

潮流

消费

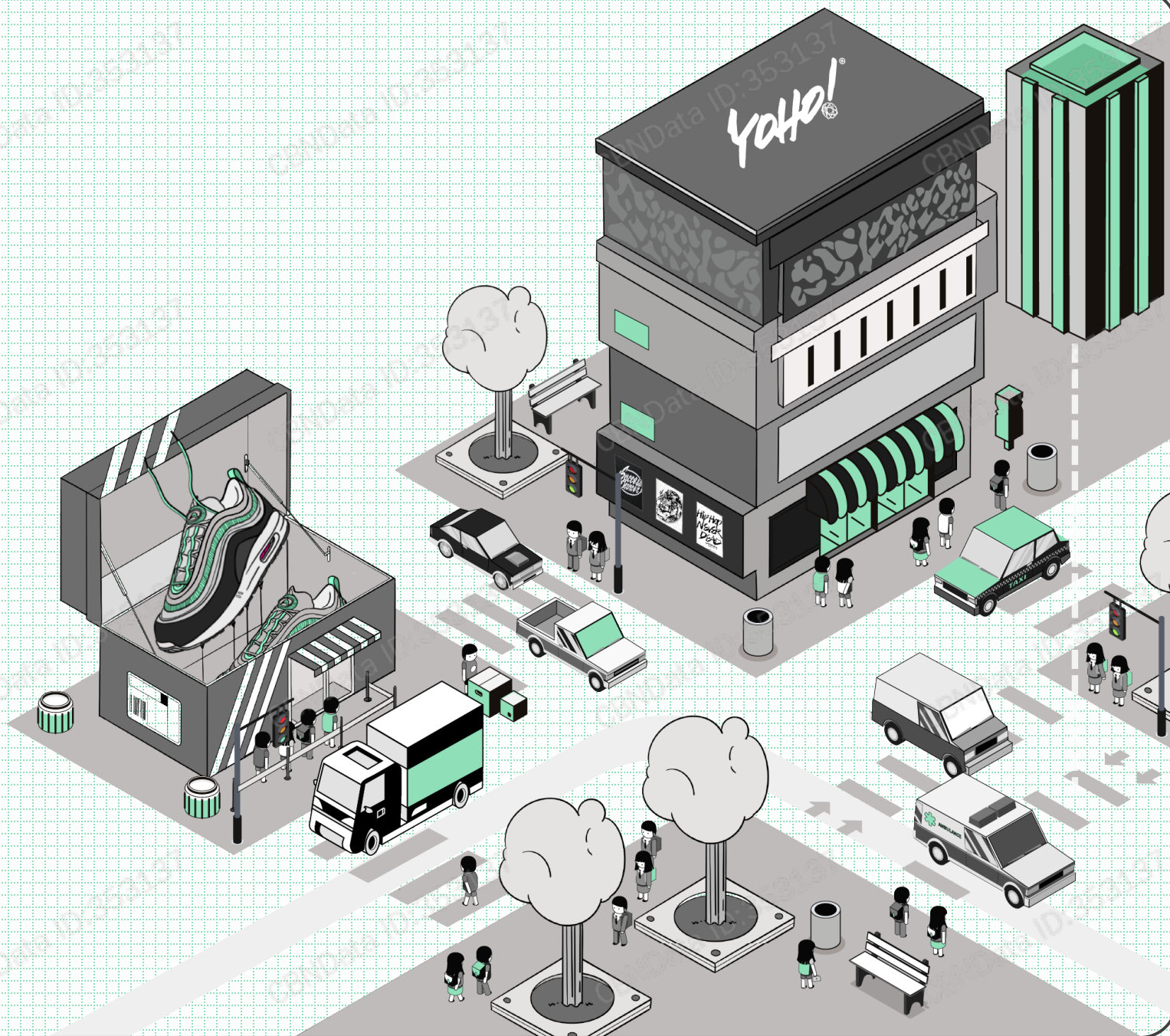
2019

# 2019 中国潮流消费 发展白皮书

**CBNDATA**  
第一财经商业数据中心



© 2019 CBNDATA. All rights reserved.



