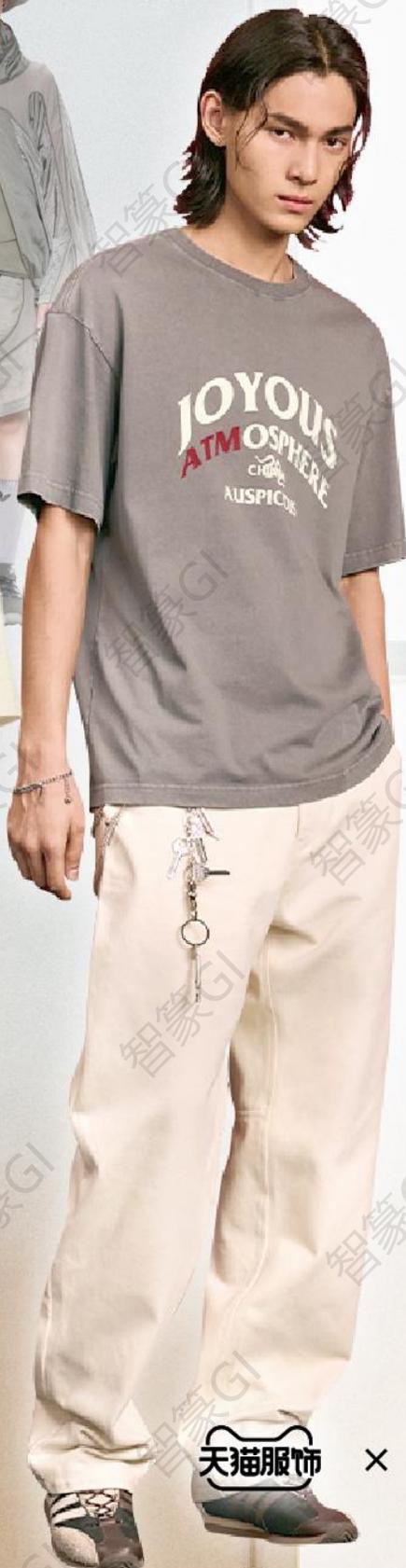


# 2025 天猫男装春夏趋势 Spring / Summer 白皮书

Tmall  
MEN'S  
CLOTHING  
TREND  
REPORT



天猫服饰

×

智篆GI  
GROWTH INSIGHTS

# MEN'S 2025

## 目录

### 男装行业宏观趋势前瞻

01

整体男装产业宏观概览  
天猫男装品类品牌发展趋势  
天猫男装消费者人群洞察

### 25男装春夏风格趋势发布

02

天猫男装整体风格矩阵  
2025春夏五大风格核心趋势赛道

### 25男装春夏品类趋势发布

03

2025春夏五大核心品类赛道  
天猫男装2025春夏趋势赛道汇总

# PART

# 01

## 男装行业宏观 趋势前瞻

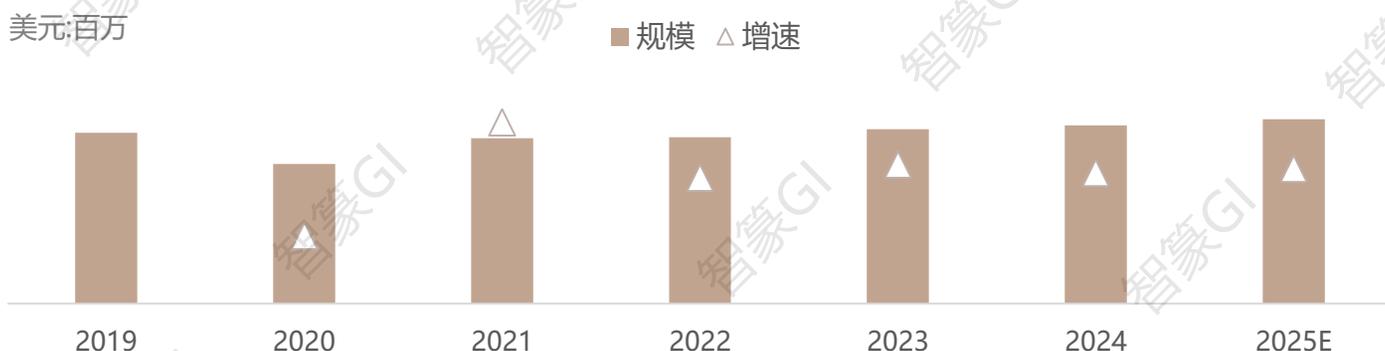


## 整体男装市场良性增长，中国男装市场进入稳健发展期

### 全球男装消费市场回暖，消费增长态势凸显

全球经济社会秩序逐渐恢复，人们消费信心增强，消费热情稳步提升，消费场景向多元化发展。全球服饰类市场规模持续回暖，进入稳步发展状态；其中2024年全球男装市场规模达到4300亿美元，消费增长态势强劲。预计2025年整体市场消费需求将进一步释放，实现男装市场稳步增长。

#### 2019-2024年全球男装市场规模变化

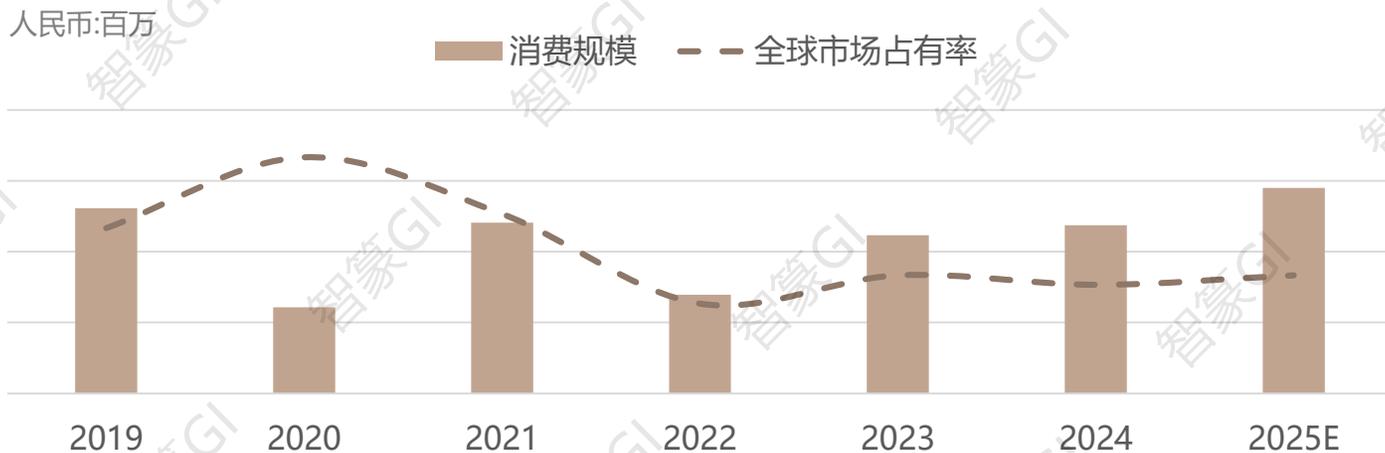


数据来源：欧睿数据

### 中国男装市场全球市占率2成，发展前景不容小觑

在男性消费者对于服饰风格、场景、功能性及材质等一系列细分需求的背景下，中国男装市场呈现出多样化发展，以满足差异化的消费需求。2023-2024年期间，伴随着经济秩序的正常化，男装消费规模出现稳步发展态势，市场规模达到近6000亿元人民币，在全球市场中占有率持续稳定在2成左右，且占有率有望在2025年得到进一步提升，发展前景势头不容小觑。

#### 2019-2024年中国男装市场规模及全球市占率



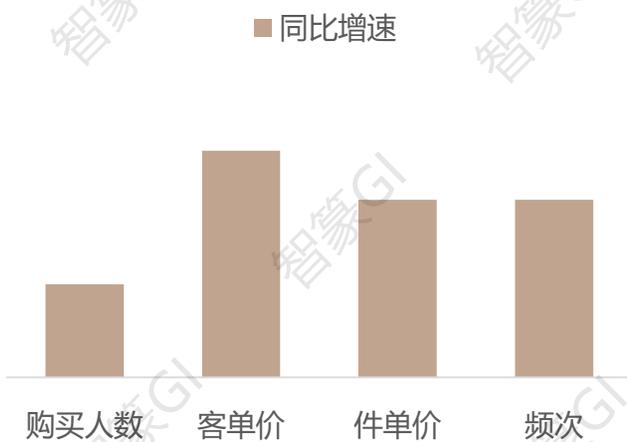
数据来源：欧睿数据

## 天猫平台质好价好心智凸显，男装新老客齐力贡献

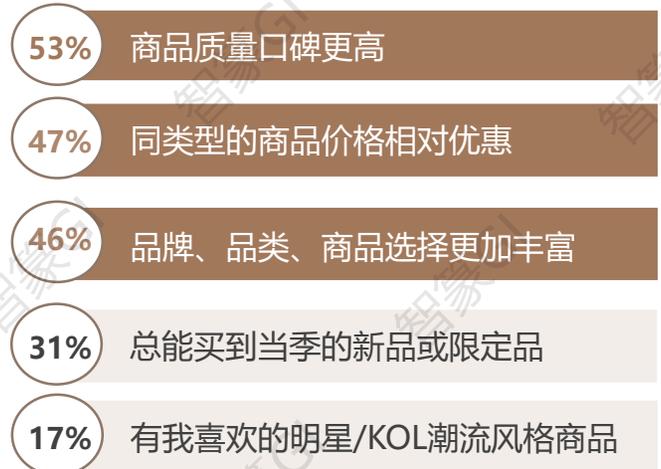
### 天猫男装市场客单驱动，平台因质量好口碑、丰富商品供给优赢得消费青睐

整体服装市场向好发展的趋势下，男装市场成为了下一个新的潜力增长赛道，同时消费者对于男装服饰的追求不再只是耐穿性和性价比，越来越多的男性者不再盲从，对穿搭有一定风格审美需求，品质化的要求也日益凸显。据天猫数据表现，2024春夏天猫男装人均消费客单、件单价和消费频次的增长成为品类主要驱动力。消费者对于天猫平台购买男装的心智也倾向能选购到高品质，口碑好的商品；天猫的丰富性供给同时也受到消费者决策倾向。

#### 2023-2024SS天猫男装销售驱动因素



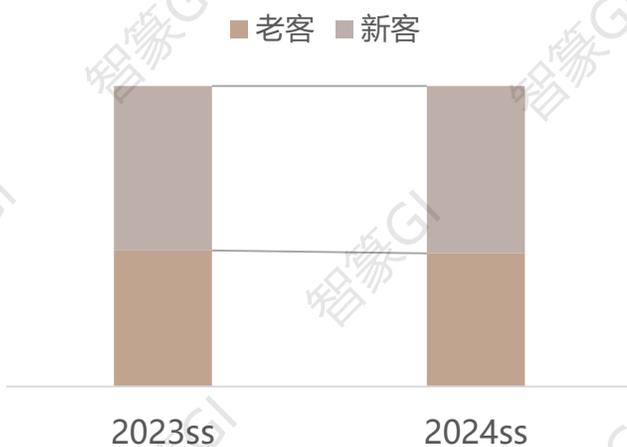
#### 天猫男装消费者心智TOP取向



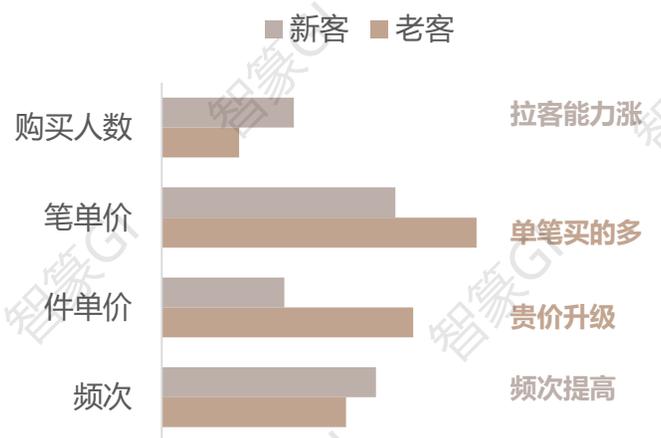
### 新客拉取能力提升，优质老客持续沉淀

从天猫男装新老客表现上看，新客占比较高同时对23年春夏贡献有所提升。同时，新客的拉新能力提升显著，买的频次提高成为了新客贡献增长的主要动力。老客则表现出单笔消费价值和单价消费价值的提升，优质且深度消费显著。

#### 2023-2024SS天猫男装新老客分布变化



#### 2023-2024SS天猫男装新老客增长驱动



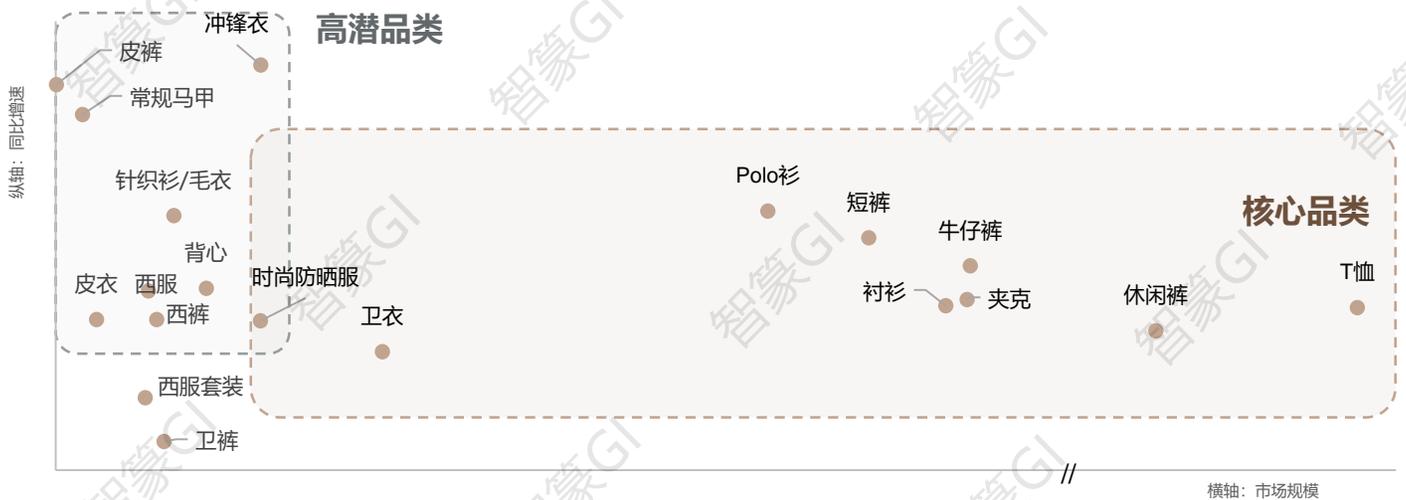
数据来源：阿里消费数据，TMIC问卷调研，N=1620

# 趋势赛道驱动男装品类增长，潮流/风格/功能商品供给丰富

## 新潮流、新风格场景和新功能等趋势赛道驱动男装品类多元发展

2024年春夏品类消费表现上，T恤、POLO、休闲裤、牛仔裤和短裤为男装市场在春夏季节的主力品类，并保持稳健的增长，夹克、衬衫等四季性品类也持续释放潜力。冲锋衣热度持续走俏，存在较大消费潜力；兼具功能性和时尚性的时尚防晒衣，场景化需求下的西服/西裤等品类稳定增长，在细分赛道有所突破。

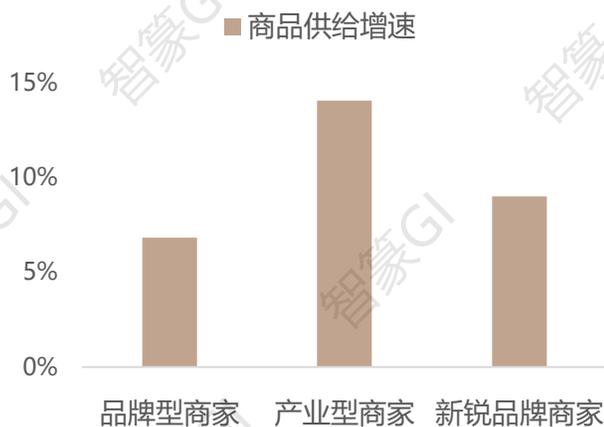
24SS天猫男装主要品类消费规模及增速



## 天猫男装商品供给能力持续加强，品牌类型丰富多元满足消费者差异化需求

顺应男装市场的需求的多元化，各类型品牌供给能力加强，动销商品数量呈现不同程度的增长。天猫男装平台不断丰富品牌、商品供给结构，全品类品牌、时尚潮流品牌、城市户外品牌等不同类型品牌结合自身优势，推出不同细分领域特色商品，为市场注入新活力。

2022-2024SS天猫男装各类型品牌商品供给增长



天猫男装多元类型服饰品牌

全品类品牌	时尚/潮流品牌	城市户外品牌
优衣库	Dangerous people	骆驼
GXG	F426	蕉内
海澜之家	BJHG	拓路者
杰克琼斯	Climaxvision	NOTHOMME
太平鸟	ULD	JEEP SPIRIT
森马		
纳维凯尔		
利郎		
七匹狼		
Hazzys		

