

算法定义时尚： 2026 AI+服饰消费新纪元



2026年4月 艺恩



当算法开始懂穿搭，年轻人的衣橱正在被“智能重写”，服装产业正经历从“品牌驱动”向“技术赋能、需求主导”深度融合的范式变革期。随着生成式AI与AR技术的爆发式应用，智能穿搭已从概念探索走向全民体验，“豆包穿搭”、“AI穿搭翻车”等词条正在小红书、抖音上疯狂刷屏，AI穿搭无疑成为品牌连接新世代消费者的关键触点。

在需求层面，消费者既享受着它一键生成穿搭灵感、解决“明天穿什么”的便利，又频频被它那些不接地气的“卷裤脚+叠穿”公式雷到外焦里嫩。AI，这个时而“毒舌”、时而“智障”的穿搭顾问，正在重塑我们的审美决策。社媒数据显示，过去一年“AI穿搭”热度暴涨，兴趣人群以追求效率美学与创意表达的Z世代女性为主，高度聚集于一线及新一线城市，对时尚、科技、生活美学内容有高关注度。他们最核心的关注维度是穿搭风格匹配度、虚拟体验真实感与操作便捷性，对解决“不会搭、不合身、没灵感”等日常痛点的AI工具尤为青睐。“审美离谱、效果失真”的负面声音屡见不鲜，反映出市场对AI时尚价值认可与可靠性疑虑交织的复杂心态。

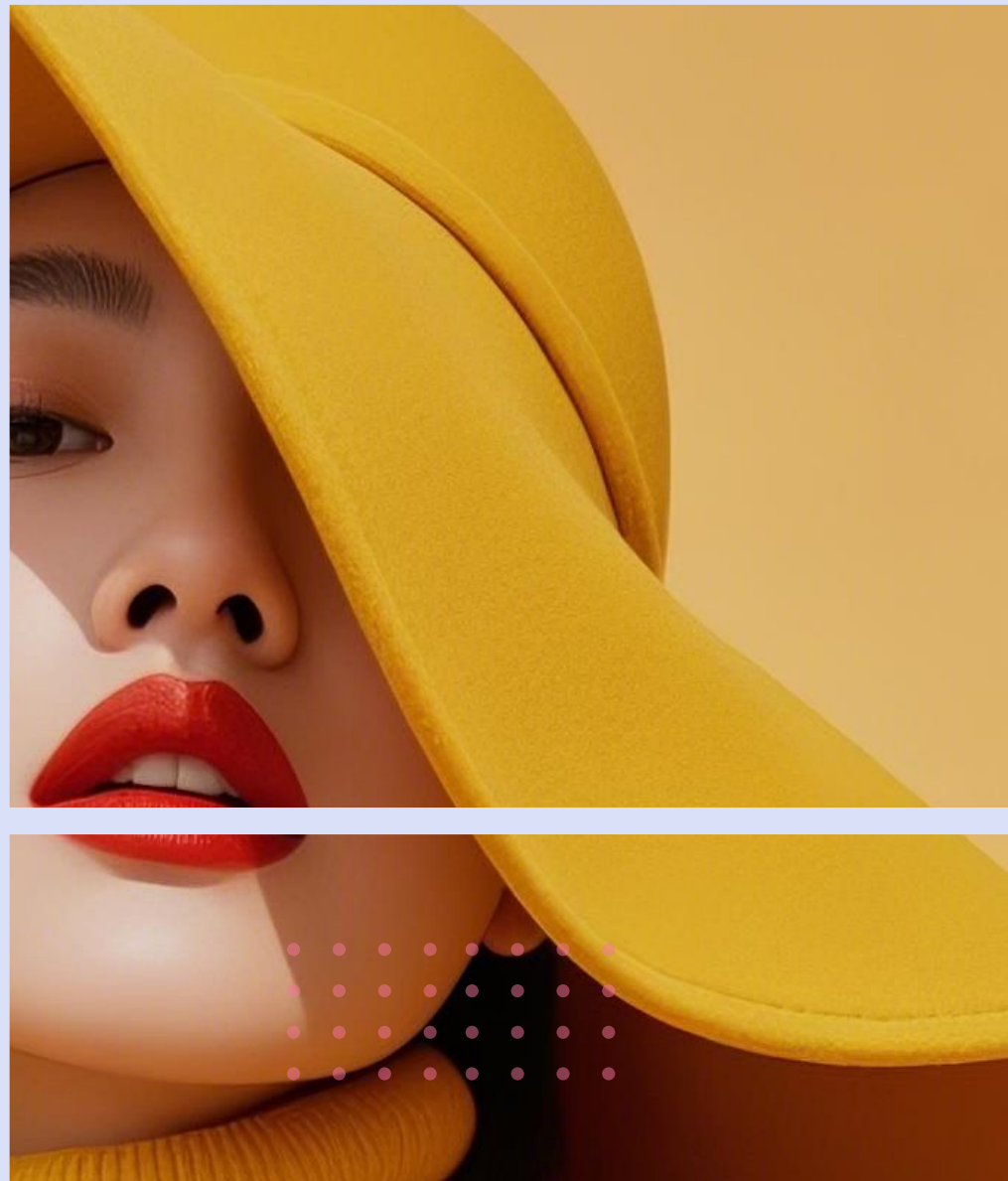
营销层面，社媒内容声量与互动量持续攀升，传播策略正从技术演示转向情感与场景共鸣。品牌通过合作服饰穿搭、出行、美妆等垂直领域的达人，以“强视觉创意+高互动剧情”的“穿搭教学”、“翻车实录”、“创意场景种草”类内容实现流量引爆。

