

天猫服饰

×

智篆GI  
GROWTH INSIGHTS

×

TMIC

天猫新品创新中心



Autumn / Winter  
Trend

# 天猫服饰 2026AW 行业趋势白皮书

2026 A / W INDUSTRY TREND WHITE PAPER

# 寄语

2026 A/W INDUSTRY  
TREND WHITE PAPER



## 米澜 阿里巴巴天猫服饰事业部 总经理

服饰行业从不缺少变化，但这一轮变化的独特之处在于——它来自人本身。当AI以前所未有的速度抹平信息壁垒，消费者不再仰赖传统故事叙事，而是以多元视角重构服饰消费体系。他们比从前更专业，也比从前更诚实地倾听内心：对品质的苛求是理性，对情绪的投入是温柔。这两股力量交汇，催生了一个我们称之为“内行时代”的新现实——消费者只为精确匹配的商品买单。对服饰产业而言，这既是考卷，也是答案。当消费者带着精准需求而来，品牌唯有在特定的人群、场景、材质和趋势上持续深耕，成为“最懂他们”的那一个，才能将理解转化为信任并沉淀为长期增长的空间。天猫服饰始终相信，时代在变，但始终不变的是行业在质感、趋势与创造力上的自我精进。我们将坚定地与品牌站在一起，以产品力建立信任，以趋势力拓宽边界，主动进化，是我们共同的最佳姿态。



## 沐兴 天猫新品创新中心 总监

在消费结构演进与产业技术变革的交汇期，服饰行业正从规模扩张迈向价值深耕。面对需求分化与AI赋能的双重浪潮，品牌需以深度洞察穿透市场表象，以科技与材质重构产品内核。愿本白皮书厘清发展脉络，助力业界把握结构性机遇，以长期主义穿越周期，共筑高质量增长新生态。



## 叶挺 杭州智篆文化传播有限公司 总经理

在消费需求深度解构的当下，服饰行业正经历从“规模增长”向“结构性进化”的跨越。消费者在专业功能与情绪叙事间的反复切换，驱动了市场的品质跃迁。AI的涌现不仅是效率的革命，更是决策逻辑的重构。本报告立足人群、货品、风格三维视角，解析产业侧“产品力+数字化”的演进脉络。智篆商业致力于将敏锐的洞察转化为可落地的实战策略，通过数据赋能，与商家共同捕捉行业变革中的确定性机遇。

天猫服饰2026AW  
行业趋势白皮书



×



×



天猫新品创新中心

PART  
01

服饰市场  
宏观趋势



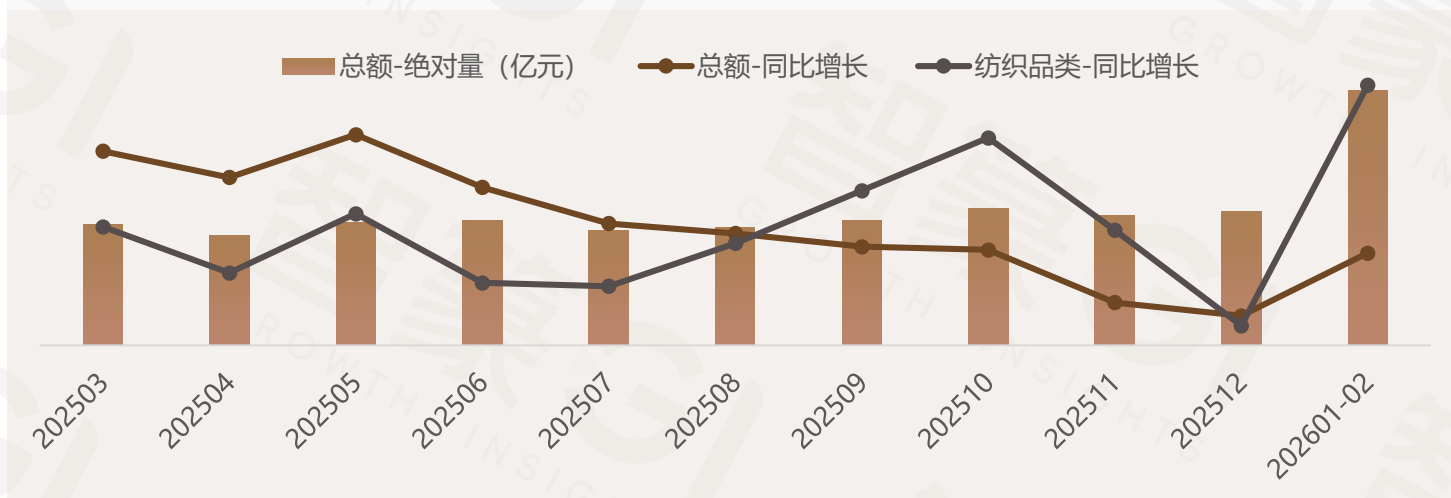
2026 A/W  
INDUSTRY TREND  
WHITE PAPER

## 服饰消费韧性凸显，价格支撑力走强，行业上行趋势明确

2025年社会消费品零售总额同比增速呈逐步放缓态势，3月至12月震荡回落，但纺织品类零售额增速表现出更强的韧性，在25年9月后逆势回升，且在26年大幅跃升，领先整体社零大盘约5%。同时，衣着类居民消费价格指数则持续高于整体且稳步上行，在宏观消费平稳的背景下，服装品类具备更强的价格支撑力，行业增长态势稳健乐观。

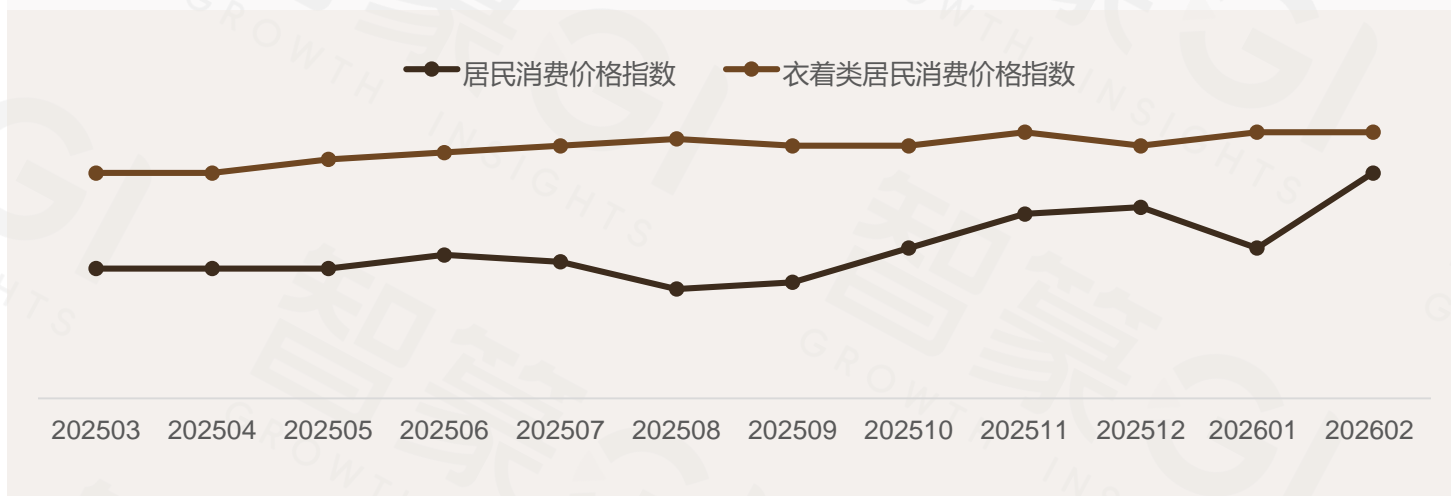
### 服饰零售额在宏观消费放缓背景下率先实现反弹，消费韧性凸显

我国社会消费品零售总额变化



### 衣着类CPI持续高于整体，服饰品类维持稳固消费购买力

我国居民服饰消费价格指数 (CPI)



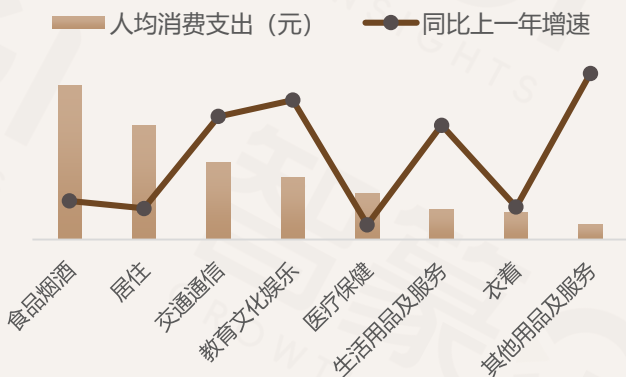
数据来源：国家统计局

# 消费支出结构重塑：服饰高价段走强，情绪经济崛起

## 经济背景：衣着消费诉求聚焦，品质化需求带动服饰消费升级

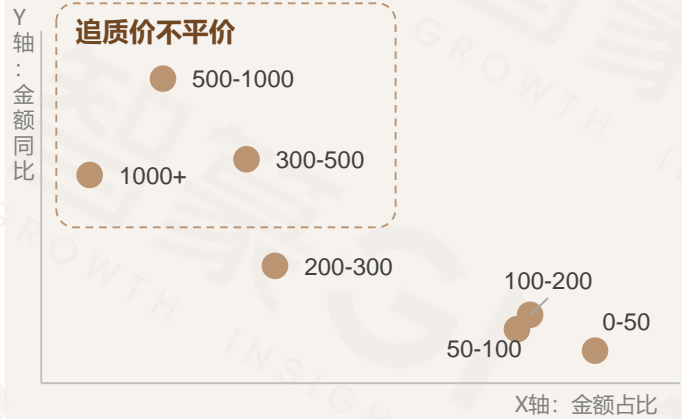
当前居民消费结构持续升级，服饰消费增长动能明显向中高价位段迁移。消费者愈发注重产品质感与穿着体验，内在诉求的升级持续支撑中高单价产品市场接受度稳步走高。

2025年我国居民人均消费支出分布



数据来源：国家统计局

25AW天猫服饰行业价格区间销售趋势



数据来源：阿里消费洞察

## 文化背景：全民情绪消费风潮盛行，消费偏好呈现代际分化

情绪经济市场规模持续走高，悦己逐步成为大众消费重要取向。服饰顺势承接社会情绪消费趋势，情绪价值日渐纳入选购考量；不同人群在情绪消费的偏好与选择上，呈现明显差异化特征。

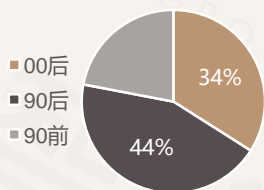
消费者当下生活心态调研

75% 拒绝内耗、专注此刻，消费更偏向取悦自己、不被外界定义

50% 坚持小众审美与个人风格，用穿搭传递审美态度与生活主张

45% 重视情绪舒缓与精神自愈，消费常为获得治愈感、缓解压力

2024年情绪消费年龄分布

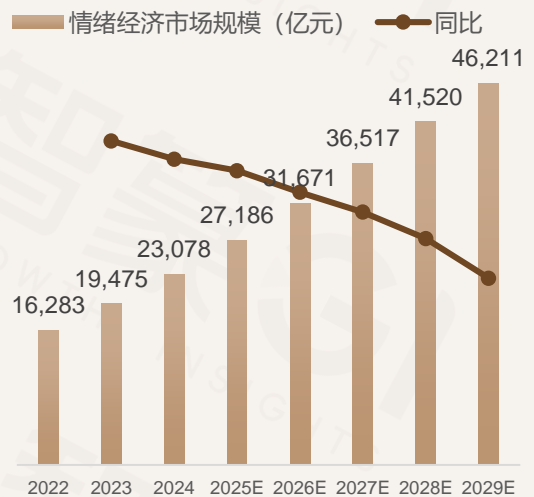


2024年情绪消费品类偏好

男性		女性	
53%	数码产品	68%	衣服鞋子
53%	衣服鞋子	57%	饮食
46%	饮食	57%	美妆护肤
33%	游戏氪金	50%	首饰包包

数据来源：智篆GI, TMIC问卷调研, N=1500; Mob研究院《2024情绪经济消费人群洞察》

2022-2029年中国情绪经济市场规模及预测



数据来源：艾媒咨询《2025-2029年中国情绪经济消费趋势洞察报告》

# AI抹平信息差：消费者主导决策，服饰消费进入内行时代

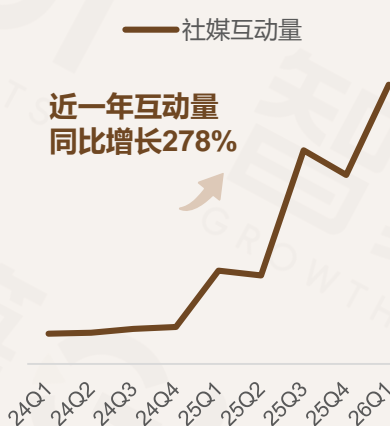
## AI技术持续进阶且长效升级，消费迎来透明化简单决策周期

AI工具的持续进化大幅简化了消费者获取信息的链路，使复杂的信息获取变得更加扁平与透明。在强大总结能力的加持下，决策因子从碎片化走向全景化，消费者得以在更多元且真实的维度下完成决策判断。

### AI工具发展历程

- 1.0 问答式AI (2010S)  
从规则知识库走向自主学习
- 2.0 深度推理式AI (2017S)  
具备类人推理分析能力
- 3.0 生成式AI (2021S)  
多模态生成技术成熟
- 4.0 Agent智能体 (2023S)  
可自主规划执行任务的协作AI
- 5.0 具身智能时代 (当下及未来)  
智能化/自动化/人性化的机器人生活时代

### 近两年社媒关于AI工具的讨论热度



数据来源：智篆GI

### 消费者决策模式变迁



## AI导购有效承接用户消费诉求，助力用户自主选品研判

AI导购作为消费决策赋能的核心环节，正辅助消费者从繁琐的海选模式切换至快速验证模式。通过场景化匹配与需求预判，AI让消费者能更坚决地识别商品是否符合其精准需求范畴，极大缩短了从产生兴趣到建立信任的链路，推动行业回归产品导向。

### 消费者使用AI导购情况调研

Q.在近半年的服饰网购过程中，您使用过下列哪种具备AI导购功能的平台？

综合电商平台 使用过AI搭配/虚拟试衣间



内容电商平台 使用过AI识图找同款/风格滤镜推荐



品牌官网/小程序 AI虚拟试衣/选码建议



### 消费者认为AI导购的优势

Q.您认为AI导购（如对话助手、虚拟试衣）相比传统购物模式，最大的优势体现在哪里？

管理试穿预期模拟真实上身效果，解决了是否适合难题 56%

缩短决策时间，快速总结材质/版型/评价，效率更高 54%

提供完整风格方案，一键式成套购买或衣橱匹配 48%

### 消费者使用AI导购具体方法

Q.使用AI导购工具时，您通常更倾向于以哪种方式寻找目标服饰？

视觉化识别搜索 如上传图片或截图



场景化需求搜索 如输入出游复古穿搭



产品属性/风格搜索 如搜索廓形羊毛西装



模糊需求讨论 对话调优，如颜色深一点



数据来源：TMIC问卷调研，N=1500

# 内行时代服饰消费三大趋势：品质坚守、趋势追逐、悦己表达

伴随精准化决策逻辑持续深化，大众消费诉求发生底层迭代，进而推动消费行为产生结构性转变。消费者从被动接受品牌引导转向主动定义自身需求，需求心智的变迁带动消费行为形成明显分层；基于长期数据监测与用户行为分析，市场沉淀出三类典型价值取向。

## 基于不同观念取向的服饰消费人群聚类

Q：请问您平时在购买服饰产品时，一贯秉持以下哪种描述？

消费者服饰

基本诉求  
不变

**舒适为先** 用户偏好指数 **78**

更看重舒适体感  
买衣服主要是为了让自己舒服

**好看即一切** 用户偏好指数 **44**

颜值是第一生产力，更在意色彩、  
廓形与整体造型的美学表达

**买精不买多** 用户偏好指数 **33**

控制买衣服的频率  
但愿为值得的高品质经典款付费

\*用户偏好指数由调研占比换算生成，反映用户认可程度

Q：近一年，您在购买服饰时，以下哪些消费观念发生了变化？

消费者服饰

观念分层

**品质加码** 用户偏好指数 **76**

更注重面料、工艺、版型等  
产品本身的品质

**感官体验** 用户偏好指数 **56**

理性消费下，注重极致的感官体验  
(如视觉、触觉、织物香气等)

**悦己表达** 用户偏好指数 **45**

买衣服是为了让自己开心  
将购物视为标签塑造或自我犒劳

\*用户偏好指数由调研占比换算生成，反映用户认可程度

消费者服饰

行为映射

**品质加码** 的关注决策因子

面料材质 (TGI = 114)  
版型剪裁 (TGI = 138)

主动查看**面料成分**、材质占比  
等参数详情

**感官体验** 的关注决策因子

工艺细节 (TGI = 114)  
风格美学 (TGI = 102)

尤其偏好易打理**功能产品**，如  
免熨烫、可机洗...