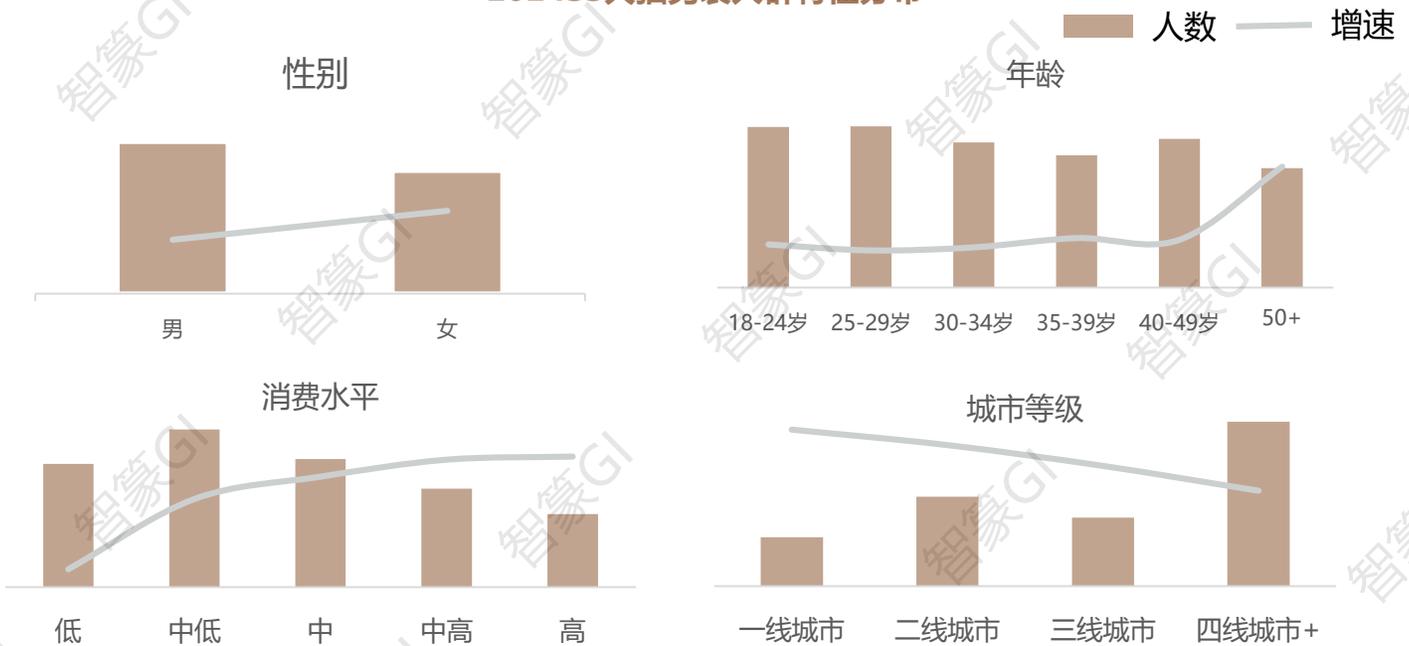
数据来源: 阿里消费数据

# 男装增长潮流时尚人群驱动，功能性和质价比人群稳健提升

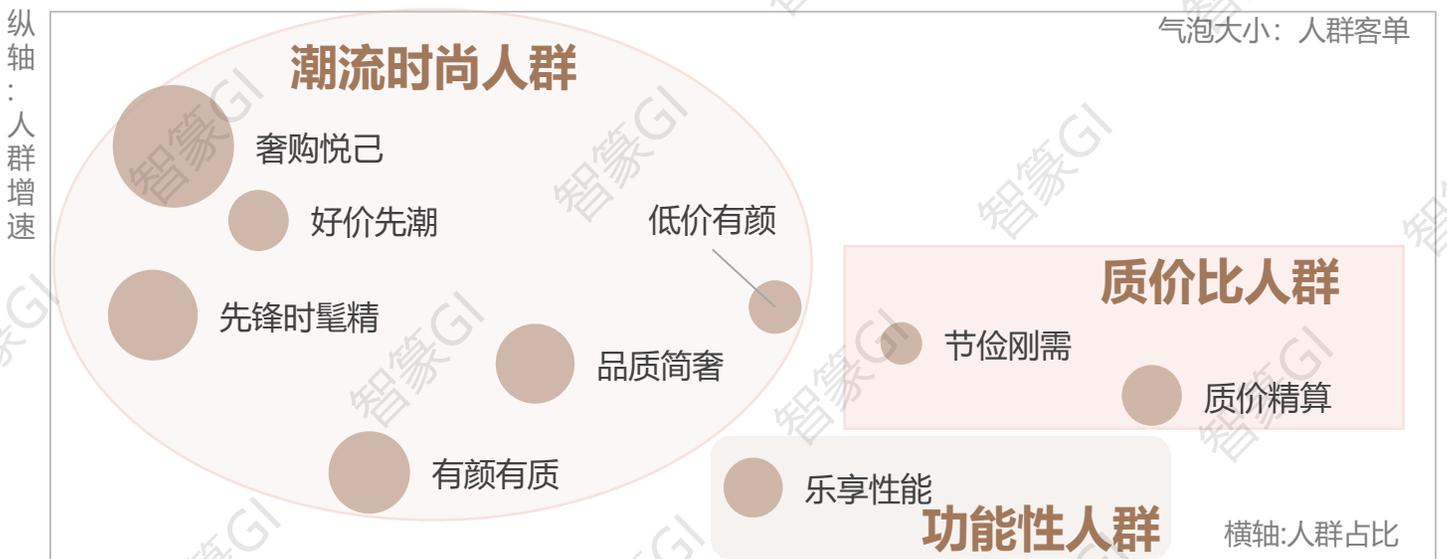
天猫男装潮流时尚人群潜力凸显，功能性和质价比人群为行业中坚力量

2024春夏天猫男装服饰人群整体变化较小，其中女性购买客群占比小幅提升，增速相对较快，男装她购需求场景增多，需提高关注；熟龄人群、中高销售水平及高线城市人群增长较快。天猫男装策略人群分布来看，潮流时尚人群人数增速较快，为市场潜力人群，功能性人群增长平稳，质价比人群市场贡献占比高，为核心消费人群。

2024SS天猫男装人群特征分布



2023-2024SS天猫男装策略人群分布



数据来源：阿里消费数据

## 25SS天猫春夏男装人群消费特征

对比24春夏天猫男装行业的三大重点人群，潮流时尚人群整体消费水平相对较高，购买频次和类目数较为丰富，在选购男装过程中，表达自我的独特性是首要关注偏好，同时注重品质材质；乐享性能人群把功能性服饰作为日常穿着，会为特定的场景下的功能购买；质价比人群追求质量和价格的平衡，舒适为先。

### 潮流时尚人群-颜值至上，生活场景丰富，注重服饰材质和品质



人群占比 3X%  
消费贡献 4X%

#### 男装消费特性

中高消费水平 (6X%)  
年均消费类目数: 2.X  
年消费件单价: 13X元  
年消费频次: 3.X  
年消费品牌数: 2.X

#### 关注偏好

独一性

百搭性

款式设计

#### 穿搭场景偏好

线下娱乐  
157

观看演出  
158

约会  
132

#### 材质偏好

品质材质 TGI:121

山羊绒  
129

桑蚕丝  
114

莱赛尔  
103

### 乐享性能人群-户外运动爱好者，功能服饰成为日常穿搭



人群占比 2X%  
消费贡献 1X%

#### 男装消费特性

中等消费水平 (7X%)  
年人均消费类目数: 1.X  
年消费件单价: 10X元  
年消费频次: 2.X  
年消费品牌数: 1.X

#### 关注偏好

特定的功能效果

多功能适用性

安全性

#### 穿搭场景偏好

户外运动  
115

健身  
112

城市运动  
109

#### 材质偏好

功能科技 TGI:103

速干  
107

防晒  
104

吸湿排汗  
102

### 质价比人群-兼顾质量和性价比，关注穿着舒适体验



人群占比 4X%  
消费贡献 4X%

#### 男装消费特性

中低消费水平 (8X%)  
年人均消费类目数: 1.X  
年消费件单价: 9X元  
年消费频次: 2.X  
年消费品牌数: 1.X

#### 关注偏好

性价比

耐穿性

材质功能性

#### 穿搭场景偏好

居家生活  
108

职场通勤  
106

出差/商务活动  
101

#### 材质偏好

舒适亲肤 TGI:103

亲肤透气  
102

柔软舒适  
100

PART

02

# 2025男装春夏 风格趋势发布



天猫男装春

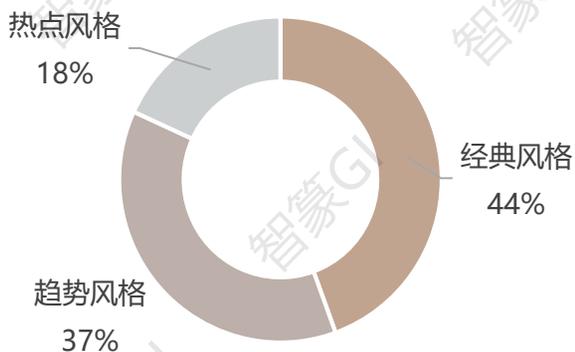
IN'S CLOTHING TREND REPORT

# 男装消费者穿搭风格相对固定且忠诚，风格表现更为稳定，经典风格更易被消费者接受

## 多数男装消费者更愿意选择发展成熟的经典风格

男性消费者对于男装穿搭风格的选择往往取决于多个因素，包括个人品味、职业需求、社交圈子的影响、以及对时尚的敏感度等。绝大多数男性消费者在购买服装时，更倾向选择发展较为成熟的风格。这类风格通常经过市场的长期检验，拥有稳定的受众群体和经典的设计元素。

男性消费者倾向选择的风格类型



数据来源: TMIC问卷调研, N=1620

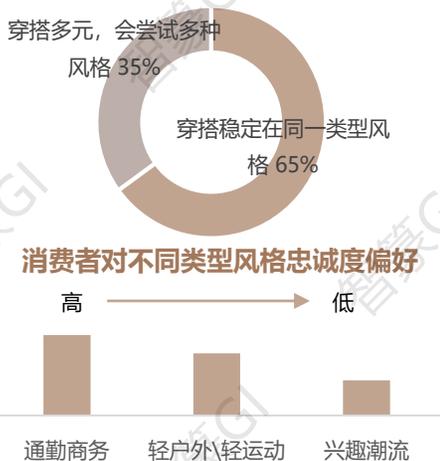
男性消费者对不同类型风格的接受程度

- 经典风格**
  - 在设计、市场和产业应用上经过长期发展和完善，具有稳定特性和广泛认可度
  - 用户接受度: ★★★★★
- 趋势风格**
  - 由小众向大众发展阶段，需要一定成长时间，生命周期相对更长
  - 用户接受度: ★★★☆☆
- 热点风格**
  - 由社媒热点带动，爆发较快，生命周期相对较短
  - 用户接受度: ★★☆☆☆

## 男装消费者日常穿搭风格相对固定且忠诚度较高，对于原有风格下的新品拓展有所期待

65%的男装消费者认为自己穿搭方式会相对稳定在某一类型的风格当中，其中对于通勤商务和轻户外\轻运动场景下的风格忠诚偏好相对更高。他们在购买服饰商品时，往往会对原有风格的新品更有期待，例如更加舒适面料的通勤风服饰、更具功能型的轻户外\轻运动风格商品。

男装消费者风格选择



男装消费者在原有风格下对于新品的期待

期待元素	通勤商务	轻户外\轻运动	兴趣潮流	
品质面料	51%	117	113	71
特色款式	46%	99	94	107
功能科技	46%	94	135	71
个性化设计	45%	104	92	104
元素图案设计	39%	86	75	140
新的搭配方式	37%	100	80	120
吸睛色彩	28%	88	90	122

TMIC问卷调研, N=1620

## 天猫男装市场细分风格概览

天猫服饰行业凭借强大数据挖掘能力，持续监测时尚动态，追踪服饰行业需求点变化，捕捉行业潮流趋势。天猫男装基于站内商品消费数据、站外主流媒体平台用户讨论热度，通过专业趋势分析，构建男装市场主流风格增长矩阵。2024年，零压通勤、城市轻野市场规模大、讨论热度高且增长趋势持续良好，为市场的高增风格赛道，在25年有望持续发力；复古主义作为潮流较为成熟的市场，覆盖面较高，男性消费者接受度高，可进一步挖掘风格增长点；Sporty Chic和Officecore增长势头强劲，成为25春夏趋势风格。

### 男装三大主题细分风格市场增长矩阵

● 通勤商务 ● 轻户外\轻运动 ● 兴趣潮流



\*市场指数：风格在天猫男装销售规模与主流社媒平台讨论声量的综合指数  
趋势指数：风格在天猫男装销售增速与主流社媒平台讨论热度增速的综合指数

数据来源：阿里消费数据

# 2025天猫男装 五大春夏风格 趋势赛道

## 成熟风格赛道拓展



### 复古主义

#### 风格关键词

复古运动、新派美式、牛仔回潮、朋克学院、怀旧风

## 高增风格赛道延续



### 零压通勤风格延续——

### 零压通勤2.0

#### 风格关键词

极简通勤、零压松弛、中性少年感、Cleanfit



### 城市户外风格延续——

### 城市轻野

#### 风格关键词

城市机能、轻运动、工装风、轻量化/轻质感

## 新趋风格赛道挖掘



### Office Core

#### 风格关键词

高智精英、都市优雅、miu系、静奢风、厅局风



### Sporty Chic

#### 风格关键词

时髦运动、复古球衣、Blockcore、Golfcore、菁英赛事



# 01

## 零压通勤2.0

作为25春夏通勤风格延续，零压通勤2.0继续强调现代都市环境中，年轻人对于舒适感和松弛感的追求和简约纯粹的生活状态。风格在24年零压的基础上，加强了**棉麻等舒适面料**的运用，符合年轻职场人**选择松弛休闲**以及**质价比**的通勤穿搭倾向。

### ■ 市场表现

社媒讨论度 **+26x%**

天猫销售增速 **+8x%**

### ■ 关键词

极简通勤、零压松弛、中性少年感、clean fit、纯色主义、无感自在

### ■ 关键颜色

PANTONE  
14-4214 TPG

PANTONE  
14-6408 TPG

PANTONE  
19-3905 TPG

PANTONE  
13-0401 TPG

PANTONE  
14-4107 TPG

PANTONE  
19-0815 TPG

PANTONE  
13-0916 TPG

PANTONE  
17-1518 TPG

# Consumer Portrait 消费者画像



# Trend Categories 趋势品类



数据来源: 阿里消费数据

## 关键款式



## 关键面料

## 关键细节



数据来源: 阿里消费数据, 图片来源: POP及网络公开资料

## 穿搭公式



• 立领通勤夹克

• 褶皱西裤

• 亨利领T恤

• 质感开衫  
• 海鸥领POLO

• 同色系T恤

• 垂感牛仔褲

• 微皱亚麻衬衫

• 莱赛尔长裤

• 直筒亚麻休闲裤

# 02

## Officecore

随着职场文化的变迁，传统正装已不再完全占据主导地位，Office core以办公室为灵感，结合了职业装与休闲装的特点，探索摩登诙谐的穿搭风格。它强调专业、干练和时尚，追求简洁而精致的设计，呈现通勤穿搭新风貌。

### ■ 市场表现

社媒讨论度 **+28x%**

天猫销售增速 **+13x%**

### ■ 关键词

高智精英、都市优雅、miu系  
静奢风、厅局风

### ■ 关键颜色

PANTONE  
11-1001 TPG

PANTONE  
17-2601 TPG

PANTONE  
17-1532 TPG

PANTONE  
17-1563 TPG

PANTONE  
19-3937 TPG

PANTONE  
19-1652 TPG

PANTONE  
14-4124 TPG

# Consumer Portrait 消费者画像



# Trend Categories 趋势品类

Officcore 男装行业 25SS品类机会矩阵



数据来源: 阿里消费数据

## 关键款式



质感通勤衬衫



新派西装



肌理感夹克

## 关键面料



针织polo衫



解构西装套装



肌理面料



桑蚕丝



衬衫领针织衫



醋酸面料



绵羊毛

## 穿搭公式

• 卫衣/套衫+  
衬衫叠穿

• 轻薄西服

• 桑蚕丝衬衫

• 行政夹克

• 褶皱西装裤

• 轻薄防晒服

• 抗皱休闲裤

• 微弹长裤

# 03

## 城市轻野

在经历Gorpcore风潮之后，轻户外、轻运动服装的多元化趋势也越来越明显，人们对户外运动场景的需求也发生了变化，从山林野外到城市郊外，城市与户外的交融愈发显著，越来越多的品牌尝试追求产品轻量便携、户外状态轻松休闲，发布兼顾都市时尚及户外风格的休闲轻量化户外服装。

### ■ 市场表现

社媒讨论度 **+59x%**

天猫销售增速 **+4x%**

### ■ 关键词

城市机能、轻运动、工装风、轻量化/轻质感

### ■ 关键颜色

PANTONE  
13-1406 TPG

PANTONE  
16-1326 TPG

PANTONE  
12-0524 TPG

PANTONE  
17-4140 TPG

PANTONE  
14-5713 TPG

PANTONE  
13-4201 TPG

PANTONE  
18-3905 TPG

PANTONE  
14-4115 TPG

# Consumer Portrait 消费者画像



# Trend Categories 趋势品类



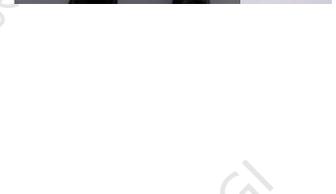
数据来源: 阿里消费数据

## 关键款式



## 关键面料

## 关键细节



数据来源：阿里消费数据，图片来源：POP及网络公开资料

## 穿搭公式



• 工装夹克

• 防晒凉感T恤

• 撞色马甲

• 运动短裤

• 抑菌凉感T恤

• 机能轻量冲锋衣

• 机能风套装

• 速干伞兵裤

• 工装短裤



# 04

## 时髦运动风

巴黎奥运会、2024欧洲杯等国际赛事不仅吸引全球观众的目光，更成为体育时尚的新风向标，Sporty是运动感，Chic重视造型的时髦度，打破日常出行和运动的界限，巧妙融合运动元素与舒适性，结合街头、潮酷与复古风，通过简约设计展现运动灵魂，打造活力十足的轻松时尚感。

### ■ 市场表现

社媒讨论度 **+26x%**

天猫销售增速 **+6x%**

### ■ 关键词

Sporty Chic、时髦运动、复古球衣、Blockcore、Golfcore、菁英赛事

### ■ 关键颜色

PANTONE  
12-5703 TPG

PANTONE  
11-0605 TPG

PANTONE  
16-6329 TPG

PANTONE  
12-4202 TPG

PANTONE  
13-0757 TPG

PANTONE  
16-4134 TPG

PANTONE  
15-1262 TPG

PANTONE  
18-1547 TPG

# Consumer Portrait 消费者画像



# Trend Categories 趋势品类

时髦运动风 男装行业 25SS品类机会矩阵



数据来源: 阿里消费数据

## 关键款式



## 关键面料

## 关键细节



数据来源：阿里消费数据，图片来源：POP及网络公开资料

## 穿搭公式



• 轻运动套装

• 斜襟复古polo衫

• 立领字母卫衣

• 防风防水夹克

• 五分卫裤

• 复古运动风外套

• 复古格纹休闲裤



# 05

## 复古主义

人们对过去的怀旧情感不断增强，这种情感促使复古风格在时尚界重新流行。复古主义在男装行业中不断演变，新美式复古风出现在人们的视野中，学院复古受到年轻消费者的追捧和关注，丹宁回潮唤起人们对牛仔的复古情怀。

