

服装

行业研究报告



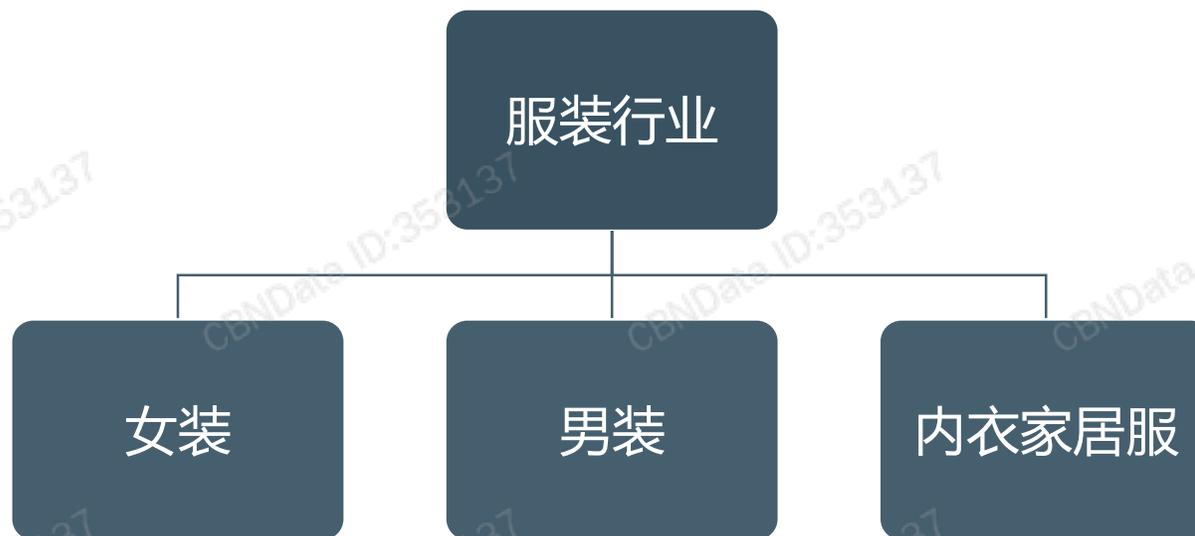
**CBNData**

第一财经商业数据中心

- 服装行业是淘宝平台发展最早，同时也是发展最为成熟的品类。线上的服装行业从最开始廉价的淘宝货，到现在高端大众无所不包，发展不过数年，但无论是B2C天猫的迅速发展，还是双十一、双十二的线上大促，亦或是无线电子商务跨越式的崛起，服装行业无一例外地都是最先行动与改变的先头阵地。服装行业的发展情况，不仅仅代表了服装行业本身，对其他行业的后续发展同样具有一定参考价值
- 由于线上交易数据的易获取性，我们有机会能深入分析线上积累的多维度历史数据，更全面地还原整个市场几年来的发展走势。报告中尝试将消费者的电商购物行为亦纳入研究范围当中，并与行业本身的交易数据相结合，以期更有力地描述与预测市场的变化趋势，为行业的经营者提供更丰满的决策信息