**悦己表达** 的关注决策因子

品牌声量 (TGI = 124)  
色彩搭配 (TGI = 109)

**圈层风格穿搭**、**偶像/IP**同款等  
更易触发消费欲望

## 天猫服饰消费者人群聚类

### 01 消费者圈定

24-25AW天猫服饰  
行业购买人群

### 02 特征值提取

选取基础消费特征：基础画像、消费水平（服饰消费金额/消  
费商品数/商品价格区间）**价值需求（IP联名偏好/趋势商品等）**

### 03 人群聚类

利用K-means聚类方法  
生成聚类人群



#### 品质主义者

金额消费占比  
**4X%**  
聚类人数占比  
**3X%**



#### 趋势追逐者

金额消费占比  
**4X%**  
聚类人数占比  
**5X%**



#### 情绪表达者

金额消费占比  
**1X%**  
聚类人数占比  
**1X%**

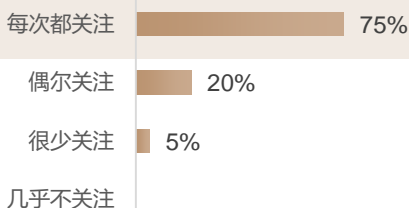
# 消费诉求精准传递：材质、风格设计与IP叙事成为核心

## 品质主义者：天然材质导向，注重长效价值

以面料材质为核心决策依据，优先选择天然、环保材质（如羊毛、有机棉等），注重服饰本身的工艺质感与长期穿着价值。

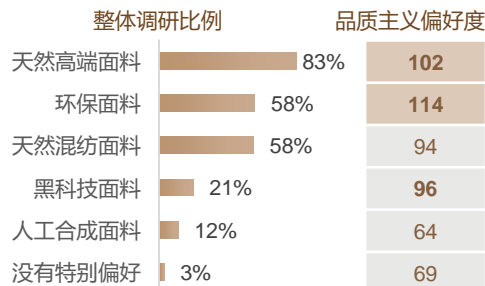
### 品质主义者对成分与材质参数的敏感度

Q：网购选购服饰时，您是否会主动查看面料成分与材质参数详情？



### 品质主义者的材质偏好

Q：您在面料材质品类上更倾向于偏好哪些类型？

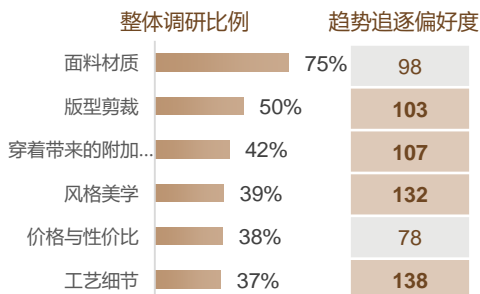


## 趋势追逐者：设计风格优先，关注实穿革新

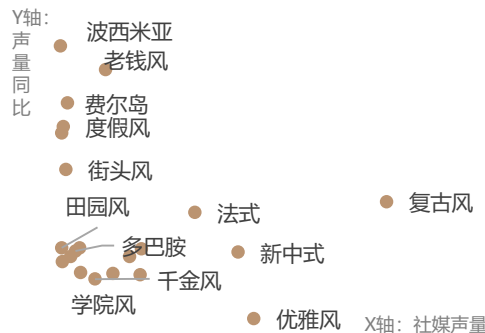
以风格设计与潮流审美为核心决策导向，紧跟穿搭趋势迭代，注重面料肌理与格调质感表达，优先选择契合个人调性、适配多场景风格演绎的服饰。

### 趋势追逐者的购买关注点

Q：在选购服饰时，您最看重的决策因子是？



### 25AW社媒服饰热门风格趋势



## 情绪表达者：悦己情绪表达，强化触感链接

悦己文化持续渗透消费心智，消费者对圈层风向、赛事及明星动态高度敏感，偏爱IP联名款产品，将服饰作为传递个人身份认同与圈层归属感的载体。

### 情绪表达者的消费触发场景及材质情绪联动偏好

Q：服饰消费中，以下哪些事件或内容会触发您的情绪消费行为？

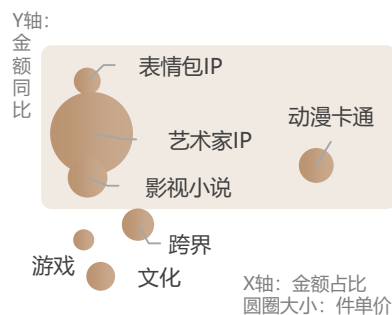


Q：您如何看待穿搭与服饰的附加价值？



37% 消费者认为，穿搭是调节情绪、取悦自己的重要方式，愿意为能带来放松、治愈感的材质服饰付费

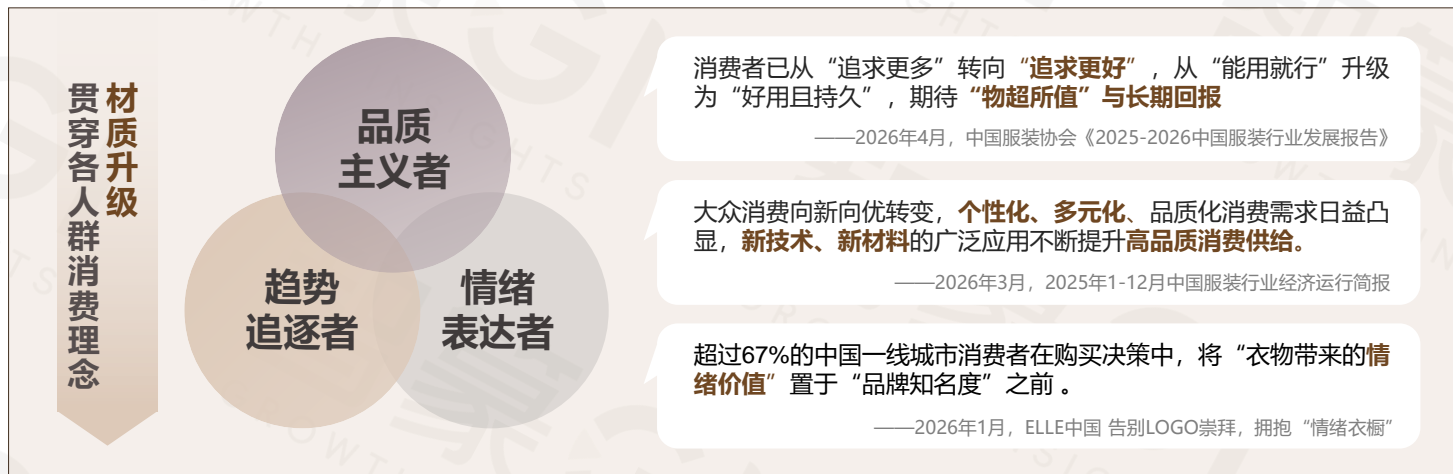
### 25AW天猫服饰不同IP类型消费趋势



# 材质即竞争力：消费需求精细化延伸，材质创新与升级赋能行业可持续发展

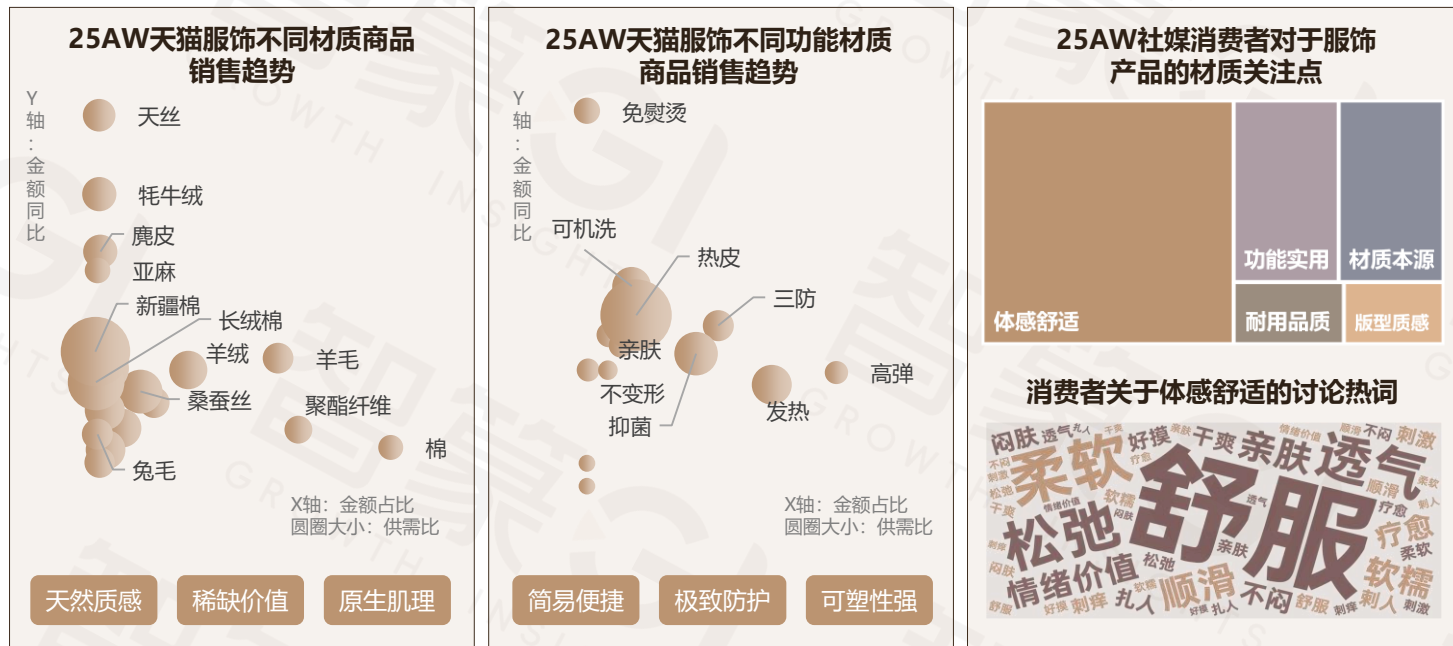
## 需求精准化引领服饰消费回归，材质价值诉求呈现明显差异

当下消费愈发回归服饰本源价值，消费者对面料材质的关注度已升至高位，社媒关于服饰材质的笔记声量超5000万篇。不同人群对材质诉求各有侧重：品质主义者青睐天然材质本身质感，趋势追逐者看重面料可塑性与实用功能，情绪表达者则借面料肌理细节，传递个人审美主张与情感共鸣。



## 天然高端材质需求旺盛，抗皱、免熨烫功能面料待扩容，服饰触感向柔软亲肤体验升级

天猫服饰按材质类型来看，纯棉占据主导，羊绒、真丝等天然材质与生物科技材质同步增长；抗皱、可机洗等便捷功能与亲肤、发热等舒适功能面料具备扩容潜力。“体感舒适”成为核心诉求，消费者偏好向情绪价值与体验感延伸。



\*供需比=购买人数占比/商品数占比

# AI落地产业侧：从需求理解到价值交付，实现全链路效率跃升

## TMIC数字孪生工具定制化货品优选

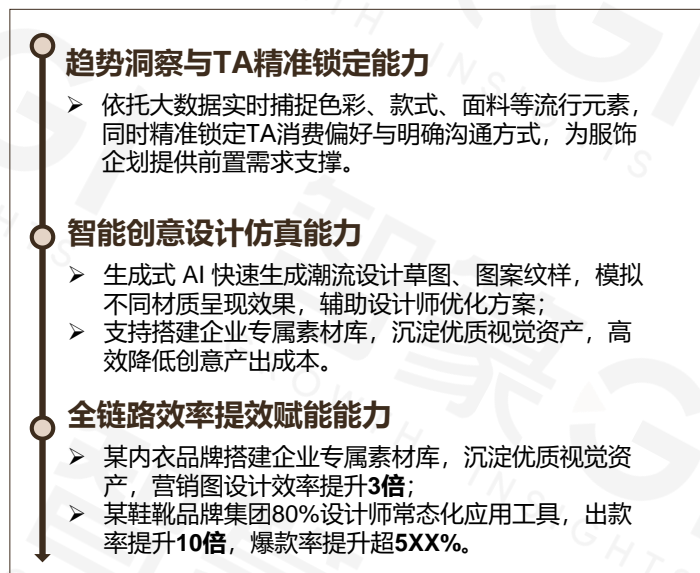
TMIC利用海量数据构建虚拟消费者模型，对货品进行接受度与购买意愿综合评级，反向筛选款式、预判市场表现并输出定价区间，为测款选品与定价策略提供数据决策支撑。



## AI工具完善产业链路，品牌顺势落地应用

TMIC推出自研AI小新，可贯通趋势研判、创意设计到新品上市完整链路，有效缩短新品研发周期。众多服饰品牌已积极入局应用AI能力，太平鸟率先在产品视觉、视觉宣发场景全面落地，带动页面转化与用户粘性提升，整体运营效率得到切实改善。

### TMIC：自研AI agent小新 赋能服饰企划



### 太平鸟：AI全链路赋能品牌视觉



天猫服饰

×

智篆GI

×

TMIC+

天猫新品创新中心

PART  
02

26AW服饰  
品类趋势

2026 A/W  
INDUSTRY TREND  
WHITE PAPER





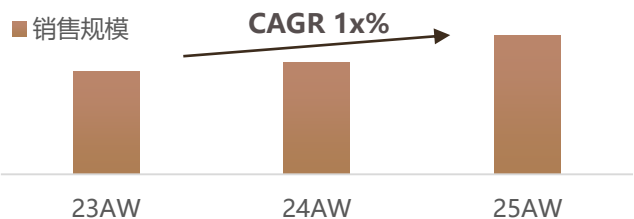
# 品类趋势 | 羽绒服

羽绒服正处于功能刚需向穿搭资产转型的进阶。高溢价产品的机会点在于专业保暖指标与多元款式颜值的同步升级，这种双向驱动将引领品类跨越单一的御寒属性，步入更具溢价能力的审美时代。

## 品类销售趋势

## 品类增长驱动因子

羽绒品类销售规模保持扩张态势，行业增长受审美风格、款式多元与材质革新共同驱动。

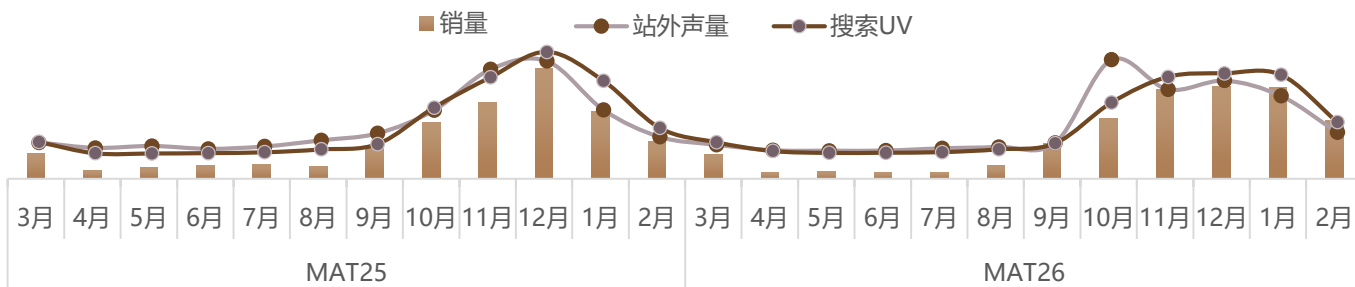


	颜值风格	款式版型
站内搜索指数	66.5	70.5
站外社媒指数	88.1	78.8

\*指数计算：基于品类属性的站内搜索热度/站外声量热度，采用线性指数法归一化处理

## 品类生命周期

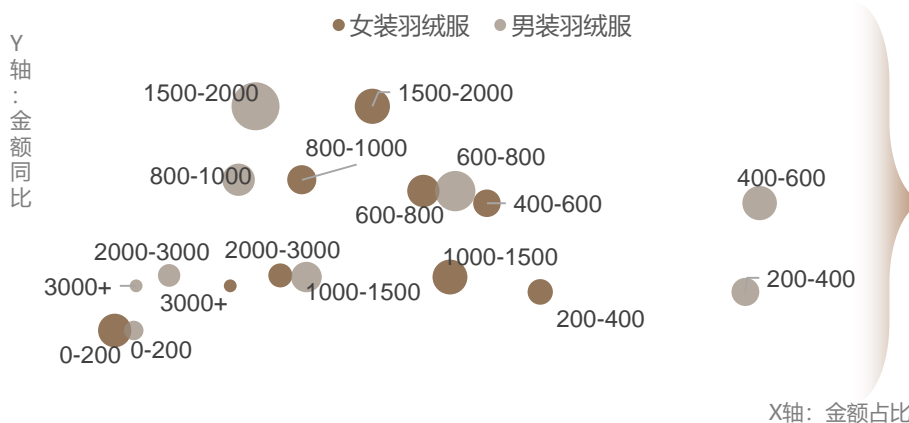
羽绒消费需求向其他季节延展，消费旺季呈现出明显的提前化特征，站外内容布局有效带动了存量需求的提前释放。



## 品类价格趋势

羽绒市场主力消费带依然稳固，高价位段展现出显著的供需匹配机会，反映出市场对高规格产品的消化能力在增强。

### 25AW天猫服饰羽绒服价格带销售趋势



	女装羽绒服	男装羽绒服
主力价格带	200-400	200-400
	400-600	400-600
	1000-1500	
潜力价格带	1500-2000	1500-2000
	800-1000	800-1000
	3000+	

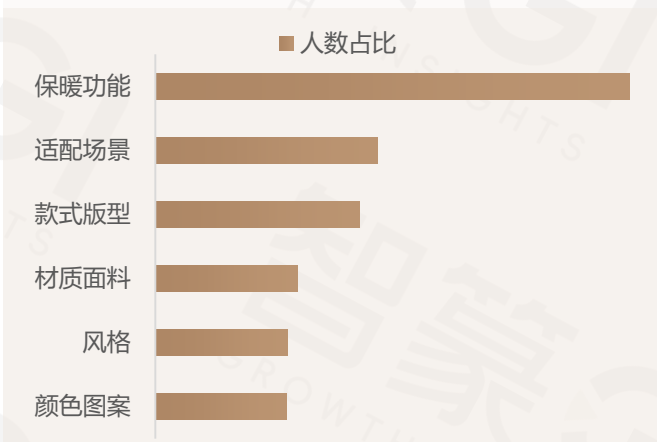
\*气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大；供需指数=购买人数占比/动销商品数占比

# 羽绒服 | 消费持续迭代，专业保暖不断进阶，穿搭美学同步升级

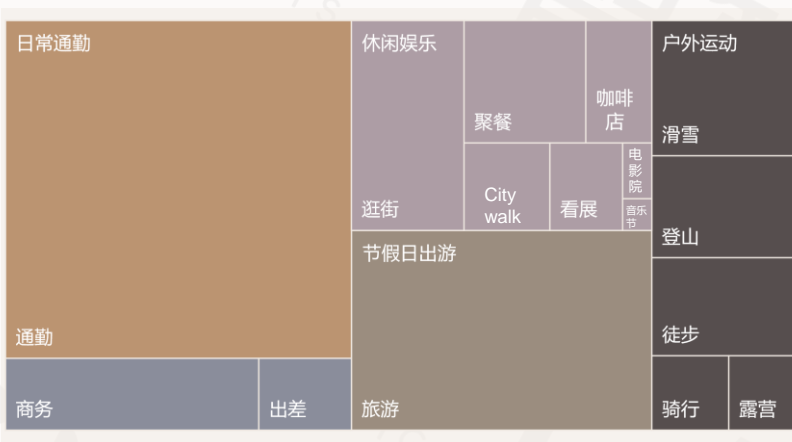
## 羽绒服消费兼顾功能刚需与审美表达，场景化需求清晰

保暖功能仍是占据绝对主导的核心诉求，同时关注适配场景、款式版型等指标。羽绒服的穿着场景既覆盖日常通勤、户外运动等功能性场景，也延伸至休闲放松、节假日出游及社交聚会等社交性场景。

