

CBNDATA
第一财经商业数据中心



天猫男装
NANZHUANG.TMALL.COM



潮流文化发展白皮书



© 2019 CBNDATA. All rights reserved.



潮流市场发展趋势

第一节：潮流市场规模增长

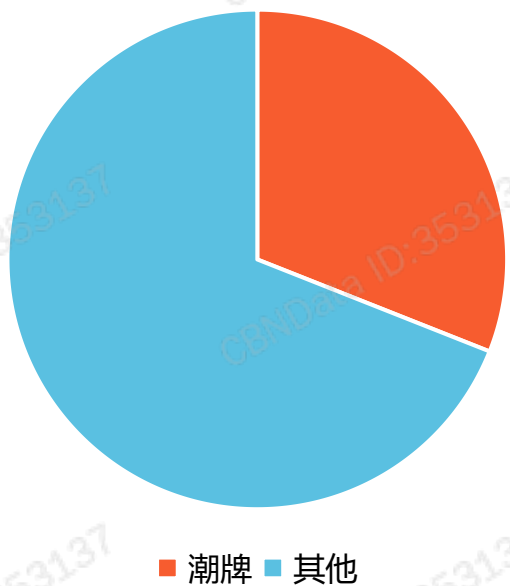
第二节：市场规模容量变化

第三节：潮流品牌变化趋势

潮流文化影响力提升，释放巨大商业价值

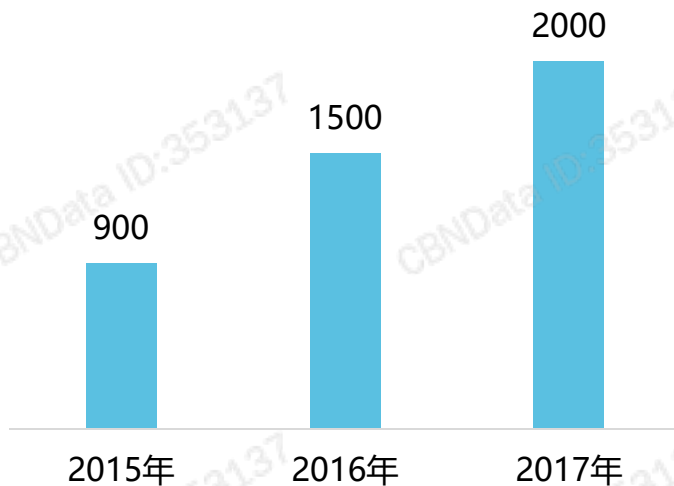
随着90后、95后和00后成为大众娱乐和消费的中流砥柱，潮流文化逐渐从亚文化成为一种主流文化。从Instagram2017年用户图片分析来看，近31%的用户把潮牌作为分享照片的主要或相关元素，可见潮流文化影响力不断渗透，催生潮流市场的崛起与爆发。路透社数据显示，2017年全球潮流市场规模达到2000亿美元；与此同时，近三年淘宝天猫潮牌市场规模保持较高增长幅度逐年提升。