### ■ 市场表现

社媒讨论度

**+11x%**

### ■ 关键词

复古运动、新派美式、牛仔回潮  
朋克学院、怀旧风

### ■ 关键颜色

PANTONE  
16-0947 TPG

PANTONE  
17-2601 TPG

PANTONE  
19-1012 TPG

PANTONE  
14-4316 TPG

PANTONE  
19-1627 TPG

PANTONE  
15-0628 TPG

PANTONE  
19-4128 TPG

PANTONE  
15-1058 TPG

# Consumer Portrait 消费者画像



# Trend Categories 趋势品类



数据来源: 阿里消费数据

## 关键款式



改良棒球夹克



格纹上衣



伞兵牛仔裤



做旧牛仔裤



谷仓夹克



半拉链卫衣



复古Polo



复古图案



复古条纹



美式字母



立领高领



破损做旧

数据来源：阿里消费数据，图片来源：POP及网络公开资料

## 穿搭公式



· 复古卫衣套装

· 针织POLO

· 渔夫帽

· 七分宽松休闲裤

· 机车夹克

· 标语T恤

· 针织短裤

· 复古风牛仔裤

# PART

# 03

## 2025男装春夏 品类趋势发布



## 天猫男装发布2025春夏5大核心品类赛道

2025年春夏男装趋势将聚焦于功能性与时尚感的完美结合，每个品类都体现了对现代男性需求的深刻理解。从品类趋势上看，T恤、休闲裤、衬衫、夹克和防晒服等是春夏的重点趋势品类。伴随消费者对穿着体验和品质的追求提升，采用轻盈透气的棉麻混纺材质、冰丝凉感科技、防水抗菌材质等被广泛应用于T恤、夹克和裤装等品类中，受消费者欢迎。此外，衬衫创新融合免烫抗皱功能与冰丝亚麻材质，表现出舒适凉爽感及易于护理的特点。在设计风格方面，结合简洁线条和拼接撞色的T恤彰显都市型格，同时新中式风向所有品类渗透。天猫男装精准锁定五大核心品类赛道，不仅为消费者提供契合高效生活节奏和品质型男的服装需求，而且为商家/品牌提供商品潮流趋势，助力男装行业稳步增长。

### 夹克



#### 重点细分赛道

- 冲锋衣
- 时尚防晒服
- 常规夹克
- 西服

男装夹克将以超轻量防水和防风材质为主打，结合功能性保护功能展现都市型格；风格趋势类型同时被更多消费者需求。

### 裤装



#### 重点细分赛道

- 休闲裤
- 牛仔裤
- 短裤

裤装趋势应用更多透气的面料，如棉麻混纺。此外，多口袋设计和可调节腰带等实用功能元素也将成为流行重点，适应现代男性对多功能性的需求。

### T恤|POLO衫



2025年春夏男装趋势将主打融合功能性与时尚感的设计，轻盈透气的面料和智能凉感技术引领潮流，满足现代男性对舒适与风格的双重追求。

### 衬衫



2025年春夏男装衬衫趋势将突出免烫抗皱功能与冰丝亚麻材质的结合，这种创新面料不仅提供卓越的舒适度和自然凉爽感，还确保了衣物易于护理，持久保持挺括有型。

### 卫衣



卫衣将继续保持休闲风，并向多种风格拓展。色彩上偏向淡雅的中性色系，并引入简约的艺术图案，强调年轻活力与时尚态度的平衡。

# 天猫男装外套品类市场概况

## 男装外套市场细分程度加深，消费者购物篮呈现品类丰富化趋势

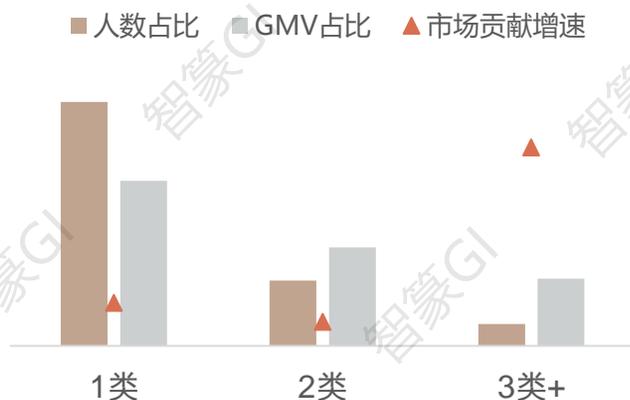
天猫男装外套品类细分趋势明显，常规夹克稳固消费主流地位，同时冲锋衣/户外夹克消费增速显著提升。近三年消费者购物篮趋势来看，外套用户购买行为趋向于多品类购买，年消费3种外套类型以上的人群消费贡献突出，且消费规模大幅度上升，男装商家的外套货品布局与供给需持续顺应市场细分趋势，以满足消费者日益多样化的需求。

24SS天猫男装 外套类 细分品类市场表现



数据来源：阿里消费洞察

22ss-24ss天猫男装 外套类消费者购物篮趋势



数据来源：阿里消费洞察

## 西装、常规夹克、冲锋衣品类春夏消费高峰期集中在3-4月，防晒衣4月起迎来销量提升

西装品类、常规夹克、冲锋衣户外夹克品类春夏销售更集中在初春，3-4月为销售高峰，4月后外套需求逐渐降低，直至8月秋冬需求复苏；防晒衣品类需求从4月起开始上升，5月下旬-6月迎来销售爆发，7月后需求快速减退，商家需结合消费者购买节奏前置性种草。

24SS天猫男装西装/常规夹克/冲锋衣品类货品生命周期 (销量走势)



24SS天猫男装时尚防晒衣品类货品生命周期(销量走势)



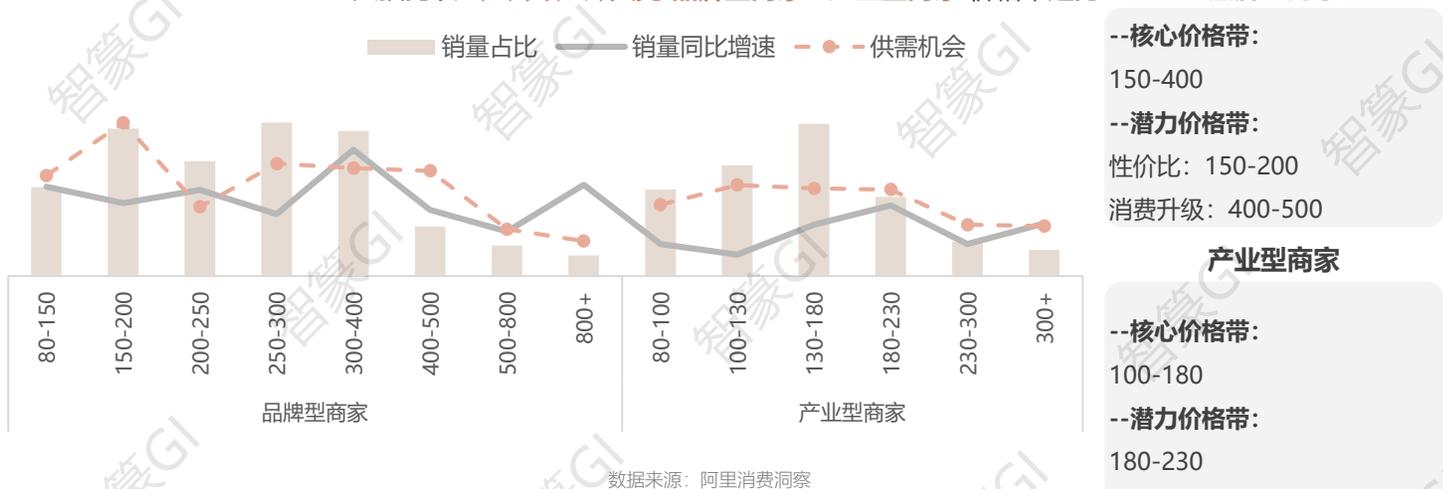
数据来源：阿里消费洞察

## 外套品类价格带趋势

### 冲锋衣/户外夹克：品牌型商家核心布局150-400元，产业型商家核心布局100-180元

品牌型商家建议核心布局150-400元价位段，其中150-200和300-400元销量同比增长显著，且供需机会更大，值得重点关注，此外80-150和400-500元具备供需升级潜力；产业带型商家核心价格带在100-180元，180-230价位段销量增长更快，可作为潜力价格带。

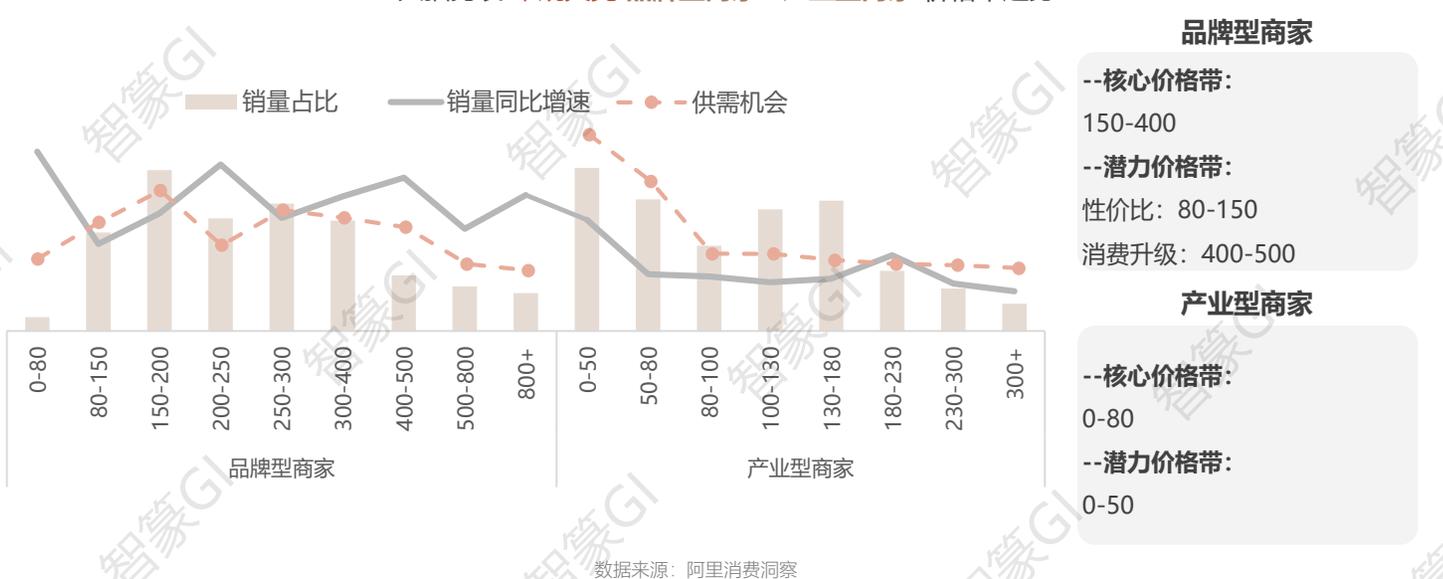
24SS天猫男装 冲锋衣/户外夹克 品牌型商家&产业型商家 价格带趋势



### 常规夹克：品牌型商家300-500元具备升级潜力，产业型商家80元以内供需机会显著

品牌型商家热销价位段分布在150-400元，其中150-200元仍有较大供给机会，300-500元销量上升且供需空间相对充足，可考虑持续加大供给；产业型商家核心布局80元以内，其中0-50元极致性价比商品销量快速增长，且呈现较大供给需求。

24SS天猫男装 常规夹克 品牌型商家&产业型商家 价格带趋势

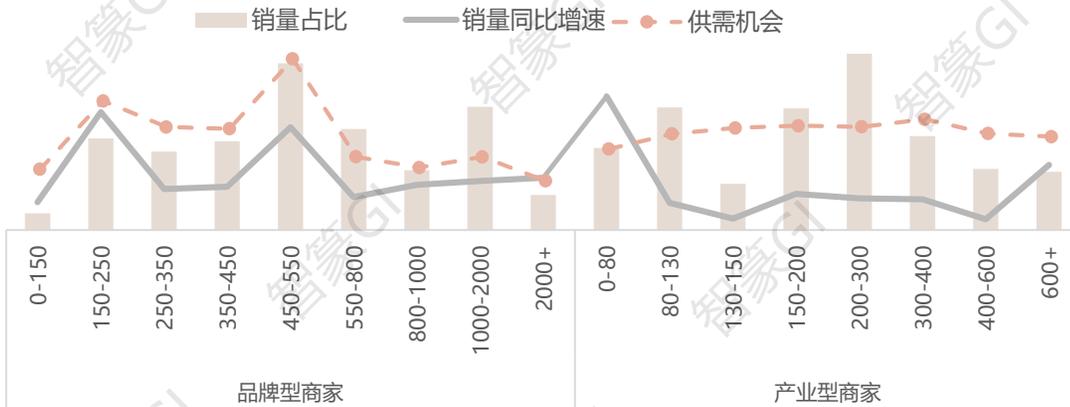


## 外套品类价格带趋势

**西装：品牌型商家需要重点关注450-550元价位段，产业型商家核心布局80-300元**

品牌型商家建议核心布局450-550元价位段，该价位段销量占比最高且保持较快增长，供需机会显著；高端价位段中1000-2000元价位表现突出，适合布局高品质商品；此外150-250元价位段销量迎来增长，且仍有较大供需机会，可作为潜力价位段布局。产业型商家核心关注80-130和150-300元价位段，可适当拓展300-400元升级类商品。

24SS天猫男装 西装 品牌型商家&产业型商家 价格带趋势



数据来源：阿里消费洞察

### 品牌型商家

- 核心价格带：450-550、1000-2000
- 潜力价格带：150-250

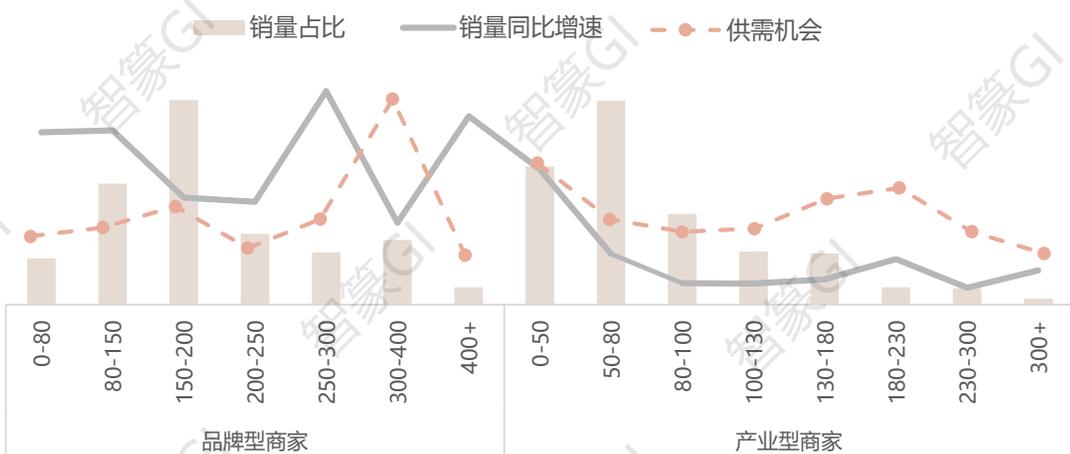
### 产业型商家

- 核心价格带：150-300
- 潜力价格带：80-150
- 消费升级：300-400

**时尚防晒衣：品牌型250-400元有升级潜力，产业型在0-50和130-230元存在供需机会**

品牌型商家重点关注150-200元价位段，此外250元-400元价位段迎来销量增长且供需机会明显，升级潜力较大，此外80-150元性价比价位段也迎来销量上升；产业型商家核心关注50-80元价位段，0-50元销量快速上升且仍具有显著供给机会；130-230元价位段也存在供给优化空间。

24SS天猫男装 时尚防晒衣 品牌型商家&产业型商家 价格带趋势



数据来源：阿里消费洞察

### 品牌型商家

- 核心价格带：150-200
- 潜力价格带：80-150
- 消费升级：250-400

### 产业型商家

- 核心价格带：50-80
- 潜力价格带：0-50
- 消费升级：130-230

## 外套品类消费者趋势

### 品质功能人群为当前消费主力，潮流时尚人群规模快速增长

天猫男装外套市场主要消费贡献群体为品质人群和乐享性能人群，消费金额占据主导地位，潮流时尚人群消费规模快速提升；男装消费者外套品类消费驱动力主要源于场景需求，其次为功能科技吸引和品质升级主导，受潮流驱动比例也接近五成，其中有颜有质、时髦先锋、好价先潮受潮流驱动购置新衣尤为显著。

24SS天猫男装外套市场 策略人群消费贡献趋势



数据来源：阿里消费洞察

24SS天猫男装外套消费者 购买驱动因素调研

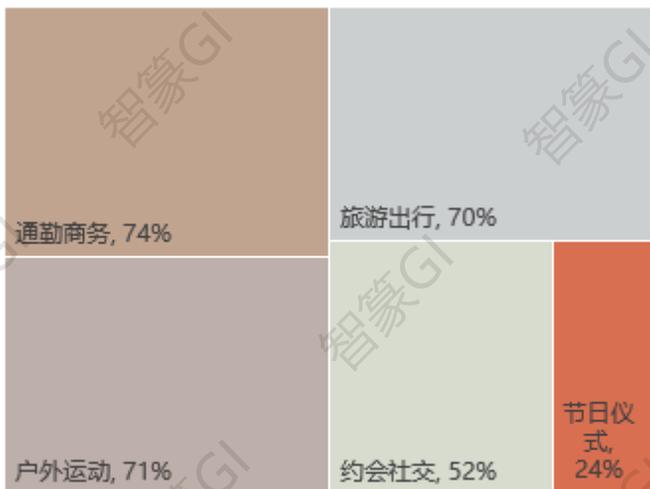


数据来源：TMIC男装消费者调研，N=1047

### 场景需求为驱动男性外套核心因素，通勤商务、户外运动、旅游出行为主要需求场景

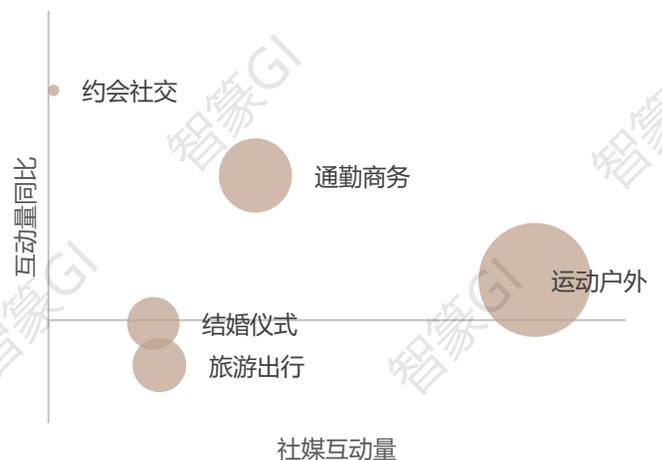
男性消费者穿搭场景主要集中在通勤商务、户外运动和旅游出行，近一年社媒平台上、运动户外场景外套品类穿搭种草引起广泛互动兴趣，通勤商务互动量快速增长，社媒平台呈现场景化穿搭种草趋势。