目录

01. 行业变局：
从“人找衣”到“衣懂人”的智慧进化
02. 用户真相：
解码兴趣人群核心诉求与消费心理
03. 营销实录：
AI时代的社媒种草逻辑与玩法



行业变局： 从“人找衣”到“衣懂人”的智慧进化





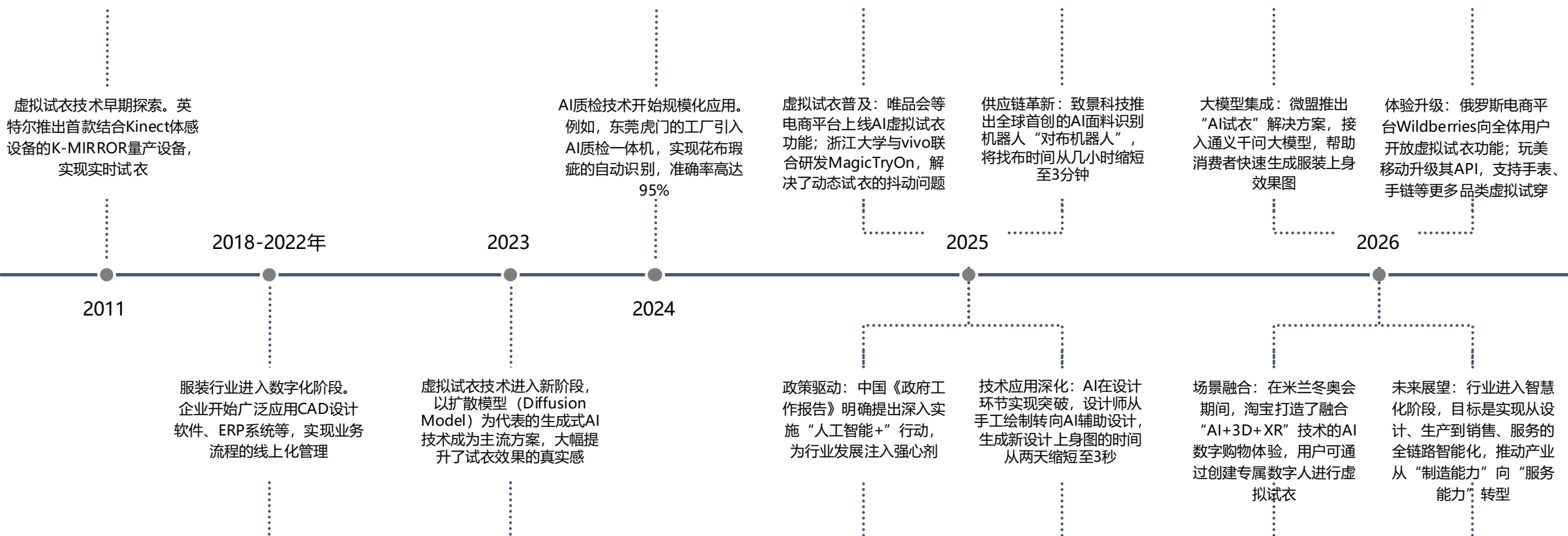
AI赋能服装产业，从虚拟试衣萌芽向全面智慧化演进



传统业务流程线上化，
为后续智能化打下数据基础

AI技术开始在服装设计、生产、营销等核心环节深度应用，
行业进入智能化快车道

随着大模型、多模态AI等技术的成熟，
服装行业迈向从创意到消费的全链路智慧化协同



AI与服装产业的深度融合，由技术突破、需求迭代、产业协同三大引擎共同驱动



AI技术已深度渗透服装产业 “设计-生产-营销-服务” 全价值链，重塑产业竞争力



核心环节

设计研发端

生产供应链端

营销零售端

用户服务端

提效、降本、激发创新

精准、柔性、可持续

精准、沉浸、个性化

忠诚、闭环、服务化

智能趋势洞察与预测

AI算法模型可自动识别色彩、面料、廓形、图案等流行元素的兴衰曲线，为设计师提供数据驱动的决策依据，替代传统人工调研

需求预测与生产规划

基于历史销售、实时订单、营销活动及外部趋势数据，机器学习模型可预测单款在不同区域、渠道的未来销量，据此自动生成最优生产计划

虚拟试衣与智能搭配

AR实时试穿：用户通过手机摄像头，可实时叠加试穿多款服装
AI个性化搭配引擎：结合身材数据、浏览偏好等，提供一站式穿搭方案

AI个人身材管理

用户通过手机扫描或输入基本尺寸，AI算法可构建高精度3D数字化身，并持续跟踪身材变化，为服装选购提供精准尺码建议

参与内容

AIGC驱动创意生成

设计师输入自然语言描述，Midjourney、Stable Diffusion等工具可在几分钟内生成高质量、多样化的设计草图

AI视觉质检与过程优化

在生产线部署工业相机，通过计算机视觉（CV）技术，自动检测面料疵点、印花错位、缝线不良等问题，实现质量管控前移与标准化

AIGC内容规模化生产

输入商品基础信息，AI可自动生成多语言、多风格的营销文案、商品详情页，并一键生成展示商品的不同场景图、模特图

个人数字衣橱管理

用户上传衣橱照片，AI通过图像识别自动分类单品（上衣、下装、外套），并创建可视化数字衣橱

3D数字样衣与虚拟打样

利用CLO 3D、Browzwear等专业软件，将2D设计图或AIGC生成的草图快速转化为高保真3D数字样衣；结合AI物理引擎，实现逼真的虚拟试穿效果

智慧仓储与物流调度

仓库内，AI调度AGV（自动导引车）和机械臂，实现商品的智能分拣、打包和补货；基于实时订单与交通数据，动态路径规划算法优化配送路线

数字人与智能交互

虚拟偶像/IP带货：品牌可打造自有虚拟代言人，进行7x24小时直播
AI智能穿搭顾问：嵌入电商页面或独立APP的聊天机器人，理解用户需求

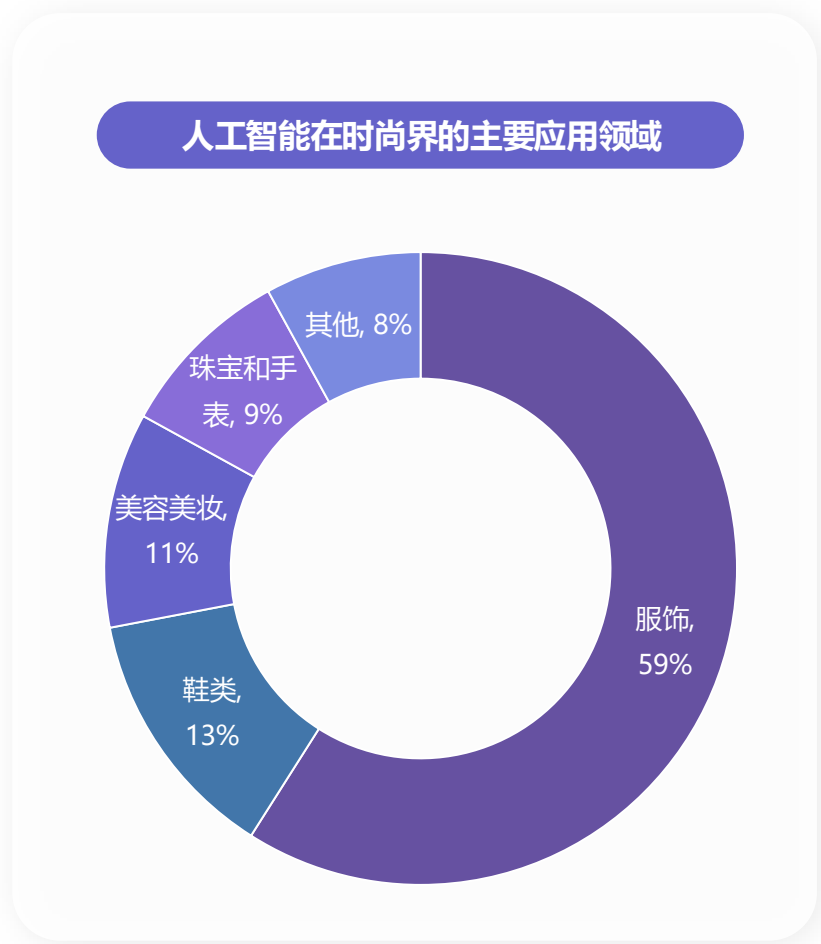
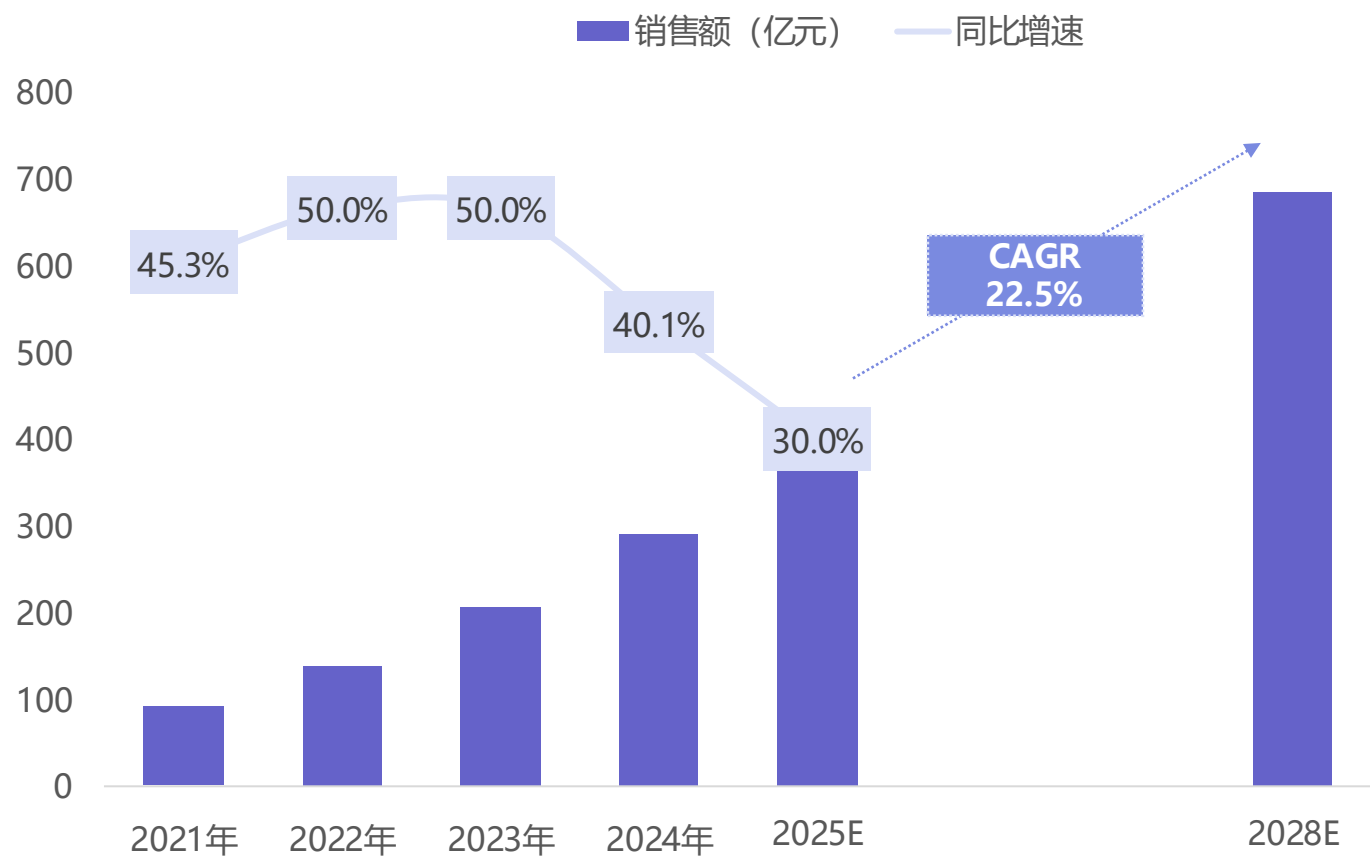
穿搭方案订阅与定制

服务升级：用户订阅服务，定期获得由AI量身定制的整套穿搭方案
深度参与：消费者可通过AIGC工具参与设计环节，由品牌方完成柔性制造

中国市场凭借强大的电商生态和消费活力，在AI时尚应用上展现强劲的增长势头，其中服饰处于主导地位



中国「AI时尚产业」市场规模及预测情况



source: 网络公开资料, 艺恩整理分析

当前生态呈现“平台基建化、技术工具化、品牌应用分层化”的特征，共同推动服装产业向智能时代演进



AI+服装市场主要参与方	核心特征与商业模式	典型代表企业	核心AI应用与案例
品牌方 (自建技术中台)	特征: 国内头部服饰集团或互联网原生品牌, 将AI视为核心战略与数据资产, 投入重金自建或投资技术团队与数据中台 商业模式: 通过AI实现全链路效率革命(趋势预测、智能设计、柔性供应链、千人千面营销), 创造新的商业模式(C2M定制、订阅制穿搭)	SHEIN (希音)	智能设计: 内部工具辅助设计师快速生成海量款式图, 并进行线上AB测试 供应链协同: AI排产系统连接数千家供应商, 实现“以销定产”的极致柔性供应链 产品创新: 利用AI分析运动员生物力学数据, 优化跑鞋中底材料与结构(如氮科技平台) 智慧零售: 通过线下门店数据与线上会员数据融合, 构建用户画像, 实现货品的精准调配与个性化营销触达 设计与研发: 利用AI分析运动员大数据(如跑姿、发力点), 优化鞋服结构与材料 营销: 推出Nike By You定制服务, AI辅助用户进行个性化配色与设计 虚拟试衣: 线上商城及部分门店引入第三方AR虚拟试穿技术, 提升线上购买体验与转化率 数字资产: 推出数字藏品羽绒服, 探索虚拟商品与消费者互动的新模式 智能补货: 第三方AI销售预测系统, 对全国门店进行自动补货建议, 降低缺货与库存风险 视觉营销: 采用AI生成的模特图与场景图, 用于电商详情页与社交媒体内容, 降低成本 门店陈列: AI视觉分析货架摆放, 提供优化建议 智能客服: 部署AI聊天机器人, 处理退换货与尺码咨询
		安踏集团	
		耐克(Nike)	
品牌方 (应用与集成)	特征: 绝大多数成长型或成熟品牌, 不具备或不主打自研底层AI技术, 而是作为需求方和集成方, 积极采购和部署成熟的第三方SaaS解决方案 商业模式: 通过应用标准化AI工具, 快速实现营销提效、体验升级(如虚拟试衣)、运营优化, 专注于业务增长与品牌建设	波司登	
		URBAN REVIVO (UR)	
		优衣库(UNIQLO)	
科技赋能方 (技术/产品供应商)	特征: 独立的技术公司, 不生产服装, 而是为服装品牌、零售商、设计师提供AI技术、软件产品或一体化解决方案。他们是AI能力普及的关键推动者 商业模式: 通过软件授权、SaaS订阅、项目定制开发等方式获得收入	凌迪科技(Style3D)	3D设计仿真与供应链协同: 提供从AI辅助设计、3D建模、数字面料库到在线审版的Style3D全链路解决方案, 被之禾、七匹狼、森马等众多品牌采用 AI+时尚全栈解决方案: 提供AIFashion平台, 涵盖:AIGC设计, 文生图、图生图生成服装设计; 智能电商, AI商品自动标主、一键生成营销文案; 虚拟试衣, 在线虚拟试穿技术, 服务多家电商平台与品牌 提供底层AI能力与平台: 为天猫、淘宝及阿里云客户提供视觉识别、趋势分析、个性化推荐等AI能力 AI搭配: “搭配购”功能基于算法为用户推荐整套穿搭 拍立淘: 以图搜图, 连接内容种草与商品购买 商家工具: 开放AI主图优化、短视频生成等工具, 帮助商家降本增效。
		极睿科技(Infimind)	
		阿里巴巴达摩院	
平台方 (生态构建者)	特征: 拥有巨大流量和交易场景的电商、社交或内容平台, 将AI服装工具作为平台基础能力或营销插件开放给入驻品牌和商家, 以丰富平台生态、提升用户粘性与交易转化 商业模式: 通过吸引更多品牌与用户、提升平台内交易活跃度来获得广告、佣金、技术服务等收入	淘宝/天猫	
		抖音电商	AR试穿特效: 在短视频和直播中广泛使用, 用户可实时虚拟试穿, 极大提升互动与转化。 智能推荐: 算法将穿搭内容精准推送给兴趣用户, 从“种草”到“购买”路径极短
		京东	24h无人时装店: 通过“AI试穿+无导购+全天候营业”的模式, 店内配备AI换装镜, 用户上传照片或实时拍摄后, 一键试穿多类春装 虚拟试衣间: 在部分品类(如眼镜、配饰)及与特定品牌合作中, 提供AR虚拟试穿/试戴体验