2016-2017Instagram用户图片分析



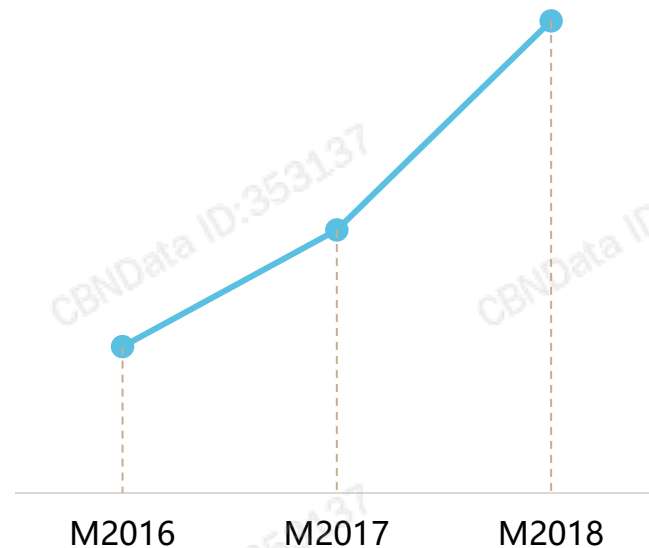
数据来源：Instagram

2015-2017年全球潮流市场规模走势



数据来源：路透社

M2016-M2018淘系市场潮流品牌交易规模

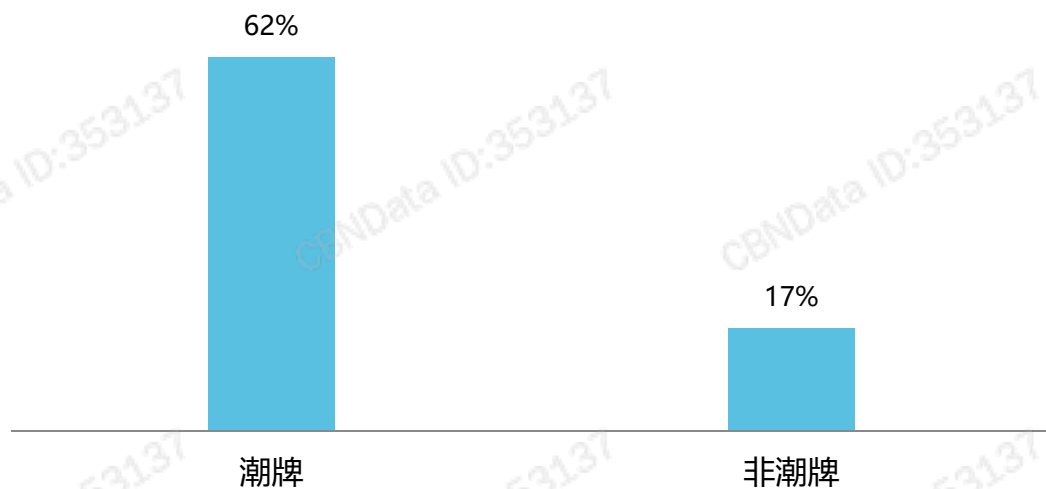


数据来源：阿里数据

潮流市场增速远高于非潮牌，潮流人群消费热情愈来愈高

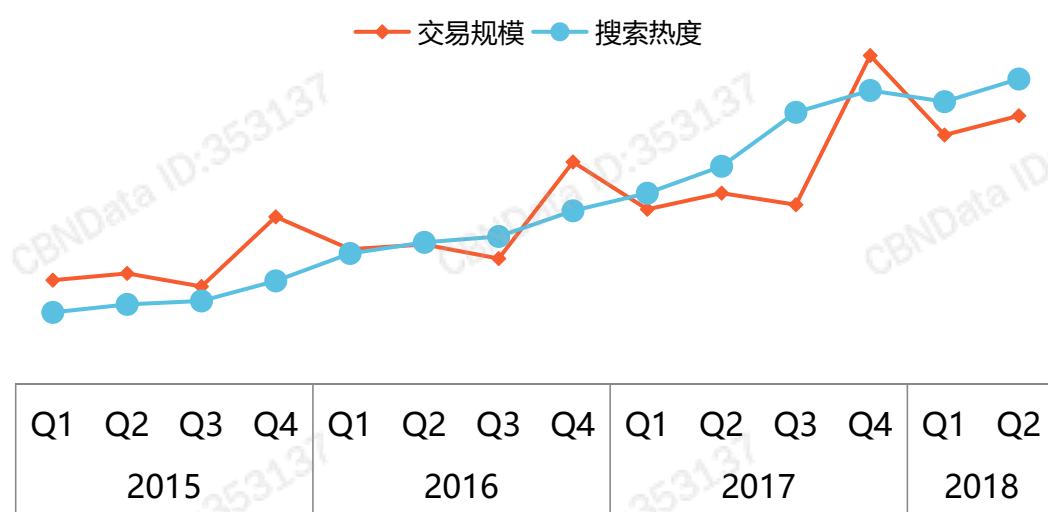
尼尔森数据显示，2017年潮流品牌市场增速达62%，非潮牌增速为17%，潮牌市场增速是非潮牌的3.7倍，是值得关注的细分市场；2015-2018年，消费者对潮流品牌的认知度在提升，2018年Q2搜索热度是2015Q1的4倍多；交易规模也在不断扩大，Q4大促购买热情尤为高涨。