男性消费者外套购买驱动场景分布



数据来源：TMIC男装消费者调研，N=1047

24SS社媒平台 男装外套细分场景内容互动量趋势



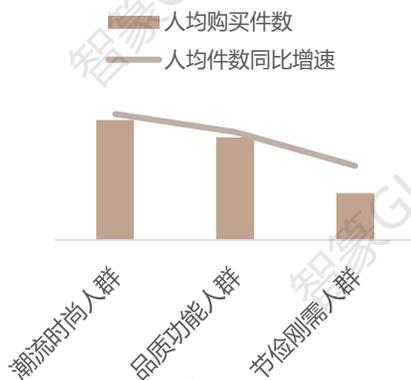
数据来源：TMIC男装消费者调研，N=1047

# 潮流人群消费需求加速释放，时尚锐度显著提升，风格化、个性化商品受青睐

## 时髦先锋潮流敏锐度最高，引领趋势并推动潮流新品发展

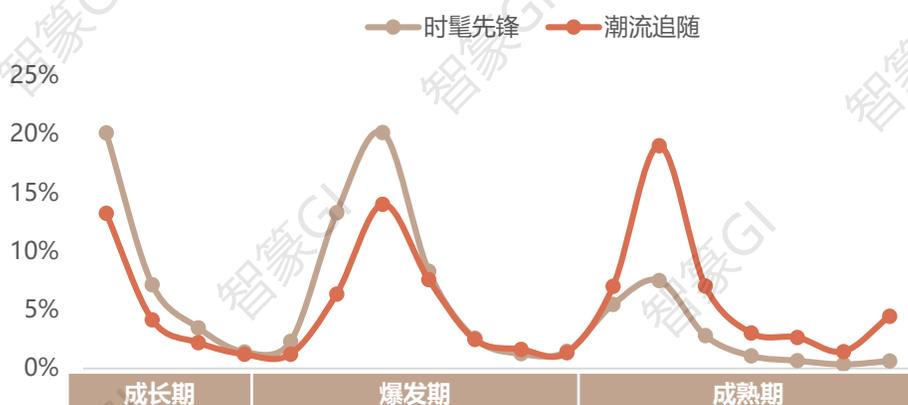
潮流人群消费需求正快速释放，购买意愿持续高涨，他们对新颖趋势和原创设计商品表现出明显偏好，品牌需重点持续关注风格化潮流商品供给。潮流人群呈现圈层化特征，其中先锋人群时尚引领度最高，对潮流单品具有极强的敏锐度，在商品成长期即积极购买，并逐渐将潮流新品的影响力扩展至更广泛的潮流爱好者群体，对潮流新品的推动有显著影响力。

24SS天猫男装外套不同类型人群人均消费件数及趋势



数据来源：阿里消费洞察

时髦先锋人群潮流商品消费更加前置化，具备趋势引领性——夹克潮流商品不同生命周期内购买人数比例



数据来源：阿里消费洞察

## 新中式夹克、宽肩/垫肩西装消费热度居高，解构拼接牛仔夹克、废土风夹克、无领西服等新趋潮流商品涌现

24SS天猫男装外套时髦先锋人群潮流单品消费趋势



数据来源：阿里消费洞察



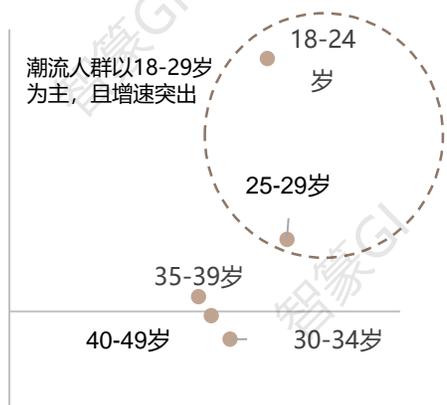
图片来源：天猫商品详情页

# 年轻潮男掀起“非正式”通勤新风尚，经典复古夹克焕潮流新貌

底特律夹克从经典深棕、军绿向潮流色系拓展；哈灵顿材质多元、版型趋向松弛有型

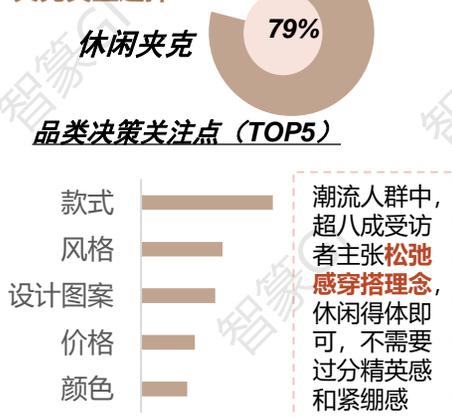
天猫男装夹克潮流人群年轻化趋势显著，其中18-24岁潮流人群同比增长超1x%。年轻职场穿搭注重松弛感，休闲夹克占据选择首位，决策关注尤为注重款式和风格。复古运动夹克和工装夹克热度高，底特律夹克、哈灵顿夹克、衬衫式夹克、机车夹克消费同比增速超40%，热销款式迎合松弛感理念在色彩、版型、面料工艺上迎来细节创新。

24SS天猫男装夹克 潮流人群年龄趋势



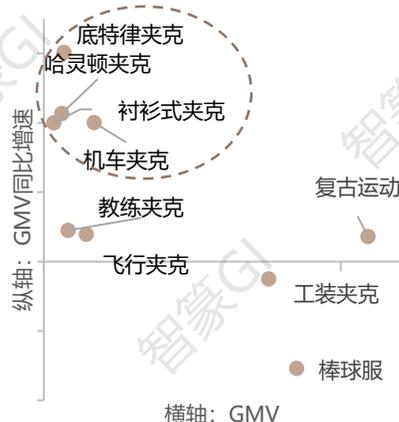
数据来源：阿里消费洞察

潮流人群职场穿搭 夹克类型选择TOP1



数据来源：TMIC男装消费者调研

24SS天猫男装夹克款式消费趋势



数据来源：阿里消费洞察

底特律夹克 商品消费趋势

宽松剪裁，色彩从经典棕色、军绿色、卡其色更年轻化的蓝色、松石绿、薄荷绿、灰色拓展，撞色也更加具有活力和90s复古感

Y2022

宽松剪裁，以经典棕色、军绿色、深紫色、灰色为主，多为水洗帆布、牛仔、斜纹梭织面料

麂皮绒材质和水洗做旧工艺，刺绣工艺，营造复古感和纹理感

PU皮+金属链装饰，领部增加系带或暗扣设计，可翻可立，增加实穿性

Y2024

数据来源：阿里消费洞察，图片来源：天猫商品详情页

哈灵顿夹克 商品消费趋势

版型年轻化，合身版型宽松下摆，加入系扣、抽绳、松紧设计塑造衣摆褶皱感，线条分割让设计更简洁

撞色点缀，衣领/袖口材质拼接

AB面正反两穿设计，A面多为纯色，B面多为格纹，适配日常通勤穿搭或复古学院风穿搭

A面 B面

Y2022

合身剪裁，以藏青、卡其、米白、深绿等纯色简洁设计，多为经典帆布、斜纹梭织面料

材质更加多元化，除了经典帆布、斜纹梭织面料外，近两年仿麂皮、牛仔、仿牛仔亚麻面料消费趋热，提升春夏穿着舒适度

数据来源：阿里消费洞察，图片来源：天猫商品详情页

Y2024

# 通勤方式与户外疗愈融合度加强，骑行潮流夹克迎来蓝海机遇

骑行成为年轻职场人群新通勤疗愈方式，“去班味化”户外通勤穿搭风潮逐渐形成

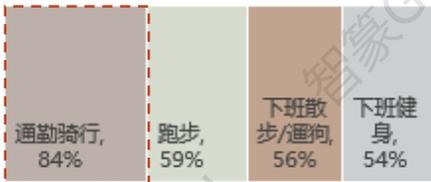
通勤骑行场景下，消费者当前选择受限，专业骑行服与职场适配度不高，硬壳冲锋衣春夏季节舒适度不足。相较于户外专业骑行，通勤骑行以基础防风透气需求为主，期望保持潮流设计的同时，融入如前短后长衣摆、后背透气、实用口袋和反光条等贴心功能设计，以同时满足通勤场景下的骑行功能需求与搭配需求，潮流化骑行功能夹克即将迎来供给升级新机遇。

## 潮流人群职场穿搭 夹克类型选择TOP2

轻户外夹克

57%

## 职场穿搭轻户外夹克主要驱动场景



数据来源：TMIC男装消费者调研，N=1047

## 24SS社媒平台通勤出行方式讨论 增速对比



24SS社媒平台#通勤骑行穿搭 话题讨论互动量超198W

24SS天猫男装轻户外通勤夹克 市场规模同比增长超160%

数据来源：智篆GI、阿里消费洞察

## 不同骑行场景夹克选择关注点



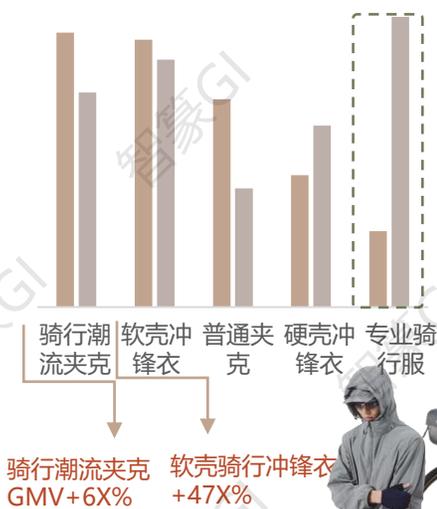
数据来源：TMIC男装消费者调研，N=1047

# 潮流化骑行夹克和软壳骑行冲锋衣受青睐，消费者期待结合场景需求与潮流设计相融合

## 不同骑行场景夹克类型选择偏好

■ 上班通勤骑行 ■ 户外专业骑行

\*近6成消费者认为专业骑行服搭配属性相对较弱，且过于紧身，不适合通勤穿搭。



骑行潮流夹克 GMV+6X%  
软壳骑行冲锋衣 +47X%

数据来源：阿里消费洞察

## 消费者对骑行潮流夹克期待升级方向



数据来源：TMIC男装消费者调研，N=1047

## 骑行潮流夹克关键设计元素



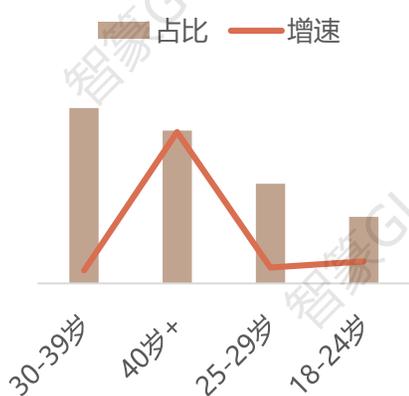
图片来源：POP、天猫商品详情页

## 品质熟男更注重穿搭对职场形象的塑造，高端质感面料市场增长

### 高品质面料和剪裁是品质人群购买夹克的核心驱动力

天猫夹克市场品质人群以30-39岁轻熟龄人群为主，并逐步向熟龄化发展，40+人群增速凸显。品质通勤人群偏好选择商务夹克和西装西服，更注重服装对个人气质的塑造和提升。因此通勤商务穿搭尤为注重面料的质感、剪裁版型，品牌心智显著，同时受穿衣季节、快节奏生活场景影响，对功能性有一定需求。

24SS天猫男装夹克 品质人群年龄趋势



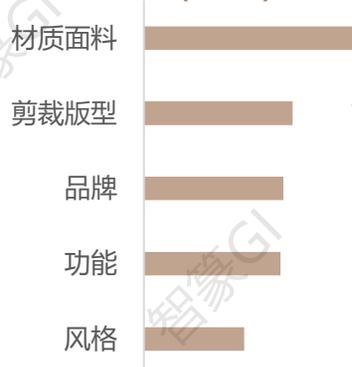
数据来源：阿里消费洞察

品质人群职场穿搭 夹克类型选择TOP1



数据来源：TMIC男装消费者调研，N=1047

品质人群商务夹克/西装决策关注点 (TOP5)



数据来源：TMIC男装消费者调研，N=1047

### 亚麻西装、肌理感西装/商务夹克春夏消费趋势持续增长

春夏男装西装市场下，兼具轻盈、舒适透气、织物纹理的亚麻面料呈现较大增长潜力，市场热销商品多以宽松自身剪裁为主，搭配一粒扣或单排扣设计，呈现商务休闲风格；肌理感面料在商务夹克和西装品类下均呈现快速提升趋势，斜纹肌理、格子肌理、泡泡纱面料受青睐。

24SS天猫男装夹克 西装/商务夹克面料消费趋势



数据来源：阿里消费洞察

亚麻西装



肌理感西装/夹克



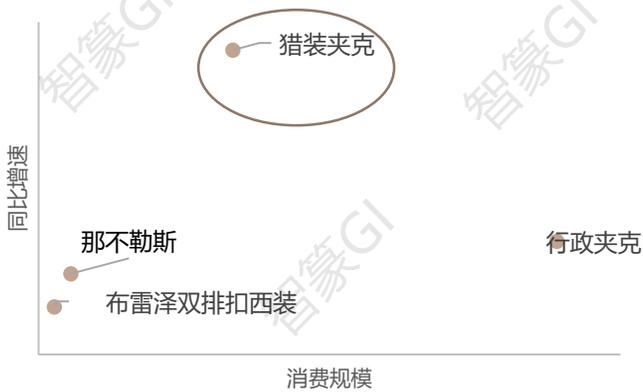
图片来源：POP、天猫商品详情页

# 商务夹克西装经典版型认知度提升，便利洗护功能需求持续增长

## “公务员穿搭”风潮持续带火行政夹克，猎装夹克从收腰修身向利落直身廓形发展

男装消费者对于商务通勤西装/夹克经典款式的搜索渗透率同比提升超140%，其中行政夹克搜索和消费持续保持较高热度，猎装夹克迎来消费大幅度提升，热销商品在版型从收腰修身向正肩、廓形、直身或可调节束腰设计优化，设计元素融入更多皮革拼接，色彩碰撞，材质应用也更加多元化；西装品类下，布雷泽、那不勒斯市场增速远超品类均值，兼具舒适和气质的西装版型逐步受到消费者青睐。

24SS天猫男装 商务夹克/西装款式消费趋势



数据来源：阿里消费洞察

猎装夹克商品消费趋势变化

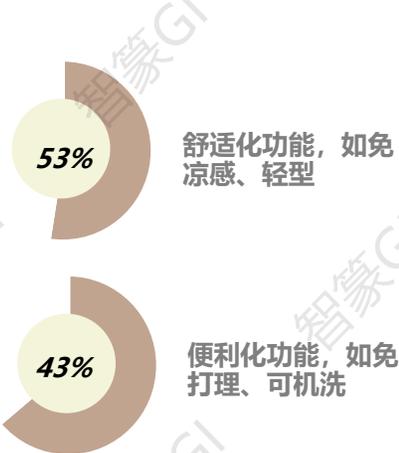


数据来源：阿里消费洞察，图片来源：天猫商品详情页

## 洗护省心需求日益凸显，商务夹克西装品类下，三防、可机洗功能受欢迎

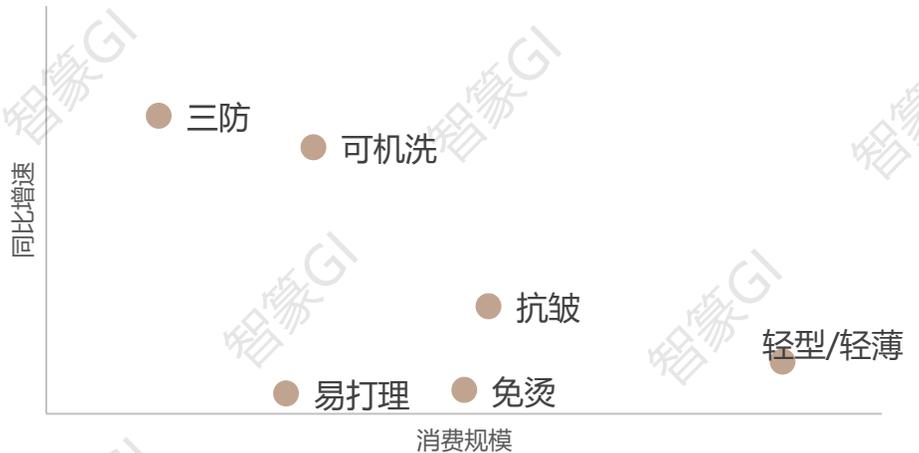
品质人群生活节奏较快，追求品质面料、精致剪裁的同时，衣物洗护护理成为日常穿衣的一大痛点问题。为满足便捷生活需求，洗护省心的便捷化功能愈发受到消费者青睐，三防功能面料、可机洗市场需求旺盛且消费规模大幅度增长，商务夹克、商务西装品类下，商家对此类功能可持续关注和加大布局。

品质人群商务西装/夹克 功能类型偏好调研



数据来源：TMIC男装消费者调研，N=1047

25SS天猫男装 商务夹克/西装功能消费趋势



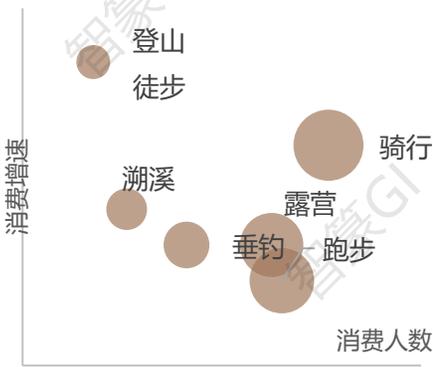
数据来源：阿里消费洞察

# 城市轻户外热度持续增长，春夏消费者对舒适化功能期待上升

轻户外场景下，消费者并非盲目追求专业性能，而更重舒适化功能

户外场景趋于细分，骑行、露营城市户外消费群体庞大且保持稳定增速，登山徒步等山野轻户外消费群体快速扩张。城市轻户外场景下，春夏季节消费者对于户外夹克的功能需求更加集中在舒适度，透气、超轻普遍受关注。