案例：25年，安踏集团正式提出“AI365战略”，通过全业务链条的人工智能转型战略赋能行业发展



案例：京东将AI打造覆盖服务升级、运营提效、消费体验的全链路AI服务体系，赋能服饰行业



依托京东JoyAI大模型，提升效率

京小智 + 京东数字人

智能客服京小智拥有智能客服+智能导购能力，可独立解决大部分客户问题
升级后的京东数字人直播，面向品牌和商家免费开放，支持7×24小时不间断直播

商家客服效率提升

50%+

京东数字人服务品牌

5万+

辅助主图设计、数据分析提升效率

京点点OxygenVision

京东旗下的一站式AIGC内容生成平台，其核心定位是为电商商家提供高效、低成本的营销内容生产解决方案

帮助NIKE等品牌提升
商品转化率

29%

上架速度提高

90%+

开发“AI试装”能力，帮助消费者选择适合的风格和尺码，大幅降低退换货率

AI试装&24h无人时装店

消费者可通过AI技术直接预览秀款上身效果，真正实现可感知、可交互的消费体验

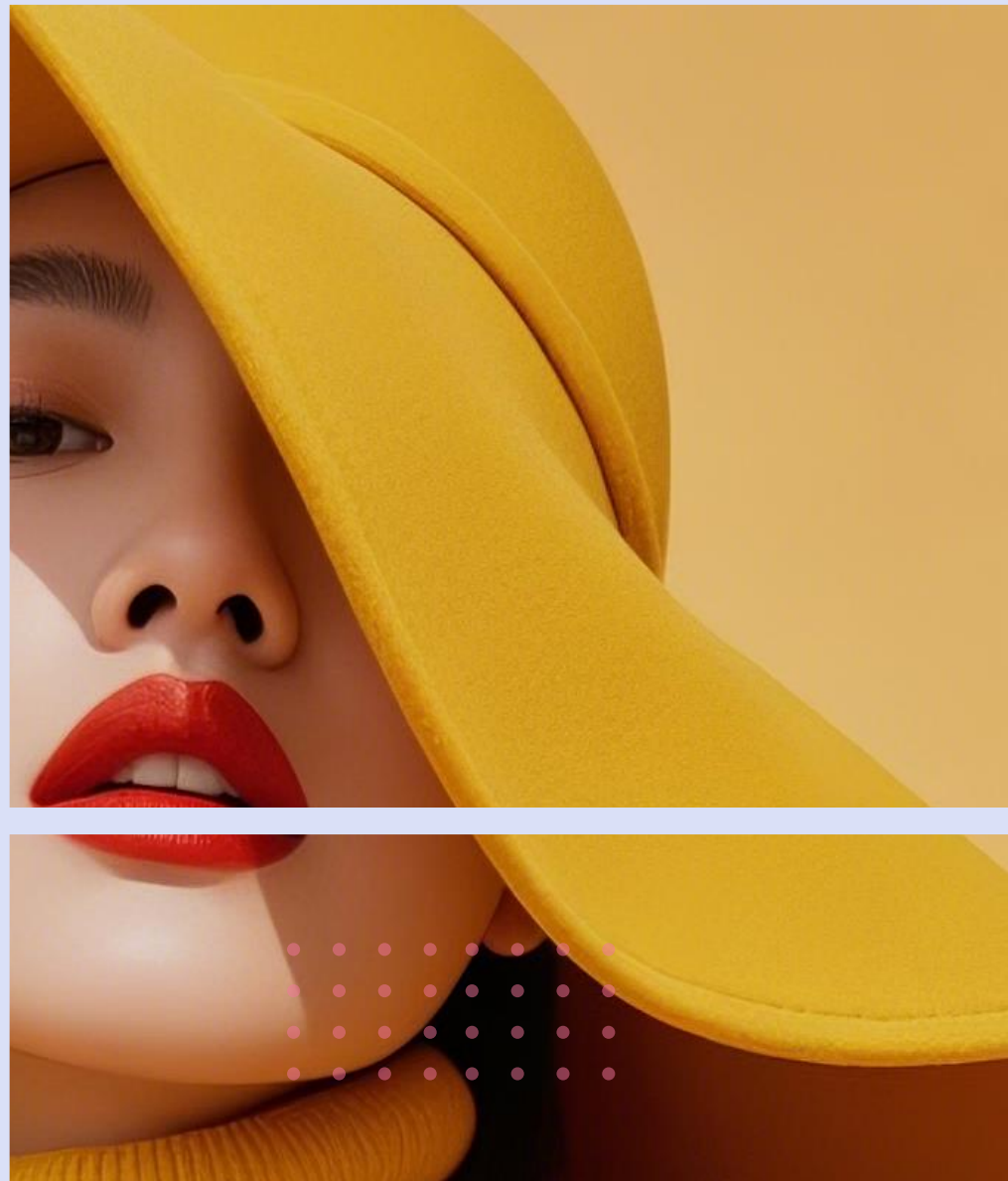
AI穿搭功能已覆盖
服饰商品

200万+

为消费者提供个性化
搭配建议服务品牌

1000+

用户真相： 解码兴趣人群核心诉求与消费心理

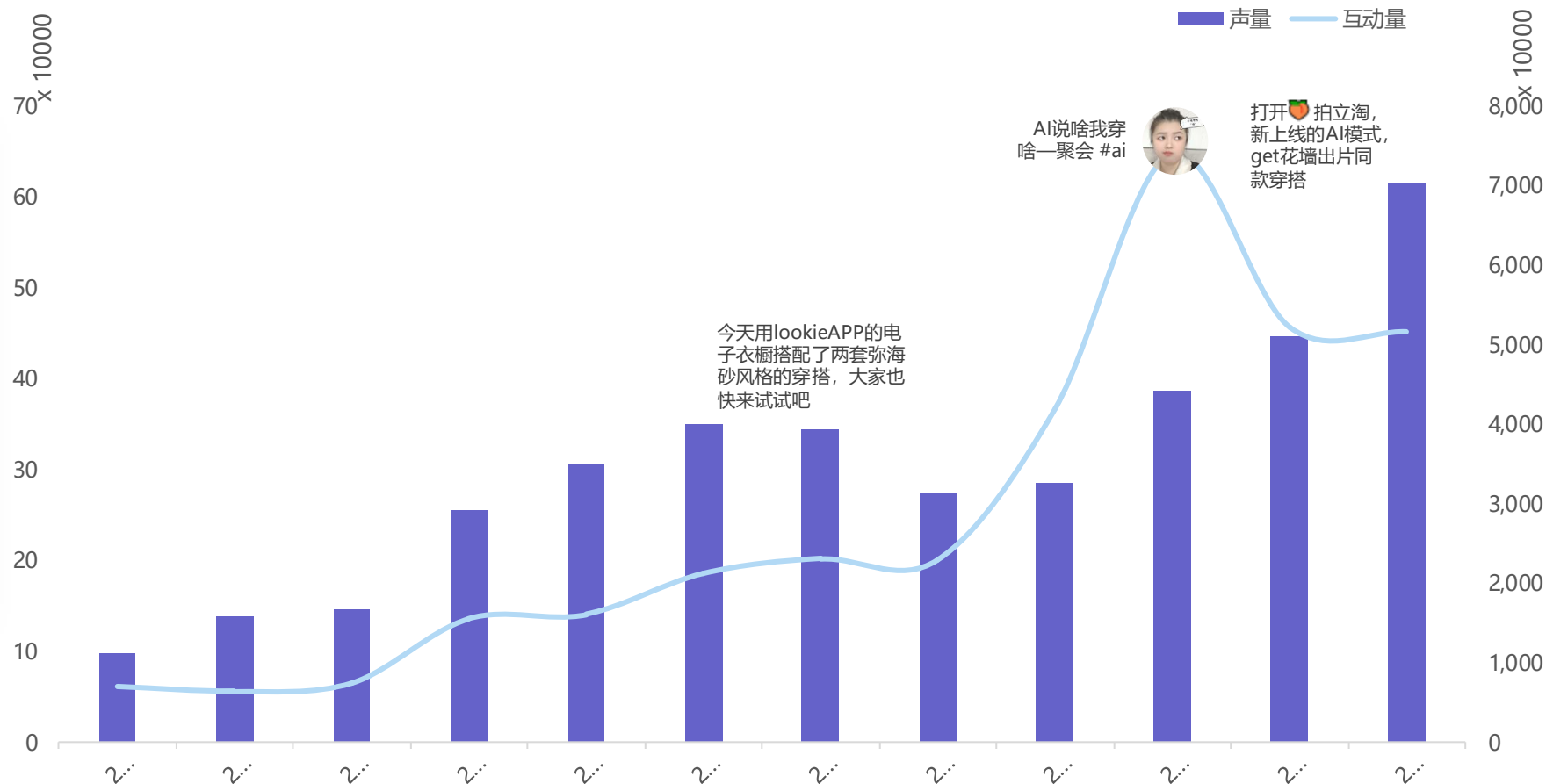
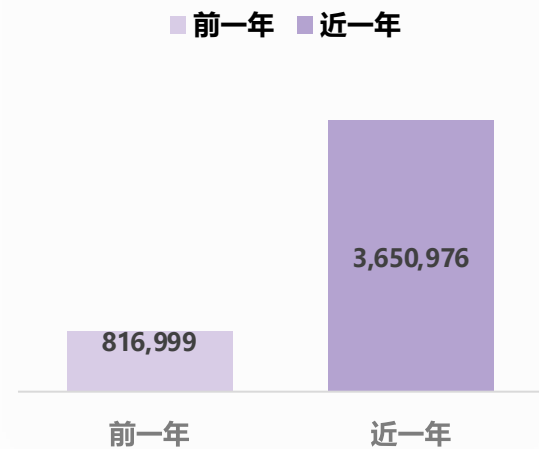