羽绒服消费者购买关注点



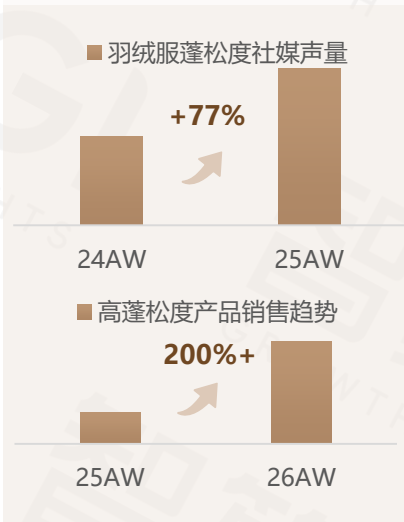
羽绒服消费者核心穿着场景分布



## 羽绒服品类向专业指标升级与颜值美学方向进阶

国标对羽绒服的要求日趋严格，消费者对专项指标的关注同步攀升。以蓬松度为例，近一年社媒讨论声量同比增长77%，且天猫蓬松度高于500的羽绒产品销售增长迅猛，同时商家加速推出里外锁温等升级面料，羽绒服专业性能不断提升。此外，消费者对颜值的讨论持续升温，聚焦风格、颜色图案与款式版型。

羽绒“蓬松度”社媒声量与高蓬松度产品销售趋势



羽绒面料朝内外分层定向锁温方向升级

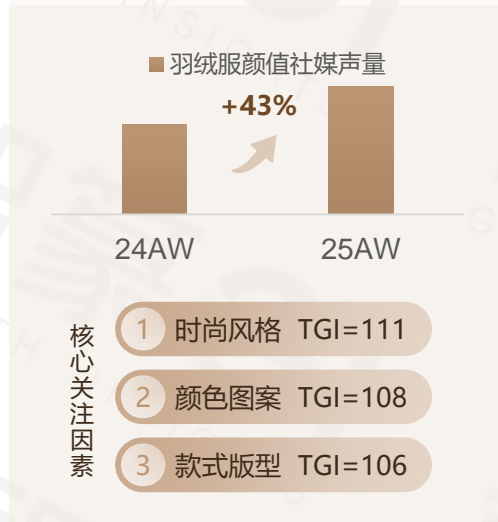
**鸭鸭-外锁温**  
380T 高密冰壳面料+四重锁绒结构实现 \*\* -20°C 极寒级外锁温



**高梵-内锁温**  
中科蓄热里 5.0+ 德国金膜 主动升温 2.5°C 内锁温



羽绒服“颜值”社媒声量及关注因素



注：高蓬松度指 > 500FP

数据来源：阿里消费洞察，智篆GI，TMIC问卷调研，N=1500

# 羽绒服 | 头部品牌引领羽绒服美学升级，活力色系与多元款式成为趋势

头部品牌加速羽绒服美学升级。波司登与高定设计师联名，秀场新款在设计感与材质上双双提升；Moncler则深化风格化转型，将羽绒与游牧美学交织。色彩方面，蓝色、紫色、银色、橙色等活力色系受到欢迎，品牌积极推出相关产品。款式上，轻薄羽绒、羽绒马甲、排骨羽绒、泡芙羽绒为趋势单品。

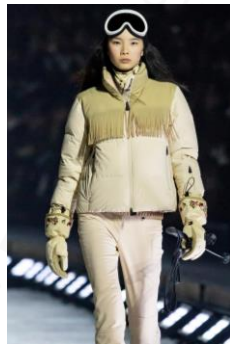
## 波司登 | 高定剪裁重塑羽绒时装



**国际高定合作 引领轻盈时装化**  
建筑感、云感O型廓形  
精准充绒结构，平衡保暖与版型

**材质科技升级 引领轻暖环保潮流**  
与阿科玛联合开发生物基面料  
采用RDS认证高蓬鹅绒/超轻亲肤功能面料

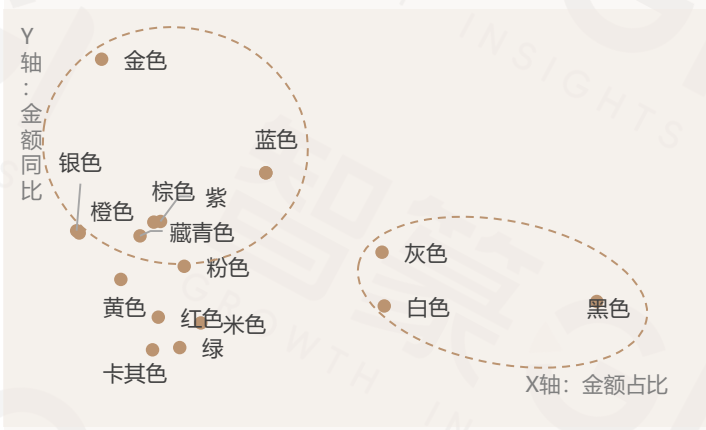
## Moncler | 美式游牧美学重塑



**游牧美学塑造 进阶羽绒时装格调**  
西部山野元素与流苏毛领点缀  
收腰立体剪裁，兼顾保暖与时装身形

**多元奢材拼接 重塑羽绒质感层次**  
针织、皮革与功能面料混搭  
局部肌理拼接设计，柔化轮廓提升高级感

## 25AW天猫服饰羽绒颜色销售趋势

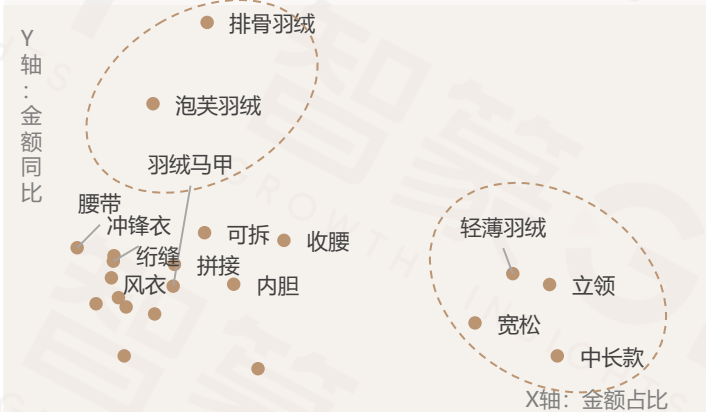


## 代表商品 | 低饱和质感×高饱和活力色系

强化羽绒时尚属性与年轻辨识度



## 25AW天猫服饰羽绒服款式销售趋势



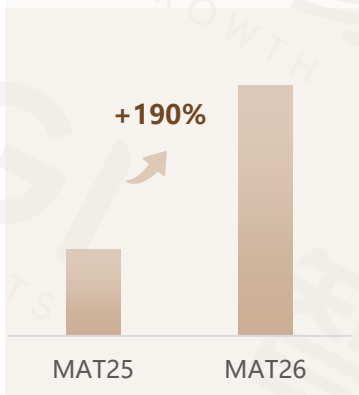
## 代表商品



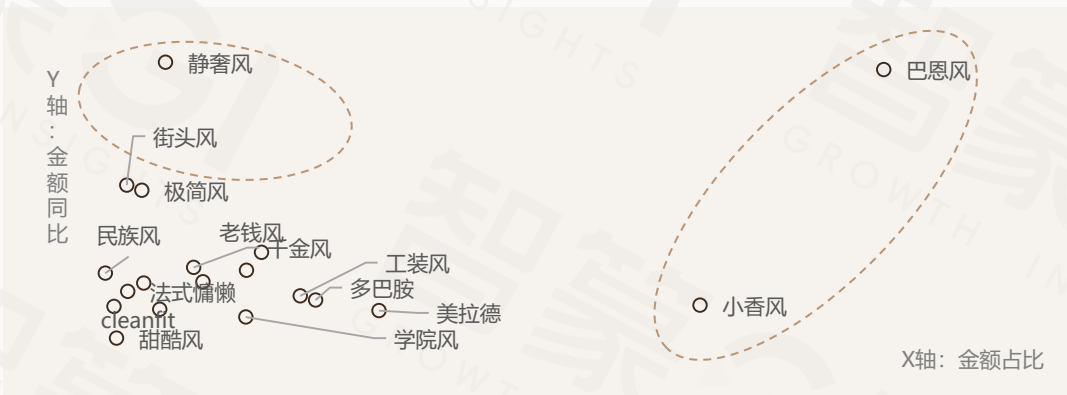
# 羽绒服 | 穿行无界，羽绒服跨越御寒工具走向审美与功能的交融时代

当保暖不再是唯一使命，羽绒服正通过廓形重塑与质感升级，完成从掩盖身材到彰显自我的华丽转身。未来，专业户外的科技力量将温柔地消融于日常情绪色彩中，让每一件暖意织物都成为跨越场景、连接感官与美学的精神表达。

## 消费者对羽绒服风格的社媒讨论互动量趋势



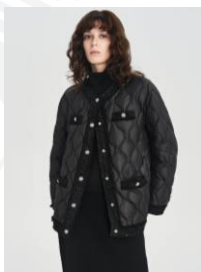
## 25AW天猫服饰羽绒风格趋势



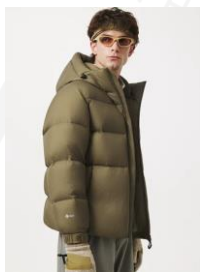
巴恩风立领羽绒服



静奢风宽松羽绒服



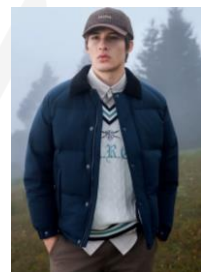
小香风绗缝羽绒服



山系羽绒服



老钱风鹅绒服



巴恩风翻领羽绒服

## 趋势研判 | 功能刚需到风格表达

### 御寒羽绒风格化



高海拔专业御寒功能与时尚美学融合

### 面料触感多元化



质感革新取代轻盈至上，触感体验搓圆升级

### 身材廓形立体化



从抹平身材转向凸显身体轮廓线条

### 色彩氛围浪漫化



色彩转向明亮轻透的治愈表达，以情绪叙事替代实用主义

### 运动元素普惠化



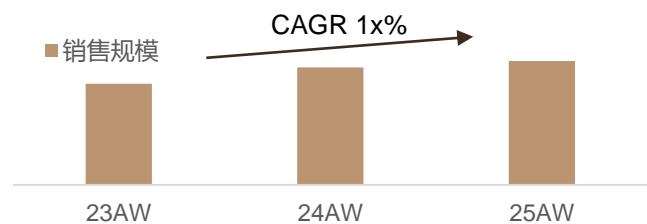
专业运动技术下放，普惠大众服饰场景

# 品类趋势 | 毛针织衫

毛针织品类凭借面料的触感优势与多元版型，在材质叙事的支撑下构建起常态化穿搭体系，稳固秋冬核心穿搭地位。审美化与实用性并重，叠加四季化穿搭趋势，持续推动该品类高质感单品的市场占有率。

## 品类销售趋势

销售规模呈现稳步上行轨迹，面料材质迭代与风格版型进阶直接作用于转化，成为支撑行业增长的核心底盘。



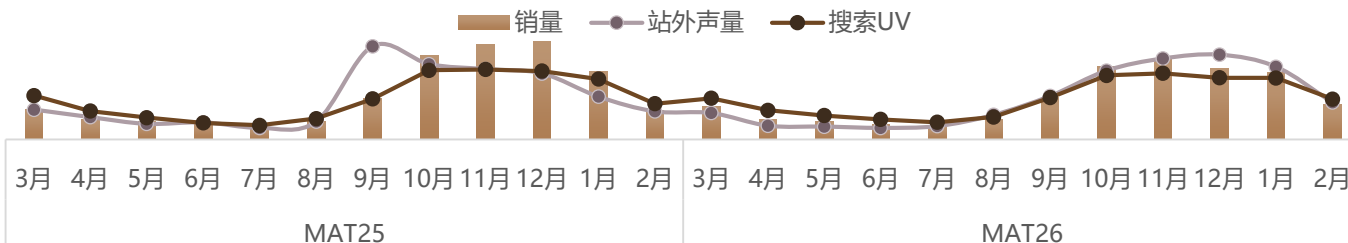
## 品类增长驱动因子

	面料材质	颜值风格
站内搜索指数	84.2	73.6
站外社媒指数	78.0	90.2

\*指数计算：基于品类属性的站内搜索热度/站外声量热度，采用线性指数法归一化处理

## 品类生命周期

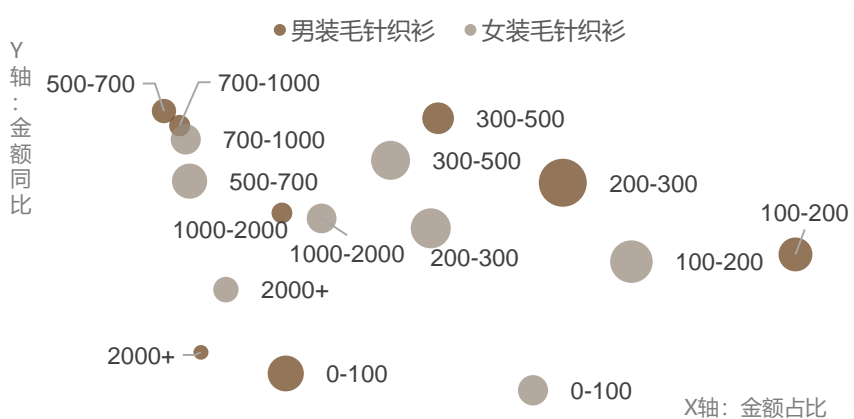
毛针织品类生命周期显著向春秋季节延长，消费节奏与搜索趋势、种草声量高度同频。



## 品类价格趋势

在维持大众价位基本盘的同时，中高端区间增长动能突出，市场正经历从基础消耗到质感溢价的消费迁移。

### 25AW天猫服饰毛针织衫价格带销售趋势



	女装毛针织衫	男装毛针织衫
主力价格带	100-200 200-300 300-500	100-200 0-100
潜力价格带	500-700 700-1000	700-1000 300-500

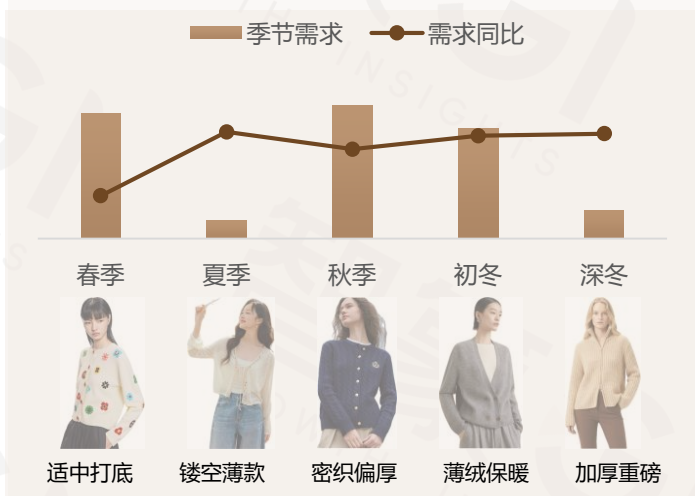
\*气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大；供需指数=购买人数占比/动销商品数占比

# 毛针织衫 | 毛针织衫兼具打底与外穿双重属性，构建触感与质感的叠穿常态

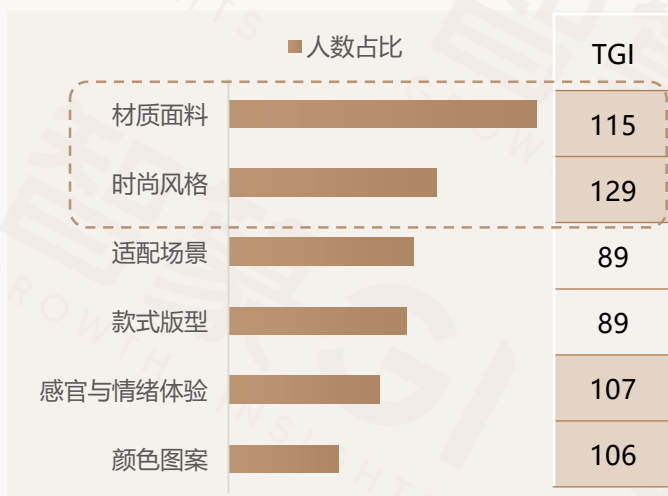
针织衫需求自夏秋衔接期崛起，四季化穿着趋势成型

针织衫品类核心穿着场景为春秋与初冬，夏秋衔接期需求凸显；材质与风格成为购买核心关注点，驱动品类需求持续扩容。

针织衫消费者穿着季节分布



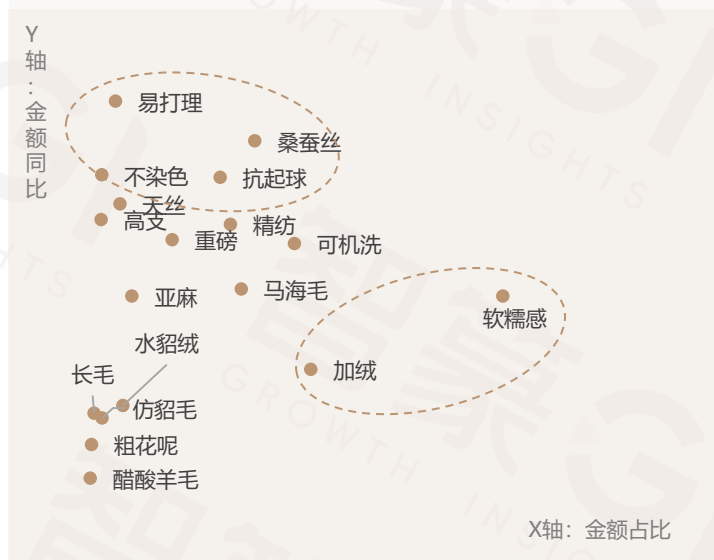
针织衫消费者购买关注点



## 毛针织衫面料呈现审美与实用双向驱动格局

毛针织衫材质市场以软糯亲肤为核心审美，易打理、抗起球、可机洗等实用属性与天然高端材质同步增长，成为品类增长双引擎。女装偏好天然轻奢材质，侧重质感与审美表达；男装则青睐功能友好型面料，兼顾保暖与易护理需求。