24SS 户外圈层 户外夹克消费渗透趋势



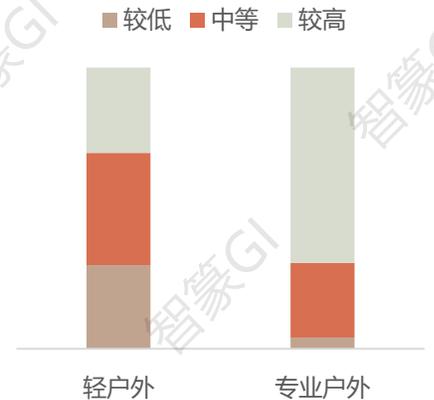
数据来源：智篆GI

春夏户消费者对户外夹克功能期望方向

	骑行	徒步	露营	登山	垂钓
防晒	15%	38%	31%	31%	57%
透气	34%	43%	30%	38%	28%
速干	28%	34%	15%	21%	13%
凉感/冰感	16%	16%	10%	11%	14%
轻量/超轻	33%	31%	21%	36%	14%
易收纳	6%	11%	17%	12%	9%
防风	39%	18%	30%	26%	20%
防水	10%	16%	19%	16%	19%
遮热	17%	17%	16%	16%	36%
抗菌	9%	10%	9%	6%	9%

数据来源：《淘宝天猫25春夏运动户外趋势白皮书》

不同户外类型消费者对专业功能关注度

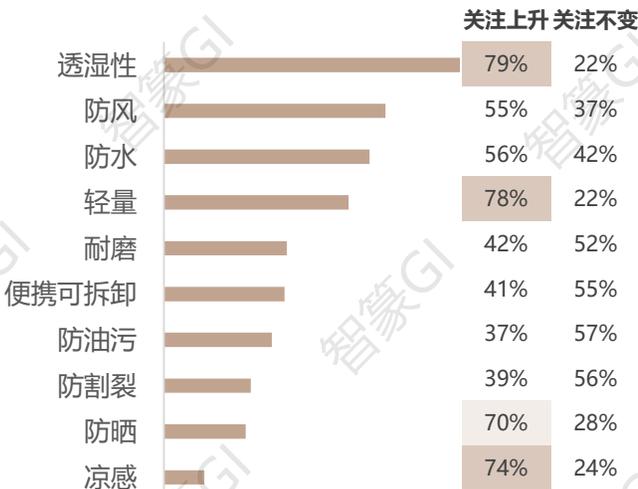


数据来源：TMIC男装消费者调研，N=1047

## 功能趋势呈现从防护性兼顾舒适化升级，三防持续火热，透气、轻量迎来市场增长

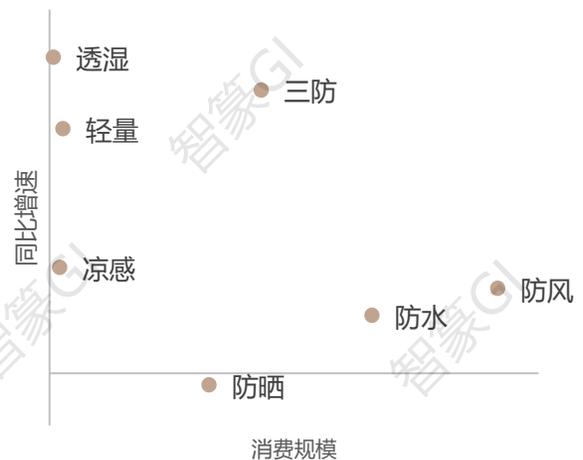
冲锋衣功能核心关注点仍为防护性能，防风、防雨是关注重点，但消费者对舒适化功能需求度上升，近80%用户对透气排汗、轻量化功能关注度上升，从市场表现来看，三防、防风、防水仍为核心功能市场，高透湿、轻量化冲锋衣市场崛起。

冲锋衣功能需求排序及关注度变化



数据来源：TMIC男装消费者调研，N=1047

25SS天猫男装 冲锋衣/户外夹克 功能消费趋势



数据来源：阿里消费洞察

# 冲锋衣潮流化趋势加快，多色彩碰撞和个性新潮元素涌现

潮流群体扩张，对冲锋衣的潮流度需求度提升，男装商家趋势响应速度仍需加快

随着男装冲锋衣市场潮流人群的快速涌入，消费者对冲锋衣的时尚度和颜值外观提出了更高要求。纵观冲锋衣潮流单品生命走势，户外品牌对于潮流趋势响应速度更及时，以山系冲锋衣为例，社媒平台22Q3呈现萌芽趋势，户外品牌在22年Q4布局并获取第一波市场份额，节点早于男装商家一年，男装品牌需要加强对户外趋势单品的捕捉，及时响应供给满足市场需求。

天猫男装冲锋衣市场 策略人群 人数占比变化



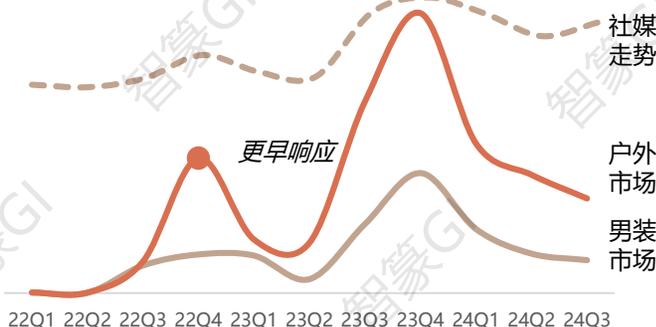
潮流时尚人群 冲锋衣决策关注点TGI

TOP1	TOP2	TOP3
潮流度/时尚度	颜值外观	色彩/设计元素
TGI 185	TGI 127	TGI 110

数据来源：阿里消费洞察、TMIC男装消费者调研，N=1047

冲锋衣潮流单品户外vs男装市场走势对比

——以山系冲锋衣为例

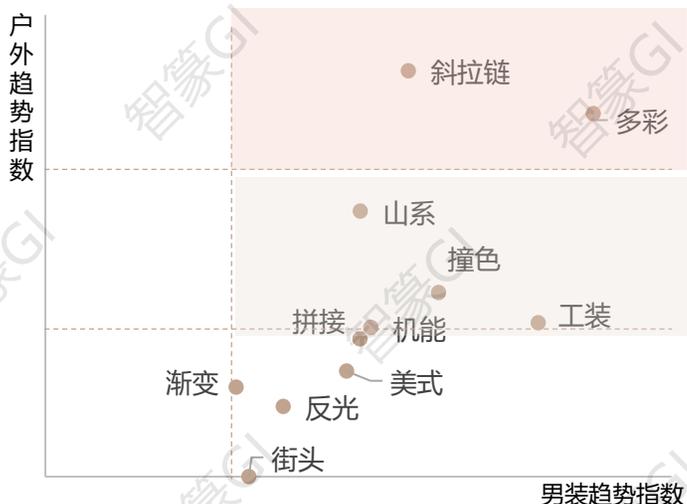


数据来源：智篆GI

## 户外冲锋衣色彩向“多彩”发展，个性设计多元设计元素斜拉链引领潮流新趋

户外冲锋衣的色彩正逐渐向着“多彩”方向发展，为消费者提供了更多选择和搭配可能性。同时，个性化门襟设计应用日益增多，双拉链、斜拉链在增添了独特的视觉效果的同时也大大提升穿衣实用性，其中斜拉链设计户外市场消费热度上升，也可辅以大胆的色彩碰撞、拼接解构或线条分割进一步打造时尚感。

运动户外vs男装 冲锋衣潮流元素趋势指数对比



数据来源：阿里消费洞察、智篆GI



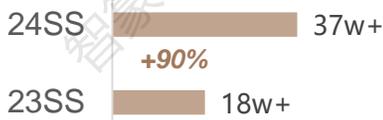
图片来源：天猫商品详情页

# 户外叠穿风潮兴起，可拆卸模块激发潮流人士穿搭灵感

## 户外穿搭方式多样化，向层次感叠穿进阶，工装马甲凭借潮流搭配和出片受到关注

近一年来，工装马甲+衬衫，冲锋衣+马甲等个性化叠穿风潮兴起，与此同时，冲锋衣品类开始向个性款式创新，结合了冲锋衣防水、防风功能等款式出现，让户外叠穿可玩性更高，如工装马甲搭配防晒衣、速干衣、皮肤衣、短袖T恤，出片的同时满足春夏舒适轻量需求，提升穿搭属性的同时也更拓展了叠穿的风格。

23SS-24SS社媒平台冲锋衣穿搭内容话题互动量



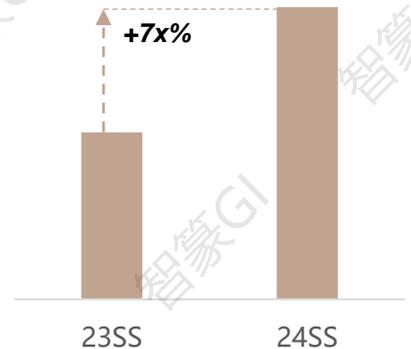
数据来源：智篆GI

社媒平台 工装马甲热门穿搭方式



图片来源：天猫商品详情页

天猫男装工装马甲市场规模变化

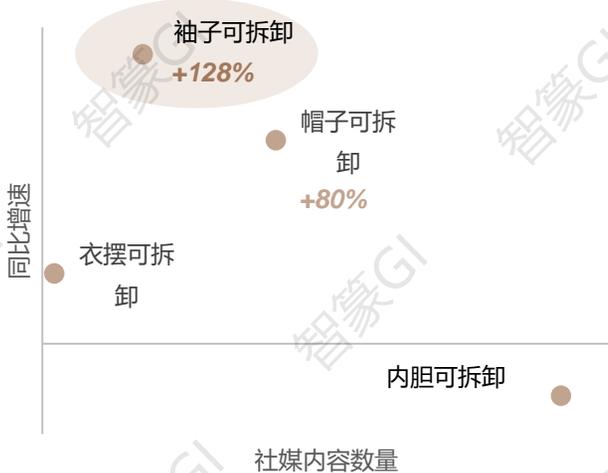


阿里消费洞察

## 模块化创新设计，提升冲锋衣具备跨季节、多场景的穿搭属性

国外冲锋衣市场涌现更多前沿模块化设计，可拆卸从基础三合一向更高实穿性和搭配度升级。社媒平台上，消费者对于冲锋衣的衣袖可拆卸讨论度逐步增加。通过半袖拆卸、全袖拆卸，实现冲锋衣变身马甲、短袖外套的灵活穿搭，也满足消费者从春季到冬季的不同需求。

24SS 社媒平台冲锋衣可拆卸部位讨论数量趋势



数据来源：智篆GI



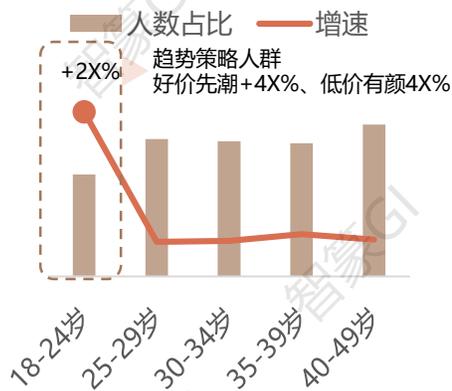
图片来源：POP及网络公开资料

# 时尚防晒衣Z世代潮流化趋势显著，机能风、金属元素热度上升

## 零零后潮男防晒需求场景拓宽，对色彩、时尚关注度更高

防晒服品类下，18-24岁人群快速扩张，人数同比增长超25%，零零后男性防晒意识超前，防晒需求场景逐步拓宽，从户外运动、旅游出行到通勤上班、逛街约会，春夏季节防晒衣已成为零零后潮男的时尚单品，他们在追求防晒功能的基础上，决策更加关注颜色、时尚和搭配。

24SS天猫男装时尚防晒衣消费年龄趋势



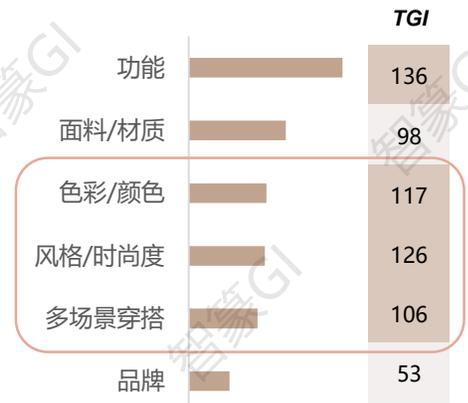
数据来源：阿里消费洞察

18-24男性防晒衣穿着场景分布



TMIC男装消费者调研, N=1047

年轻男性防晒服决策关注点

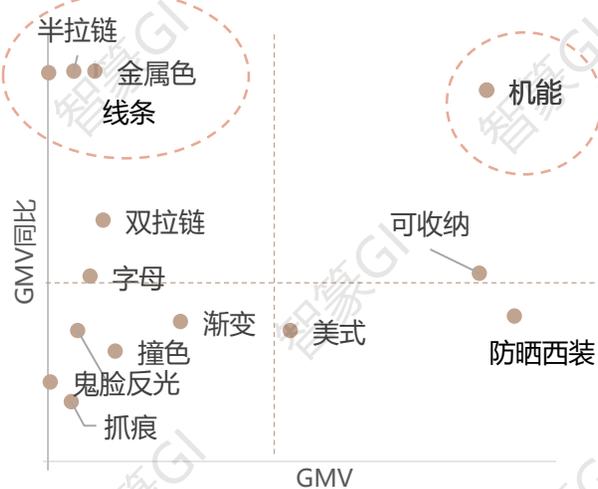


TMIC男装消费者调研, N=1047

## 机能风、半拉链设计、金属光泽/液态银、线条分割潮流化设计受欢迎

流行元素消费趋势来看，防晒衣潮流整体趋向于机能风设计，强调功能性和科技感，如多口袋化设计、运营具备科技感的金属色，用线条分割设计，可以增加衣服的层次感和视觉吸引力，拉链设计也更加灵活，半拉链、双拉链在提升个性化的同时，也让消费者可以根据自身需要调整服装的开口程度，提升实穿度。

23SS-24SS 天猫男装 防晒衣潮流元素消费趋势



数据来源：阿里消费洞察



图片来源：天猫商品详情页

# 春夏趋势赛道

S



防风夹克

S



防水夹克

A



短款夹克

A



三防冲锋衣

A



行政夹克

A



哈灵顿夹克

A



复古运动风外套

A



底特律夹克

A



巴恩风夹克

## 春夏趋势赛道

**B**



机能冲锋衣

**B**



肌理感夹克

**B**



猎装夹克

**B**



新中式风夹克

**A**



双排扣西装

**A**



新中式中山装

**A**



轻薄西服

**B**



可机洗西装

**B**



亚麻西服

# 春夏趋势赛道

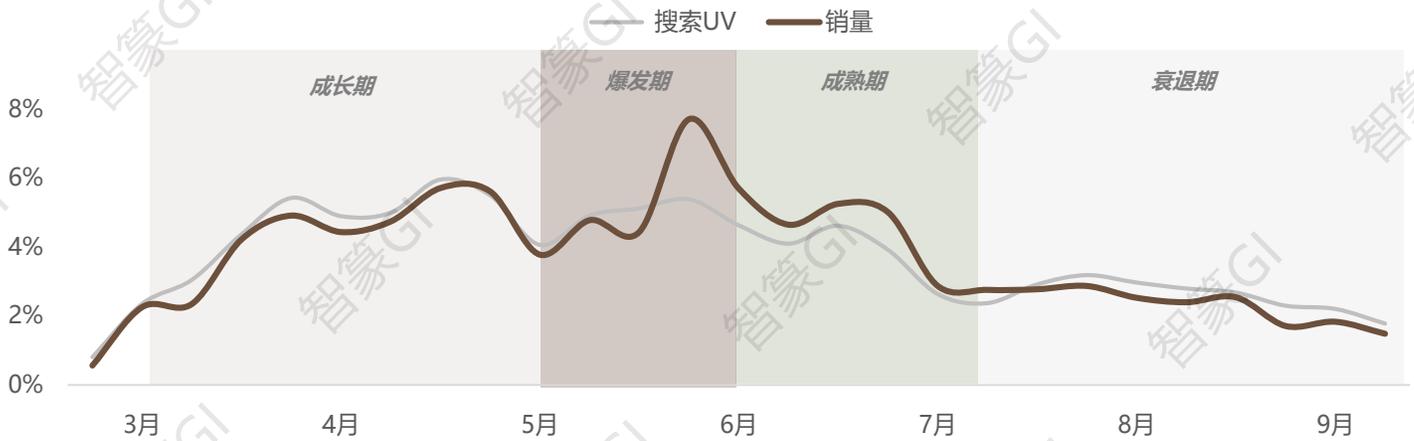


# T恤|POLO衫 | 货品趋势

## T恤|POLO衫货品生命周期-3月开始销售持续增长，618期间有明显波峰

春季伊始，天气转暖后，男装T恤就迎来了增长，3月-6月（共4个月）是销售黄金期。节奏看，3月初搜索持续增长，4月初销售成熟，618期间销售爆发，7月后销售逐渐下滑。因此，商品端，建议商家2-3月完成男装T恤商品布局，4-5月对趋势商品的供给查漏补缺；流量端，建议3月开始逐步提升流量，4-5月提前规划和蓄水618资源。

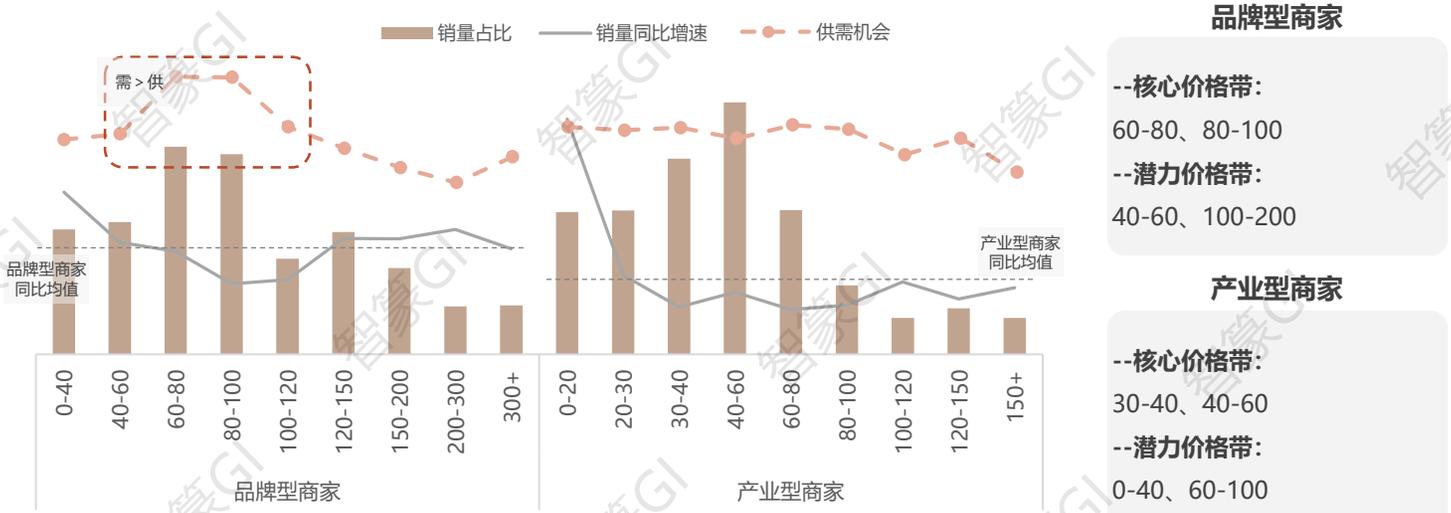
24SS天猫男装T恤|POLO衫品类货品生命周期



## T恤|POLO衫价格带分布-品牌商家高价和低价趋势同在，产业商家深钻性价比区间

品牌型商家核心价格带为60-100元，潜力价格带为40-60元、100-200元，该价格带消费者需求较大，供给存在一定空间，120元以上区间同比增速快但供给竞争激烈，商家可选择性布局。产业型商家核心价格带为30-60元，潜力价格带在40元以下，产业型商家持续适应并满足消费者的高性价比诉求。