# 服装行业定义及研究范围

- 淘宝平台服装行业主要包含了三大子行业：女装、男装以及内衣家居服，每个子行业又各自涵盖了十几个细分类



# 目录



行业概况



商品画像



消费者画像



移动趋势



经营建议

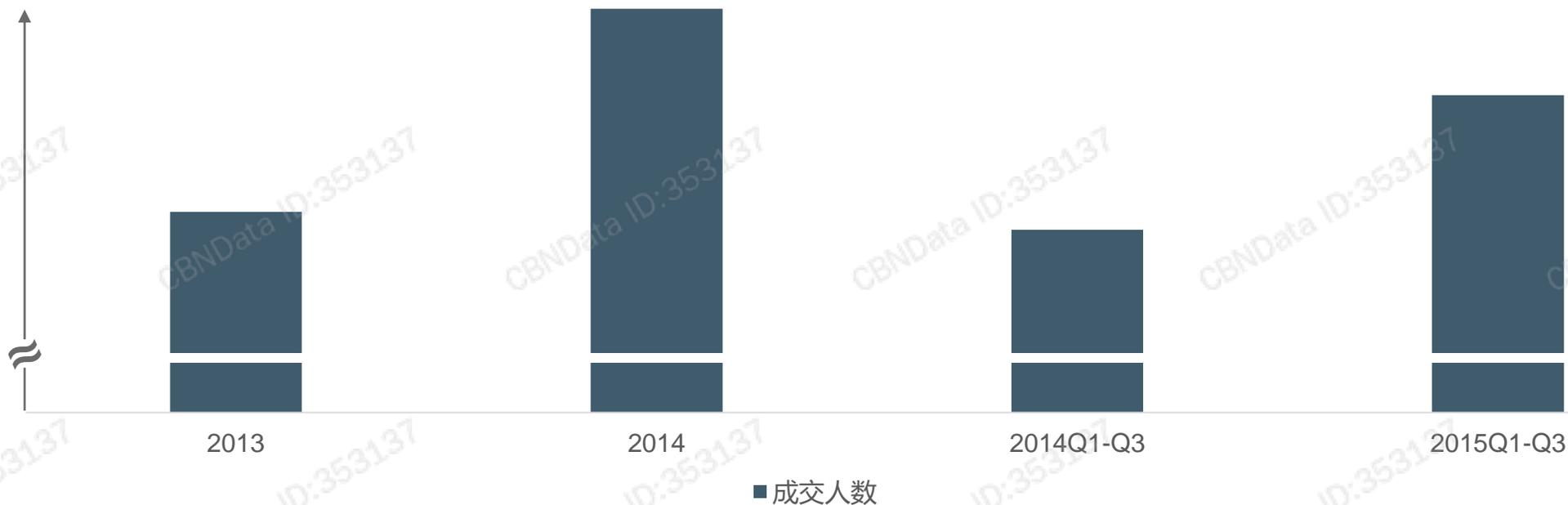


附录

# 服装行业发展概况

- 服装是线上**起步最早**、**规模最大**、发展**最为成熟**的行业
- 服装行业目前依然保持着较快增长，成交人数同比增长**超过30%**
- 服装存在非常明显的**季节特征**，每年的第一、四季度为销售旺季，第二、三季度为淡季
- **双11**对服装行业的拉动作用愈发显著

2013-2015Q3 服装行业成交人数

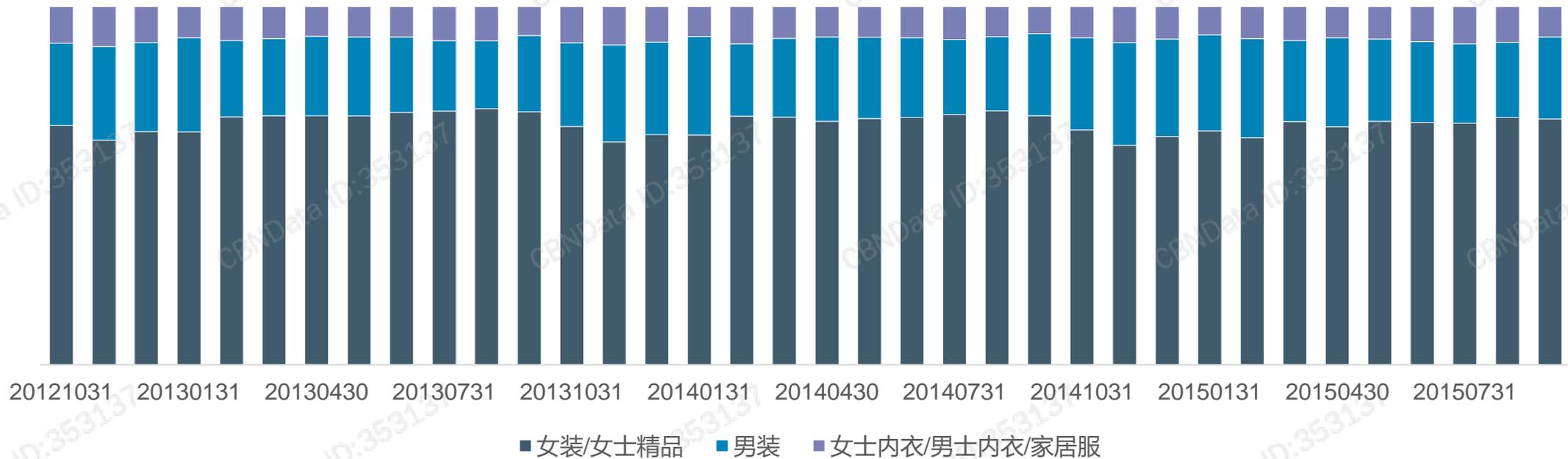


资料来源：国家统计局

# 行业成交品类分布情况

- 分品类来看，**女装**在2015年第三季度在服装行业占比最高，当之无愧成为淘宝平台中第一大类目
- 平台中**男装**规模约为女装的三分之一，**内衣家居服**品类的规模更小，约为男装的三分之一