# TABLE OF CONTENTS 目录

- PART1: 潮流市场发展现状与历程
- PART2: 潮流消费者画像与消费趋势
- PART3: 潮流风向标①: 国潮的崛起
- PART4: 潮流风向标②: 球鞋文化的蔓延
- PART5: 展望



CHAPTER

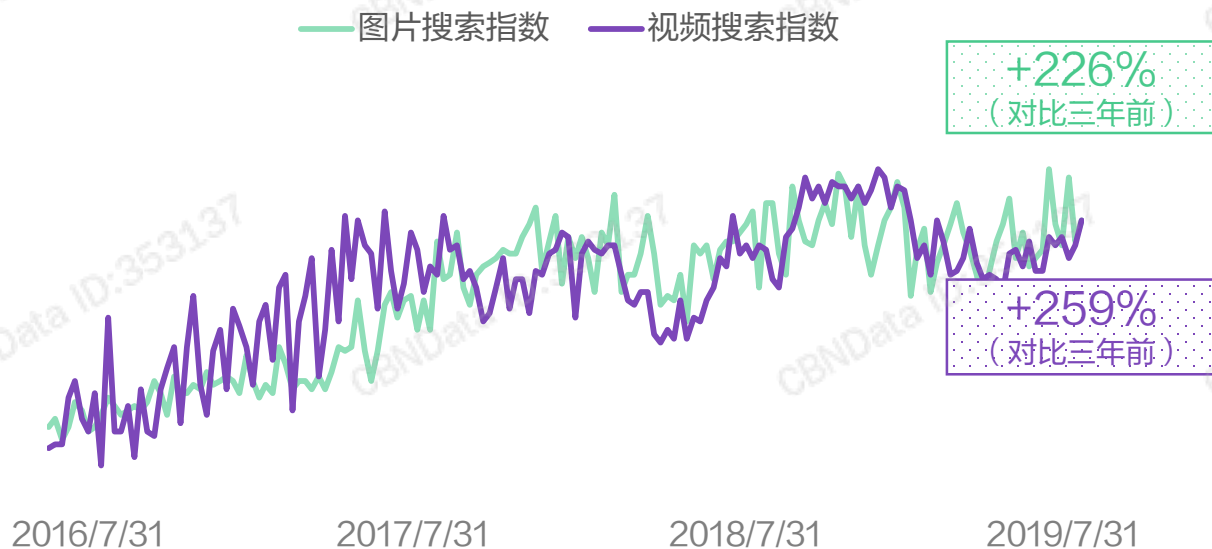
ONE

潮流市场发展  
现状与历程

## 全球潮流文化影响力持续攀升，催生潮流市场井喷式发展

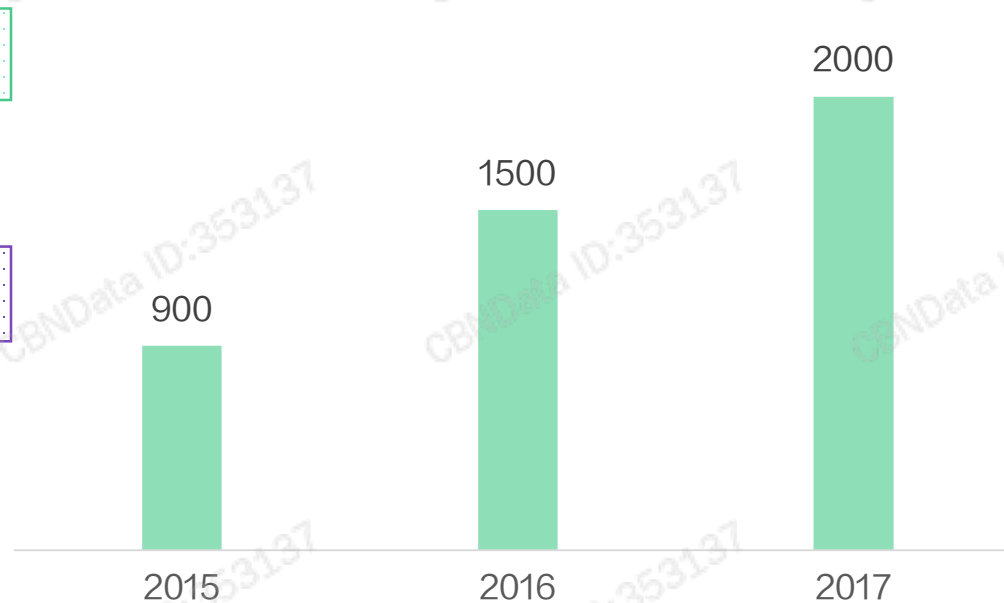
从“潮流穿搭”的全球搜索趋势来看，相关的图片与视频搜索增多，潮流文化在全球范围内的关注度不断提升，促进了整体潮流市场体量的扩大。近年来，全球潮流市场成交规模保持两位数高速增长，2017年已达到2000亿美金。