伴随AIGC与AR技术的普及，穿搭变成了可玩、可晒、可社交的视觉互动体验，引爆了AI+服饰的社媒流量



近一年「AI+服饰」相关社媒声量热度表现

AI服饰热度近一年增长**347%**



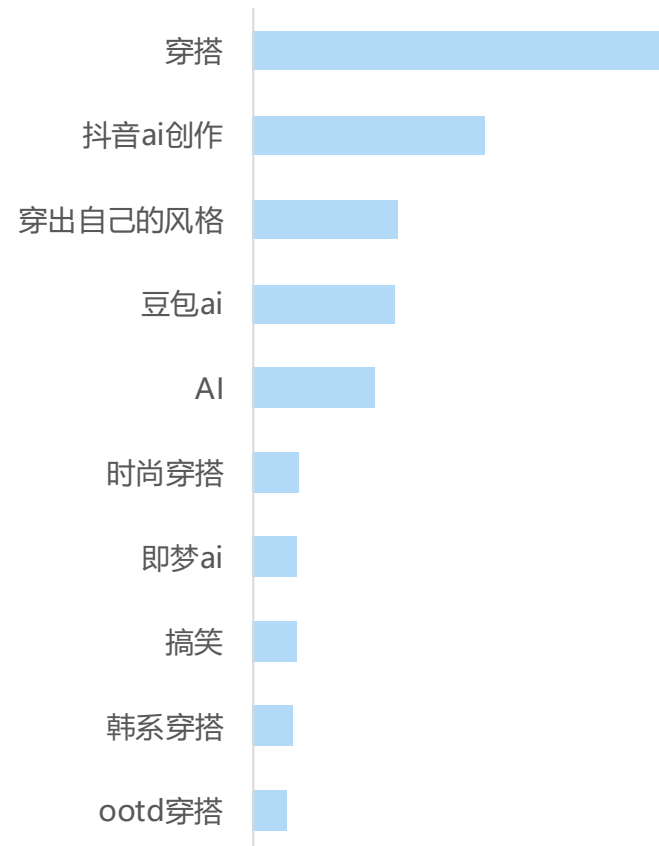
兴趣人群对AI+服饰的关注集中在穿搭实践与AI工具应用上，话题围绕穿搭风格、AI创作工具展开



红书「AI+服饰」相关热门话题互动量TOP10



抖音「AI+服饰」相关热门话题互动量TOP10



#豆包ai 话题下穿搭内容



打造“反骨”人设 提供情绪价值

- 豆包率先将AI的想象力拉回了用户的日常生活，实现了从“工具”到“搭子”的转变
- 豆包拥有独特的拟人化形象，让用户更愿意与之互动

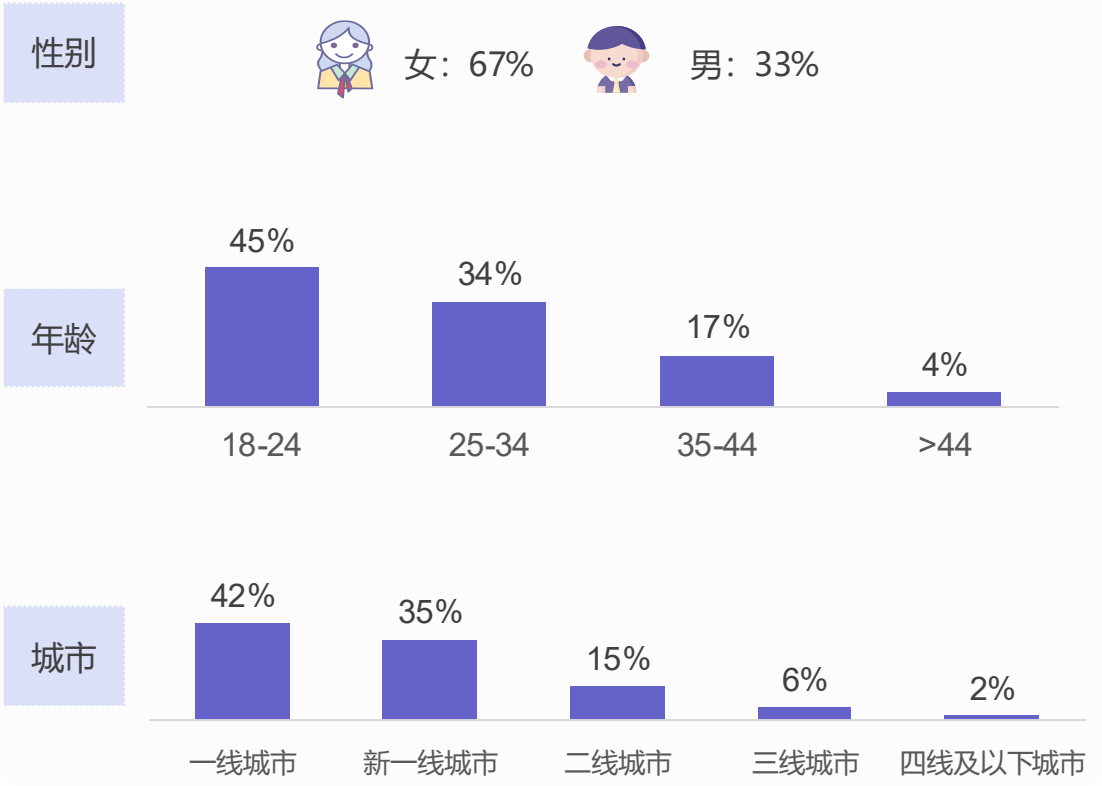
内容抓住用户心理 对抗焦虑的“审丑狂欢”

- 解构“精致焦虑”，用一种幽默、戏谑的方式，卸下了“必须完美”的社交包袱
- AI作为一个“情感搭子”，为用户提供了一个即时反馈的情绪出口

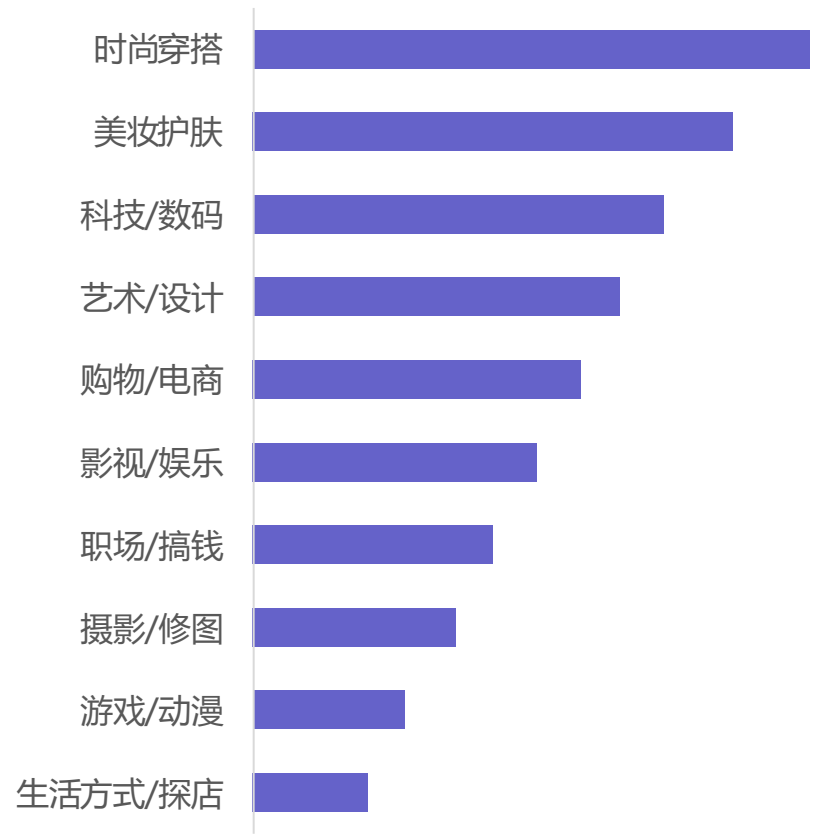
兴趣人群以高线城市年轻女性为主，TA们既追求极致的时尚美感，又热衷于利用前沿AI技术进行创意表达



「AI+服饰」兴趣人群画像



「AI+服饰」兴趣人群爱好分布



source: 艺恩营销智库, 数据统计周期: 2025年4月-2026年3月 (抖音、小红书等社媒渠道)

用户既为了“辅助决策”的理性价值，也为了“好玩灵感”的感性体验，双重驱动力是AI+服饰持续火热的原因



「AI+服饰」兴趣人群愿意尝试AI+服饰的原因
(按照声量排序)

