

年轻人

时尚

消费

解码

年轻人群时尚态度

——女装时尚消费趋势洞察报告

CBNDATA

第一财经商业数据中心

© 2020 CBNDATA. All rights reserved.

FASHION

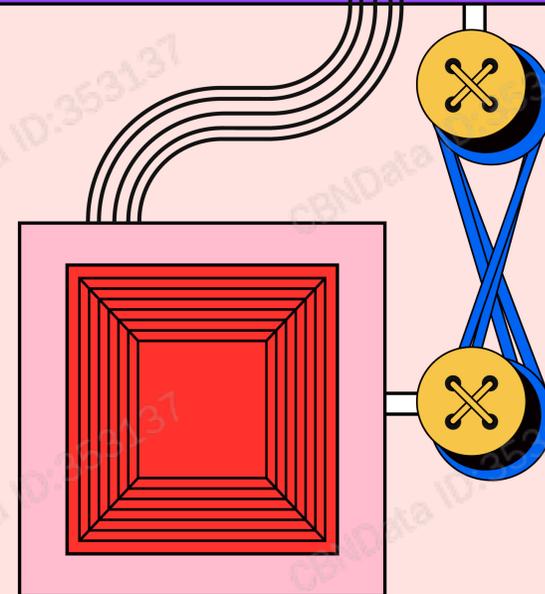
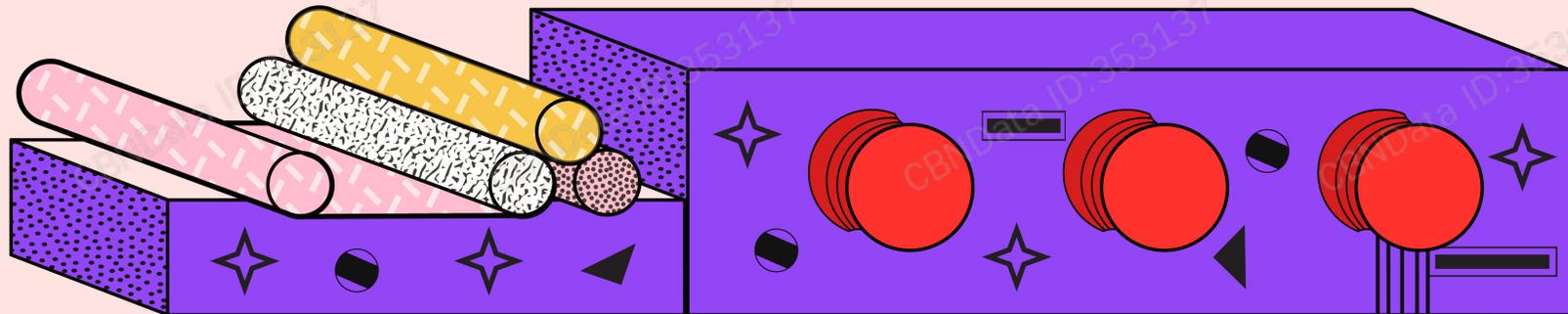