2017年潮流品牌VS.非潮流品牌市场规模增速对比



数据来源：尼尔森咨询

2015Q1-2018Q2潮流品牌搜索热度指数及交易规模指数



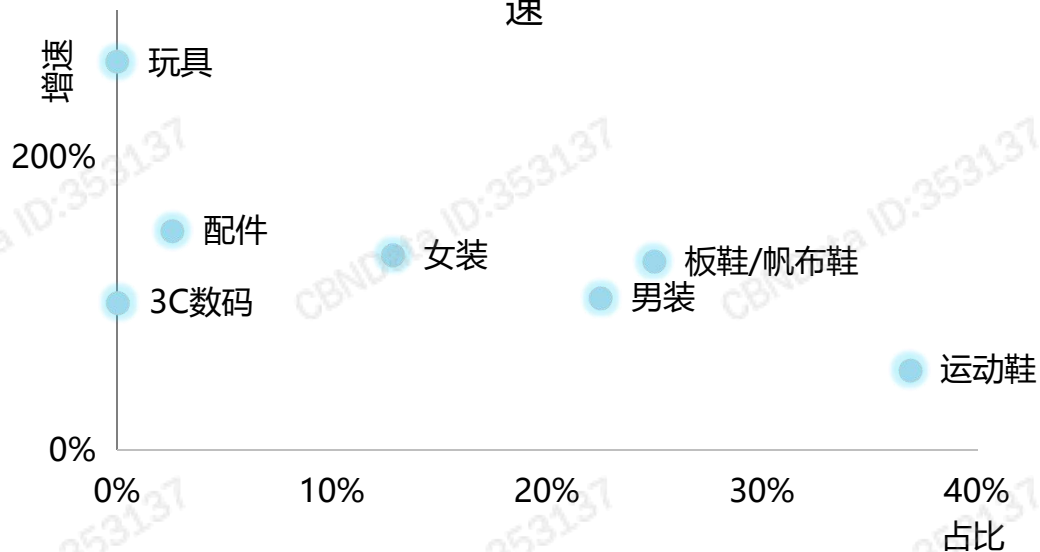
增速为M2018对比M2016

数据来源：阿里数据

从运动到玩具，潮流品类发展趋于多元化

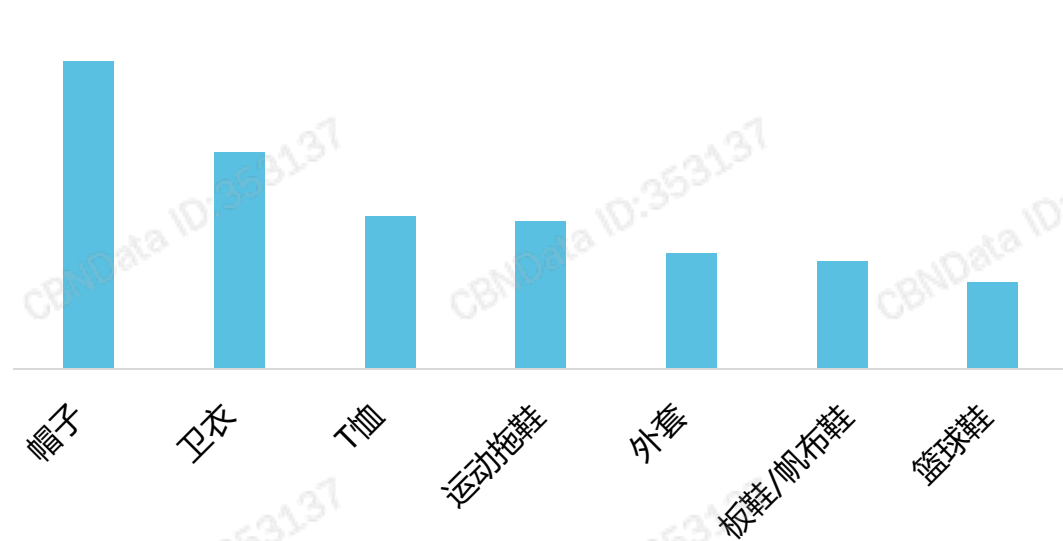
潮流品牌细分市场中，运动鞋占据较高市场份额，较2016年提升60%左右；但增速来看，板鞋、男装、女装、3C数码和配件品类在潮流市场增速相对更高，玩具品类在潮流市场的销售增速甚至接近300%，潮流细分市场值得关注；其中帽子、卫衣、T恤、运动拖鞋品类的销售增速表现突出，流行度极高；此外，外套、板鞋/帆布鞋和篮球鞋也持续博得潮人青睐，市场增速可观。