2016-2019 “潮流穿搭”全球搜索趋势



数据来源：谷歌趋势，搜索关键词为‘Streetwear’

2015-2017全球潮流成交规模走势(亿美金)

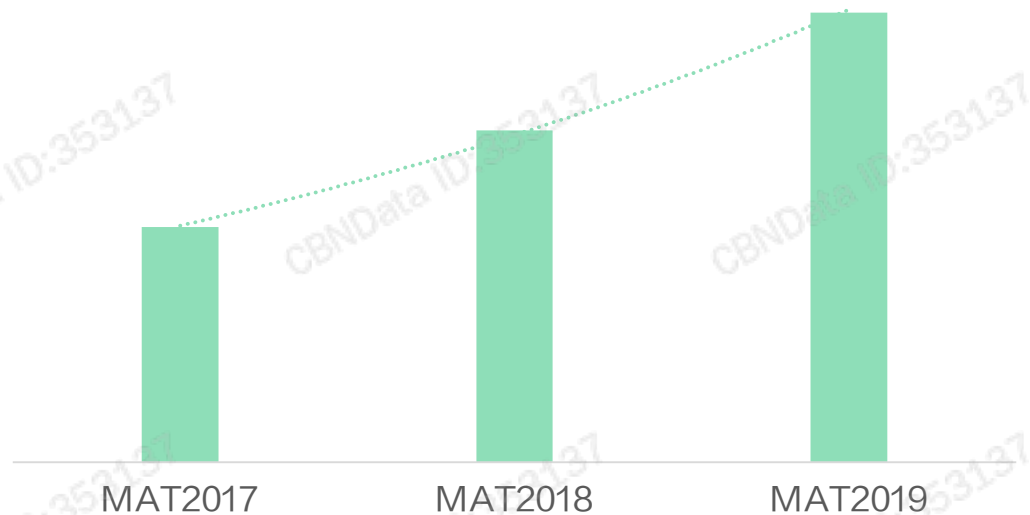


数据来源：路透社

# 潮流文化浪潮下的中国市场展现出不容忽视的消费潜力

综合电商潮流市场的消费规模逐年提升，并且潜力不可小觑，增速达到线上综合电商整体市场的两倍。

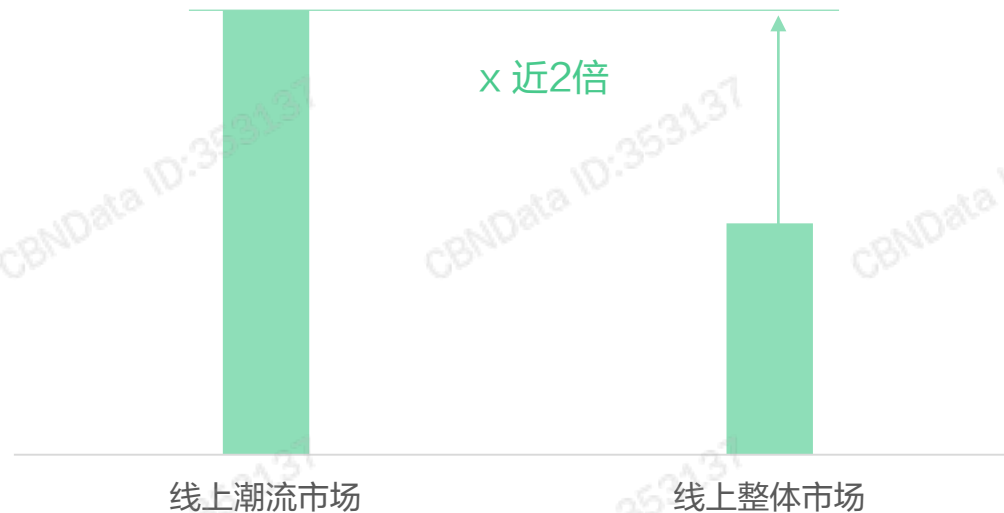
MAT2017-MAT2019  
线上综合电商潮流市场消费规模趋势



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：潮流市场品牌根据YOHO! 专业编辑整理的潮流品牌名单圈定，包含超400个品牌