25AW天猫服饰毛针织衫材质面料趋势



代表材质商品



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI，TMIC问卷调研，N=1500

# 毛针织衫 | 毛针织衫以可塑性与温暖质感稳固秋冬核心单品地位

毛针织衫秋冬审美持续升级，多元风格与迭代图案共驱增长

25AW天猫服饰毛针织衫风格趋势



25AW天猫服饰毛针织衫图案销售趋势



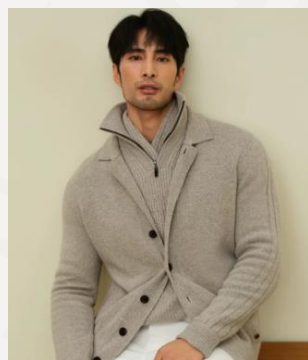
## 趋势研判 | 场景革新与感官治愈

### 跨龄多场景



打破年龄与场景边界，实现无龄感穿搭与一衣多穿，提升穿着周期与适配性

### 材质功能化



天然纤维精细化、轻量化，叠加抗菌/温控/可机洗功能，兼顾质感与实用性

### 版型轻量化



以基因版型为基础，做低成本微创新与改款迭代，降低同质化与研发成本

### 视觉溢价感



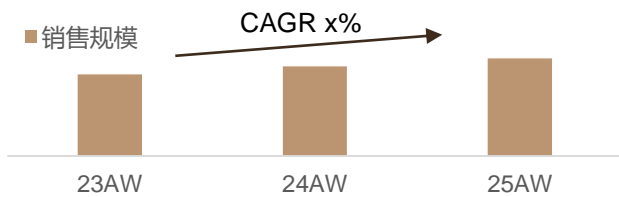
优先颜值与氛围感打造，用视觉质感提升价值感，实现平价穿出高级感

# 品类趋势 | 外套

外套品类（含短外套、毛呢外套、皮衣皮草）呈现差异化演进，在场景延伸与风格重塑驱动下形成清晰格局：短外套以松弛廓形实现场景的长效适配；毛呢外套通过剪裁重塑展现都市格调；皮衣皮草则在材质价值与风格跨界中寻求新增长。这种由款式风格驱动的维度扩张，是品类焕新的核心引擎。

## 品类销售趋势

外套品类整体表现稳健，场景多元与颜值款式升级拉动销售扩容。



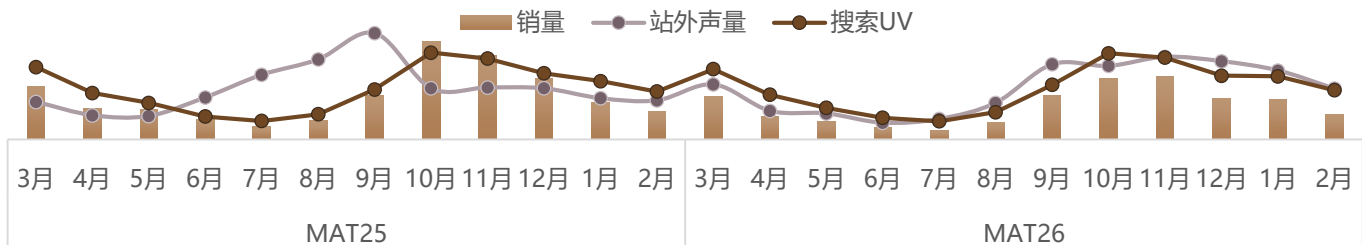
## 品类增长驱动因子

	穿着场景	颜值风格
站内搜索指数	68.5	60.0
站外社媒指数	82.5	94.6

\*指数计算：基于品类属性的站内搜索热度/站外声量热度，采用线性指数法归一化处理

## 品类生命周期

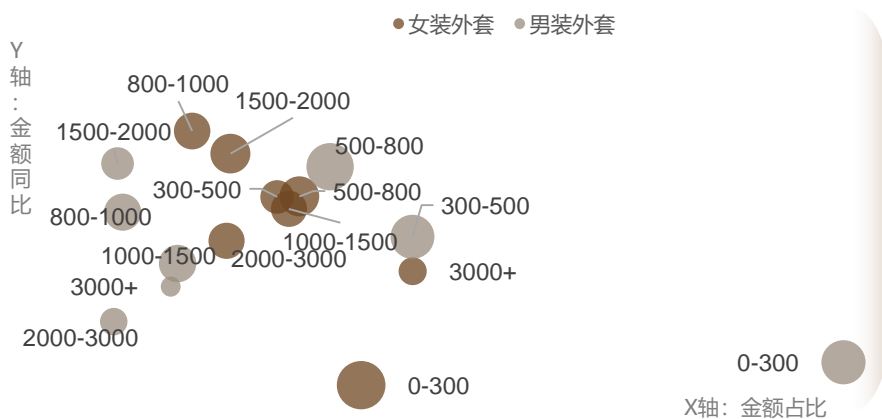
外套品类消费需求全年分布更趋平缓，前置的站外内容营销有效影响站内销售趋势。



## 品类价格趋势

外套品类价格带销售层级上移，中高端价位段增长势能显著释放，反映消费者对高附加值外套的接受度与支付意愿持续提升。

### 25AW天猫服饰外套价格带销售趋势



	女装外套	男装外套
主力价格带	0-300 3000+	0-300 300-500
潜力价格带	800-1000 1500-2000 500-800	500-800 1500-2000

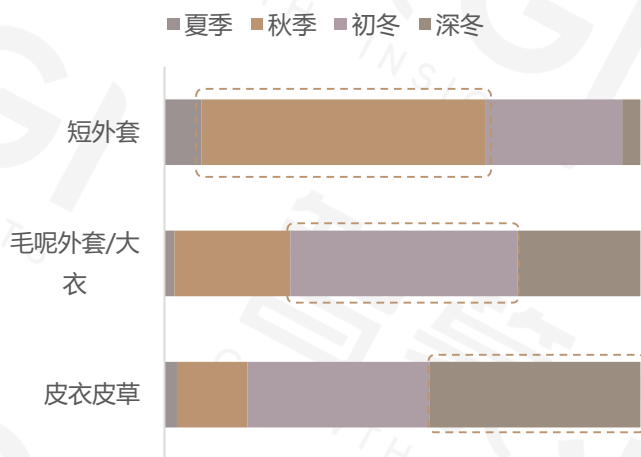
\*气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大；供需指数=购买人数占比/动销商品数占比

# 外套 | 外套品类呈现时序与用途分化，产品定位向跨场景适配和风格表达方向发展

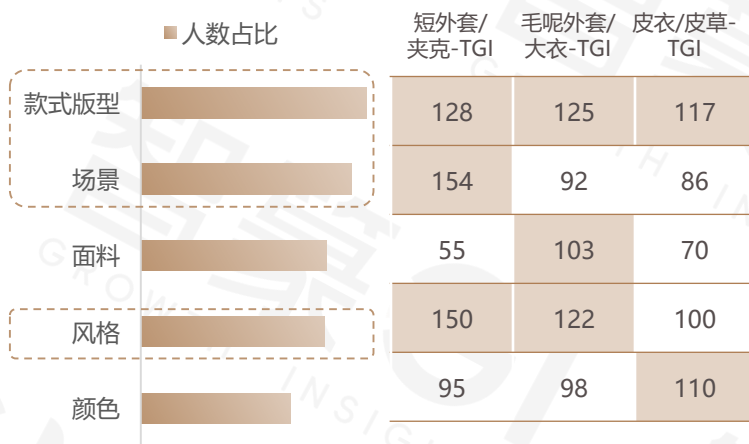
短外套是跨季刚需型外搭，毛呢皮草更重款式审美与风格

短外套的穿着需求从夏末延续至初冬，穿着时段更为漫长。毛呢大衣与皮衣皮草分别集中于秋冬与深冬场景，以款式材质和风格颜色为核心竞争力。

外套消费者穿着季节分布



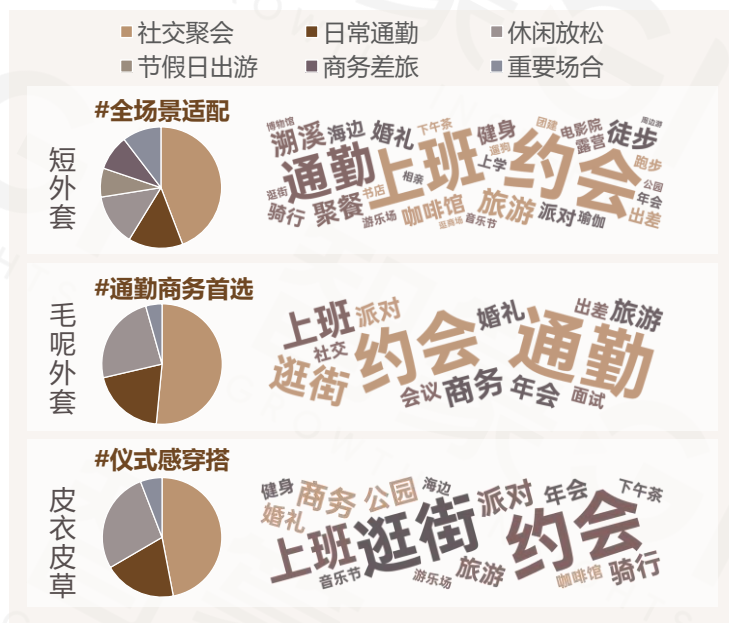
外套消费者购买关注点



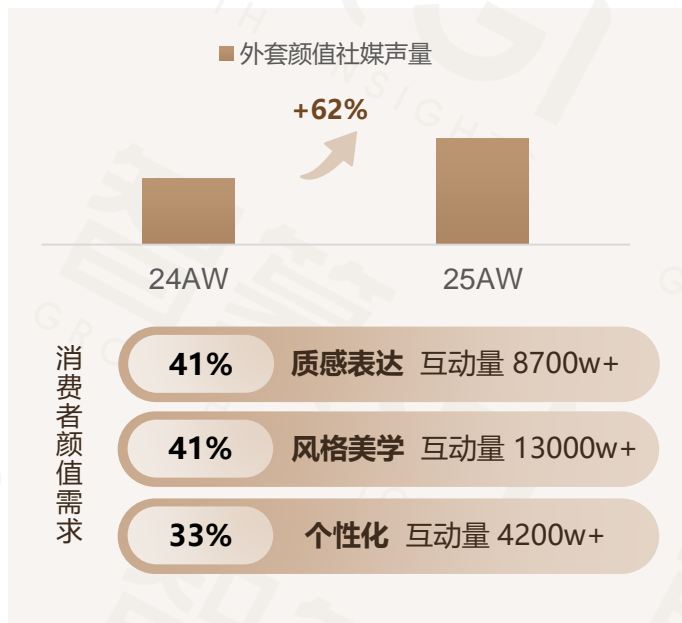
多场景穿搭需求推动外套品类审美升级

多场景穿搭需求推动外套品类审美升级，短外套灵活适配全场景，实现一衣多穿，毛呢大衣聚焦商务通勤等正式场合，皮衣皮草多在仪式感场景。消费者需求从基础保暖向颜值化迁移，核心围绕质感、风格与个性化展开。

消费者穿着不同外套 场景分布



消费者对外套品类颜值需求

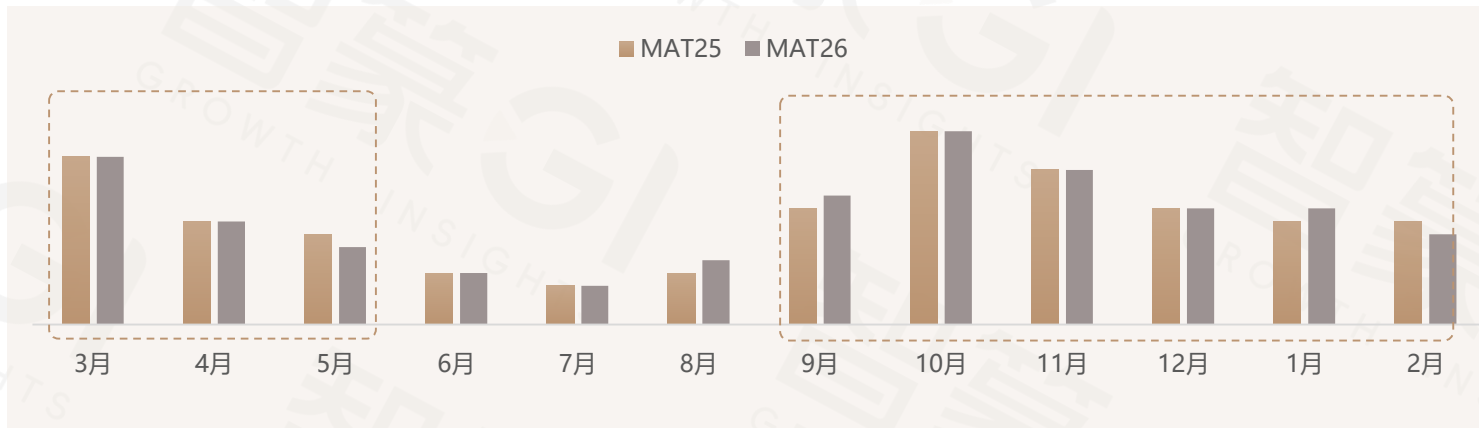


数据来源：阿里消费洞察，智篆GI，TMIC问卷调研，N=1500

# 外套 | 短外套以多元质感与松弛廓形，实现长效适配

短外套依托长季覆盖与高频复购，实现货品高效流转

MAT25-26天猫服饰短外消费者月度搜索UV分布及材质廓形偏好



	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
材质	牛仔		府绸/缎面				牛仔		羊羔毛/羊驼毛			牛仔
	纯棉	天丝/莱赛尔				梭织/针织		羊毛/针织			马海毛	
廓形	棒球服/底特律夹克		衬衫夹克				棒球服/底特律夹克/截短夹克		麂皮外套/立领外套/行政夹克			
	短款风衣		抽绳外套/工装外套				翻领外套/飞行员夹克/哈灵顿夹克/猎装夹克					

## 趋势研判 | 松弛塑形与解构重合

### 款式混搭



打破正装边界，以西装版型做混搭重组，实现多场景款式兼容

### 轻盈材质



注入运动基因，选用轻量化面料，兼顾利落版型与穿着无压感

### 经典重构



复刻复古经典版型，细节迭代重塑，老款演绎新审美

### 张力廓形



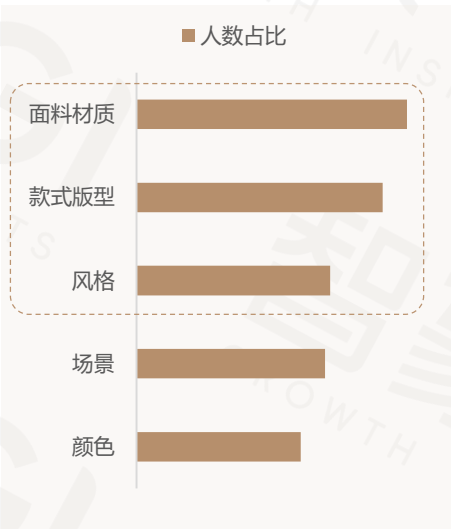
以宽松落肩与线条落差打造松弛气场，短款比例强化身形层次感

# 外套 | 毛呢外套凭借剪裁与轮廓重塑，塑造都市穿搭的克制质感与格调

毛呢外套以面料质感为核心，廓形多元赋能风格表达

消费者选购毛呢外套时，将面料质感置于决策首位，羊毛稳居主流核心材质，通过与多种纤维混纺迭代升级，呈现更优综合穿着性能；款式层面，毛呢外套的廓形兼具线条强化与柔润版型发展，既适配都市通勤，也适于日常松弛。

消费者购买毛呢外套关注点



25AW天猫服饰毛呢外套材质销售趋势



羊毛混纺代表材质及材质优点

羊毛\*天然材质：体感进阶

羊毛*羊驼	蓬松锁温，肌理感强
羊毛*蚕丝	柔滑垂顺，有光泽
羊毛*羊绒	细腻亲肤，软糯柔和

羊毛\*功能性材质：挺阔随形

羊毛*聚酯	抗皱耐穿，不易变形
羊毛*氨纶	高弹贴合，易打理

25AW天猫服饰毛呢外套款式销售趋势



数据来源：阿里消费洞察，智象GI，TMIC问卷调研，N=1500

# 外套 | 毛呢外套以肌理廓形为骨架，兼具情绪质感和多元风格

风格织就毛呢外套的情绪与审美，为秋冬穿搭注入多元表达力量

## 25AW天猫服饰毛呢外套风格趋势



### 趋势研判 | 软态建筑与守护美学

#### 材质重质化



重磅羊毛/羊绒，通过双面复合工艺实现“面料即结构”呈现面料本身的颗粒原始质感

#### 廓形建筑化



宽阔雕塑感肩线与内凹式收腰，强调身体曲线力量，用建筑感轮廓冲力量之美

#### 权利高领位



高耸立领或可翻折超大围裹领，营造面部以下皆为盔甲的既视感

#### 工艺极简化



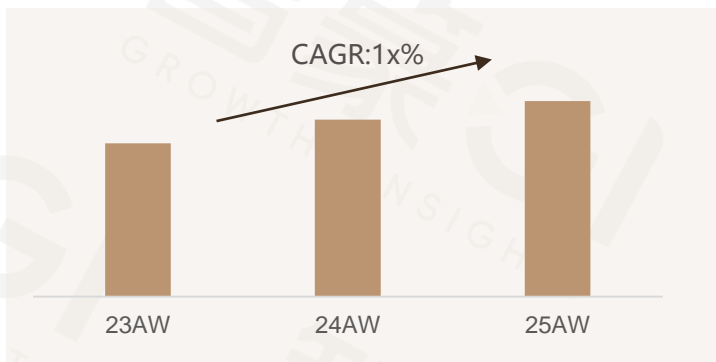
激光切割、原边外露/热熔封边，摒弃传统包边，干净无缝、现代高级

# 外套 | 皮衣皮草边界拓展，迎来材质价值与风格表达新协同

## 材质价值分化，跨界趋势驱动风格焕新

皮衣皮草市场中，天然材质占据高价值增长区间，人造材质以高性价比带动基础消费；伴随女款男穿、赛车文化等跨界趋势，品类风格从凌厉线条转向落肩松弛感，款式细节与经典版型同步焕新。