驱动心态

78%

解决选择困难

实用

效率

72%

获取个性化建议

专属感

定制

65%

娱乐心态

好奇

解压

60%

紧跟潮流趋势

求知

审美

57%

激发穿搭灵感

创意

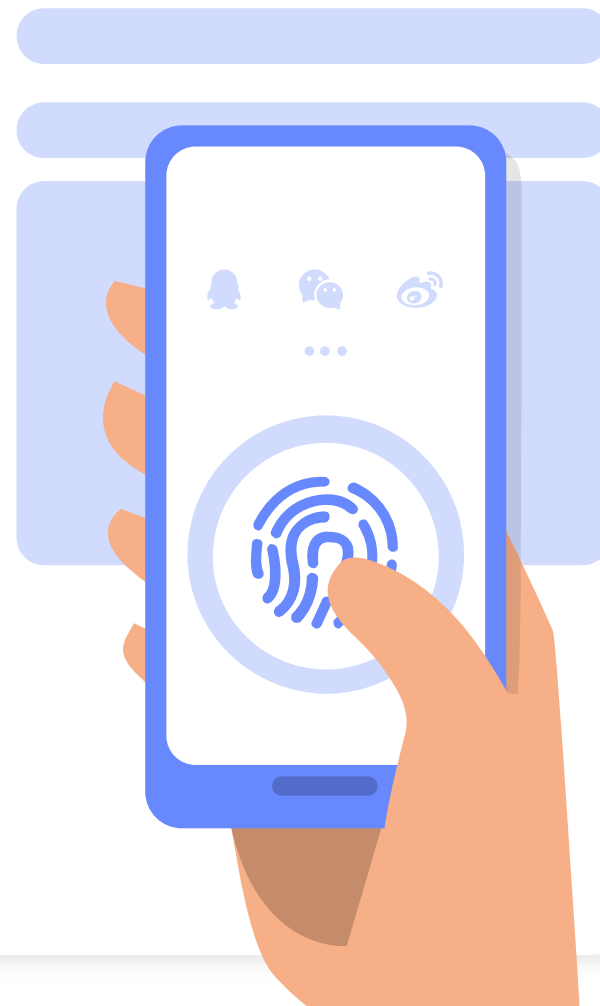
突破

48%

降低试错成本

便捷

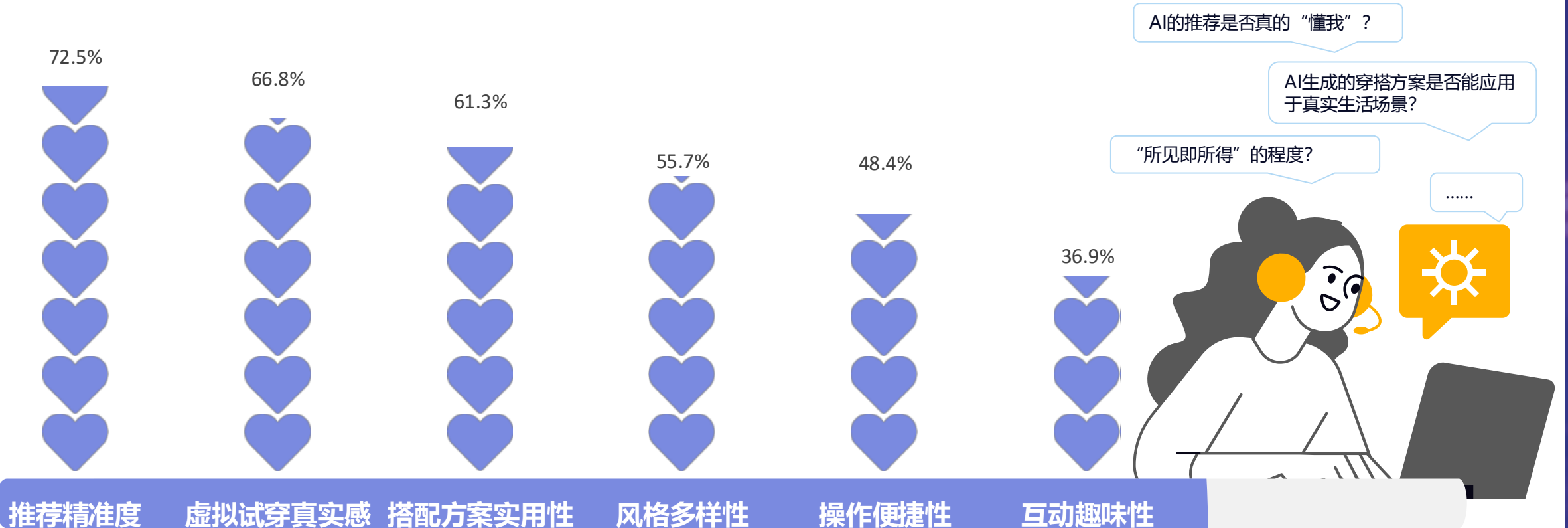
避坑



“推荐精准度”和“虚拟试穿真实感”是最核心诉求，方案的实用性、风格多样性和操作便捷性紧随其后

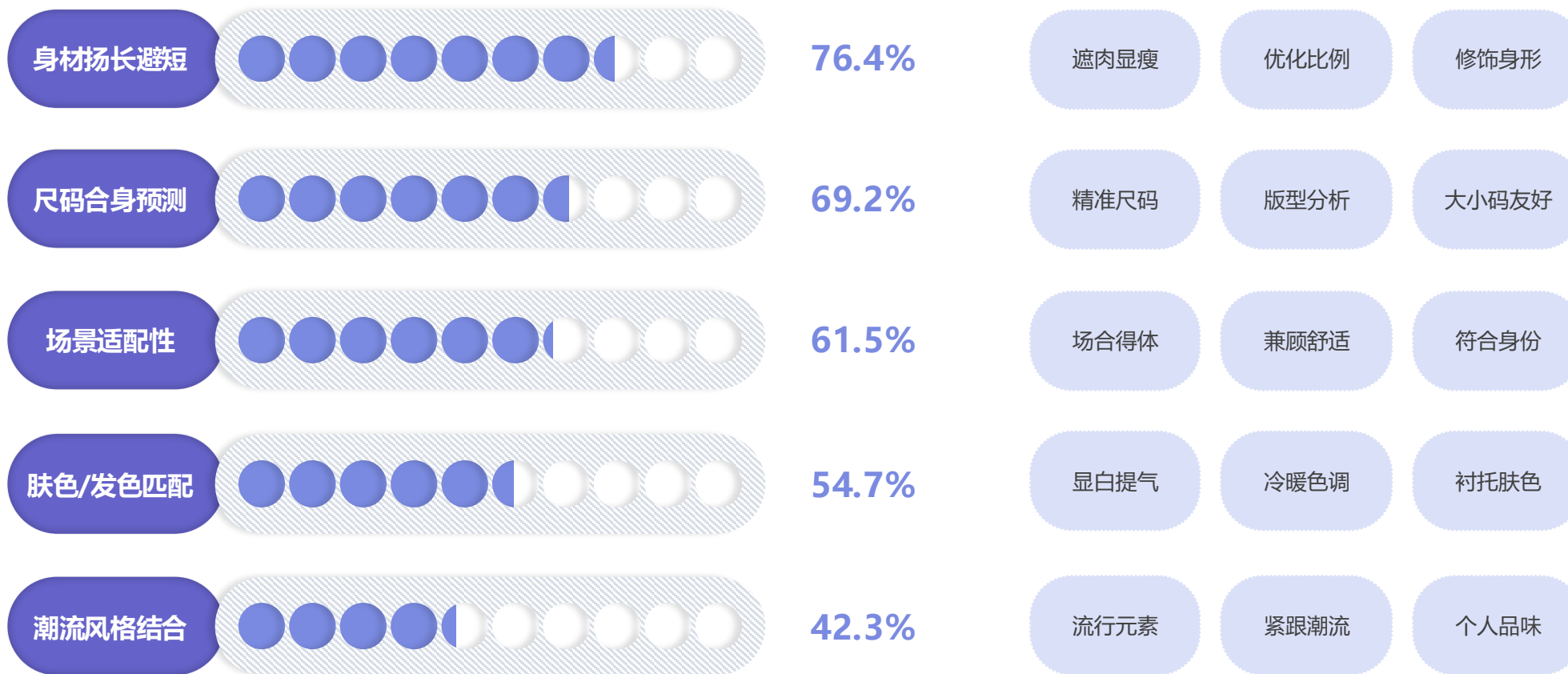


「AI+服饰」兴趣人群主要关注维度（按照声量排序）



兴趣人群对“推荐精准度”诉求上，不仅需要AI提供审美建议，更需要其充当避坑指南，通过穿搭改善视觉比例

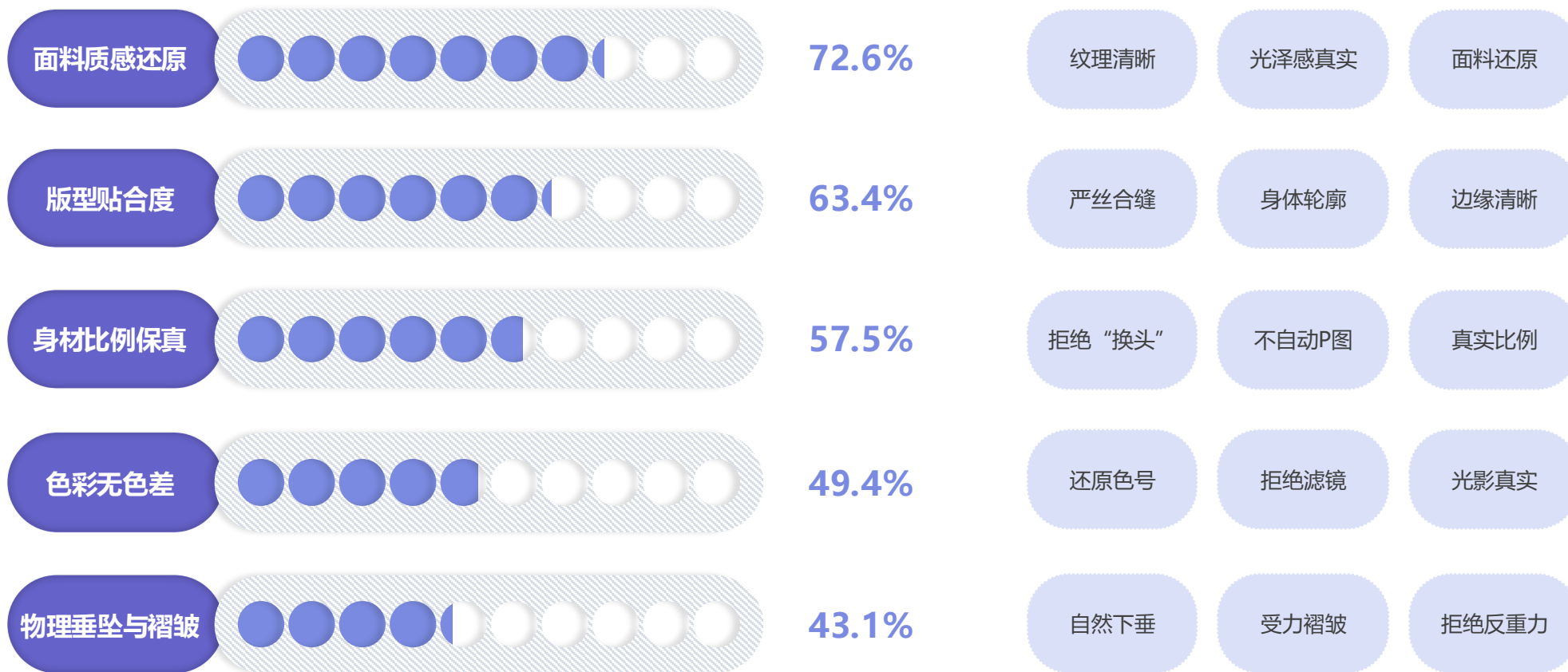