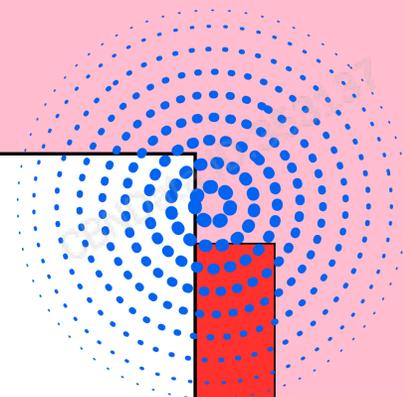
TABLE
OF
CONTENTS
目录

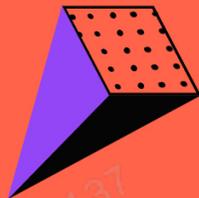
01

不可阻挡的时尚消费主力：
有态度的年轻人

02

解码年轻一代的时尚主张：
有个性，不盲从





不可阻挡的
时尚消费主力：
有态度的
年轻人



近三年颜值相关家电数码品类增长趋势

洁面仪+109%

电子瘦身带+103%

电子美容仪+54%

脱毛剃毛器+67%

美眼仪+130%

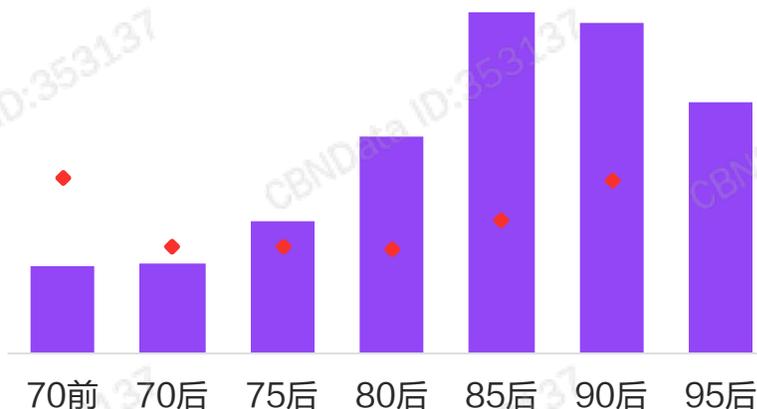
美腿+266%

“颜值”经济当道，年轻消费者成为绝对消费主力和未来的潜力时尚力量

随着消费市场的快速发展和人民水平的提升，个人形象变得越来越重要，“颜值经济”爆发式兴起，年轻人成为颜值和时尚绝对追求主力。

线上不同代际消费规模及增速

■ 消费规模 ◆ 增速



数据来源：阿里妈妈《新周期下消费电子趋势洞察与商业增长》

数据来源：CBNData《2019中国互联网消费生态大数据报告》
数据时间段：2018.9-2019.9

无时装不时尚，年轻人对美的追求驱动着女装市场的平稳发展

生长于90年代的年轻人从小就和互联网有着亲密的接触，信息的开放和社会的宽容让他们对时尚，也有着更加前卫多元的态度。以Z时代为例，他们时装年购买频次达15次，单品平均购买价702元。时装秀，vlog，博主，都表达了年轻人对时尚追随的积极性。年轻人对美的追求也驱动着整个女装市场的高速平稳发展。预计2019年中国女装市场销量破千亿。

2014-2019年中国女装市场销量



数据来源：利丰研究中心《2019年中国服装市场报告》

Z世代

时尚热搜话题

Z世代时装消费单品购买均价 **702元**

平均每年购买频次 **15次**

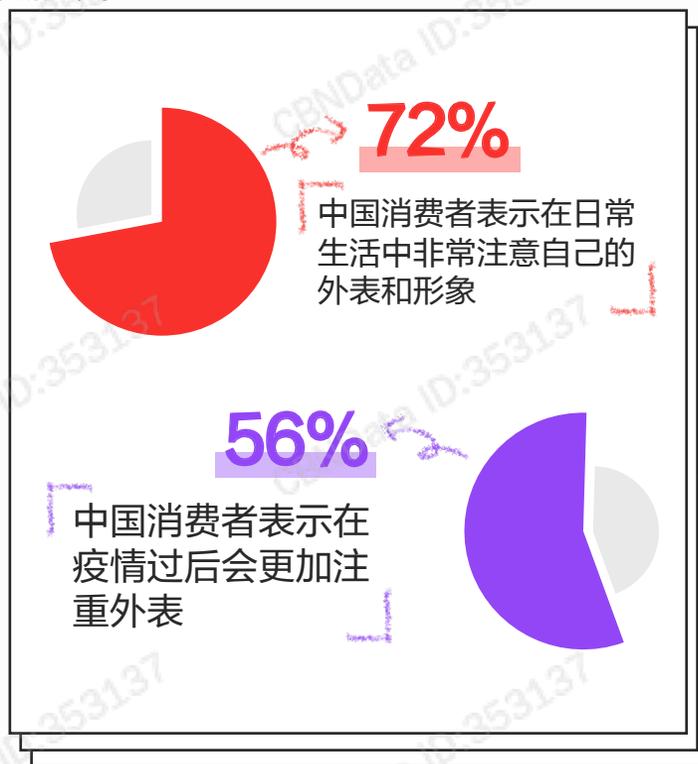
#时装SHOW#
#明星#
#直播#
#博主#
#奢侈品#
#嘻哈#
#巴黎#
#Vogue#