23AW-25AW天猫服饰皮衣皮草销售趋势



25AW天猫服饰皮衣皮草by材质销售与件单价趋势



25AW天猫服饰皮衣皮草款式销售趋势



25AW天猫服饰皮衣皮草风格销售趋势



### 趋势研判 | 重塑力量与质感

#### 精致剪裁化



皮衣：弱化街头棱角，小翻领塑造克制线条  
皮草：优化领型结构与短款剪裁，收敛张扬体量

#### 廓形力量化



皮衣：宽肩落肩融合松弛衣长，解放腰线束缚  
皮草：长款构筑仪式气场，短款圆润量感适配松弛穿搭

#### 材质肌理化



皮衣：历练擦色、麂皮与仿单宁质感升级  
皮草：仿生混纺绒感迭代，雾染柔化毛质层次

#### 形态跨界化



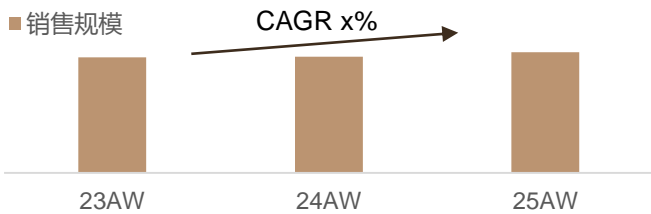
皮衣：衍生风衣、马甲、填充款多元形态  
皮草：异质材质熔接拼接，联动皮革/针织/毛呢

# 品类趋势 | 裤装

裤装品类正向比例优化与版型升级深度靠拢。通过落廓形重塑与细节视觉锚点强化日常造型感，裤装在撑起日常造型骨架的同时，也完成从实用基础款到穿搭核心单品的迭代升级；兼具质感与造型力的款式，将成为品类主流竞争方向。

## 品类销售趋势

品类销售持续爬坡，款式版型、颜值风格与面料材质为品类长期发展提供支撑。



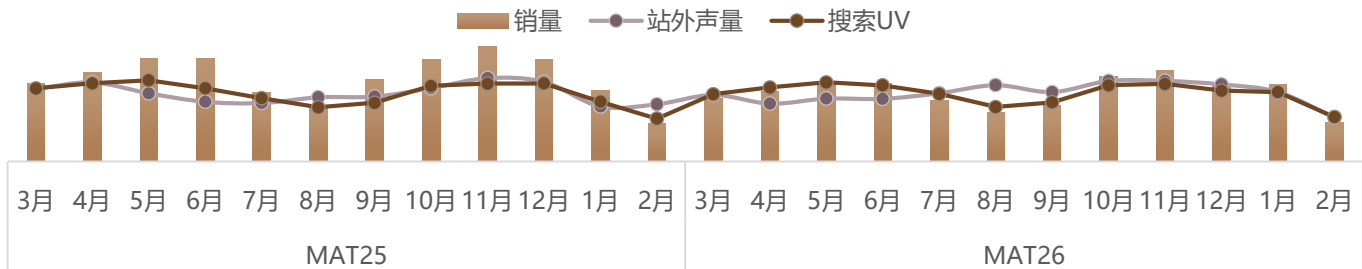
## 品类增长驱动因子

	款式版型	颜值风格
站内搜索指数	60.0	73.3
站外社媒指数	95.0	95

\*指数计算：基于品类属性的站内搜索热度/站外声量热度，采用线性指数法归一化处理

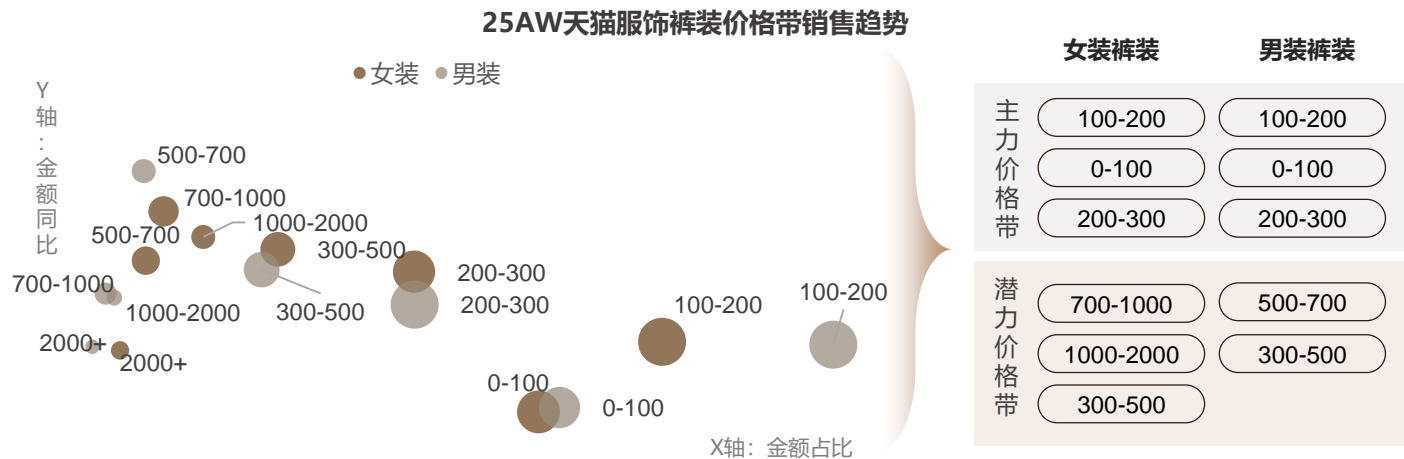
## 品类生命周期

裤装需求释放相对平稳，销售周期跨度大，展现出极强的长线销售属性。



## 品类价格趋势

核心消费区间向上偏移的趋势明显，尤其在高价位段，市场需求表现活跃，整体客单中枢上移。



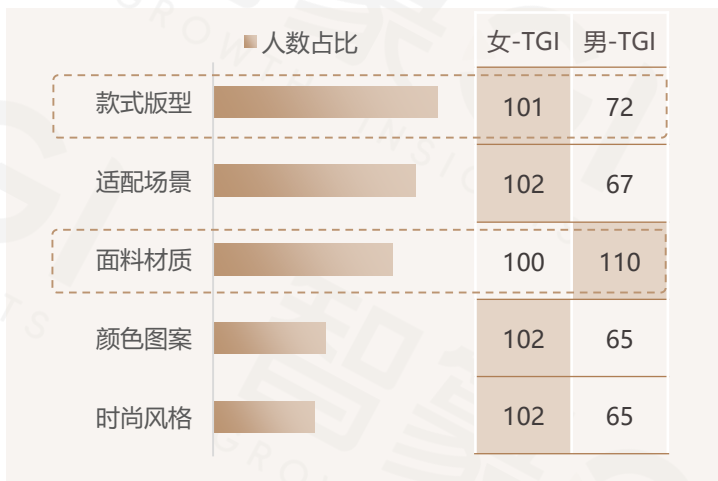
\*气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大；供需指数=购买人数占比/动销商品数占比

# 裤装 | 裤装视觉优化需求进阶，比例线条和版型质感同步升级

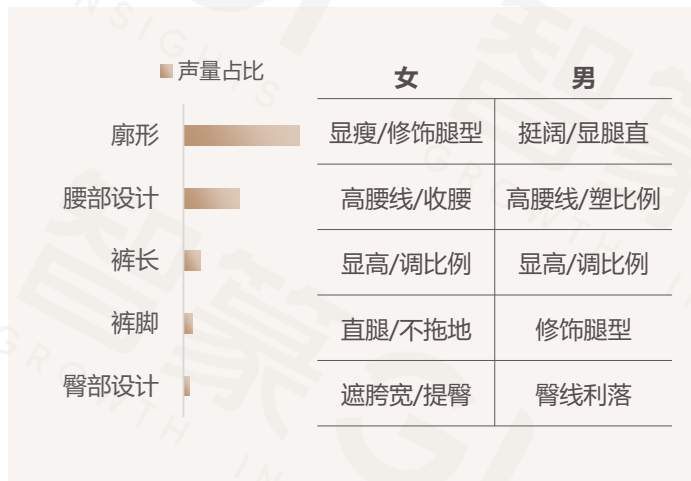
裤装消费者对于身材比例重塑与线条修饰的需求持续精细化

裤装品类价值向视觉优化迁移，社媒关于裤装视觉优化的讨论声量同比增长57%；女性追求线条流畅匀称，实现显瘦直腿和比例协调的效果，男性则喜欢通过廓形和线条打造利落感。

裤装消费者购买关注点



消费者对裤装款式版型视觉需求精细化



裤装版型向柔性线条与利落廓形双向升级，且兼具宽松化与垂坠感

25AW天猫服饰女装裤装款式趋势



25AW天猫服饰男装裤装款式趋势



数据来源：阿里消费洞察，智象GI，TMIC问卷调研，N=1500

# 裤装 | 裤装质感表达提升，以面料肌理和廓型结构撑起日常造型骨架

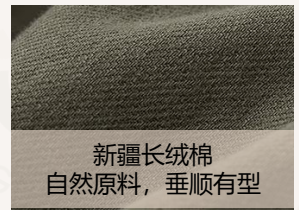
## 裤装材质呈现高端质感与实用功能并行趋势

垂坠感与肌理感材质如醋酸、羊毛等快速增长，推动裤装向精致化、场景化进阶；基础材质如牛仔、纯棉也持续迭代，兼顾舒适与塑形表现。

25AW天猫服饰裤装材质趋势



代表材质



## 趋势研判 | 秩序张力与精裁情绪

### 材质记忆抗皱化



高支羊毛混纺记忆纤维，叠加天丝/大麻生物基材质，兼顾骨感垂坠与透气舒适

### 廓形比例重塑化



夸张体积感裤型与细长微锥裤并行；7/9分裤适配都市通勤，行走无舒服

### 结构隐形机能化



置调节扣与隐形口袋，极简外观下实现活动自由与实用收纳

### 细节视觉锚点化



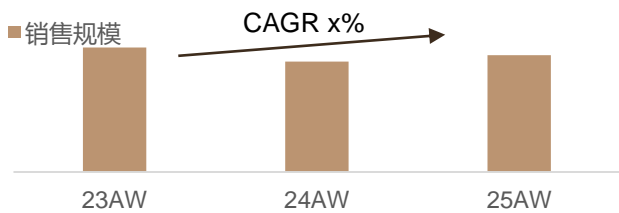
以裤管中心刀锋褶线 / 侧缝极细明线为视觉锚点，强化纵向延伸感

# 品类趋势 | 时装鞋

时装鞋在场景边界的模糊中寻求风格与舒适的动态平衡，兼顾日常通勤、轻社交、轻户外等多元场景。消费端进阶需求集中在跨季实穿性与经典元素的现代转译上，场景需求的持续精细化将驱动品类价值持续向上跃迁。

## 品类销售趋势

时装鞋销售规模在波动中上涨，场景精细化与版型风格的丰富化是核心驱动因子。



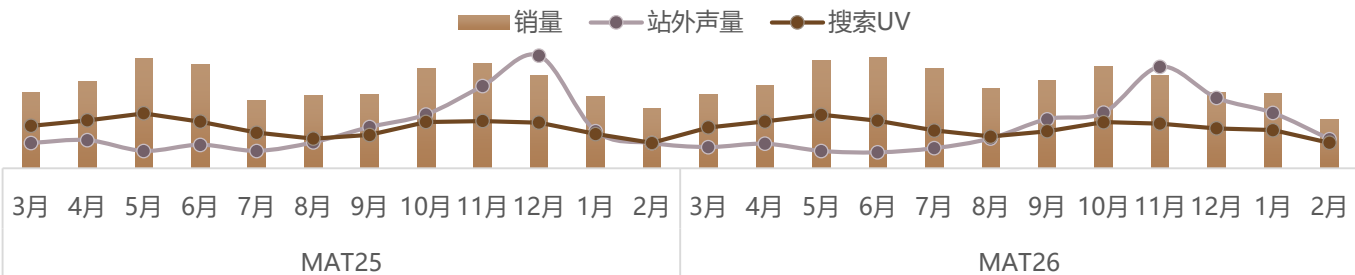
## 品类增长驱动因子

	穿着场景	颜值风格
站内搜索指数	62.6	70.7
站外社媒指数	71.1	77.0

\*指数计算：基于品类属性的站内搜索热度/站外声量热度，采用线性指数法归一化处理

## 品类生命周期

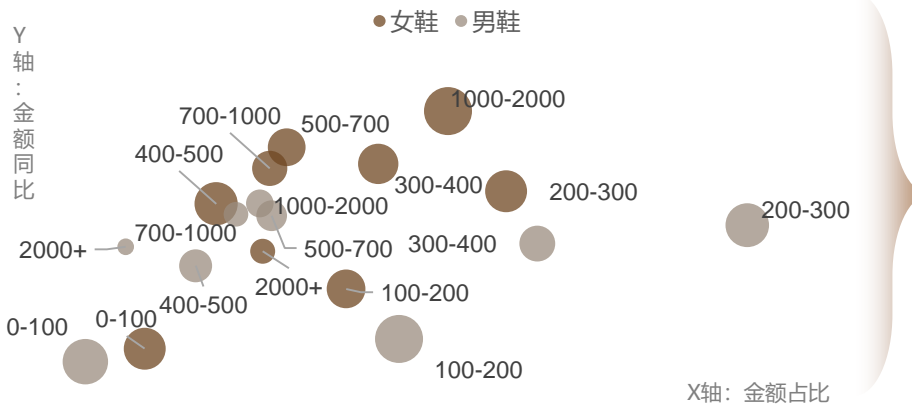
时装鞋品类消费节奏由相对剧烈波动转向均衡分布，跨季适配性增强延长了产品的黄金销售窗口。



## 品类价格趋势

大众市场竞争激烈，中高价位段的增长潜力持续凸显，展现出广阔的蓝海增量空间。

### 25AW天猫服饰时装鞋价格带销售趋势



	女鞋时装鞋	男鞋时装鞋
主力价格带	200-300	200-300
	1000-2000	300-400
	100-200	100-200
潜力价格带	700-1000	1000-2000
	500-700	500-700

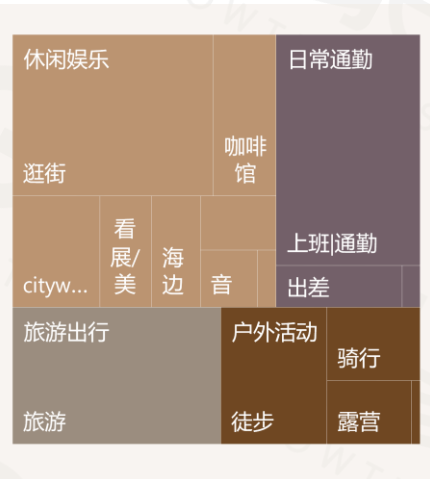
\*气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大；供需指数=购买人数占比/动销商品数占比

# 时装鞋 | 步履焕新，时装鞋跨越场景边界实现风格与舒适的平衡

## 时装鞋场景需求精细化，鞋履风格价值持续凸显

时装鞋消费场景持续精细化拆分，消费者场景化穿搭的风格诉求大幅提升，场景下风格讨论热度同比增长超120%，助力多元风格鞋类销售稳步上扬；兼具氛围感与造型感的款式势头强劲，成为市场增长核心亮点。

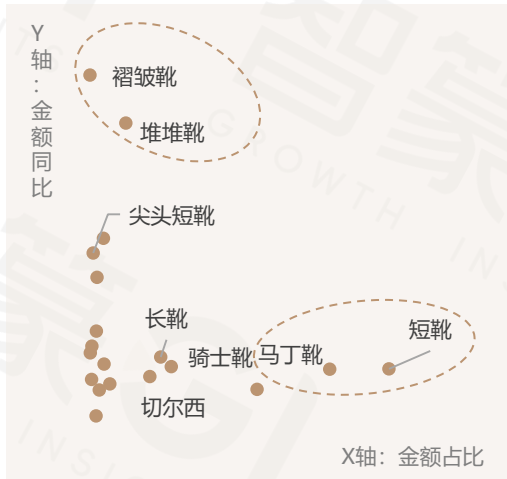
### 时装鞋消费者消费场景分布



### 25AW天猫服饰时装鞋风格趋势



### 25AW天猫服饰时装鞋款式趋势



## 趋势研判 | 跨季焕新与经典共生

### 跨季适配

春夏热门鞋款不落幕，通过材质加厚、结构升级、风格重塑，延长生命周期，实现“一鞋穿三季”



芭蕾鞋缎面/绒面/加绒迭代



高跟质感升级适配秋冬气场



穆勒厚底/绒里保留松弛感

### 松弛廓形

告别紧绷束缚，以自然廓形呼应松弛生活态度，软线条更具高级时装感



松垮长筒靴  
宽松筒围，自然褶皱，随性不贴腿



柔化骑士靴  
简化五金线条干净厚底加持

### 经典持续

经典鞋款持续领跑，在极简与复古中升级，保持百搭属性与长期流行度



乐福鞋  
极简厚底与复古双线进化



德比鞋  
厚底弱化严肃感，雕花提升复古质感

### 风格融合

正装与休闲边界消融，一双鞋适配通勤、出街、混搭多重造型



厚底乐福/德比刚柔平衡



高跟休闲化  
舒适低跟，弱化强势感



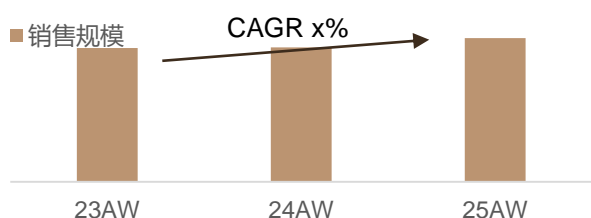
鞋底运动化  
机能底+时装廓形

# 品类趋势 | 休闲鞋

休闲鞋品类的核心将持续围绕实穿主义与审美修饰展开，通过复古元素与轻量机能的融合焕发销售活力。品类的突破点在于如何通过特色单品来实现塑形美感与审美修饰的结合，在稳固基础穿着盘的同时，通过风格跨界开辟新的增量赛道。