「AI+服饰」兴趣人群对“推荐精准度”的主要诉求（按照声量排序）



兴趣人群对“虚拟试穿真实感”诉求上，“质感还原”是真实感的灵魂，“不P图不失真”是信任的基础

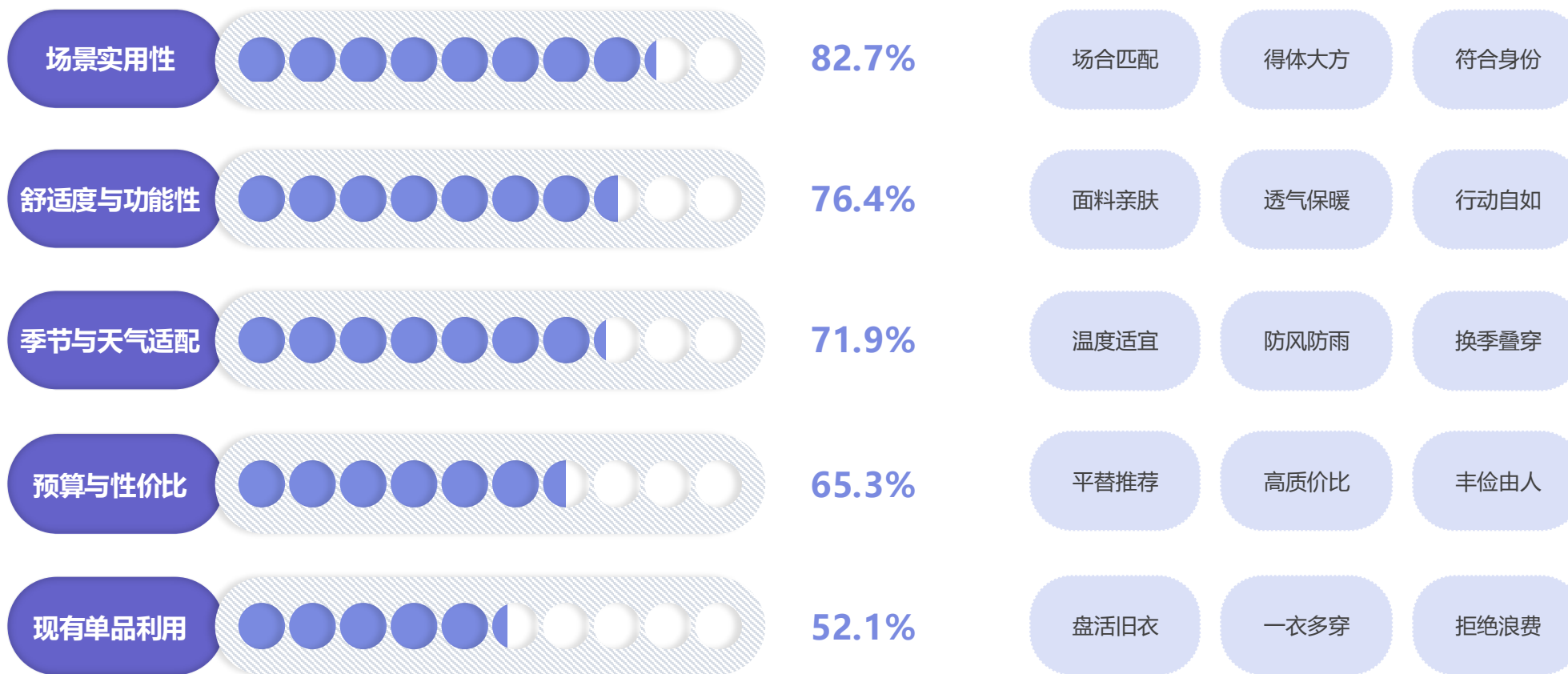


「AI+服饰」兴趣人群对“虚拟试穿真实感”的主要诉求（按照声量排序）



兴趣人群对“搭配方案实用性”诉求上，用户更害怕“穿错”而不是“穿得不潮”，得体实用且舒适是硬指标

「AI+服饰」兴趣人群对“搭配方案实用性”的主要诉求（按照声量排序）



正面集中在娱乐和便捷性上，负面则是审美离谱和失真，表明AI目前更多是一个“有趣的玩具”而非“可靠的专家”

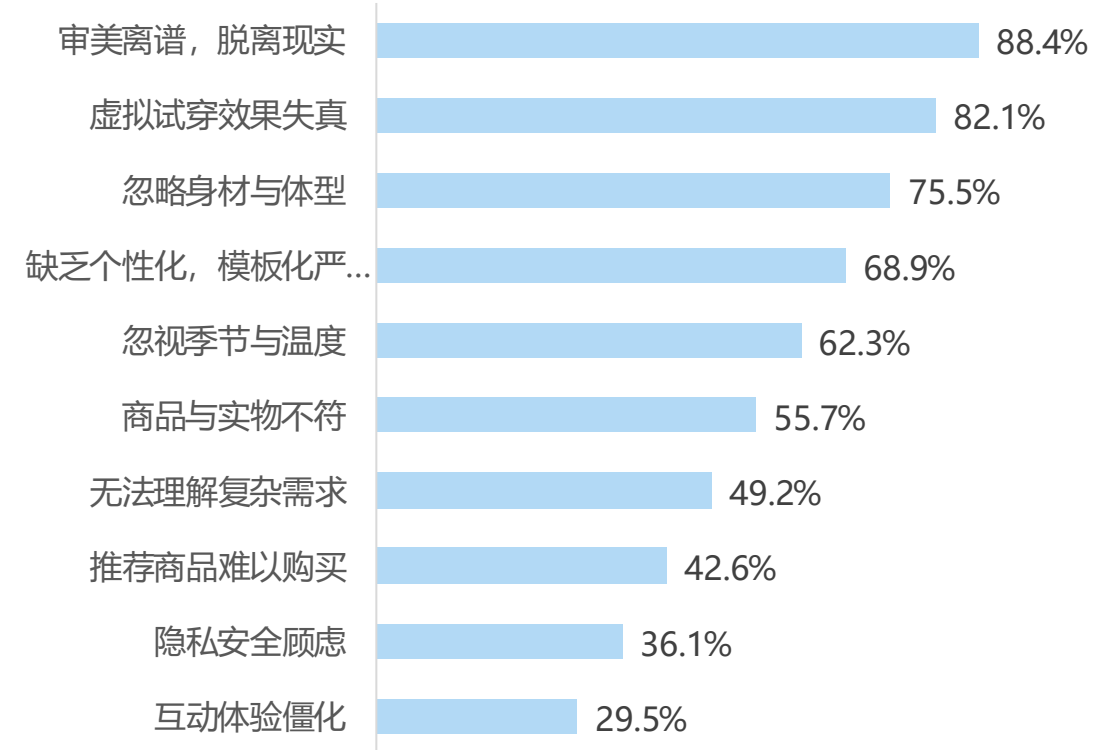
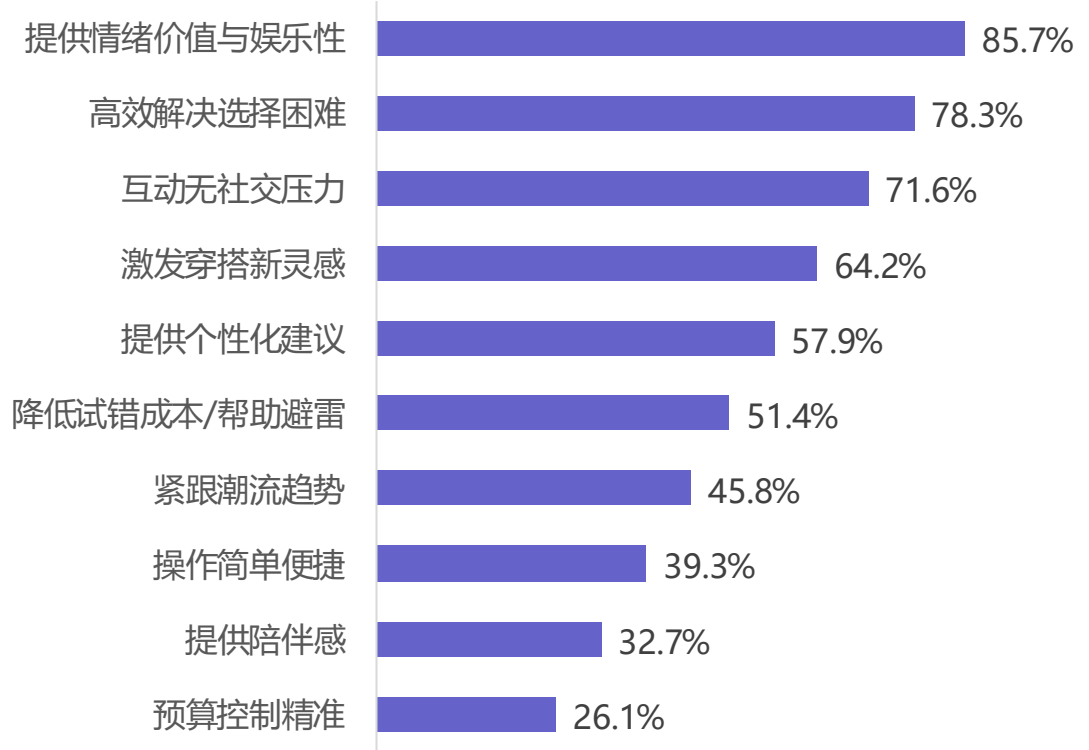