M2018潮流品牌各品类市场规模占比及近两年增速



数据来源：阿里数据

M2018 vs M2016 潮流品牌高增速TOP品类



增速为M2018对比M2016

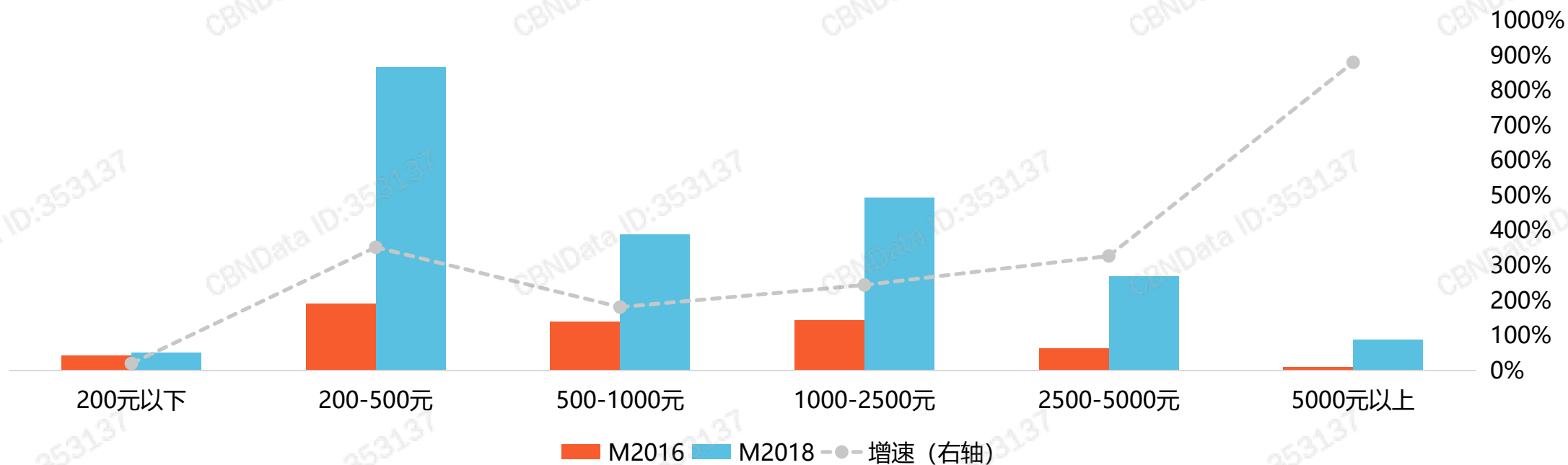
数据来源：阿里数据

潮流市场价格档次丰富化，5000元以上卫衣增速快

以卫衣品类为例，M2018潮牌卫衣销售额集中在200-500元和1000-2500元价位段，且较M2016增长200%以上；

5000元以上价位段的卫衣销售规模较M2016提升十分明显，增长幅度超过900%，而200元以下潮牌卫衣市场增速仅为20%。

M2016-M2018 潮流品牌卫衣品类各价格区间交易规模及增速

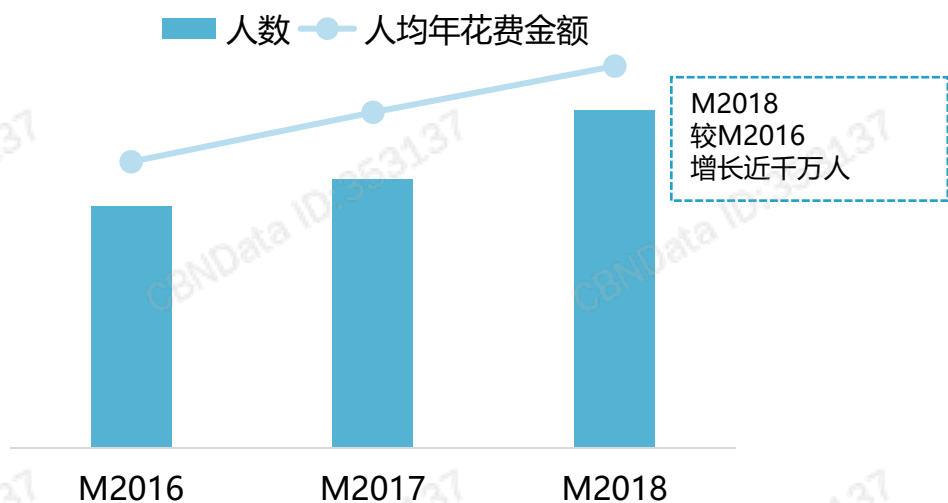


数据来源：阿里数据

潮流消费者人数增长近千万，人均年花费千元以上

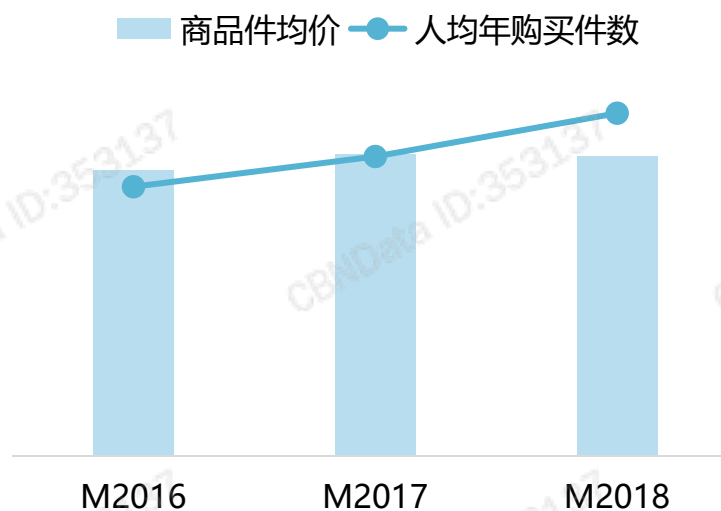
