

《2017网络时尚消费趋势报告》

CBNData
第一财经商业数据中心

×



ifashion
淘宝旗下时尚平台

目录

PART ONE

时尚消费市场发展背景

PART TWO

2017 网络时尚消费趋势

PART THREE

推动力：年轻的时尚消费者们



一、时尚消费市场发展背景

全球时尚消费市场巨大，但增速放缓，外部压力增大

CBNData ×
第一财经商业数据中心

淘 ifashion
淘宝旗下时尚平台

- 时尚产业体量庞大，2016全球消费相当于第七大GDP经济体量，行业成熟度较高。
- 在日趋多变的政治经济环境冲击下，全年整体增速有所放缓，但部分新兴地区国家仍然保持了较好的增长势头。

2016 全球时尚消费总额（美元）

2.4万亿

相当于全球第七大GDP
经济体量

2016 全球时尚消费额增速

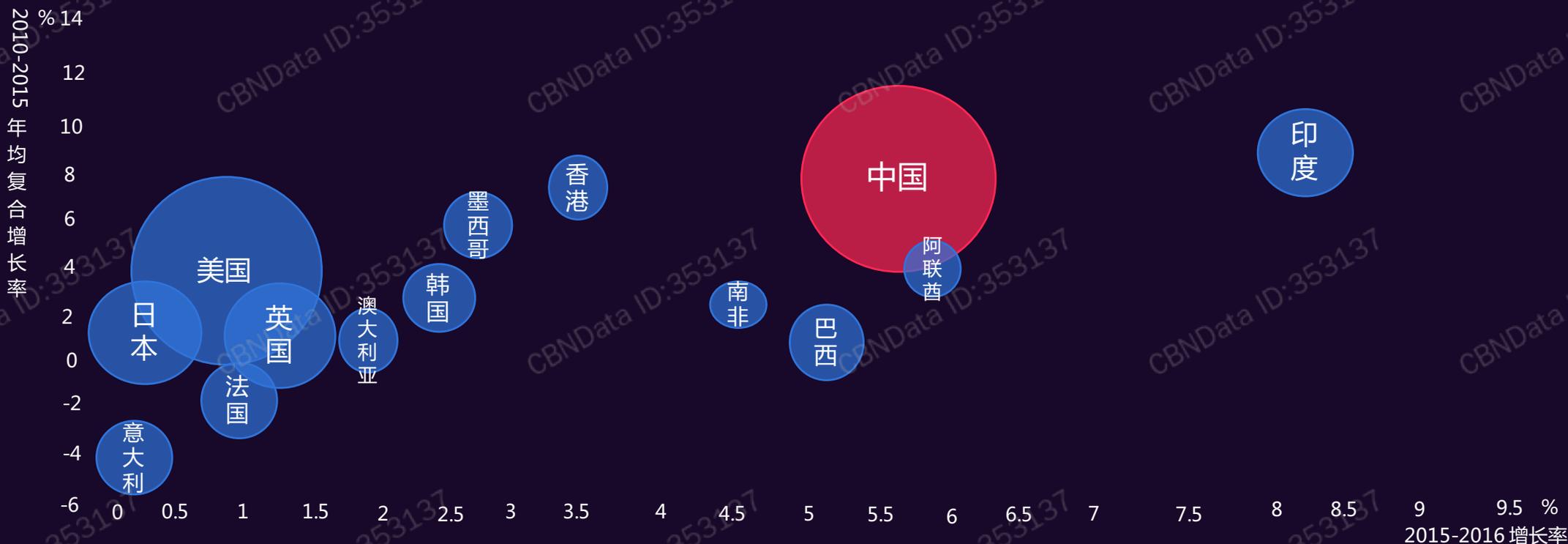
2%-3%

相对之前每年5.5%的
增速有所下降

数据来源：麦肯锡《The State of Fashion》

中国市场仍然保持了较好的增长态势

- 中国正是新兴时尚消费市场的一个重要代表，连续几年保持了较高的增长率，市场规模仅次于美国。



数据来源：麦肯锡《The State of Fashion》，气泡大小代表市场规模

规模不断扩大，结构性变化涌现，新现象频出，中国时尚消费正在经历一场升级革命

CBNData
第一财经商业数据中心

淘 ifashion
淘宝旗下时尚平台

朴素消费时期

- 满足消费者日常对穿衣等基础时尚消费的需求
- 品类较为集中
- 对风格、流行元素等关注点较低
- 线下零售阶段，大品牌占据主要市场