## 品类销售趋势

休闲鞋整体市场规模稳步扩容，品类销售额平稳上行。



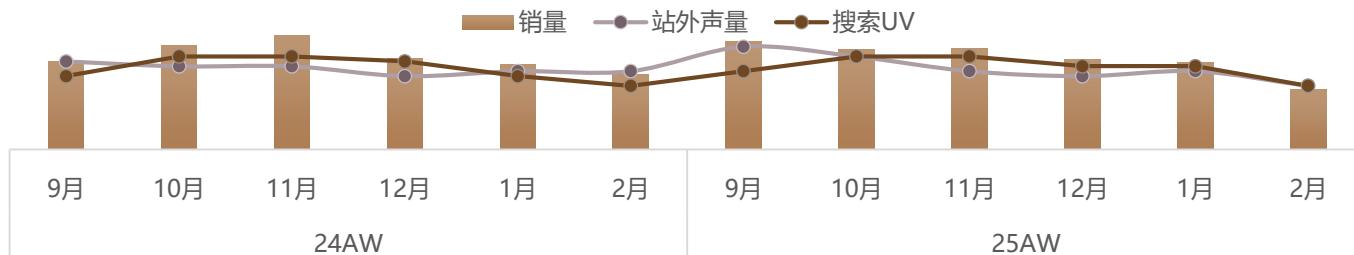
## 品类增长驱动因子

	穿着场景	款式版型
站内搜索指数	60.0	67.2
站外社媒指数	73.9	84.2

\*指数计算：基于品类属性的站内搜索热度/站外声量热度，采用线性指数法归一化处理

## 品类生命周期

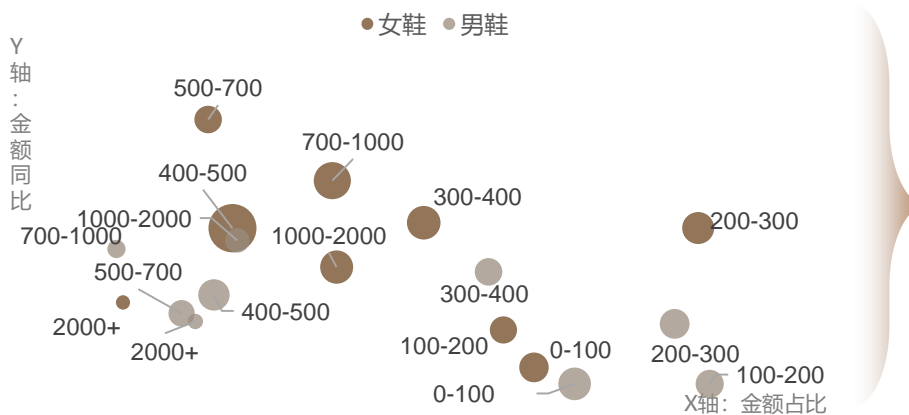
休闲鞋品类呈现出明显的旺季前探趋势，早秋阶段即形成规模化放量，并维持长周期的销售热度。



## 品类价格趋势

中高价位赛道展现出极佳的销售潜力，市场对差异化特色单品的溢价认同也在快速攀升。

### 25AW天猫服饰休闲鞋价格带销售趋势



	女鞋休闲鞋	男鞋休闲鞋
主力价格带	200-300 300-400 100-200	200-300 100-200 300-400
潜力价格带	500-700 700-1000 400-500	700-1000 1000-2000

\*气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大；供需指数=购买人数占比/动销商品数占比

# 休闲鞋 | 休闲鞋市场从基础实穿到款式迭代，结构性焕新打开细分增量市场

## 休闲鞋需求聚焦款式进阶，实穿体验与塑形美感

休闲鞋经典款依旧稳居消费主力，但市场已告别浅层改款微调，转而从鞋型结构、功能细节与美学设计维度进行深度迭代，以高辨识度的特色单品，撬动差异化增量市场。

### 消费者购买休闲鞋关注点及讨论热词



### 消费者关于休闲鞋款式的讨论热词



### 25AW天猫休闲鞋款式趋势



## 趋势研判 | 风格材质双曲线迭代

### 精细化复古主义

以90s运动/街头经典为蓝本，全品类向怀旧复刻靠拢



**德训鞋：**同色同质 / 同色异质传达色彩一致性美学，坚固简约搭配



**阿甘鞋：**上世纪为跑步训练缔造的鞋履经被时尚化改造



**华夫底板鞋：**简洁线条+舒适材质生动诠释松弛复古

### 运动风向跨界

一双带有运动风格的休闲鞋拥有多场景穿梭的气定神闲，众多运动感设计跃然鞋上



鞋底支撑部分额外增厚，以实际运动方式触发，提升久穿适足舒适度



快穿鞋带系统点缀鞋履运动风格



流畅线条+舒适网面使得鞋履轻量化提升

### 穿着边界拓展

打破运动与时装/正式边界，实现一鞋多场景适配



**德训鞋：**芭蕾风拼接拓宽搭配空间，皮质商务改良适合商务场景



**板鞋：**Dunk系中性化配色，无性别穿搭适配



**勃肯鞋：**配饰叠加与可拆卸，趣味性提升，迎合情绪疗愈消费

### 材质多元化

材质所呈现的视觉和触感变得更为丰富



彩色多材质拼接，视觉层次丰富



动物纹理鞋面，点亮秋冬整体搭配



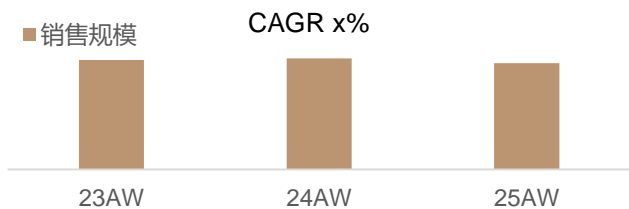
毛绒质地满足秋冬穿着舒适度兼具时髦感

# 品类趋势 | 保暖品类

保暖赛道整体运行态势平稳，产品力升级与场景多元需求成为行业核心增长动力。消费端升级趋势显著，中高端质感品类渗透提速。面料研发同步进阶，天然珍稀材质与功能性科技面料双向融合发展，保暖单品突破单一御寒属性，实现质感、功能、地域适配的全方位升级。

## 品类销售趋势

保暖品类销售规模整体稳健，材质迭代、功能升级与场景拓展是核心增长动力。



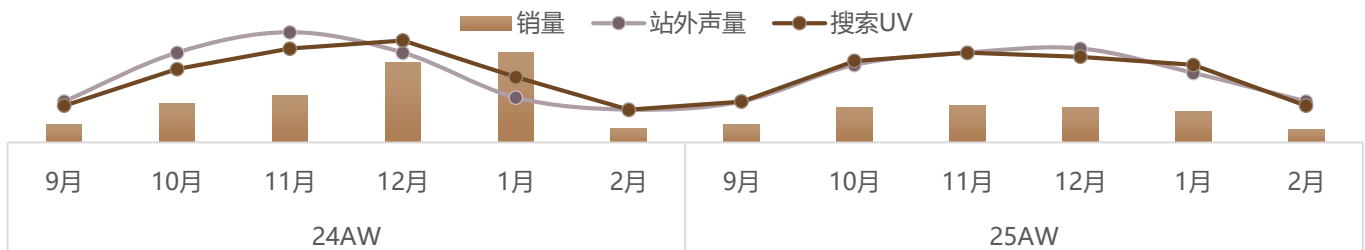
## 品类增长驱动因子

	面料材质	款式版型
站内搜索指数	93.7	70.3
站外社媒指数	70.5	71.9

\*指数计算：基于品类属性的站内搜索热度/站外声量热度，采用线性指数法归一化处理

## 品类生命周期

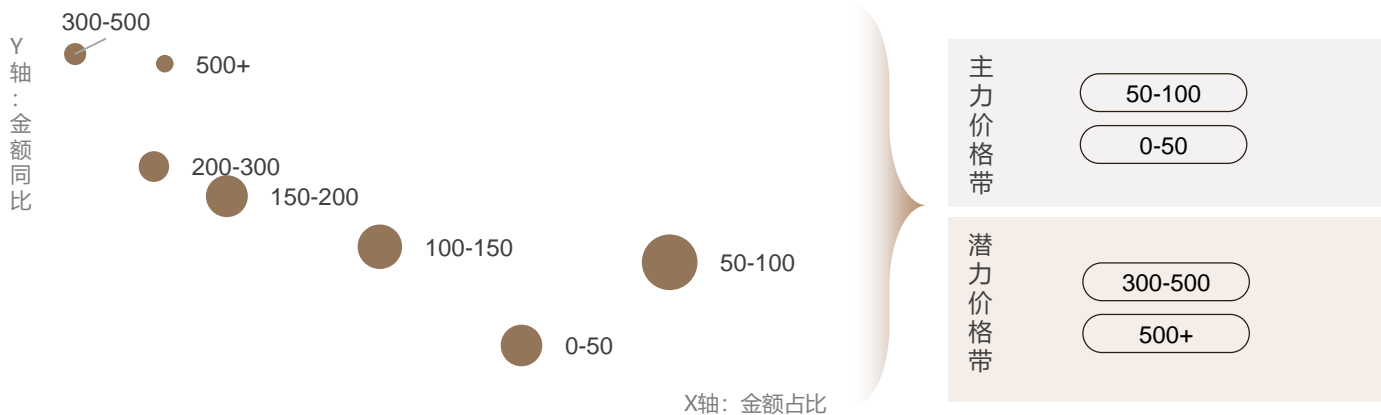
保暖品类在24秋冬销售高度集中在12月-1月，25秋冬成交节奏更为均衡，消费者逐渐提前购置。



## 品类价格趋势

平价刚需市场仍居主导，高客单品质产品接受度持续提高。

### 25AW天猫服饰保暖品类价格带销售趋势



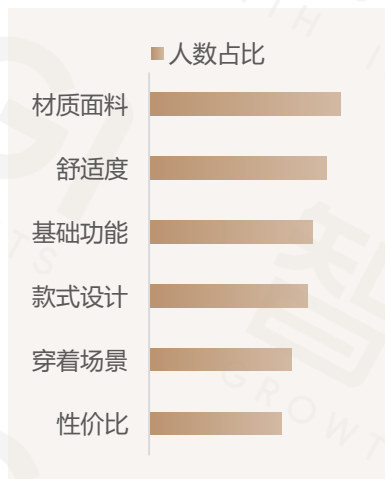
\*气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大；供需指数=购买人数占比/动销商品数占比

# 保暖 | 保暖产品材质向天然高端与功能科技迭代，南北功能需求呈现地域差异

## 材质舒适为决策重心，保暖面料向天然高端与科技创新方向升级

消费者将材质面料与舒适度列为保暖产品购买的首要决策因素，纯棉与棉绸稳固基本盘，天然高端材质增速亮眼，同时自发热、轻暖恒温、护肤保湿等创新功能材质持续拓展高附加值场景。

### 消费者购买保暖产品关注点



### 25AW天猫保暖产品面料材质趋势



### 保暖产品材质迭代升级

**内层贴身赛道：主动发热+复合养护**  
以中空发热、远红外蓄热技术实现高效锁温，融合玻尿酸等护肤因子

**外衣科技赛道：智能控温+动态防护**  
通过光转热能、动态暖芯系统及3D立体管状填充结构，实现高倍锁温与透气排汗、拒水功能

**高端差异化：天然材质+黑科技重塑**  
将山羊绒、桑蚕丝等天然蛋白材质与“小羽绒”创新结构结合

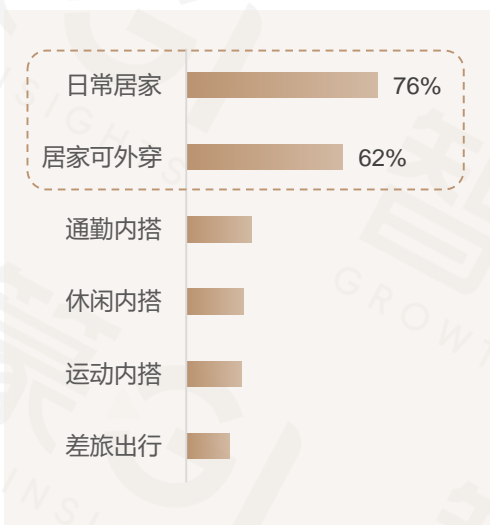
## 保暖为核心基础功能，场景向兼具居家与可外穿方向延申，活力柔和色系驱动增长

保暖仍是消费者选购的核心基础功能，北方消费者关注抗寒静电，南方看重抗菌与抗湿冷；越来越多的消费者愿意为居家可外穿场景购买新品。

### 南北方消费者对保暖产品功能需求



### 消费者为哪些穿着场景购买保暖产品



### 保暖产品颜色趋势



数据来源：阿里消费洞察，智象GI，TMIC问卷调研，N=1500

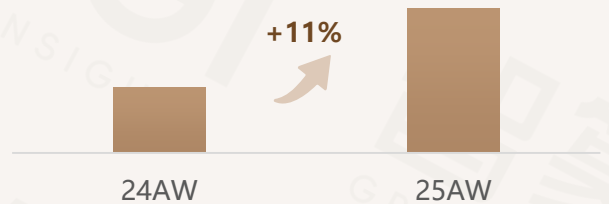
# 保暖 | 围巾/袜子/帽子风格化显现，趋于朴拙趣味与优雅知性

围巾/袜子/帽子从功能刚需转向个性风格载体

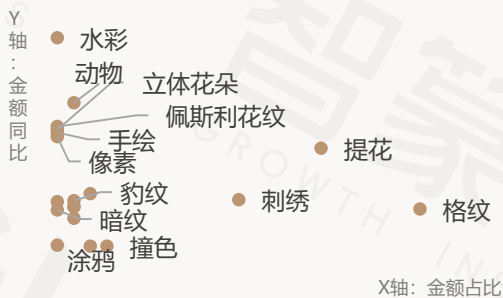
保暖配饰品类消费者关注点



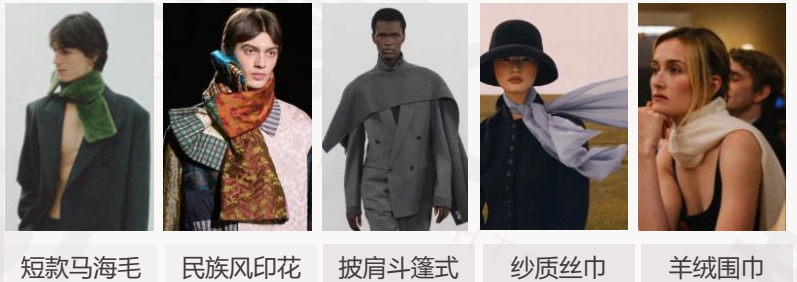
社媒保暖配饰品类“风格”讨论声量



25AW天猫 围巾 品类款式图案销售趋势



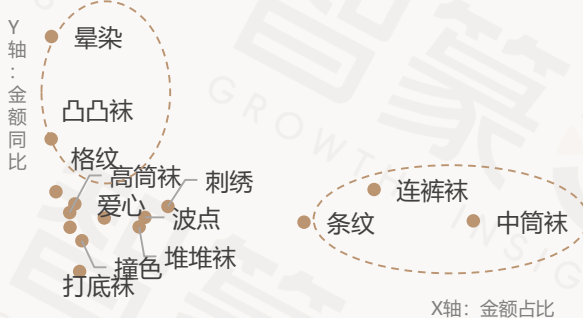
保暖配饰正围绕 朴拙趣味 优雅知性 双线共生



25AW天猫 帽子 品类款式图案销售趋势



25AW天猫 袜子 品类款式图案销售趋势



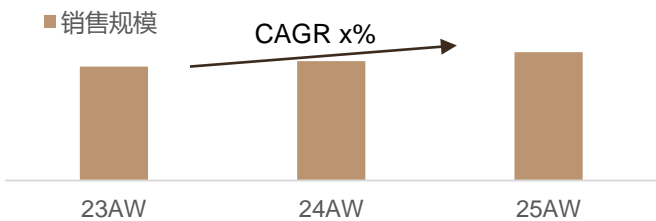
数据来源：阿里消费洞察，智篆GI，TMIC问卷调研，N=1500

# 品类趋势 | 家居服

家居服销售规模增长稳健，面料材质、颜值风格与款式驱动行业增长。生命周期来看，家居服品类消费需求持续存在，进入9月后需求增长显著。价格带集中在集中0-200元区间，中高端区间增长潜力突出。

## 品类销售趋势

家居服品类销售规模连续逐年扩容，行业增长动力由面料材质、颜值风格与款式驱动。



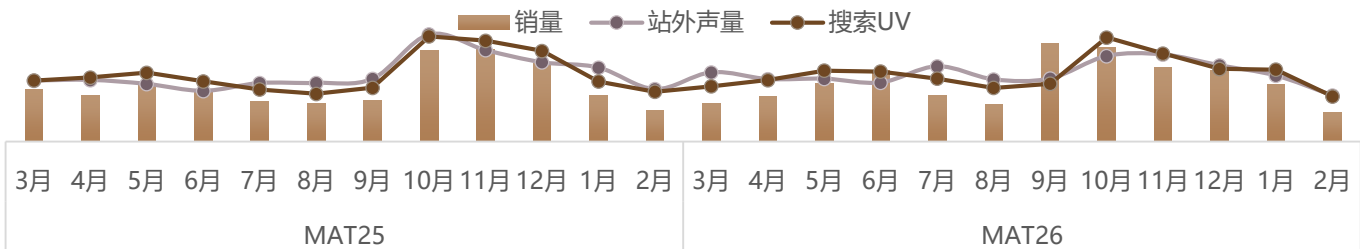
## 品类增长驱动因子

	面料材质	颜值风格
站内搜索指数	95	85.5
站外社媒指数	60	66.7

\*指数计算：基于品类属性的站内搜索热度/站外声量热度，采用线性指数法归一化处理

## 品类生命周期

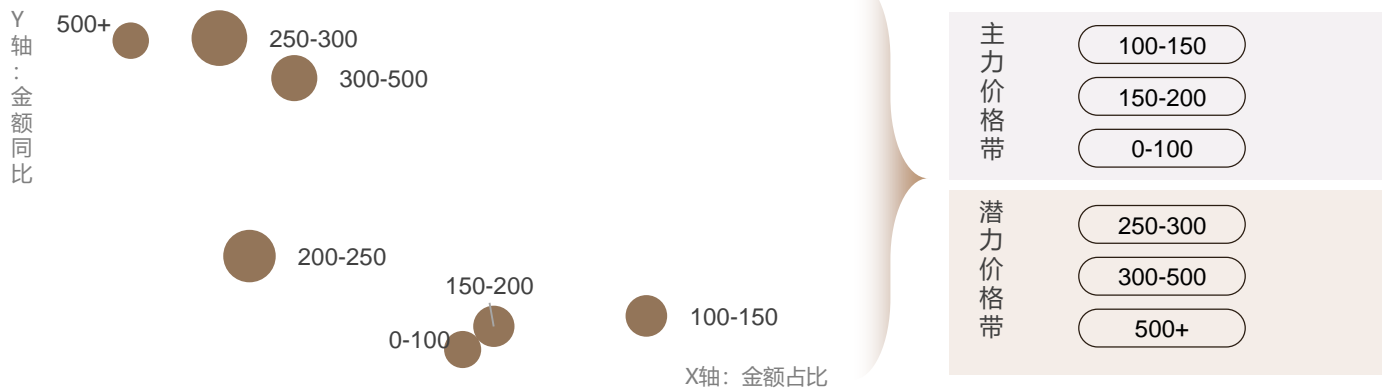
家居服作为全天候生活场景刚需，整体需求不受季节大幅波动影响，换季期会有需求高峰。