非负内容占比

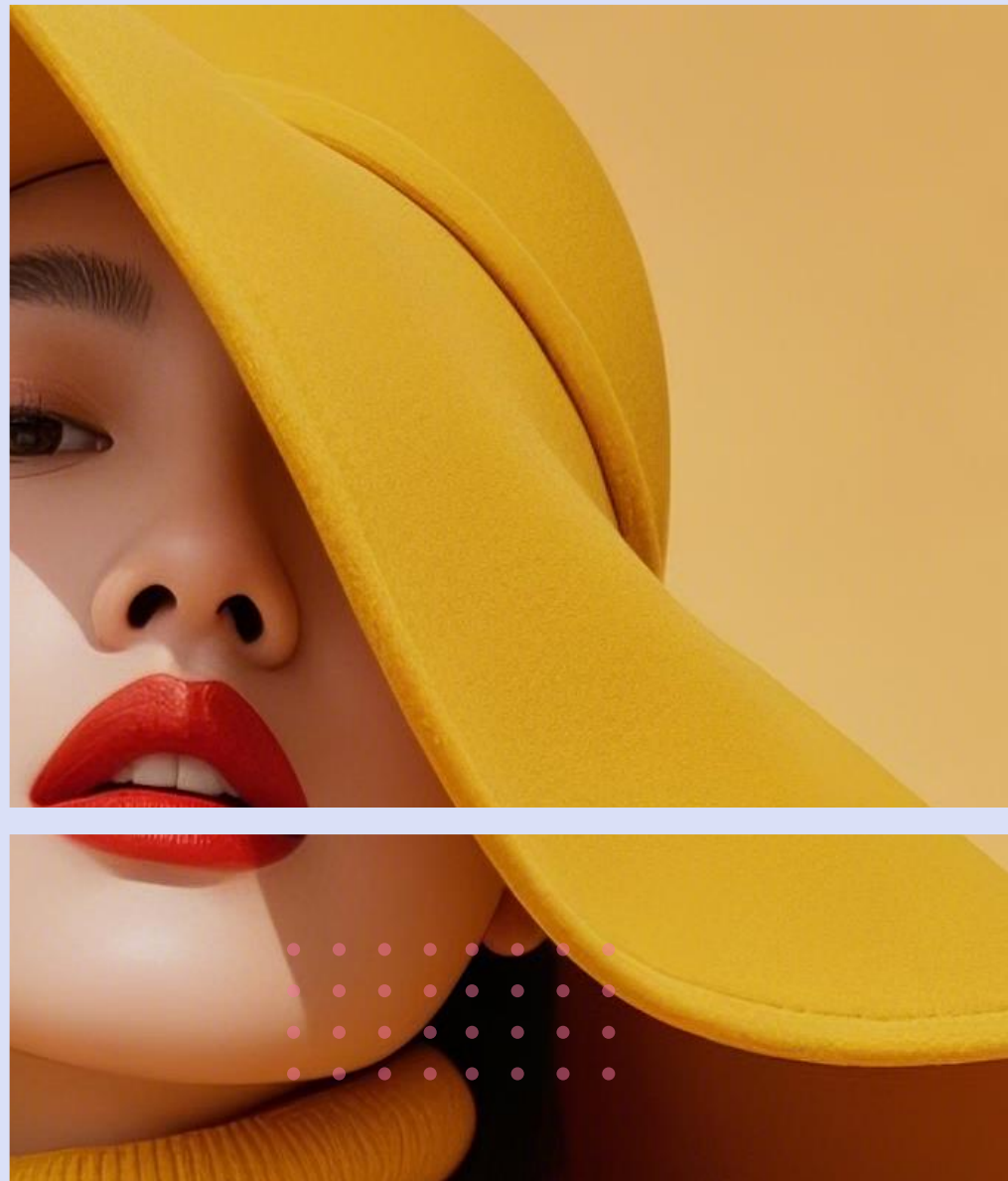
78.4%

负面内容占比

21.6%



营销实录： AI时代的社媒种草逻辑与玩法

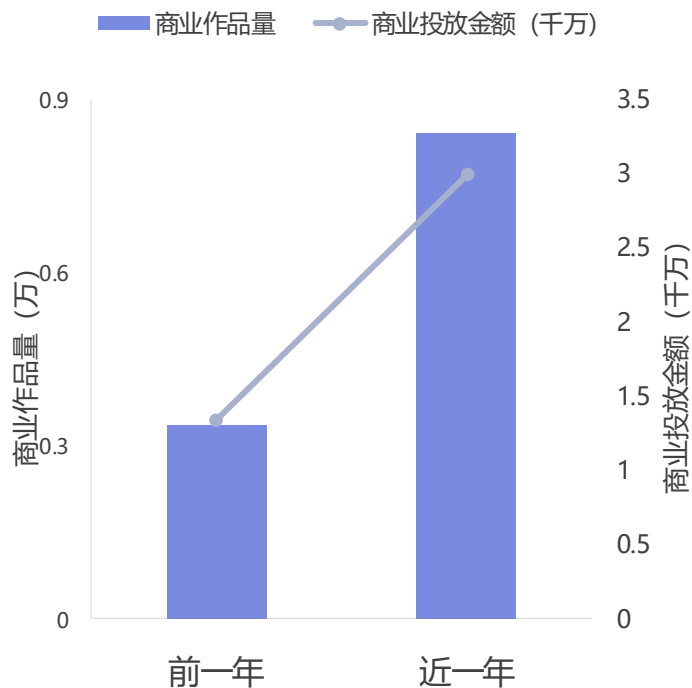


小红书：投放同比显著提升，穿搭和出行类腰部达人效果好

AI+服饰商业投放笔记数量与金额

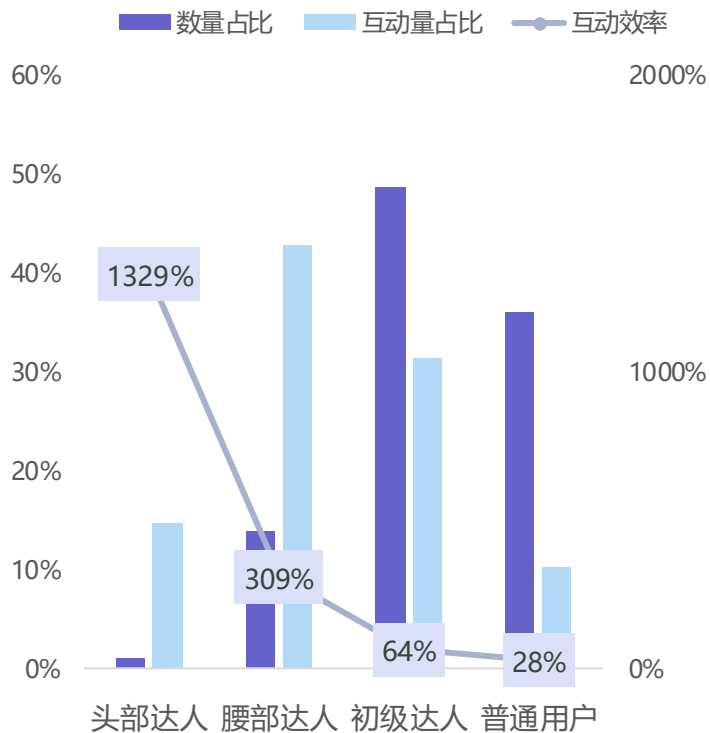
近一年商业作品量：8,425 (+151%)

近一年商业金额：2988万 (+123%)



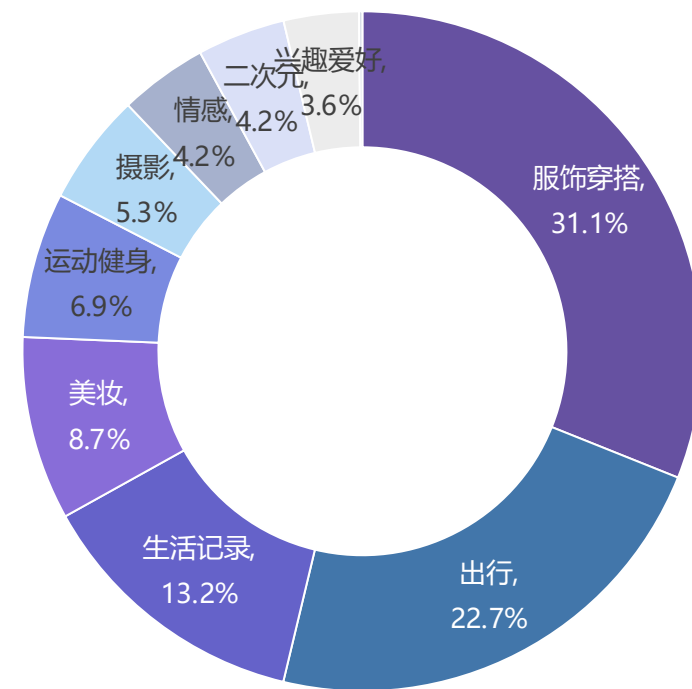
AI+服饰商业投放达人表现

头部达人互动效率仍是最高，综合性价比来看，腰部达人更具优势



AI+服饰商业投放达人类型

服饰穿搭和出行类达人应用最多



小红书：教程攻略、宠物穿搭类内容兼顾实用性与趣味性



小红书高互动达人TOP榜单



苏半月
头部达人
穿搭类



旺旺咕噜酱
腰部达人
宠物类



氧化菊
头部达人
生活记录类



薇妮要变美
腰部达人
美妆类



毛毛崽毛很多
头部达人
穿搭类



张喜怪
腰部达人
穿搭类



漩涡小羊🐏
腰部达人
美妆类



赵加一
腰部达人
美妆类

高互动笔记类型

教程攻略类内容



标题: 145斤过年回家“装”富贵教程
单品: 华为WATCH GT 6
KOL: 苏半月
互动量: 40.8w

宠物穿搭类内容

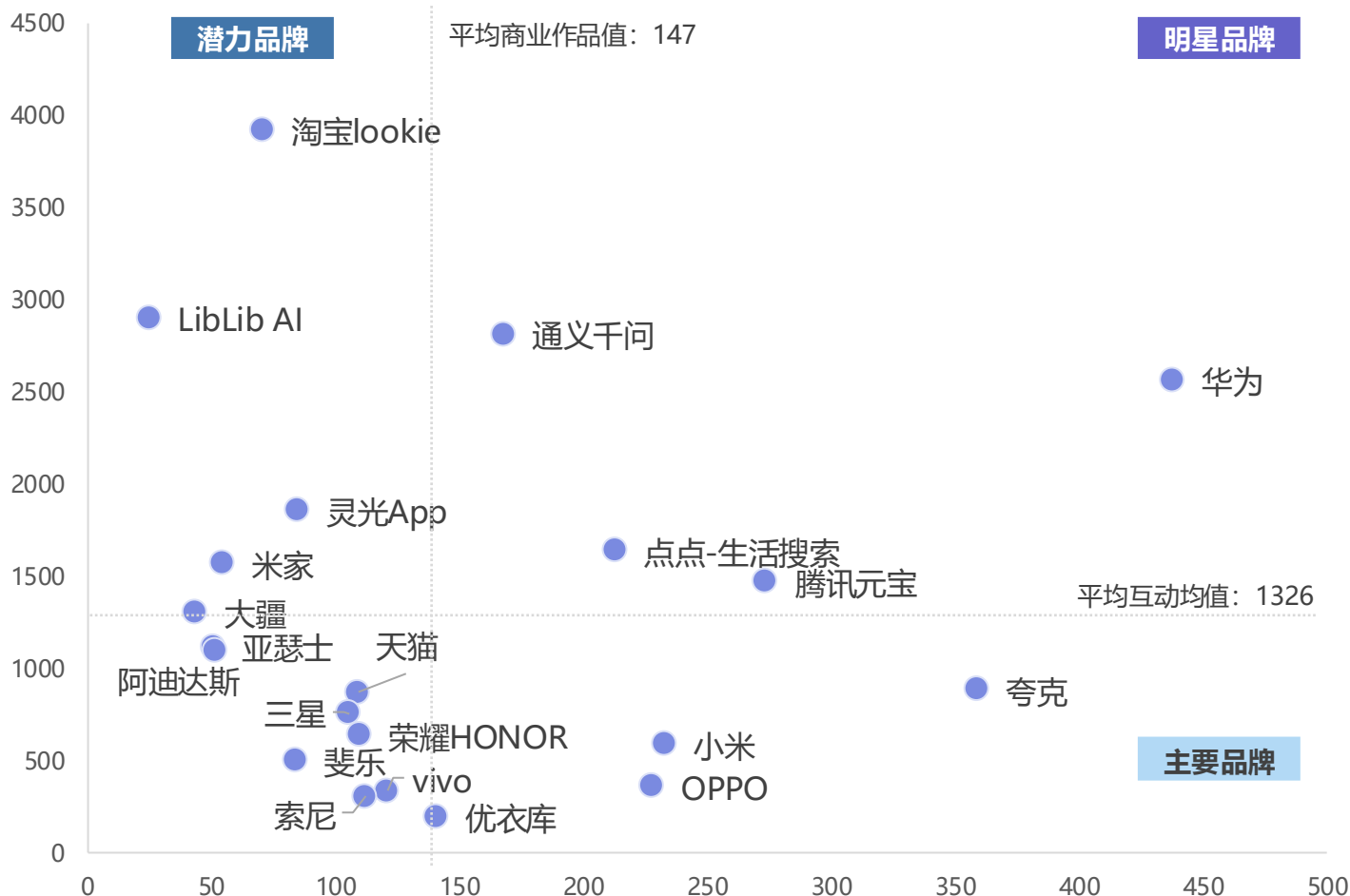
标题: 羡慕吗 这么潮的狗我有两只
单品: 拍我AI
KOL: 旺旺咕噜酱
互动量: 14.0w

