑」品牌理念，自22年逐渐开始抓住平台趋势类目机会，强势冲榜抖音鲨鱼裤市场
- 打法**
  - **品牌造势：**通过双代言人传递品牌多元形象，同时全明星阵容深度种草，新品发布会爆破推新。
  - **产品创新：**在消费者需求洞察的基础上，产品实现科技专利加成，同时款式高频迭代优化。
  - **生意闭环：**沟通策略高频迭代，通过内容创新和精细化运营，生意侧紧密承接品牌营销势能。



### ■ 大众品牌形象升级，建立高调性品牌心智

**背景：**从竞争环境来看，非全域型商家的生存环境更容易被挤占，品牌更能够影响消费心智，有效缩短购买决策的意识符号。

**机会：**抖音能更好地助力服饰非全域型商家品牌形象升级，让生意效益更高、生意规模更大、生意做得更长久。

## 品牌故事

### 【内衣-小野和子】 借助IP和明星资源强化品牌背书



- 情境** 小野和子作为白牌商家，通过IP资源与明星背书成功进行品牌升级，爆款产品光腿神器GMV提升明显，品牌搜索环比提升130%。
- 打法**
  - **品牌占位：**抢占行业高位，新品发布会，打造产品高端形象，强化消费心智。
  - **内容升级：**借势IP热度，塑造品牌国际范，升级品牌视觉形象国际化。
  - **明星代言：**品牌造势，明星代言官宣提升品牌影响力，推动品牌人格化。

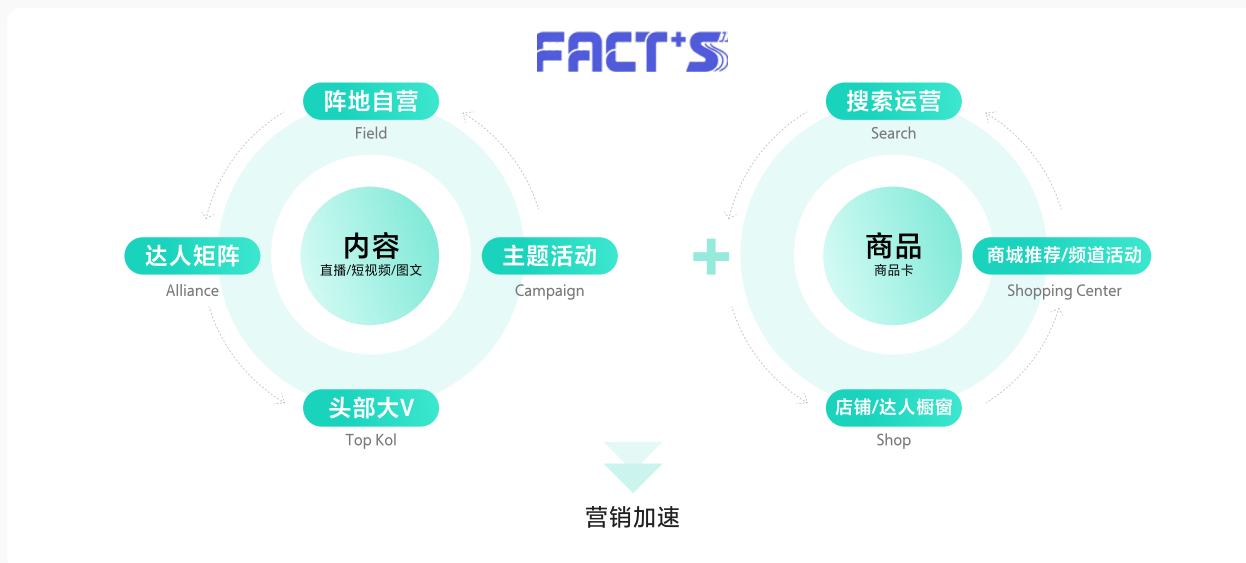


## 机会二：多样化用户触点、丰富营销场景，为商家长效增长创造源动力

抖音商城的用户触点多样化，通过内容、猜你喜欢、搜索承接的一套组合拳，以丰富的场景，助力商家长期阵地经营，实现长效增长。

不仅有发现，更有逛、搜、复购，持续为商家生意带来新增量。为用户提供海量丰富选择，以内容为抓手引导其进店。商城频道活动提供多样化选购体验，进一步丰富营销场景。“猜你喜欢”则通过用户兴趣匹配，挖掘潜在消费需求。搜索承接购物需求，实现最后一步的高效转化全链路。一整套的经营组合，让品牌在抖音阵地的长红成为可能。