## 品类价格趋势

家居服主力消费集中0-200元价格带，250-300元、300-500元与500+区间增长潜力突出

### 25AW天猫服饰家居服价格带销售趋势



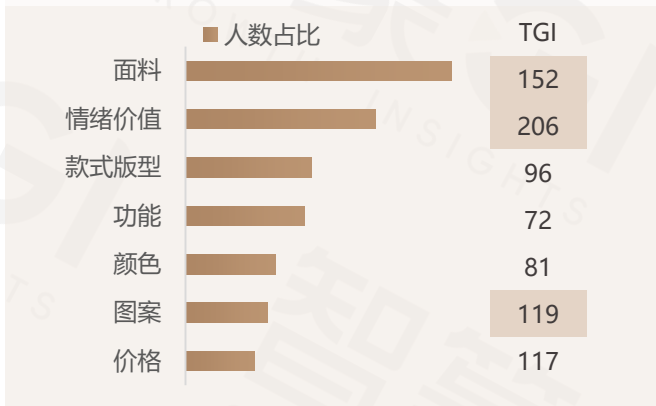
\*气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大；供需指数=购买人数占比/动销商品数占比

# 家居服 | 面料材质承载情绪价值，消费者需求从基础保暖向亲肤质感升级

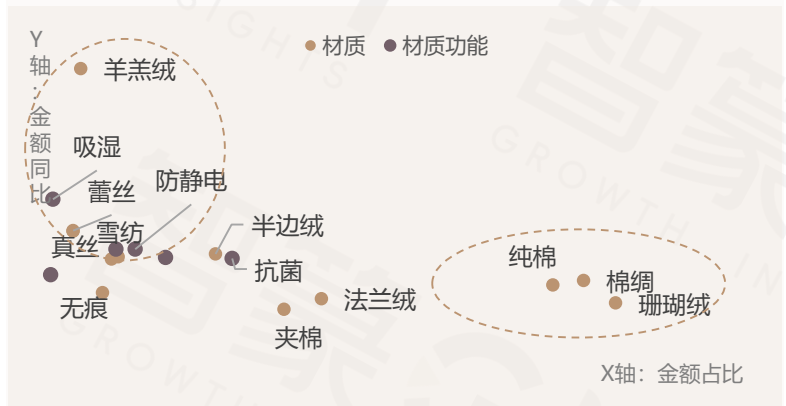
家居服消费者核心关注面料，面料质感带来的情绪价值在社媒讨论热度持续走高

消费者购买家居服时，会从面料质感来获得情绪满足，如舒适、松弛、治愈感等。消费者的需求也从基础保暖向亲肤质感升级。

家居服消费者购买关注点



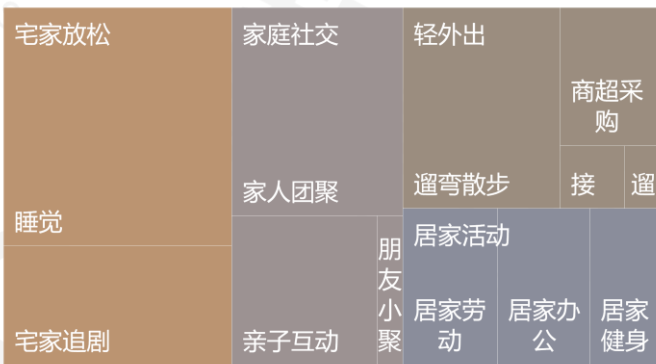
25AW天猫服饰家居服材质销售趋势



## 家居服穿着场景 由宅家向多元生活场景外延，驱动风格化升级

居家办公、邻里出行与家庭社交等场景渗透，打破家居服宅家穿着的传统边界，消费者需求从单一舒适向风格表达进阶。

25AW 家居服穿着场景分布



25AW天猫服饰家居服风格销售趋势



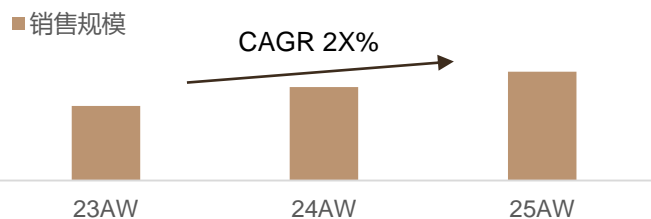
数据来源：阿里消费洞察，智象GI，TMIC问卷调研，N=1500

# 品类趋势 | 包袋

包袋品类销售稳步增长，受面料材质、款式版型和颜值风格驱动。销售节奏分布平均。核心与潜力价格区间为中高价格带。

## 品类销售趋势

包袋品类销售规模稳健增长，面料材质、款式版型与颜值风格为主要驱动。

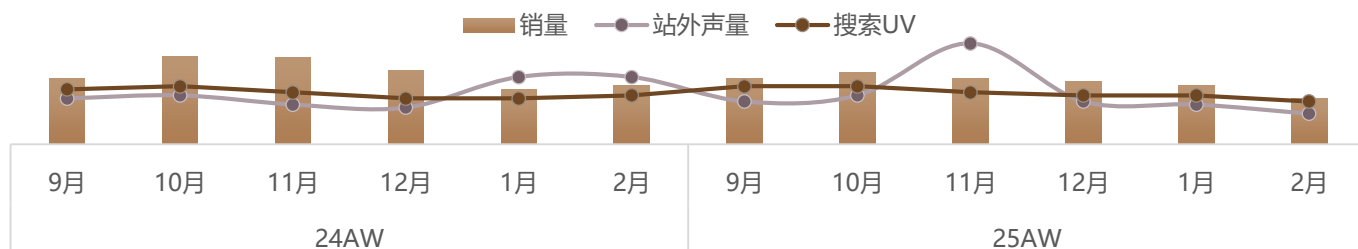


## 品类增长驱动因子

	面料材质	颜值风格
站内搜索指数	79.3	76.5
站外社媒指数	92.2	70.8

## 品类生命周期

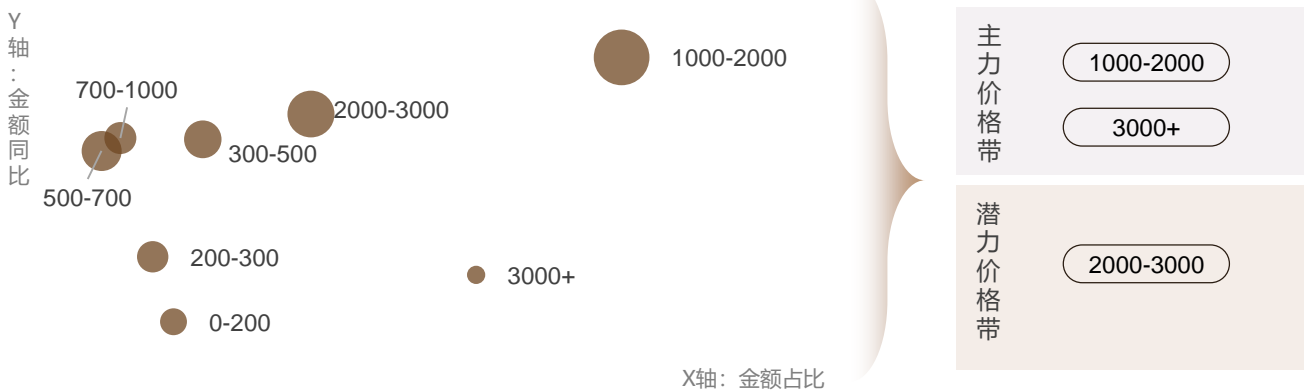
包袋消费节奏分布平均，25秋冬在大促期有显著站外讨论峰值。



## 品类价格趋势

天猫包袋品类核心与潜力区间为1000-2000元中高价格带，其次3000+区间占比高，2000-3000元供需潜力大。

25AW天猫服饰包袋价格带销售趋势

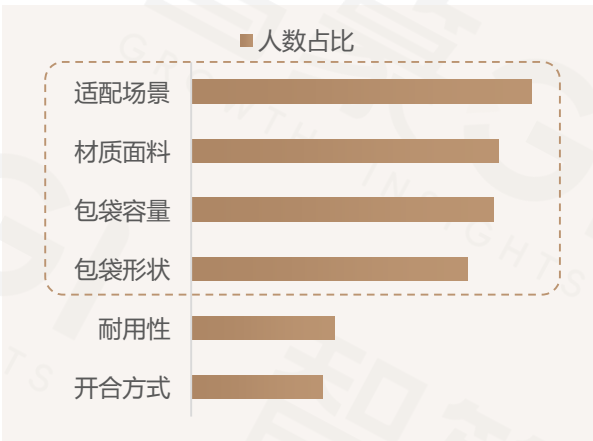


\*气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大；供需指数=购买人数占比/动销商品数占比

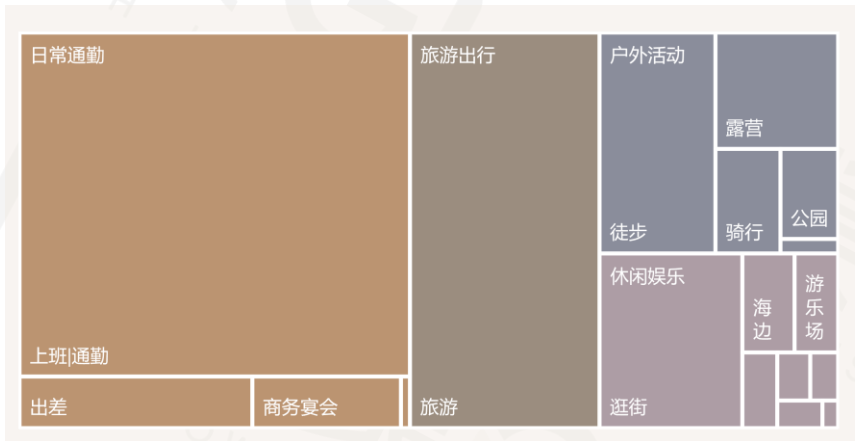
# 包袋 | 多元场景需求牵引，包袋品类开启质感化与轻量化新周期

适配场景为核心购买因素，覆盖通勤与休闲多元需求

包袋消费者购买关注点

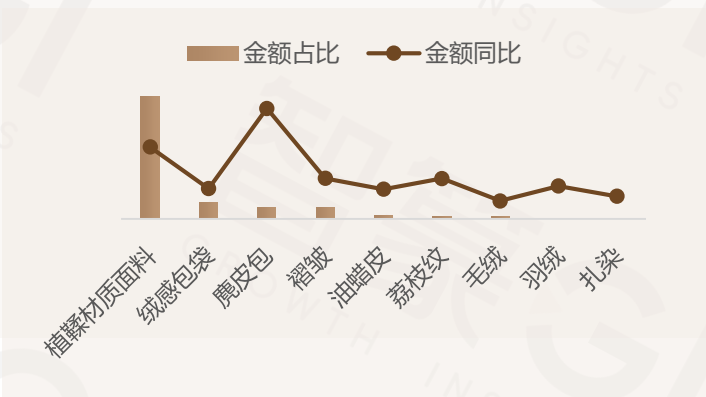


包袋消费者使用场景分布

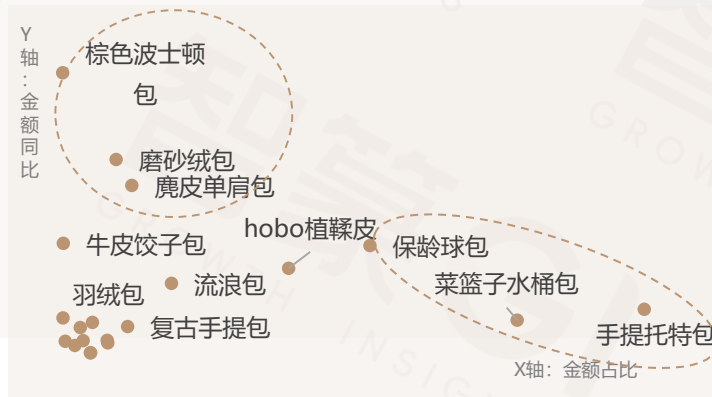


植鞣材质占据核心份额，麂皮、绒感材质增长较快，复古松弛款式为销售主力

25AW天猫服饰包袋面料材质销售趋势



25AW天猫服饰包袋款式销售趋势



## 趋势研判 | 复古新生与轻量升级

### 长柄 East-West

横向廓形搭配加长手柄，兼顾随性垂坠感与通勤背负实用性



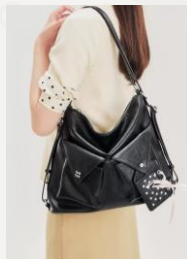
### 超大翻盖托特

放大托特包体量，增设加盖结构，扩容收纳同时提升造型完整度与密封性



### 多口袋手提包

分层外置多口袋设计，兼具功能性层次感与工装氛围感



### 经典新生

沿用复古包袋原型，在轮廓、细节与材质上迭代重构，适配当代穿搭审美

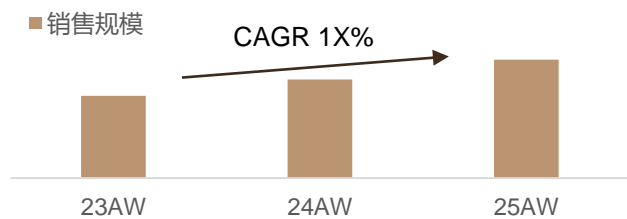


# 品类趋势 | 眼镜

眼镜品类销售规模稳步提升，品牌力、款式与颜值驱动行业增长。主力消费集中100-200元和300-500元，中高端区间增长潜力突出。

## 品类销售趋势

眼镜品类销售规模逐年稳步增长，增长动力来自品牌力、款式与颜值风格。

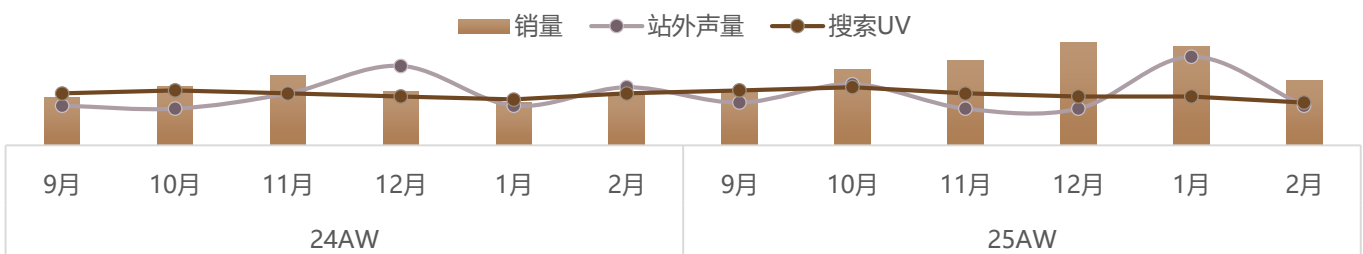


## 品类增长驱动因子

	品牌力	材质
站内搜索指数	76.8	89.2
站外社媒指数	95	63.6

## 品类生命周期

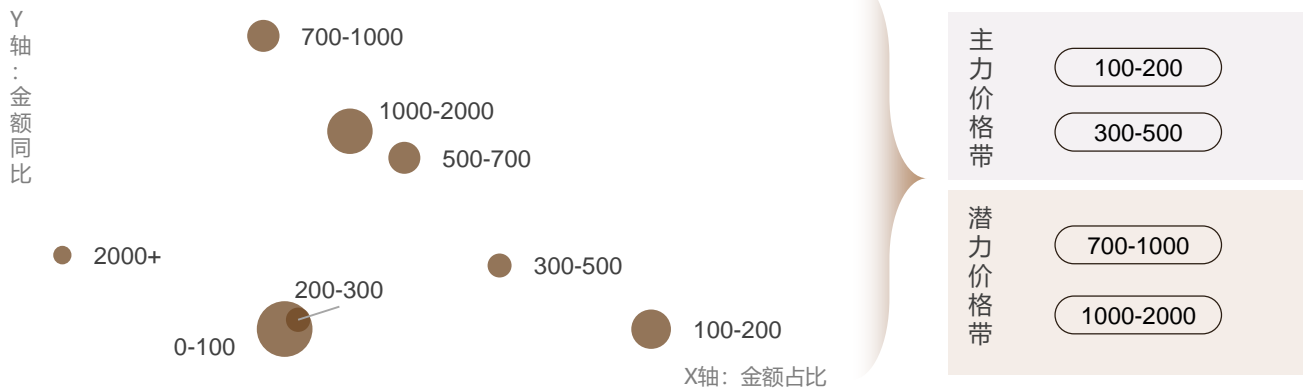
眼镜品类销售分布相对平稳，在12月-1月出现小波峰，且同期站外讨论热度较高。



## 品类价格趋势

眼镜品类主力消费集中100-200元和300-500元，700-1000元中高端区间增长潜力突出，1000-2000高顿端市场供需机会显著。

### 25AW天猫眼镜品类价格带销售趋势



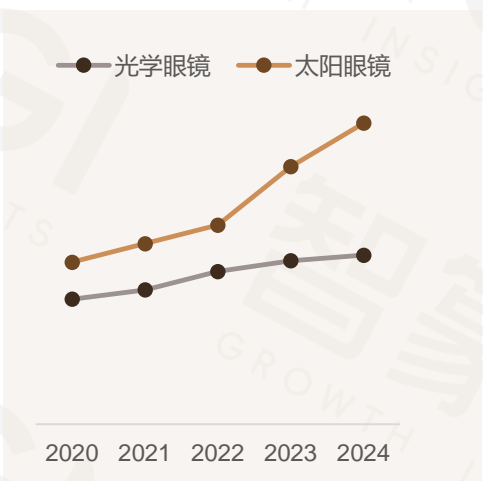
\*气泡大小：供需指数，气泡越大需求越旺盛，供给机会越大；供需指数=购买人数占比/动销商品数占比