MAT2019线上综合电商潮流市场  
消费规模增速情况



数据来源：CBNDATA消费大数据

数据说明：线上综合电商整体市场主要包括服饰、鞋靴以及配饰市场

# 从“苏醒”到“出圈”，潮流成为日常穿搭表达自我个性的重要途径

潮流文化起源于美国街头，后进入日本原宿，之后逐渐蔓延至中国，成为大众消费者所关注的领域。

## 潮流媒体兴起，启蒙第一批消费者

2005年以来，潮流文化相关媒体如《YOHO!》、《1626》、《Milk》、《SIZE尺码》、《SoCool》等像雨后春笋般出现。

## 兴起阶段 2005年前后

综合电商的出现，拉近了消费者与潮流品牌的距离，加速中国原创潮流品牌的孵化。

## 中国电商平台普及，拉近了潮牌与消费者的距离

## 垂直类平台崛起，促进了中国原创潮流品牌的发展

以有货为代表的垂直潮流电商崛起，不仅让消费者更易买到潮流商品，也促进了中国原创潮流品牌在专业 and 品质上的提升。

## 高速发展阶段 2008年以来

如YOHOOD、SNEAKER CON、INNERSECT、Complex Con等潮流展会的出现，加速潮流文化的传播与交流。

## 潮流展会的举办，加速了潮流文化的传播

## 街头文化类网综爆红，潮流文化出圈

2017-2019《中国有嘻哈》、《这！就是街舞》等节目的走红，将小众的潮流嘻哈文化推向大众。

## 大众化阶段 2017年以来

NIKE001、UPAR、YOHO!STORE等不同定位和体验的线下店铺开设，让消费者有机会与潮流文化近距离深入接触。

## 线下潮流门店升级，潮流文化进一步渗透至消费者的生活

## 潮流自媒体出现，针对潮流的思考更加深入

移动互联网催生了更多的潮流爱好者，他们通过自媒体，传递了有深度的对潮流的思考。

资料来源：YOHO!

# 明星创办潮流品牌，推动中国潮流的发展

因自带流量与光环，明星创办的潮流品牌更容易打破圈层，进入大众消费者的视野，从而对潮流文化起到推广作用。

## 陈冠希&CLOT

提及中国潮流圈的代表人物，一定离不开陈冠希这个名字。作为CLOT的主理人，他始终以“挑战世界水平的中国品牌”来定位CLOT，并不断在设计中巧妙地融入巧丝绸、兵马俑等中国元素，让CLOT不仅成为国潮的引领者，也在世界范围内受到认可。



资料整理自网络

## 林俊杰&SMG

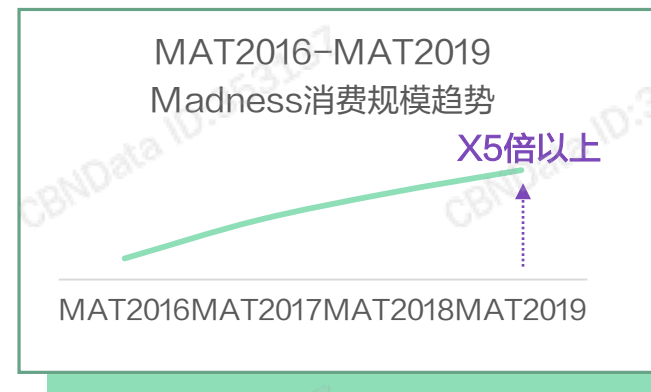
SMG自建立起就以丰富的潮流服装、独特的时尚配饰及积极的品牌文化席卷了亚洲的青少年群体，再加上林俊杰的名人效应，SMG在短短几年内就一跃成为亚洲潮流圈不容忽视的一股力量。



资料整理自网络  
数据来源：有货电商等平台  
大数据·全洞察

## 余文乐&MADNESS

凭借自己独到的搭配风格，余文乐成为年轻人心中的潮流ICON，其穿搭被争相模仿，是不少潮人的“启蒙老师”。其自创品牌MADNESS首次线上销售便引来疯抢，造成网站瘫痪。



资料整理自网络  
数据来源：有货电商等平台

# 头部流量明星的潮流装束将潮流文化进一步推向大众

易烊千玺

微博粉丝：7769w



欧阳娜娜

微博粉丝：1645w

微博超话阅读量：42.8亿



吴亦凡

微博粉丝：4667w



白敬亭

微博讨论量：3373.7万



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\\_17047](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17047)