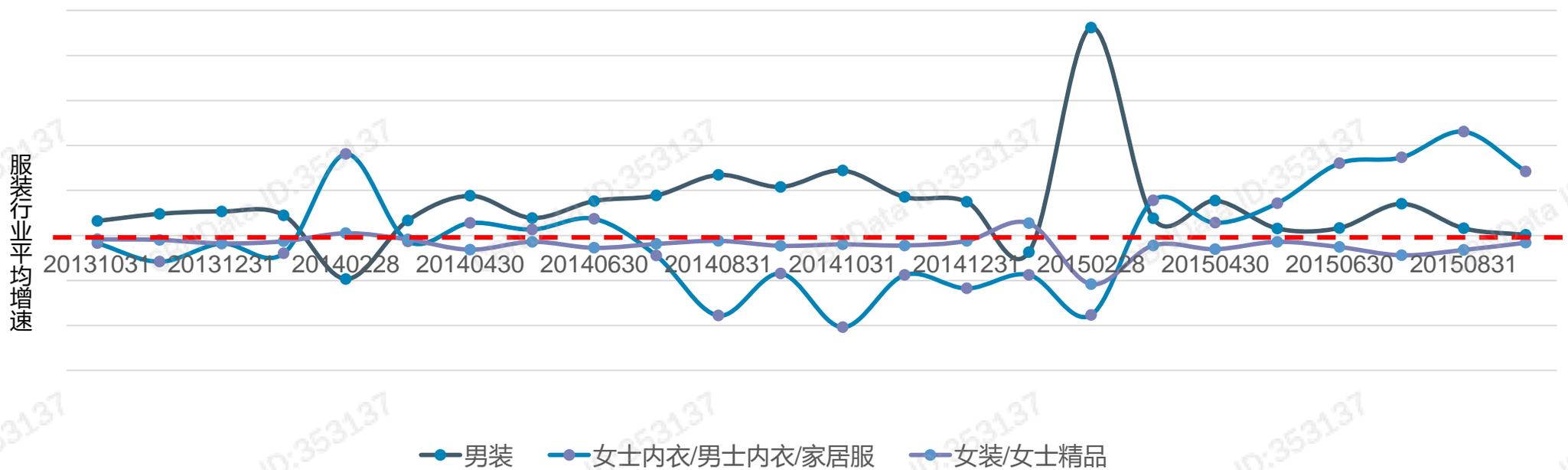
2012Q4-2015Q3 服装行业分品类销售额占比



# 行业各品类成交相对增速

- 就增速来讲，**女装**作为规模最大的服装品类，其增速与服装业整体高度趋同，**男装**的增速则持续高于行业平均水平
- 内衣**在2014年下半年表现欠佳，但2015年以来开始引领服装行业增长

2013Q4-2015Q3 服装行业分品类销售额增速 (相对服装行业总体)

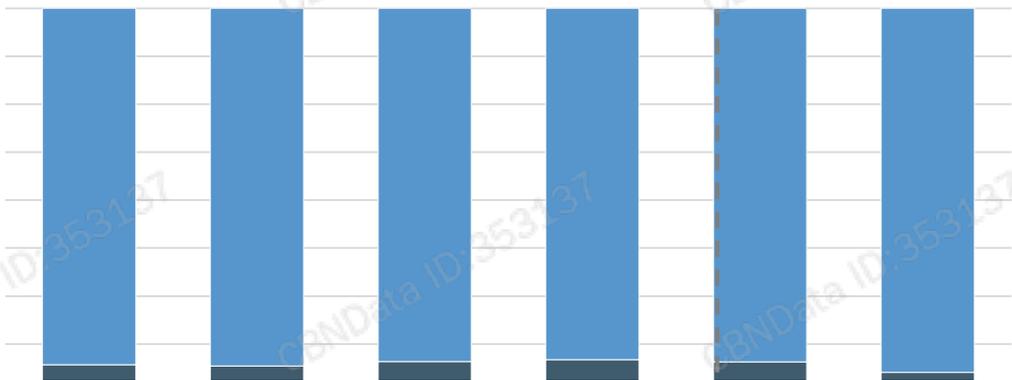


注：相对增速=品类增速-行业增速

# 消费者画像-性别

- 消费者方面，服装行业总体男女比例约为**一比三**
- 女性消费者在服装行业掌握绝对的话语权。分品类来看，即使是在男装行业，女性依然贡献了**四成的消费**

2011-2015Q3 服装行业用户性别分布



2015Q1-Q3 服装行业分品类用户性别分布



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\\_17341](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17341)