依托增长飞轮 抖音电商全域经营方法论加速升级



抖音商城的用户触点，不仅是发现，也有人找货场景-逛、搜、复购



### 机会三：商城大促活动资源扶持，实现生意、营销、用户的规模化爆发

抖音商城提供丰富的活动玩法与资源支持，帮助品牌实现生意爆发，以抖音电商服饰焕新周活动（3月9日-3月14日）为例，平台提供上亿流量曝光、阵地资源透出以及部分货盘额外流量补贴，同时进行达人、商家、货架、千川等各色细致玩法设置，可充分带动大促期间商品销售爆发，帮助品牌实现成长与跃迁。



#### 抖音电商服饰焕新周活动及玩法节奏

招商开始 2024/2/18/16:00      招商大会 2024/2/19/16:30      狂欢开始 2024/3/9/00:00      Big day 3.9-3.10      活动收官日 2024/3/14

|        |                         |
|--------|-------------------------|
| 平台营销玩法 | 低价好货池（官方立减+一件直降）        |
|        | 低价爆款                    |
|        | 大促低价格带池                 |
| 达人玩法   | 超值天团直播间、超值品类直播间         |
| 商家玩法   | 大牌钜惠、万店钜惠               |
| 商城玩法   | 超值购、秒杀、大牌试用、一元抽签        |
| 广告激励   | 巨量千川万元红包激励              |
| 财经玩法   | 抖音支付&抖音月付商家联合补贴活动 运费险补贴 |

## ■ 数据说明

### 【巨量算数数据说明】

数据来源：内容播放量、直播、搜索等数据来源为内部数据平台；初步统计，未经审计

时间周期：2022年1月-2023年12月，同比为2023年1月-2023年12月 vs 2022年1月-2022年12月（特殊说明除外）

人群说明：报告中所分析人群均为18周岁以上成年人

数据口径：

- 服饰行业内容：抖音上标题含服饰相关关键词的视频、服饰相关商品的视频；包括女装、男装、女鞋、男鞋等8个一级品类
- TGI：样本人群较总人群的偏好度，数值越大说明该人群较总体人群对该事物的关注度更高， $TGI = \text{样本占比} / \text{总体占比} * 100$

### 【服饰行业消费者调研数据说明】

数据来源：巨量算数&算数电商研究院，服饰行业消费者调研

执行时间：2024年1月

样本条件：18岁以上，抖音服饰行业兴趣用户（月点赞>=2次以上用户）

样本量：N=2852

## ■ 声明

本报告由巨量引擎、巨量算数、抖音电商、CBNData联合制作。

报告中文字、数据等内容受中国知识产权相关法律法规保护。除报告中引用的第三方数据及其他公开信息，报告所有权归巨量引擎所有。

报告制作方对报告中所引用的第三方数据及其他公开信息不承担任何责任或义务。在任何情况下，本报告仅供读者参考。

如果您对报告中的内容存在异议，可通过[eresearch@bytedance.com](mailto:eresearch@bytedance.com)联系我们。

【巨量算数】是巨量引擎旗下内容消费趋势洞察品牌。以今日头条、抖音、西瓜视频等内容消费场景为依托并承接巨量引擎先进的数据与技术优势，坚持客观严谨的理念，输出内容趋势、产业研究、广告策略等前沿的洞察与观点，同时，开放巨量算数指数、巨量算数榜单数据分析工具，满足企业、营销从业者、创作者等数据洞察需求。

【巨量引擎大众消费业务中心】巨量引擎是抖音集团旗下综合的数字化营销服务平台，大众消费业务中心主要服务美妆个护、服装配饰、日化母婴、食品饮料、3C电器五大行业的商家，汇聚营销洞察、商业产品、营销生态等丰富资源，致力于让不分体量、地域的企业及个体，都能通过数字化技术激发创造、驱动生意，实现商业的可持续增长。

【第一财经商业数据中心（CBNData）】隶属于上海文化广播影视集团（SMG），是Yinfinity（应帆科技）旗下大消费产业研究与媒体智库，立足领域数据库、数字化媒体矩阵以及消费品牌数据库，围绕新消费、新圈层、新方法三大研究方向，面向品牌企业输出行业研究、数据沉淀、信息聚合、营销传播及商业公关等产品及服务，多维助力品牌影响力的搭建、透传及破圈。

未经允许，不得对报告进行加工和改造。欢迎转载或引用。如有转载或引用，请及时与我们联系，并注明出处。



巨量算数微信公众号



巨量算数官网



算数电商研究院飞书社群