- 销售手段单一

时尚启蒙时期

- 时尚消费的品类开始泛化
- 电子商务开始成为一个重要的渠道，利用人口红利快速发展
- 一些创新性中小品牌出现，冲击传统企业
- 推广手段多样化

时尚升级时期

- 由“需要”到“想要”，时尚消费常态化
- 品类进一步泛化，结构不断变化
- 电子商务成熟化，存量市场成关键
- 风格偏好多样化
- 新模式频出，吸引行业流量

中国时尚消费市场现状之：消费升级带来巨大的时尚消费潜力

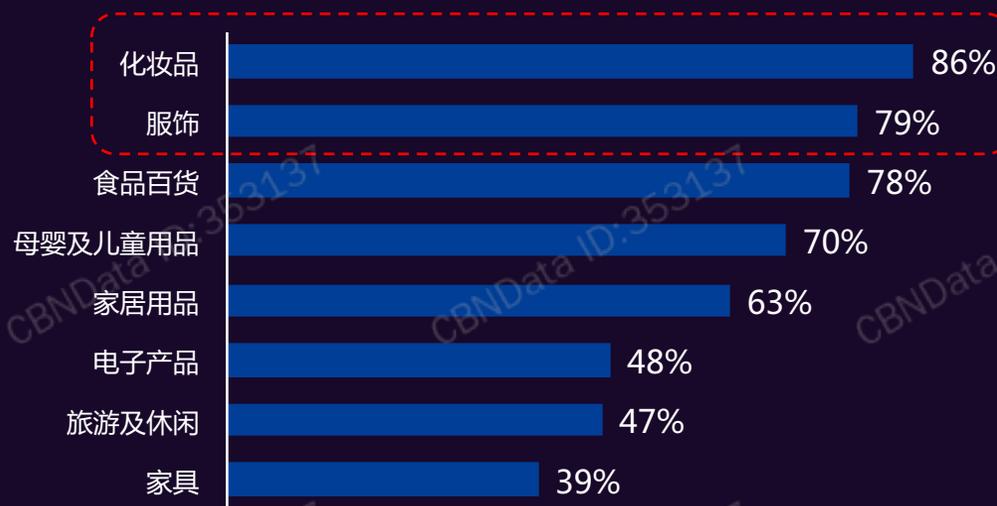
CBNData
第一财经商业数据中心

淘 ifashion
淘宝旗下时尚平台

- 中国市场正在经历一场全局性的消费升级革命，新生代中产消费者正在崛起，其中女性经济是这场消费升级中的一个重要表现。
- 在此推动下，以女性为消费主体的时尚产业拥有巨大的升级红利。



线上各类商品中由女性做购物决定的比例



资料来源：《服装新消费时代：把握趋势，赢得未来》

中国时尚消费市场现状之：线上市场成熟，市场进一步的扩增需要新模式及新玩法的刺激

CBNData
第一财经商业数据中心

淘 ifashion
淘宝旗下时尚平台

- 中国时尚消费的上线率完成较高，以鞋包服饰、美妆护理、手表饰品为代表的时尚电商正处于1.0时代的成熟期：消费者网购习惯已形成，主要企业已积极完成了初步的线上布局。
- 下一阶段的竞争将更多聚焦于：如何获取消费者的时尚注意力、如何增强消费者的时尚消费粘性以及如何更好地整合资源满足消费者快速变化的时尚需求。

2016 线上消费品类成熟度



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_17276