M2018淘系潮流消费者人数较M2017增长近千万；且M2017人均年花费就已超过1000元，2018年仍在大幅度提升，潮流消费者购买力持续增强；近3年淘系潮流消费者人均购买件数有明显提升，购买需求逐渐加深。

M2016-M2018 潮流消费者变化趋势



数据来源：阿里数据

M2016-M2018 潮流消费者变化趋势



数据来源：阿里数据

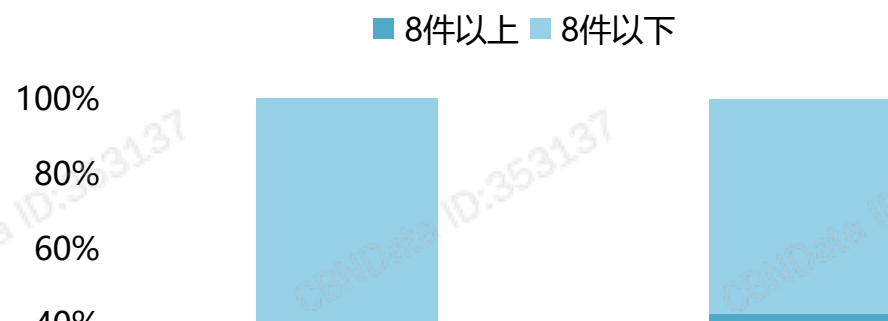
9%超资深潮流玩家贡献金额五成左右

潮流市场出现一部分购买力强且忠诚度极高的超资深潮流玩家，且超资深玩家的队伍不断壮大。

M2018淘系潮流消费群体中，9%的消费者购买件数在8件以上，贡献五成左右消费金额；

年花费5000元以上消费者人数较2016年增加146%，其增速是5000元以下消费者人数的4倍多。

M2018购买8件以上人数占比及金额占比



M2018 vs M2016
年花费金额5000元以上人数增速



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_17126