24SS天猫男装T恤|POLO衫品类品牌型商家&产业型商家的价格带趋势

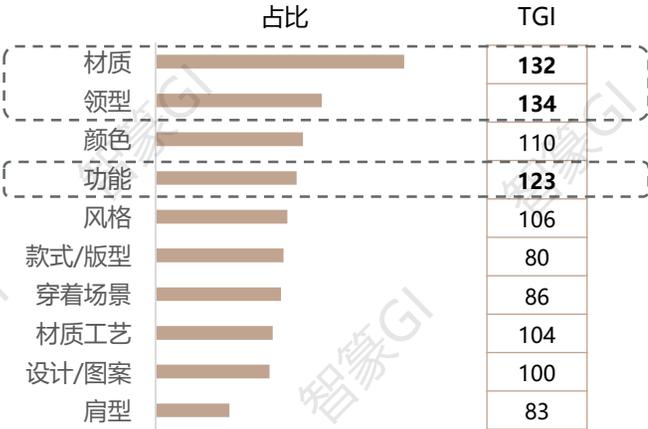


供需机会=某价格带商品IPV占比/该价格带在售商品数量占比，数值越大表示消费需求越旺盛，供给机会大，越小代表市场商品竞争越激烈  
数据来源：阿里消费洞察

# T恤|POLO衫| 消费趋势

消费者购买T恤时，更关注领型、材质和功能。在领型方面，圆领T恤长盛不衰，亨利领和古巴领快速增长；在材质方面，清凉的冰丝材质最受欢迎，竹节棉和液氨等新材质增速飞快；在功能方面，冰爽凉感T恤是春夏趋势商品，同时消费者对速干和亲肤透气等的要求也较多，防水T恤让消费者免受脏污烦恼，抗菌T恤让消费者远离异味困扰。

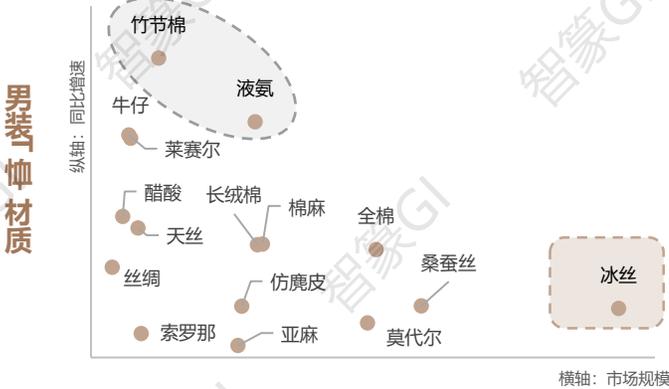
男装T恤|POLO衫品类购买关注点



24SS天猫男装T恤|POLO衫品类-领型销售趋势



24SS天猫男装T恤|POLO衫品类-材质销售趋势

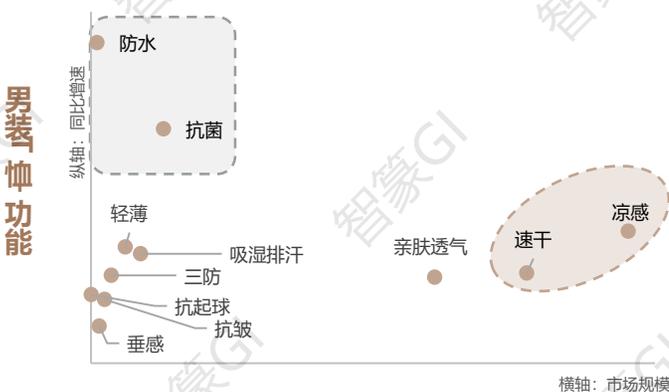


24SS天猫男装T恤|POLO衫品类核心&趋势材质代表商品

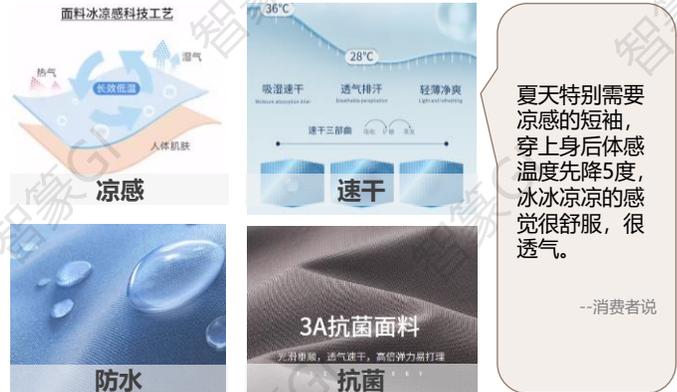
冰丝短袖T恤是这个夏天最不可或缺的单品之一，柔软贴身且轻薄透气，即使在炎炎夏日里穿上也能感受到一股清凉与舒适。  
--消费者说



24SS天猫男装T恤|POLO衫品类-功能销售趋势



24SS天猫男装T恤|POLO衫品类核心&趋势功能代表商品



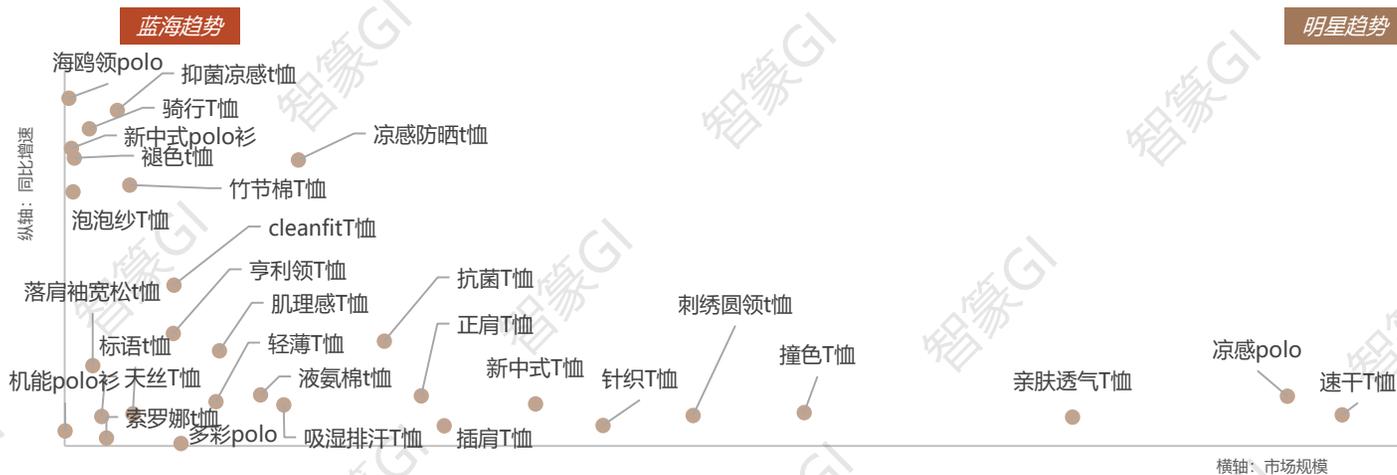
夏天特别需要凉感的短袖，穿上身后体感温度先降5度，冰冰凉凉的感觉很舒服，很透气。  
--消费者说

数据来源：TMIC，N=1,558，阿里消费洞察

# 品类 CATEGORY

# T恤/POLO衫

24SS天猫男装T恤|POLO衫品类趋势商品矩阵



## 春夏趋势赛道

### S 凉感大赛道

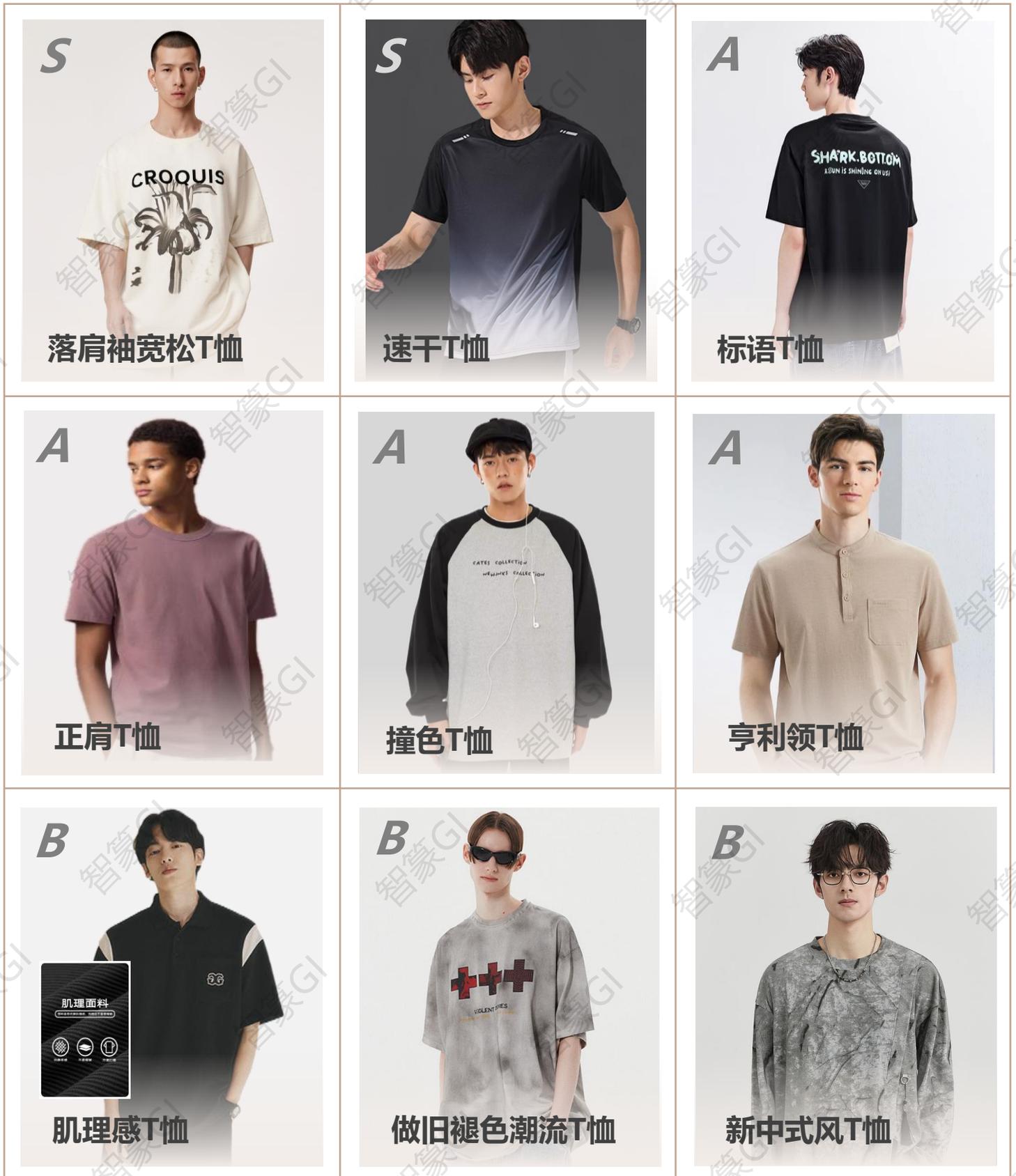


### S 刺锈圆领T恤



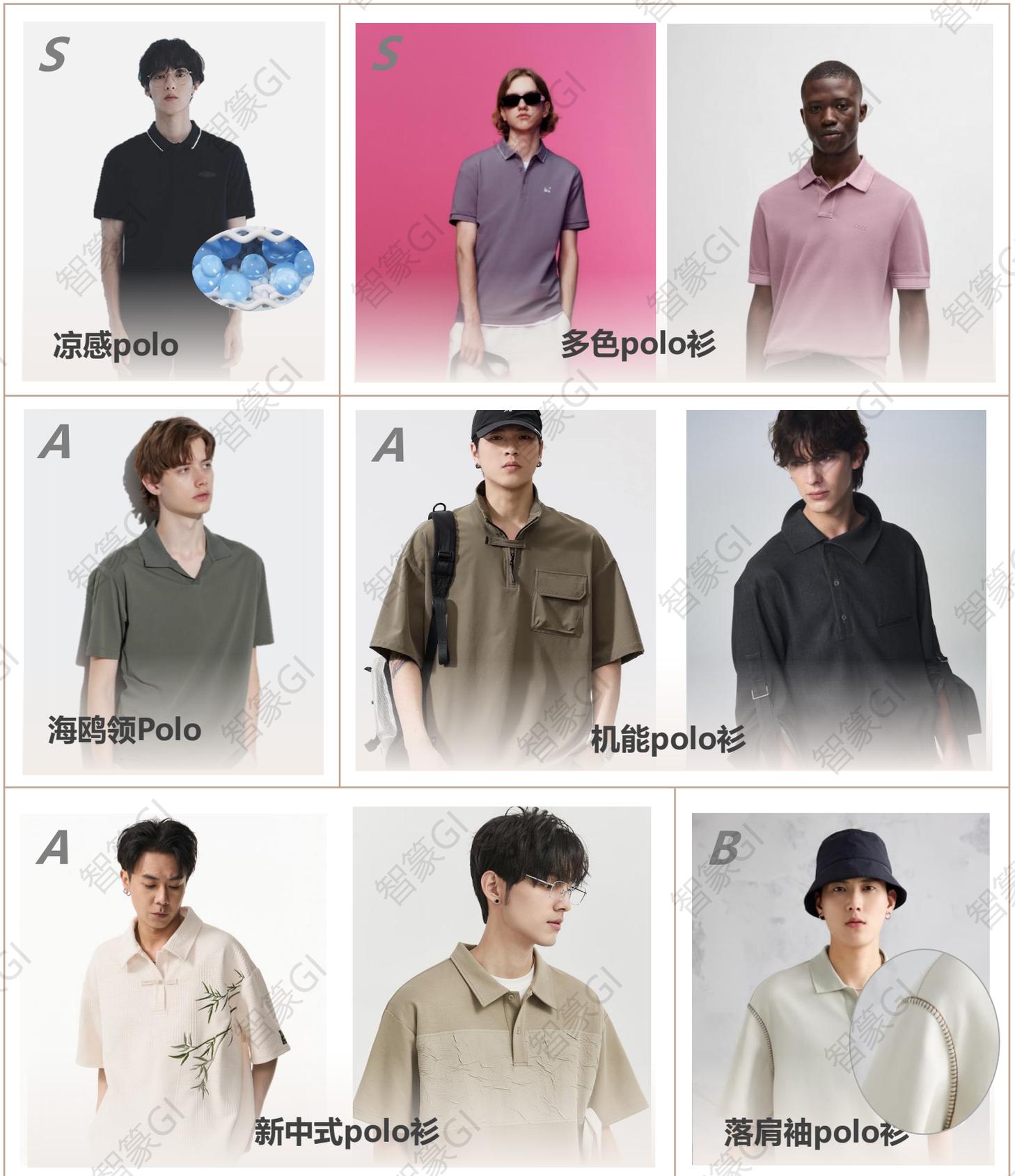
数据来源: 阿里消费数据, 图片来源: POP及网络公开资料

# 春夏趋势赛道



图片来源：POP及网络公开资料

# 春夏趋势赛道



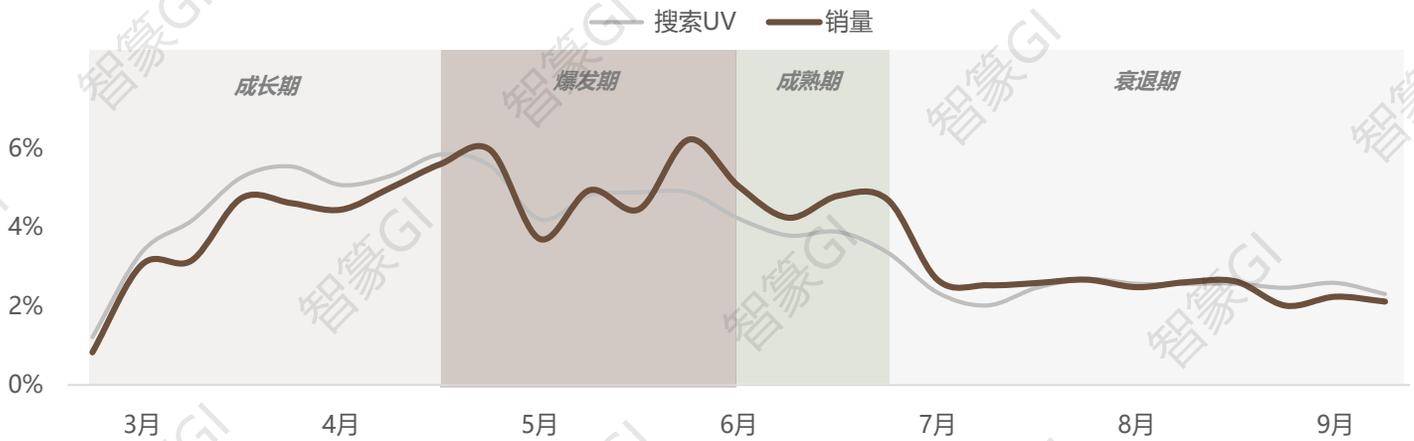
图片来源：POP及网络公开资料

# 衬衫 | 货品趋势

## 衬衫货品生命周期-3月初持续增长，4月底和5月底涌现两波高峰

衬衫的销售黄金期在3月中-6月，持续约3.5个月。相比T恤，衬衫的销售波峰不明显，且两个销售波峰更前置，两波小高峰分别是五一节前和618第一波，618结束后销售逐渐进入淡季。因此，商品端，建议商家2月底完成商品规划，3月进一步补足趋势商品；流量端，4-5月对趋势商品给予流量主推。

