

2022

第7期

年轻人 生活消费观察

系列研究

—— 服装服饰篇



克劳锐出品

2022 09



年轻人对品牌意味着什么？

年轻人作为消费市场的主力军，是品牌营销的必争群体。如何占领年轻消费者心智成为众多品牌营销的核心命题。

年轻人的生活消费观如何？

年轻人在社交平台上喜欢看什么内容？

年轻人对品牌的消费差异如何？

社交平台上的内容如何影响内容消费？

克劳锐将从食品饮料、化妆品、数码家电、服装服饰、家居家装、游戏娱乐、出行方式等多个热门行业和品类出发，探索不同年龄段的年轻人在这些热门领域的细分消费行为和习惯，围绕用户、内容、达人、平台和品牌五方关系进行研究，结合优秀的内容营销案例，展现年轻人在各领域的生活消费动向。

关注克劳锐年轻人生活消费观察系列研究，
洞察年轻用户营销新趋势！



研究说明

研究范围

平台选取：本次报告涉及到的服饰搭配类内容选取平台为“微博、抖音、快手、小红书、B站”五个平台进行相关分析研究；

研究定义：本报告涉及的服装服饰仅包含线上和线下售卖的服装、鞋、袜子、手套、围巾，不含箱包、帽子、腰带、领带等其他配饰物品。

数据说明

内容数据周期：2022年1月1日-8月31日；

调研数据时间：2022年8月；

调研数据说明：线上问卷调研，N=200；

代际详细划分：00后：2000年及以后出生；95后：1995-1999出生；90后：1990-1994出生；

85后：1985-1989出生；80后：1980-1984出生。



CONTENTS

1

年轻人对服饰的消费态度

年轻群体对服装服饰的消费习惯偏好

2

内容对年轻人「衣品」的影响

线上时尚类内容对年轻群体的消费影响

3

时尚类内容发展观察

年轻群体的时尚类内容营销新机遇

核心发现

- 1 年轻人贯彻「颜值主义」,挑选服装「款式最重要」
- 2 超六成年轻人的「衣橱保鲜期」不超一个月,每月至少买一次
- 3 服饰品类营销三大特征「追潮流」「重理念」「强内容」
- 4 六成年轻人对服饰类内容中的「价格」和「质量」敏感度高
- 5 年轻人对穿搭内容要求聚焦「实惠时尚」

PART 01

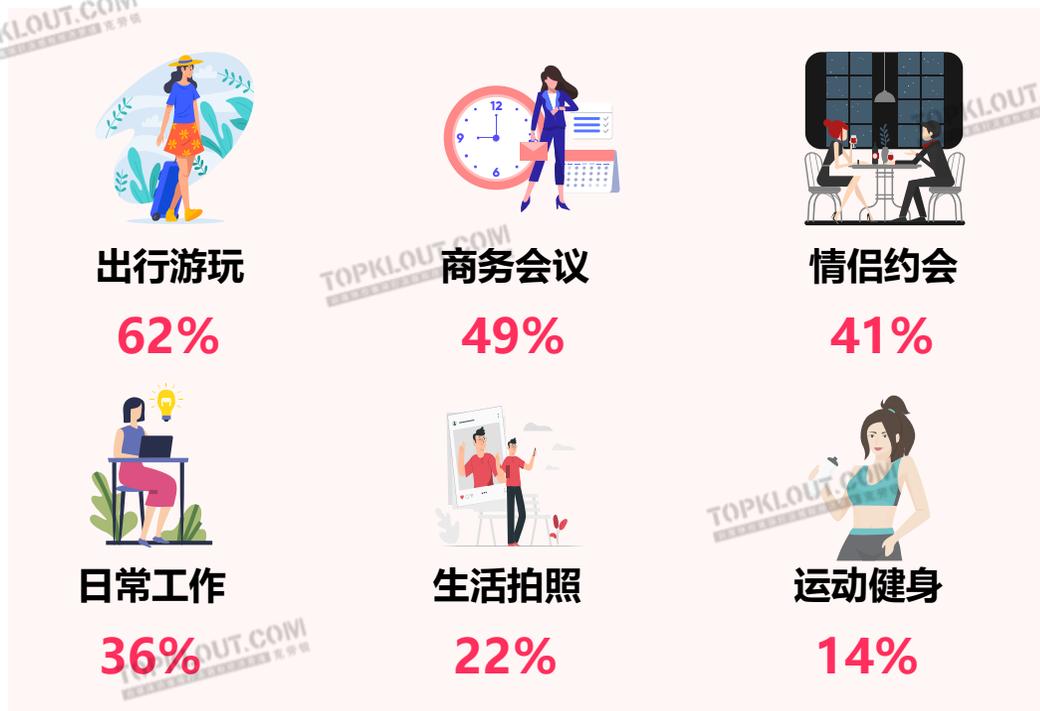
年轻人对服饰的消费态度

- TA们更注重哪些场合的穿着？
- TA们喜欢哪些穿搭风格？
- TA们在服饰上的消费频率是怎样的？
- TA们挑选服装更看重哪些因素？
- TA们每月购买服装的花销区间是多少？
- TA们习惯在哪里购买服装？