改造/换装计划类

标题: 普女改造计划——一键风格自测美10倍!
单品: 通义千问
KOL: 薇妮要变美
互动量: 12.9w

华为以“场景体验+干货攻略”类内容进行种草，将手机影像实力融入「AI辅助风格穿搭」的多元场景中

小红书-AI+服饰相关品牌商业种草热度分布情况



华为：场景体验+干货攻略

52% 场景体验类-不同风格穿搭拍照体验

偏向于生活方式分享，将手机作为记录美好穿搭的工具，强调成片的高级感和真实感，弱化技术参数，强化视觉效果

23% 攻略类-知识干货/攻略型



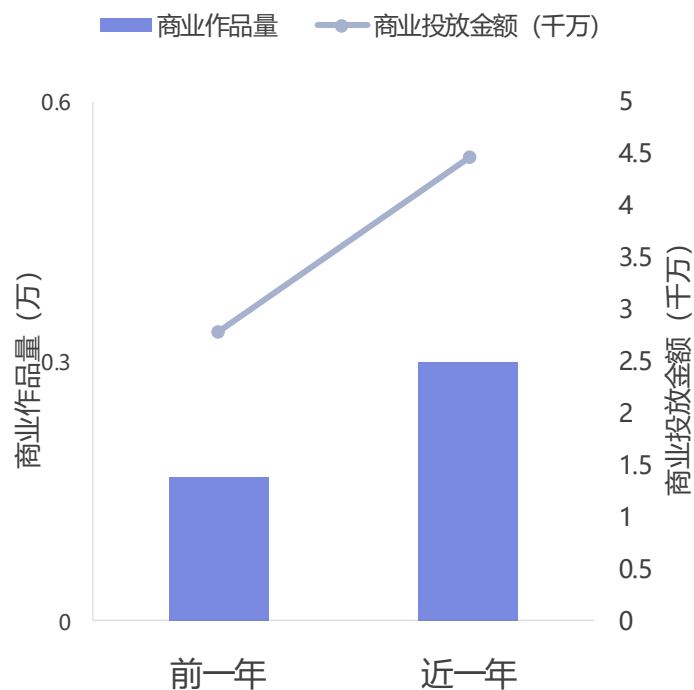
解决用户“有手机但拍不出大片”的痛点，通过手把手的教学，展示华为手机如何利用AI技术简化专业摄影流程

抖音：投放同比提升，随拍和时尚类腰部达人效果好

AI+服饰商业投放笔记数量与金额

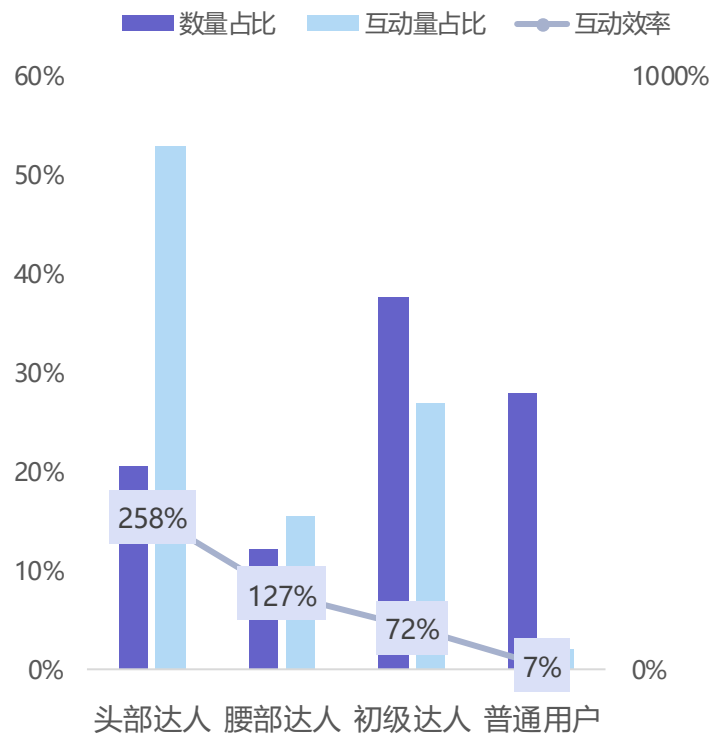
近一年商业作品量：2,979 (+81%)

近一年商业金额：4470万 (+61%)



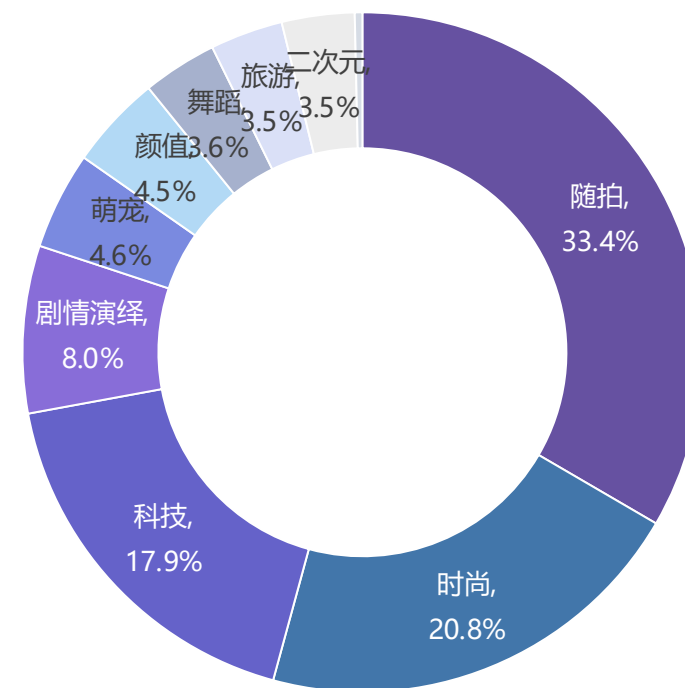
AI+服饰商业投放达人表现

头部达人互动效率仍是最高，综合性性价比来看，腰部达人更具优势



AI+服饰商业投放达人类型

随拍和时尚类达人应用最多



抖音：AI穿搭和创意剧情类内容趣味性强，易收获高互动



抖音高互动达人TOP榜单



友善访问员
初级达人
剧情类



小花花的每一天
头部达人
宠物类



冬冬和37
头部达人
生活记录类



张天琪
头部达人
生活记录类



炸炸炸
头部达人
生活记录类



Xuan酱
初级达人
生活记录类



秋芝2046
头部达人
职场类



屈大将
头部达人
生活记录类

高互动笔记类型

AI穿搭类内容



标题：请把我打扮成韩系帅哥！ #穿搭 #豆包ai
KOL：友善访问员
互动量：520.3w

创意剧情类内容



标题：朋友假装相亲对象，让豆包选#vlog日常#全网都在给豆包打视频#豆包app#豆包ai
KOL：冬冬和37
互动量：147.0w

穿搭攻略类内容



标题：豆包，没遇到你之前我简直是在乱试衣服 #豆包ai #穿搭
KOL：养猪倪倪
互动量：32.6w

抖音商业种草较少，整体以豆包为主，其AI穿搭翻车成流量密码，AI雷霆穿搭引全网社交跟风

现象扫描：全网“AI穿搭”翻车实录

- 从同学聚会到婚礼现场，年轻人纷纷求助AI搭配引发集体围观群嘲

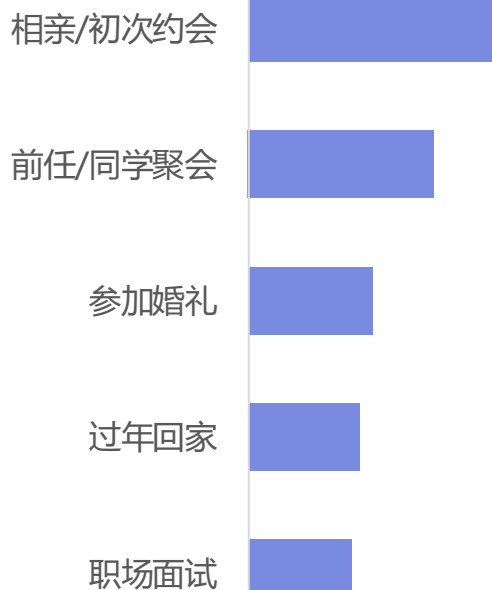


AI说啥我穿啥
@张满意ovo



豆包啥也没记住就记住外面冷了
@别跟我两闹了

AI穿搭翻车热门场景



卷裤脚、叠穿、混搭成AI雷霆穿搭三件套



卷裤脚魔咒

无论南北气候，AI一律推荐卷裤脚露脚踝，甚至要求卷至大腿根部



叠穿的窒息感

AI强行叠加羽绒服、冲锋衣等多层衣物，还要求撸起袖子展示内搭



无脑混搭

亮色与刻板印象随意拼接。AI的混搭脱离社会语境，让人类沦为AI的电子宠物



www.endata.com.cn