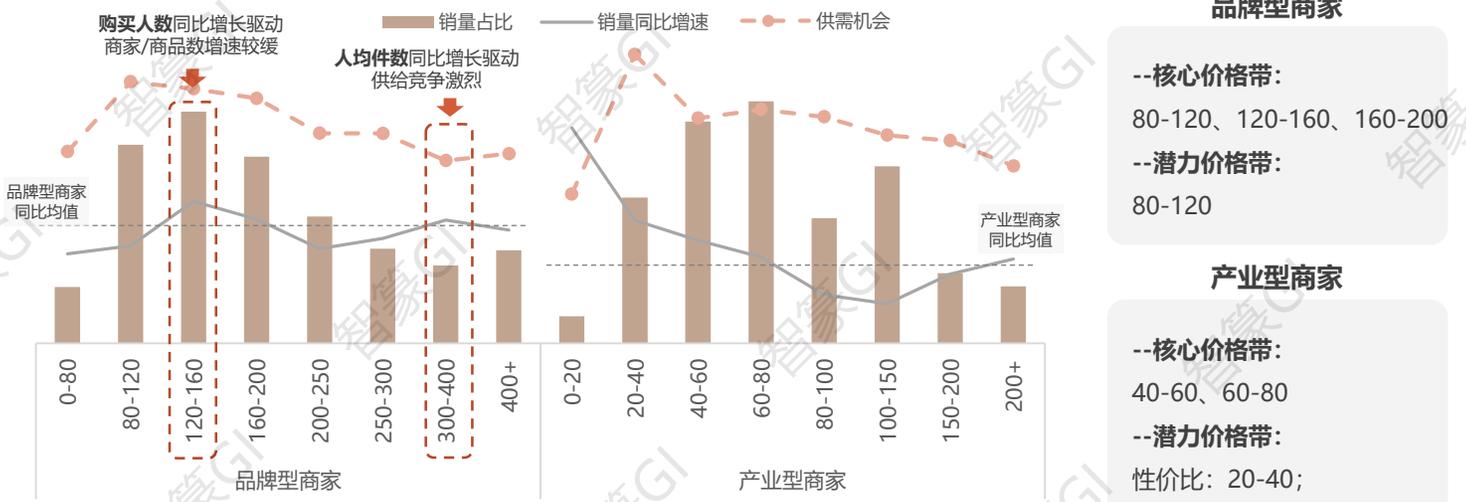
24SS天猫男装衬衫品类货品生命周期



## 衬衫价格带分布-品牌商家需关注120-160和300-400，产业商家性价比和价格升级同在

品牌型商家的核心价格带是80-200元，其中120-200元受购买客增长驱动销量快速增长，潜力价格带是80-120元，消费需求较大且供给潜力可观，300-400元高价位商品增速较快，主要受人均购买件数驱动，但供给竞争也较为激烈，差异化产品是成功获客的关键。产业型商家的核心价格带是40-80元，潜力价格带分别是20-40，在衬衫品类中产业型商家的价格升级未来可期。

24SS天猫男装衬衫品类品牌型商家&产业型商家的价格带趋势

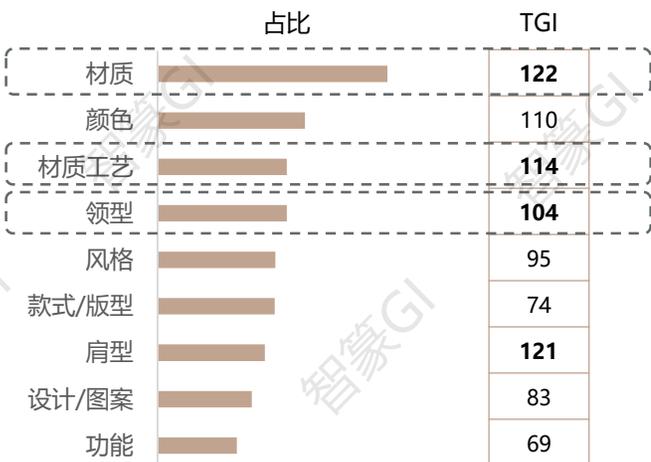


供需机会=某价格段商品IPV占比/该价格段在售商品数量占比，数值越大表示消费需求越旺盛，供给机会大，越小代表市场商品竞争越激烈  
数据来源：阿里消费洞察

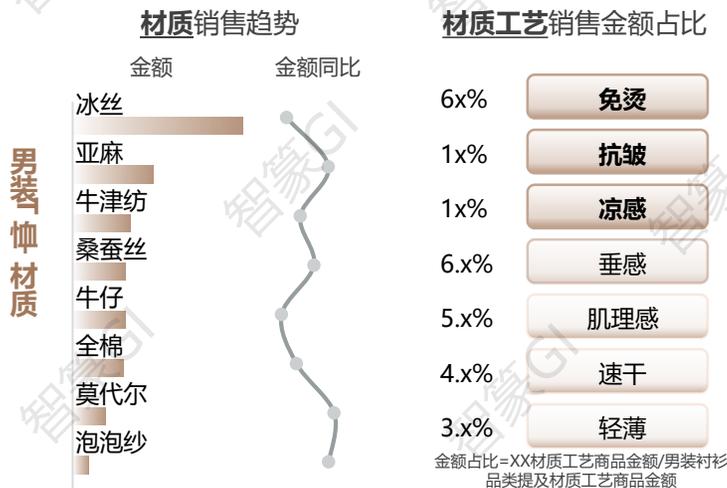
# 衬衫 | 消费趋势

消费者购买男装衬衫时，对材质、材质的加工工艺和领型设计等关注高且偏好高。在材质及其工艺方面，凉感冰丝、透气亚麻和有型的牛津纺等占比高，莫代尔和较为新兴的泡泡纱增速快，在这些面料的基础上，加持免烫、抗皱和凉感等的工艺最受欢迎，不仅提升消费者穿着体验还避免了出现褶皱的尴尬。在领型方面，亨利领、圆领和立领值得关注。

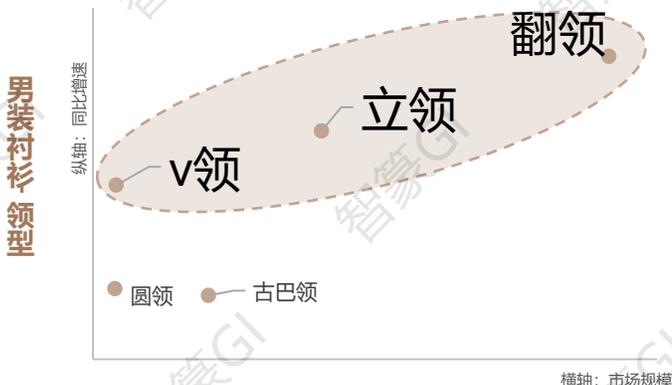
男装衬衫品类购买关注点



24SS天猫男装衬衫品类-材质&材质工艺销售趋势



24SS天猫男装衬衫品类-领型销售趋势



24SS天猫男装衬衫品类核心&趋势功能代表商品



数据来源: TMIC, N=1,558, 阿里消费洞察

品类  
CATEGORY

衬衫

24SS天猫男装衬衫品类趋势商品矩阵

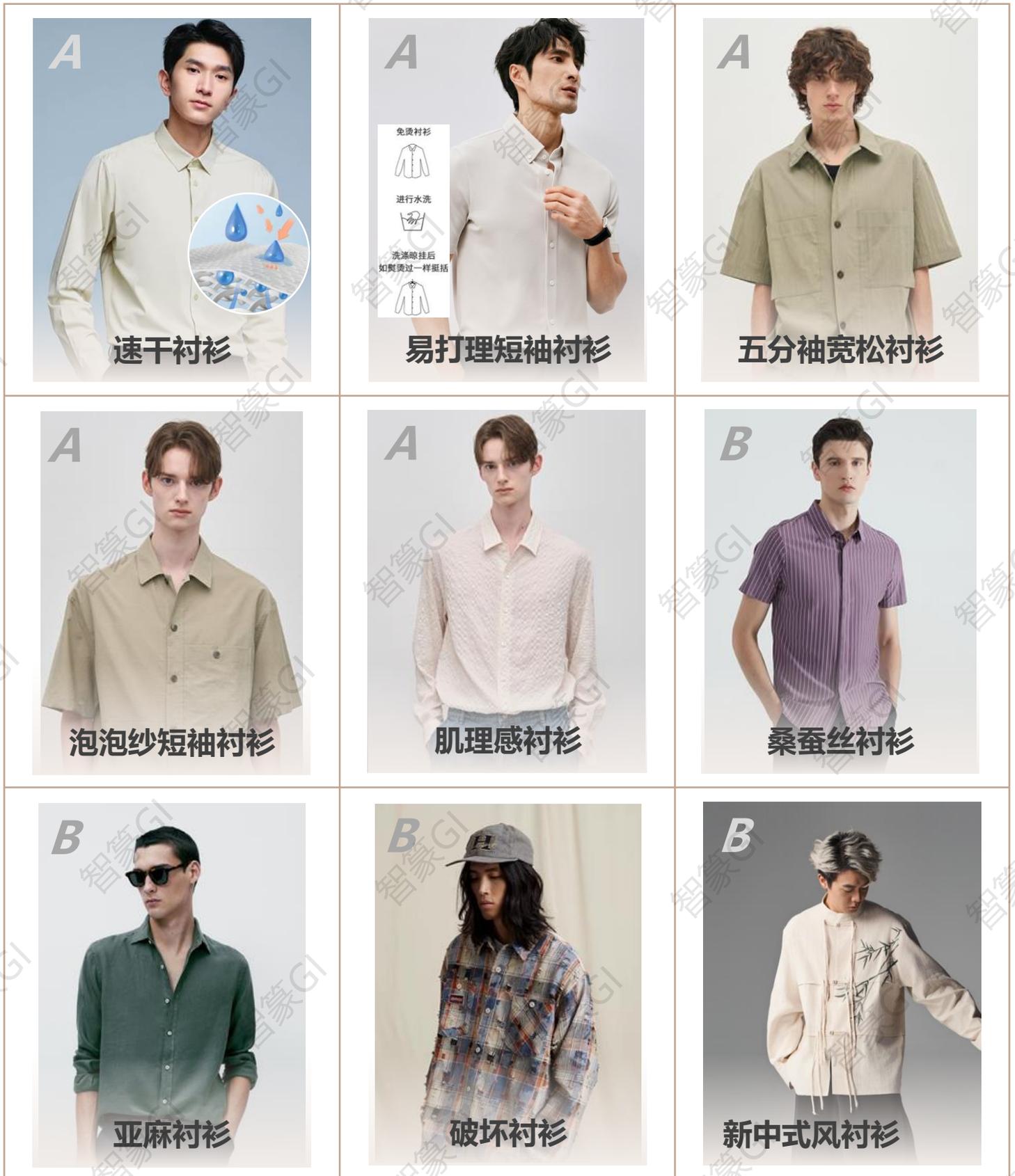


春夏趋势赛道



数据来源：阿里消费数据，图片来源：POP及网络公开资料

# 春夏趋势赛道



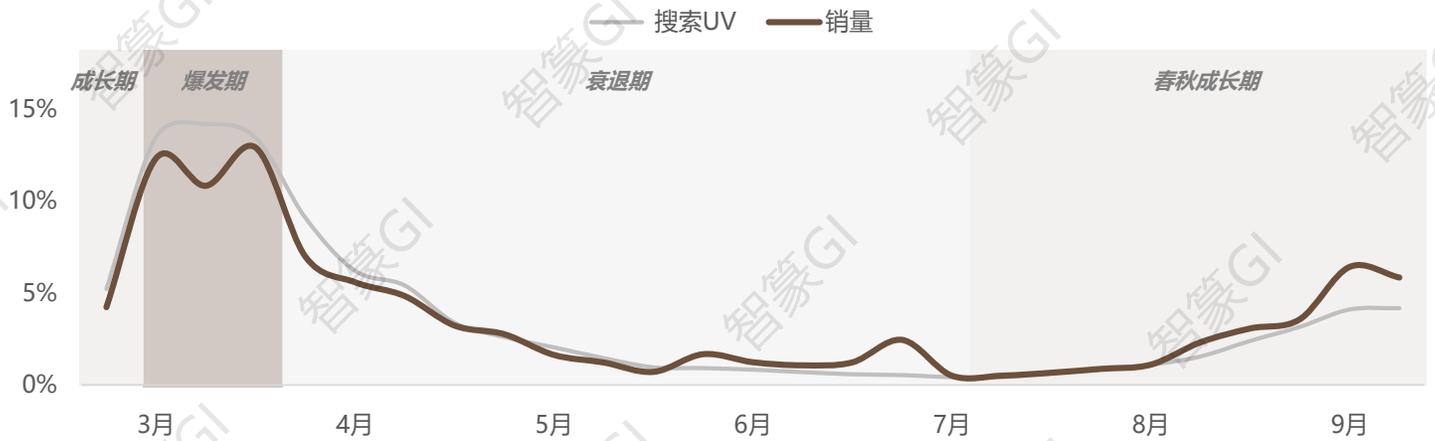
图片来源：POP及网络公开资料

# 卫衣 | 货品趋势

卫衣货品生命周期-销售节奏快，成长期和爆发期集中在3月完成，市场需求旺盛。

男装卫衣兼具保暖和轻薄感，因此早春是销售旺季。相比其他品类，卫衣销售节奏快，黄金期集中在2月-3月中后（约2个月），后续需求逐渐减弱，直至7月秋冬到来。因此，对于商家来说，2-3月的卫衣时机尤为重要，建议商家1-2月选定趋势商品，完善主推品库存、种草和淘内流量规划。

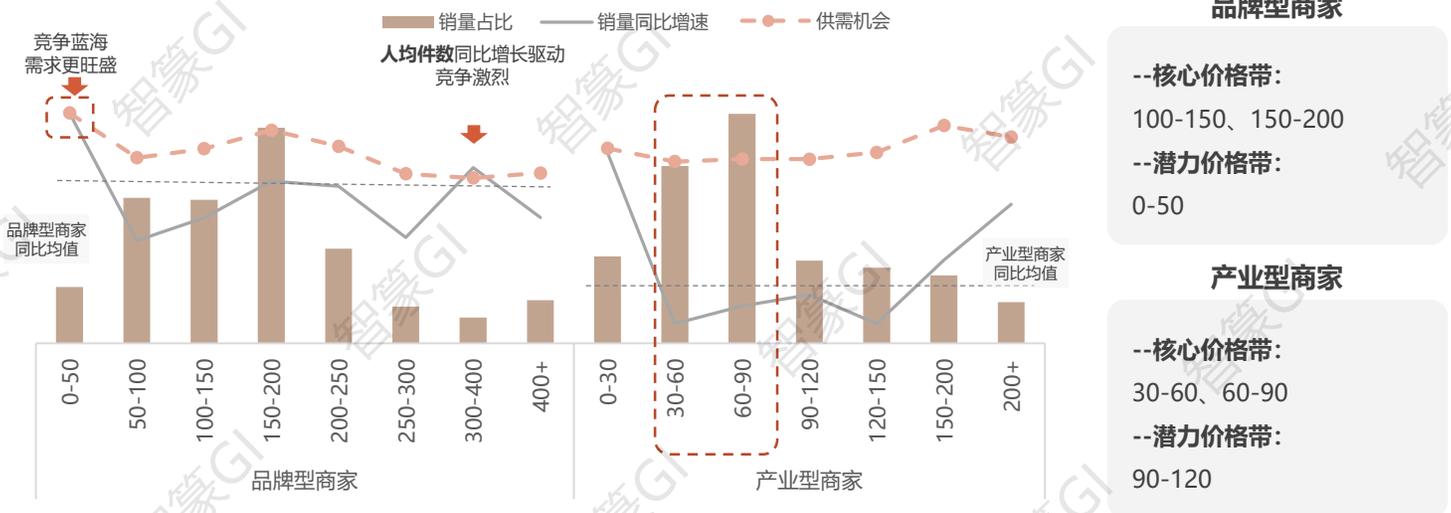
24SS天猫男装卫衣品类货品生命周期



卫衣价格带分布-品牌商家关注150-200元区间，产业商家可抓住150元+消费升级趋势

品牌型商家的核心价格带是150-200元，且同比增速高于品牌商家整体，重点关注50-150市场，通过趋势货盘把握市场机会，关注重点销售价格段。产业型商家的核心价格带是60-90元，重点关注30-60/90-120核心成交价格带，质价比升级是产业型商家的重要趋势之一。

24SS天猫男装卫衣品类品牌型商家&产业型商家的价格带趋势



供需机会=某价格带商品IPV占比/该价格带在售商品数量占比，数值越大表示消费需求越旺盛，供给机会大，越小代表市场商品竞争越激烈  
数据来源：阿里消费洞察

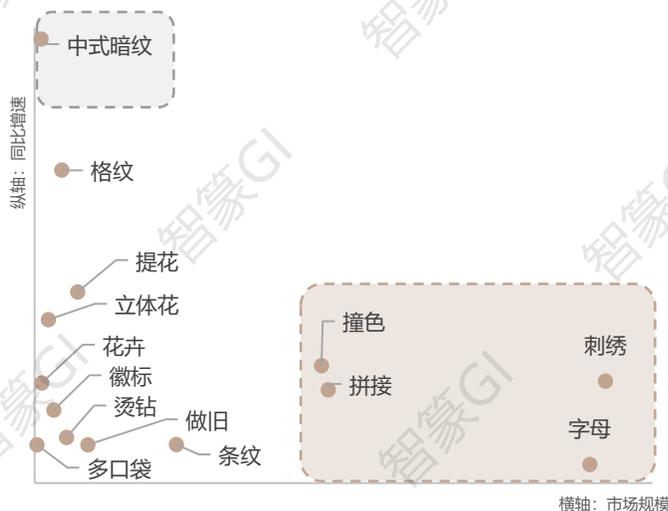
# 卫衣 | 消费趋势

设计图案、风格和领型是消费者购买卫衣时最关注的因素。目前较为流行的设计图案有刺绣、字母、拼接等，伴随中式风的兴起，中式暗纹设计元素增长迅速，突出个性的魔术贴和经典复古格纹紧随其后。与此对应的休闲风、美式复古风、中式风、工装风等也呈现较好的增长。

男装卫衣品类购买关注点

	占比	TGI
设计/图案		162
材质		97
风格		132
款式/版型		99
颜色		103
领型		108
穿着场景		85
材质工艺		96
肩型		79
功能		56