#超酷der#
#嗲#
#带货王#
#大展#
#联名款#
#国潮#
#种草#
#Vlog#

数据来源：华扬数字《时尚2020，潮Z看！Z世代时尚消费洞察报告》

疫情期间被压抑的购物欲开始复苏，消费者对潮流鞋服的需求不减反增

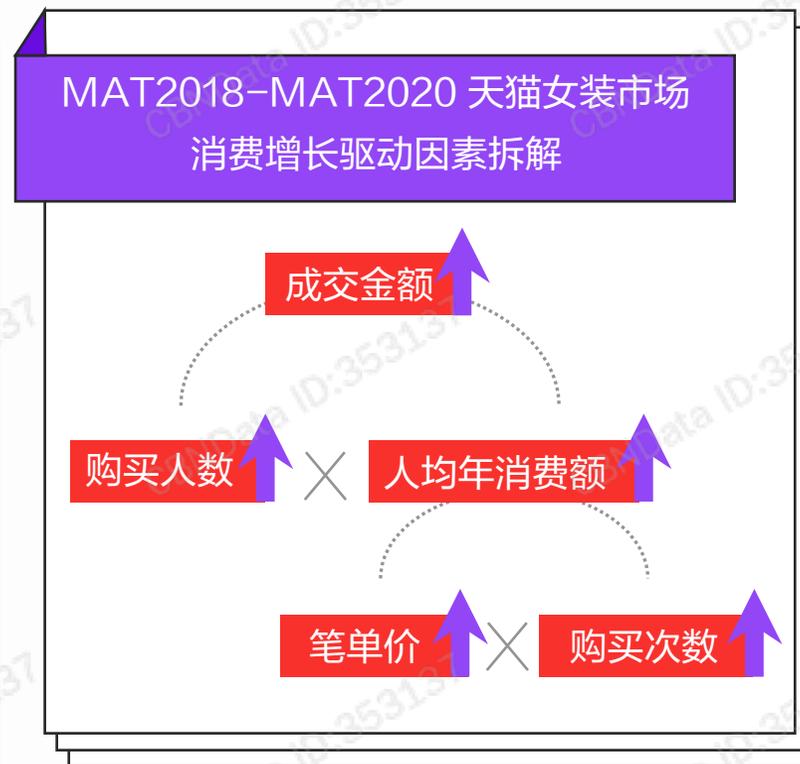
超七成消费者表示重视自己的外表和形象，今年遭遇特殊疫情时期，依然不影响大家爱美的诉求，56%的消费者表示疫情过后会更加注重外表。年轻人对美的追求也驱动着线上女装的蓬勃发展，大量新的消费者涌入，消费深度提升。



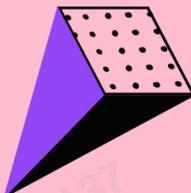
数据来源：凯度《2020年China MONITOR第一季度洞察报告》



数据来源：CBNDATA消费大数据



数据来源：CBNDATA消费大数据



02

解码
年轻一代的
时尚主张

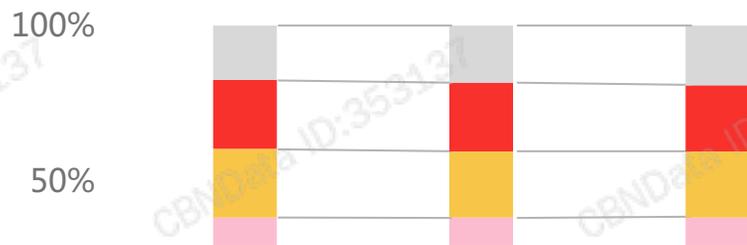


全民皆时尚：不止是90/95后年轻人，下线城市消费者时尚潜力不断释放

“时尚”不仅是一种潮流态度，已经逐渐成为年轻人的生活方式。线上女装市场蓬勃发展，90/95后年轻人占比逐渐提升，同时市场下沉趋势明显，下线城市消费者消费潜力也在不断释放。

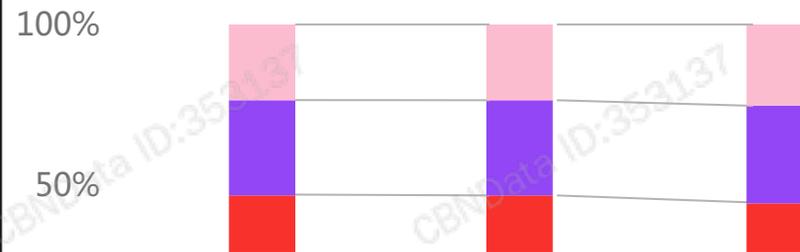
MAT2018-MAT2020 线上女装市场
不同年龄段

70前 70/75后 80后 85后 90后 95后



MAT2018-MAT2020线上女装市场
不同城市线级消费者占比

一二线城市 三四线城市 五六线城市



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_16863