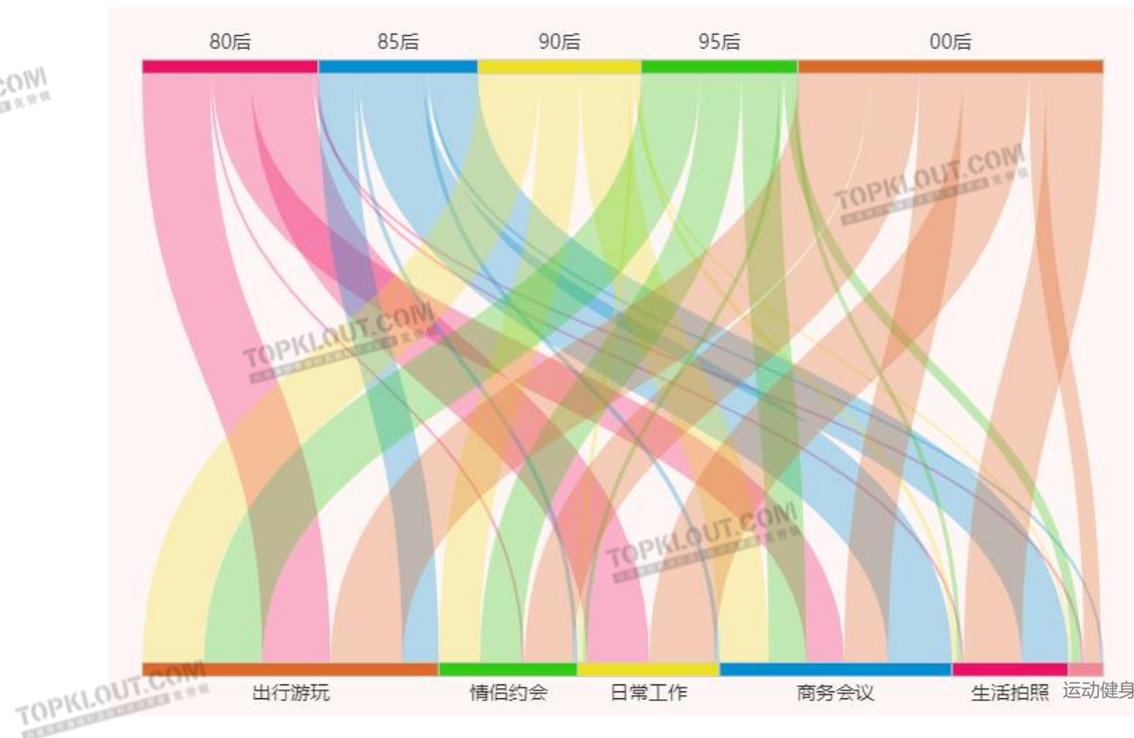


年轻就要绽放，超三成年轻人时刻在意味着装搭配，OOTD「认真」才有范儿

年轻群体OOTD六大场景重视度分布



各代际年轻群体OOTD六大场景重视度分布

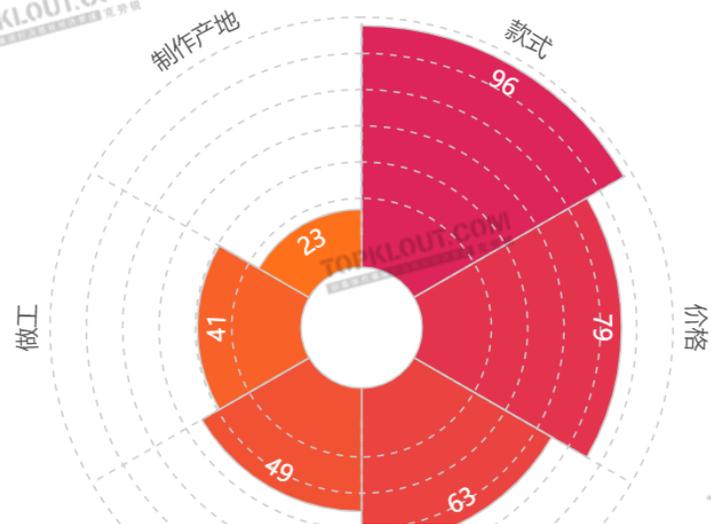


数据来源：克劳锐在线定量调研，N=200；2022年8月
调研对象：调研仅包含1980年-2010年之间出生的人群

挑选四要素「款式>价格>面料>品牌」，年轻人贯彻「颜值主义」

年轻群体在挑选服装时的考量因素

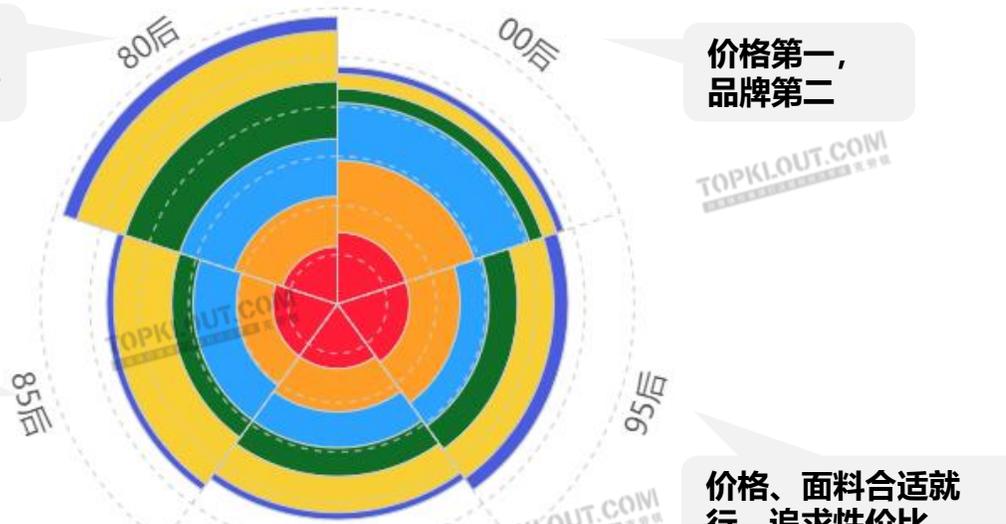
单位：百分比



不同代际群体在挑选服装时的考量因素

讲究做工，要求面料，制作产地要靠谱

面料要舒服最重要



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_46103