24SS天猫男装卫衣品类-设计/图案销售趋势



24SS天猫男装卫衣品类-风格销售趋势及代表商品

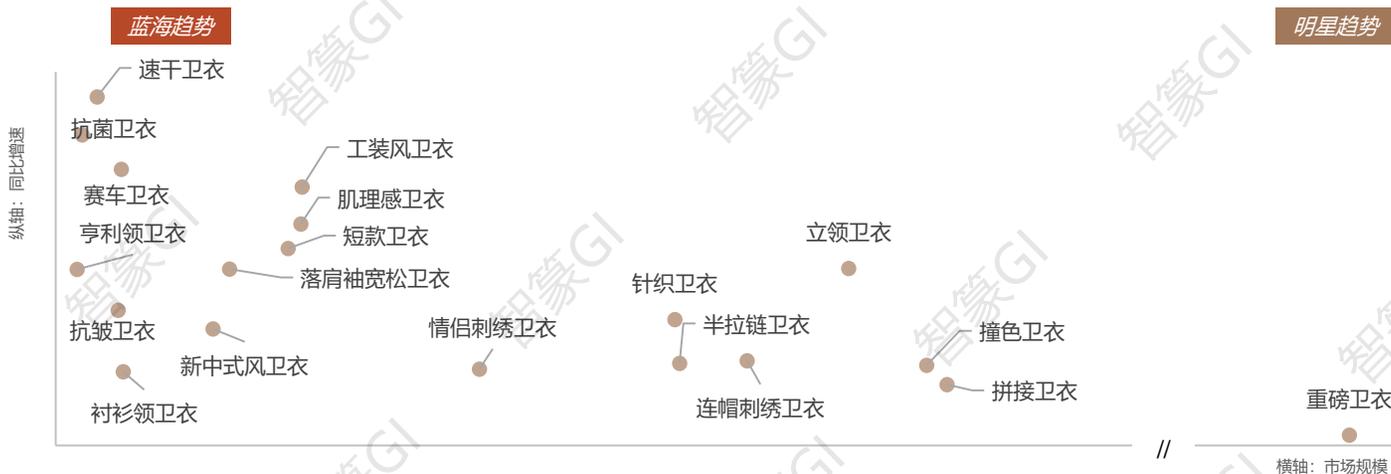


数据来源: TMIC, N=1,558, 阿里消费洞察

# 品类 CATEGORY

# 卫衣

## 24SS天猫男装卫衣品类趋势商品矩阵



## 春夏趋势赛道



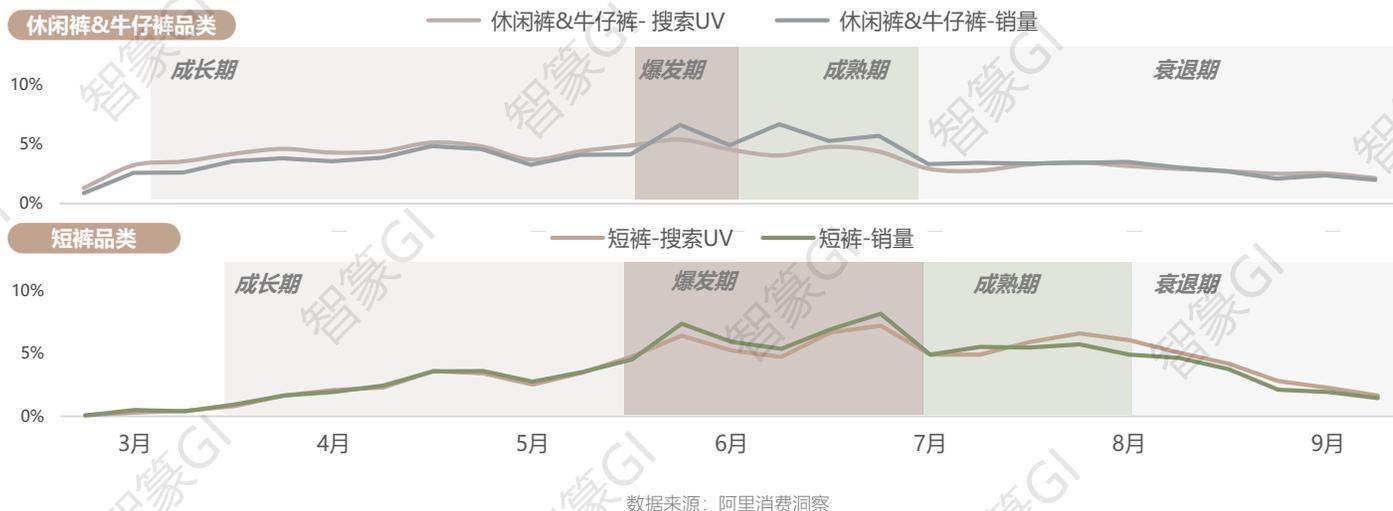
数据来源: 阿里消费数据, 图片来源: POP及网络公开资料

## 裤装 | 货品趋势

### 裤装货品生命周期受季节变换影响较大，618大促期间成销售高峰期

裤装作为四季常青货品，于3月开春换季搜索销售逐步提升，春夏期间销售波动相对平缓，大促期间迎来销售高峰，7月后渐入淡季；针对强夏季属性的短裤品类，618大促迎来销售热潮，8月后逐步进入衰退期。商品端，建议商家于换季前夕完成男装裤装布局，精准把控上新节奏，在4-5月对趋势商品供给进行调整。流量方面，建议从3月起逐步加大流量引入，并在4-5月黄金时期提前布局并积极布局618大促资源，以最大化销售效益。

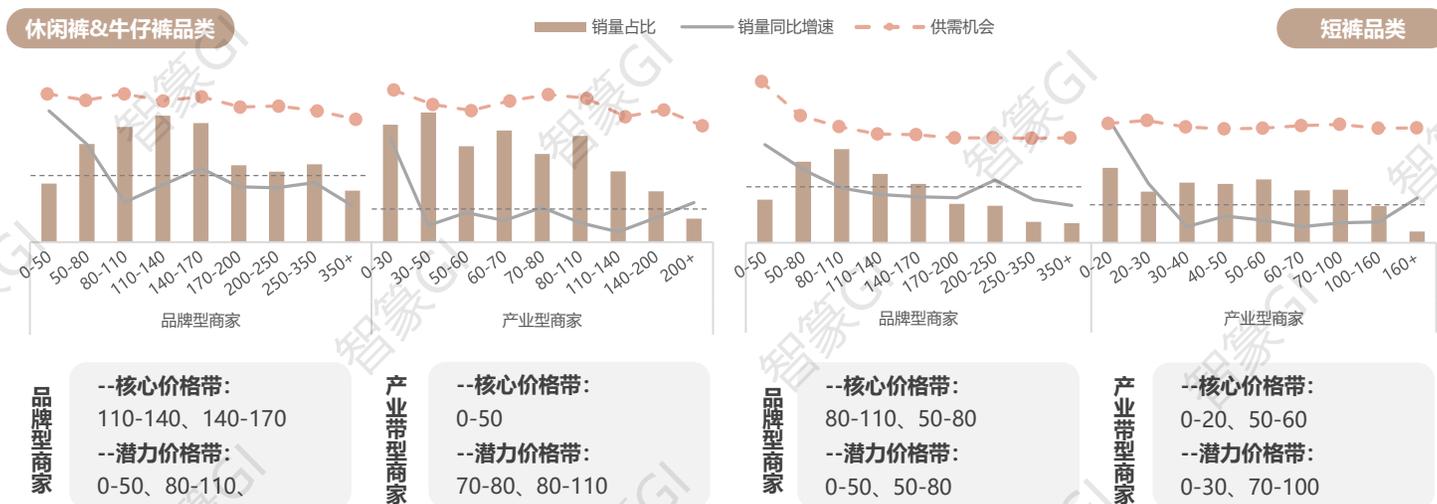
24SS天猫男装裤装品类货品生命周期



### 裤装价格带分布-休闲、牛仔裤性价比、品质价格带分化，短裤性价比价格带引领增长

休闲裤和牛仔裤品类下，品牌型商家核心价格带为110-170元，潜力价格带为0-50、80-110元，性价比价位段增速明显；产业型商家核心价格带为0-50元，供需机会为70-110、80-110，性价比价位段为消费者首要选择。短裤品类下，无论是产业型还是品牌型商家，性价比价位段均成为驱动销售的主力，增速亮眼，供需机会较大。

24SS天猫男装裤装品类品牌型商家&产业型商家的价格带趋势

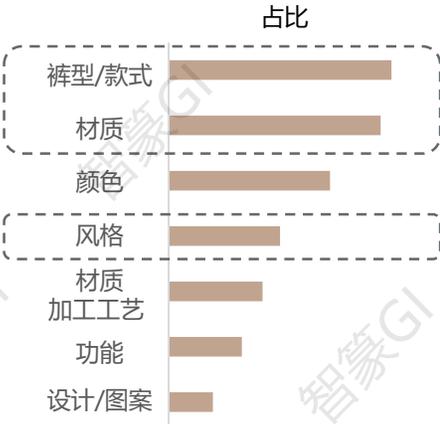


供需机会=某价格段商品IPV占比/该价格段在售商品数量占比，数值越大表示消费需求越旺盛，供给机会大，越小代表市场商品竞争越激烈  
数据来源：阿里消费洞察

# 裤装 | 消费趋势

消费者购买裤装时，更关注裤型/款式、材质和风格。裤型/款式方面，直筒裤热度高居不下，伞兵裤、微喇裤、冲锋裤成市场增长新动力；材质方面，凉感透气的面料深受消费者青睐，其中冰丝材质最受欢迎，莱赛尔、竹节棉等材质增速明显；风格方面，休闲复古的百搭实用款裤型为消费者主要偏好，休闲、美式、工装风为首选风格，cleanfit风格走入消费者视野。

男装裤装品类购买关注点



24SS天猫男装裤装品类- 裤型/款式销售趋势



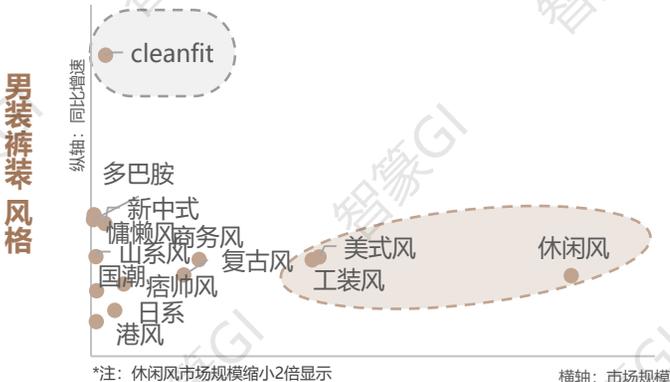
24SS天猫男装裤装品类-材质销售趋势



24SS天猫男装裤装品类核心&趋势材质代表商品



24SS天猫男装裤装品类-风格销售趋势



24SS天猫男装裤装品类核心&趋势功能代表商品

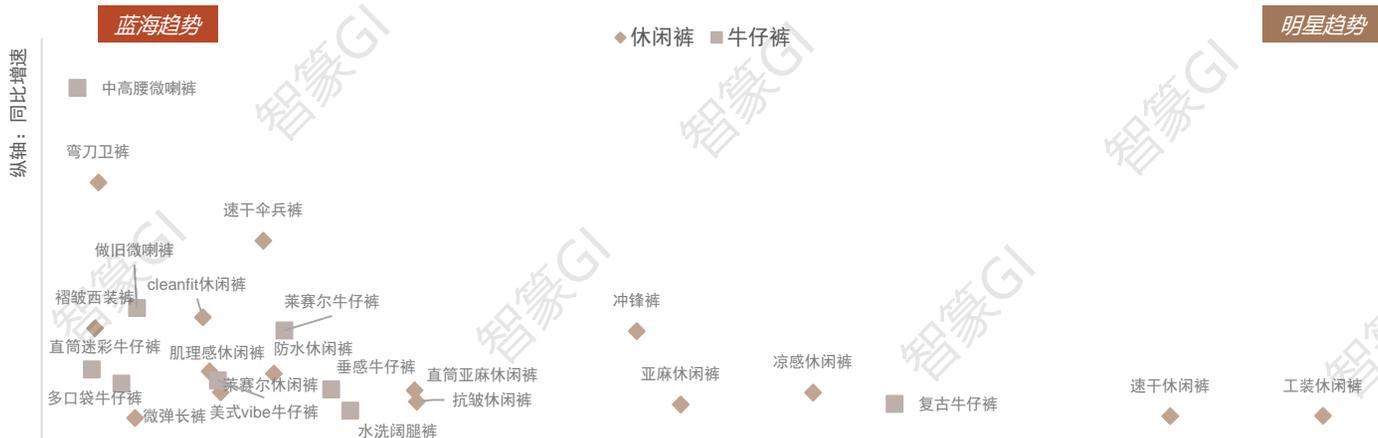


数据来源：阿里消费数据

品类  
CATEGORY

裤装

24SS天猫男装裤装品类趋势商品矩阵



\*注: 凉感休闲裤市场规模缩小1.5倍, 复古牛仔市场规模缩小2倍, 速干休闲裤市场规模缩小3倍, 工装休闲裤市场规模缩小3.5倍, 弯刀卫裤同比增速缩小4倍, 中高腰微喇裤同比增速缩小6倍展示。

春夏趋势赛道



数据来源: 阿里消费数据, 图片来源: POP及网络公开资料

# 春夏趋势赛道



图片来源：POP及网络公开资料

## 春夏趋势赛道



肌理感长裤



新中式男裤



运动五分裤



牛仔短裤



机能短裤



篮球运动短裤



七分宽松中裤



工装短裤伞兵裤



三分短裤

图片来源：POP及网络公开资料

# 趋势春夏趋势赛道

<p><b>S</b></p>  <p>水洗阔腿裤</p>	<p><b>S</b></p>  <p>凉感牛仔褲</p>	<p><b>A</b></p>  <p>复古风牛仔褲</p>
<p><b>A</b></p>  <p>Clean fit长裤</p>	<p><b>A</b></p>  <p>做旧微喇褲</p>	<p><b>A</b></p>  <p>美式vibe牛仔褲</p>
<p><b>B</b></p>  <p>垂感牛仔褲</p>	<p><b>B</b></p>  <p>直筒迷彩牛仔褲</p>	<p><b>B</b></p>  <p>中高腰微喇褲</p>

图片来源：POP及网络公开资料

## 天猫男装2025春夏趋势赛道汇总

品类	SAB分层	趋势品类
T恤	S	抑菌凉感T恤、凉感防晒T恤、索罗娜T恤、液氨棉T恤、刺绣圆领T恤、落肩袖宽松T恤、速干T恤
	A	标语T恤、正肩T恤、撞色T恤、亨利领T恤
	B	肌理感T恤、做旧褪色潮流T恤、新中式风T恤
Polo衫	S	凉感Polo、多色Polo衫
	A	新中式Polo衫、机能Polo衫、海鸥领Polo
	B	落肩袖Polo衫
衬衫	S	凉感衬衫、海边/度假风衬衫
	A	速干衬衫、易打理短袖衬衫、五分袖宽松衬衫、泡泡纱短袖衬衫、肌理感衬衫
	B	桑蚕丝衬衫、亚麻衬衫、破坏衬衫、新中式风衬衫
卫衣	S	半拉链卫衣
	A	连帽刺绣卫衣、情侣刺绣卫衣、落肩袖宽松卫衣、短款卫衣
	B	撞色卫衣、衬衫领卫衣
夹克/冲锋衣	S	防风夹克、防水冲锋衣
	A	短款夹克、三防冲锋衣、行政夹克、哈林顿夹克、复古运动风外套、底特律夹克、巴恩风夹克
	B	机能冲锋衣、肌理感夹克、猎装夹克、新中式风夹克

## 天猫男装2025春夏趋势赛道汇总

品类	SAB分层	趋势品类
西服/皮衣	A	双排扣西装、新中式中山装、轻薄西服、美式风皮衣
	B	可机洗西装、亚麻西服、机车风皮衣
针织衫/毛衣	A	美式风毛衣、短袖羊毛衫
	B	半拉链毛衣、衬衫领针织衫
时尚防晒服	S	凉感防晒衣、机能防晒衣
	A	轻薄防晒衣、薄款防晒西装
	B	速干防晒衣
休闲裤	S	冲锋裤、伞兵裤、防水休闲裤、微弹长裤、速干长裤、冰丝透气长裤
	A	抗皱休闲裤、直筒亚麻休闲裤、阔腿裤、弯刀卫裤、速干伞兵裤、莱赛尔长裤、防晒男裤
	B	褶皱西装裤、肌理感长裤、新中式男裤
牛仔裤	S	水洗阔腿裤、凉感牛仔裤
	A	复古风牛仔裤、cleanfit长裤、做旧微喇裤、美式vibe牛仔裤
	B	垂感牛仔裤、直筒迷彩牛仔裤、中高腰微喇裤
短裤	S	运动五分卫裤、牛仔短裤、机能短裤
	A	篮球运动短裤、七分宽松中裤、工装短裤伞兵裤
	B	潮流三分短裤

## 报告作者&致谢



### 报告指导委员会

振振	淘天集团	天猫男装品牌&潮流市场负责人
乐孜	淘天集团	天猫男装行业品类负责人
叶挺	智篆商业	总经理
王丽	智篆GI	副总经理

### 报告作者

程芷涵	智篆GI	数据咨询总监
李焯羽	智篆GI	数据咨询总监
董文彬	智篆GI	高级数据分析师
王艺	智篆GI	高级数据分析师
鲍雨	智篆GI	数据分析师

### 视觉设计

周笑宇 智篆GI 高级创意设计

### 报告共创

本报告由天猫服饰事业部和智篆GI共同完成

### 特别鸣谢

特别感谢天猫商家的大力支持

### 联系我们

微信公众号



联系邮箱

zzgi@zhizhuan100.com

## 报告作者&致谢



### 智篆GI

#### 新消费领域数字化增长研究咨询服务机构

智篆GI隶属于杭州智篆文化传播有限公司，专注新消费领域数字化增长研究，以全域数据为驱动，为客户提供行业研究、战略咨询、消费者洞察、全域数字化增长解决方案等专业服务，助力客户商业决策及增长创新。

### 数据来源

《2025天猫男装春夏趋势白皮书》产出报告数据基于阿里消费数据、社媒数据、外部资料等数据来源；  
报告使用图片来自POP及网络公开资料

### 数据周期及指标说明

报告整体时间段：23SS：2023.3~2023.8，24SS：2024.3~2024.8，具体数据指标请参考各页标注。

### 知识产权声明

本数据报告页面所含的全部内容(包括但不限于文字、数据、图片、图表、标志、标识、商标、商号等)知识产权等权益均归杭州智篆文化传播有限公司(以下简称“我司”)所有。凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得对数据报告部分或全部内容进行复制、转载、公开展示，亦不得截取、重制、修改、改编、或以任何形式提供给第三方使用。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司知识产权等合法权益，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

### 免责条款

本报告所涉及的数据、分析观点及研究结论仅供市场参考，不代表版权或发布方存在任何商业上的承诺或保证。