# 眼镜 | 天猫平台稳居线上眼镜消费核心阵地，品牌心智深度渗透，装饰化需求引领增长

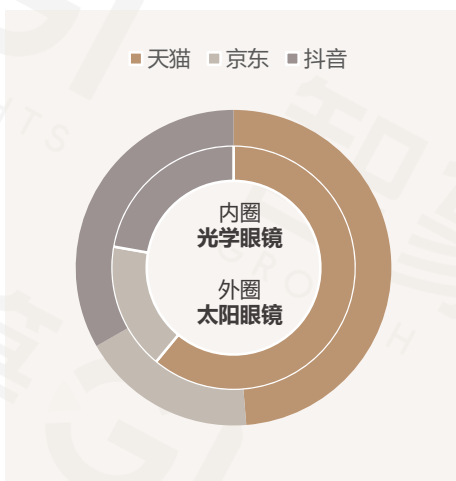
## 眼镜品类线上渗透持续深化，天猫强势领跑眼镜品类增长

天猫平台稳居眼镜品类线上平台首位，市场份额超50%；细分赛道增长逻辑分化，光学眼镜靠人均件数增长拉动，太阳眼镜依托件单价增长扩容。

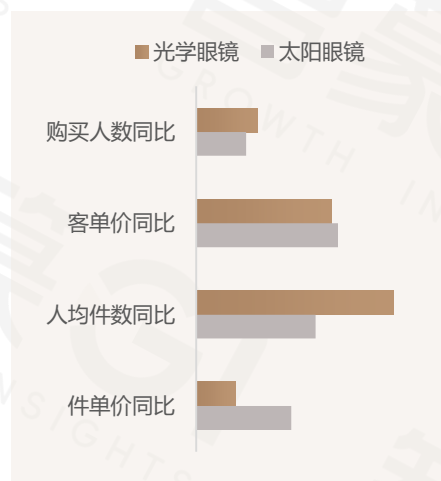
2021-24眼镜品类线上渗透趋势



MAT26眼镜品类线上渠道金额分布

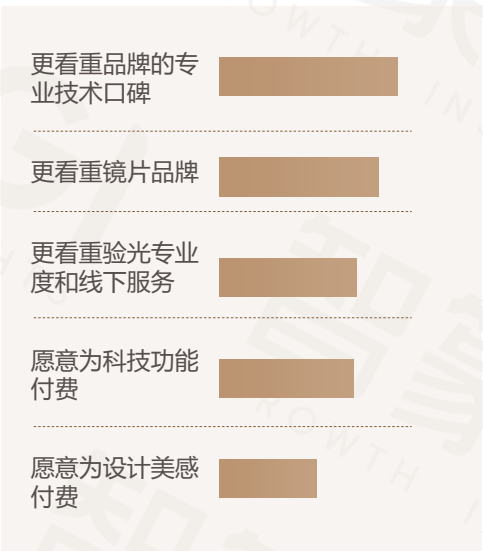


光学眼镜消费者购买关注点

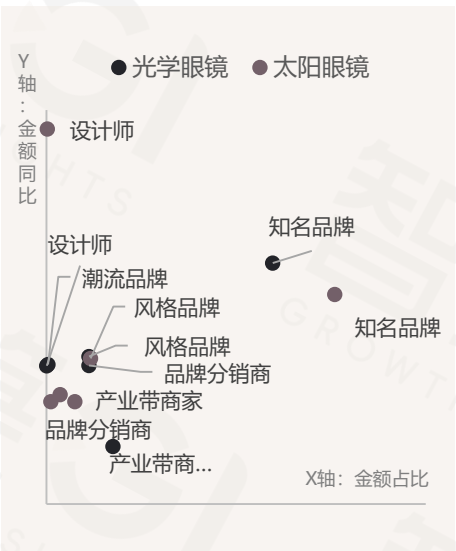


眼镜品类消费由品牌认知主导，知名品牌与设计师品牌双线增长，同时从功能工具转向面部配饰

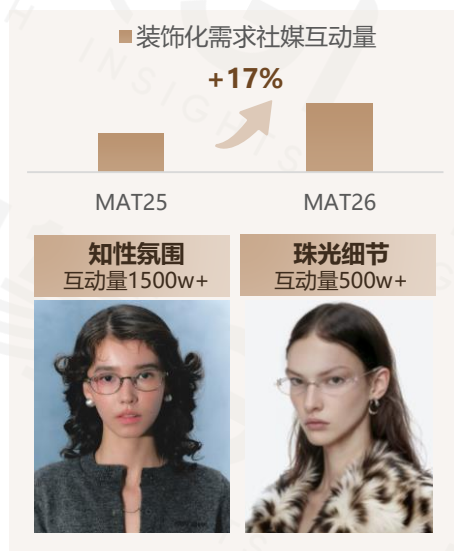
25AW天猫眼镜品类消费者购买关注



25AW天猫眼镜品类不同类型品牌销售趋势



眼镜品类装饰化需求增长



数据来源：阿里消费洞察，智篆GI，TMIC问卷调研，N=1500



×

智篆GI

×



天猫新品创新中心

PART

03

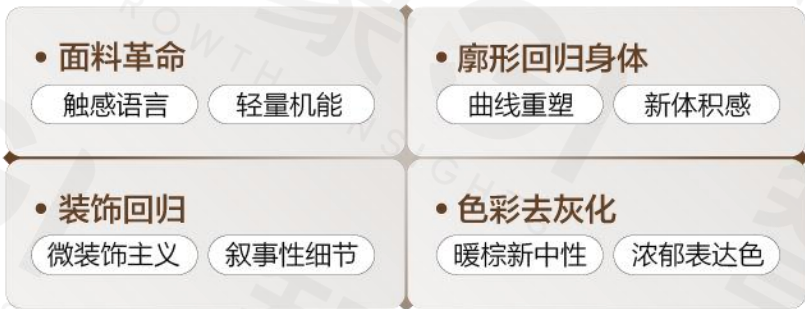
# 26AW服饰 风格趋势发布

2026 A/W  
INDUSTRY TREND  
WHITE PAPER



# 从克制到表达

在留白与叙事之间 构建时装语言

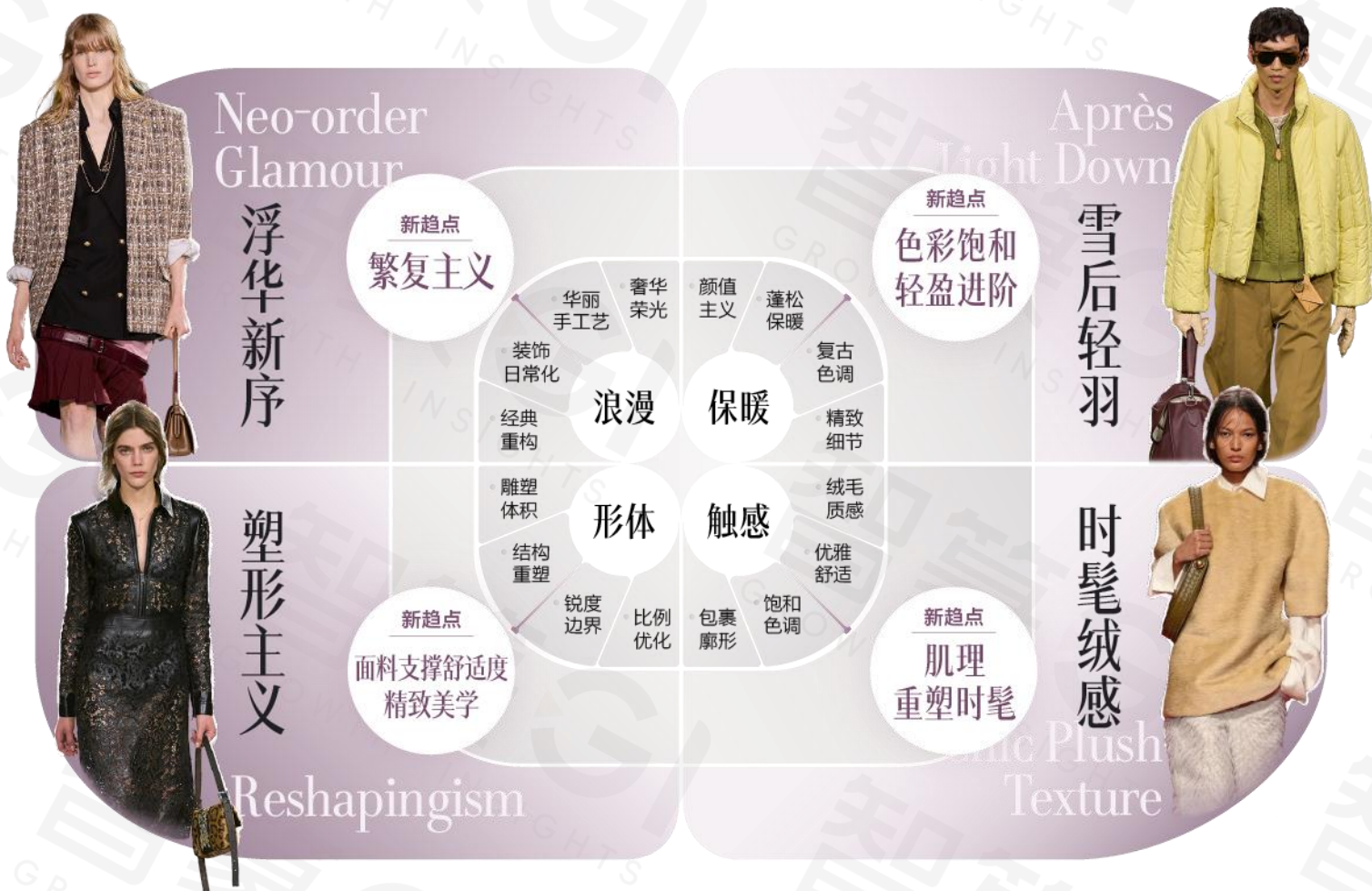


2026 秋冬，时尚界正式落笔“质绪共生”的美学新篇。消费者更愿意投资兼具质感、实穿性与情绪价值的单品，人们重新渴望被看见，但要求以更高级的方式被看见。

本季设计在经典基底上进行渐进式升级。雕塑感肩线与利落廓形构筑力量骨架，高质感面料晕染情绪温度，浓郁表达色打破冬日沉闷，精准的叙事性装饰则赋予单品超越实用的灵魂。

服装市场中兼具实用与情感张力的趋势轮廓显现，26年秋冬演化出四大成熟多元风格趋势。依托灵活的风格延展性，各品牌都能找到契合自身基因的发力点，打造带有独特品牌印记的趋势单品，在这场秋冬审美迭代中抢占先机。

## 趋势大线索



# Neo-order Glamour

## 浮华新序

### 趋势解读

华丽材质与装饰语言作为核心叙事主线，将隆重仪式感与日常穿搭深度融合重构。克制精准的手法铺陈提花、丝绒与精密刺绣，让经典奢华元素在日常廓形中重焕新生。始终以装饰的日常化为内核，在舒适实穿的基底之上，打造出兼具视觉张力与实用的全新时装表达。

奢华荣光 | 华丽手工艺 | 装饰日常化 | 经典重构

# 26SS秀场趋势解析

## 形色质解读 ▽

### 关键款式

**上衣** 蕾丝拼接打底衫、花呢廓形夹克、茧型大翻领毛呢大衣、低腰连衣裙、格纹短夹克、阔版宽大西装、装饰风衬衫、撞色格纹大衣、中长款风衣皮夹克、光泽西装外套、格纹翻领外套、波点家居服

**下装** 阔腿西裤、高腰锥形裤、格纹直筒西裤、低腰线半裙

**鞋配** 尖头宽筒靴、编织结构乐福鞋、复古装饰猫跟鞋、复古小圆形墨镜、彩色大框墨镜、编织面料斜挎包、单柄信封包

### 关键材质&元素

复古丝绒、缎面光泽、蕾丝薄纱、层次褶皱、立体蝴蝶结、刺绣钉珠、复兴领型、结构感梭织、多元荷叶边、腰带装饰、不对称下摆



复古丝绒 | 刺绣钉珠 | 层次褶皱 | 复兴领型

### 关键色彩

以荷荷巴色、轮廓灰、奶油白、黑色蕾丝等经典中性色为核心基调，融入酒红、深紫、深钴蓝等高饱和浓郁深色点睛，平衡华丽感与日常适配度，尽显旧日荣光的复古奢华底蕴。



# 风格解析

## 关键子风格拆解

当权力着装不再被性别、身份与场景所束缚，跳脱了原版进攻型女性着装的单一框架，以更包容多元的姿态，将奢华洋裁面料、利落精裁工艺与经典实穿的廓形融为一体，更借由回归的低腰设计与解构拼接手法打破正装与日常的边界，最终呈现出一种不刻意却自带气场的着装态度。



# 01

## 新权力剪裁

# 格纹新编

对时装经典设计元素的温柔重译，我们从格纹、复古花卉、粗花呢、宫廷元素、波西米亚民族元素等经得住时光的设计基因里提取内核，以尺度重构、轻量化处理、跨界融合的手法，撕碎经典的固化标签与场景桎梏，让曾经的仪式感符号，褪去隆重，成为能融入日常、拥有呼吸感的鲜活时装表达。



# 02

## 风格空间与热度

媒体互动趋势 7799万 高讨论话题



# 新贵族风  
互动量 6,304万



# 秋冬极繁叠叠乐  
互动量 5,677万



# 鎏金岁月  
互动量 1,347万



# 维多利亚浪漫主义  
互动量 543万

淘内搜索趋势 449万+  
高浏览搜索关键词

上衣 冬季连衣裙 蕾丝连身短裙 丝巾 半裙 黑色连衣裙 白色连衣裙 吊带 衬衫 短裙 吊带 手表连衣裙 阔腿裤 包 毛衣 内衣 蕾丝内搭 睡衣 打底内搭 皮裙 百褶裙 蕾丝打底衫 女包 西装裤 气质一整套 A字半身裙 出席重要场合的裙子 礼服裙 大衣 打底衫 裤子 半身裙 礼服包 臀裙 马甲 花苞裙 漂亮套装 牛仔裤 旗袍 吊带裙



以复古格纹、丝绒光泽与蕾丝刺绣构筑浪漫形态，  
结合缎面柔滑与粗花呢肌理的质感碰撞，  
于复古与现代、精致与松弛之间，演绎华丽浪漫的  
秋冬优雅叙事。



# Chic Plush Texture 时髦绒感

## 趋势解读

当秋冬穿搭愈发看重内在的情绪共鸣，柔软亲肤的绒感材质成为载体，借由包裹感廓形与柔和暖调色彩，在兼顾秋冬保暖刚需与高级质感的同时，为日常穿搭赋予了兼具温度、体面与情绪疗愈力的松弛内核。

绒毛质感 | 优雅舒适 | 饱和色调 | 包裹廓形



# 26SS秀场 趋势解析

## 形色质解读 ▽

### 关键款式

**上衣** 轻量化羊绒半高领毛衫、软糯镂空斜纹毛衫、流动感针织连衣裙、精致双排扣毛呢大衣、毛领呢大衣、烟囱领大衣、边缘流苏绒感毛衫、绒感工装夹克、撞色口袋毛衫、绞花肌理毛衣、撞色珊瑚绒套头家居服

**下装** 厚实羊毛七分裤、精纺格纹休闲裤、经典直筒牛仔裤、量感半裙、针织裤袜

**鞋配** 撞色工装靴、皮毛一体马丁靴、毛绒乐福鞋、毛绒芭蕾舞鞋、毛绒玛丽珍、尖头装饰堆堆靴、针织Hobo包、软皮手拿包、细条马海毛围巾、懒人蝴蝶结短围巾

### 关键材质&元素

经典羊绒、超柔纱线、蓬松圈绒、环保皮草、低绒皮草、杂色花纱、异材拼接、结构撞色、视觉混搭、闪光珠片、精致五金、原生感粗针、变幻绞花、立体刺绣、衣摆层次



超柔纱线 | 原生感粗针 | 异材拼接 | 精致五金

### 关键色彩

以适配毛绒、灯芯绒等绒感面料的暖棕大地系、柔暖米白为核心底色，辅以低饱和的橄榄绿、紫檀红、中世纪蓝做细节提亮，跳出传统美拉德穿搭的同质化困局，诠释出兼具疗愈感与设计张力的秋冬色彩美学。



# 风格解析

关键子风格拆解

## 饱和叙事

### 01

锚定2026/27秋冬四大时装周中性色主导、情绪色点缀的核心色彩逻辑，单品色彩趋势以黑、灰与深棕构建稳固的秋冬基底，强化结构与实穿属性，低饱和与浅调与柔和暖色调加深渗透，弱化整体对比，本季新增浆果色、橄榄绿等高饱和和情绪色精准提亮，通过同色系材质差异丰富层次，为传统暖棕系秋冬穿搭提供了全新设计思路。



### 02

## 疗愈保暖

承接 2026/27 秋冬时装周高级感从视觉转向触感体验的核心风潮，聚焦泰迪熊毛绒、不同色调与卷曲度的羊皮毛、舒适羊绒、柔软皮毛一体等强触感面料，搭配包裹感松弛廓形与低饱和暖棕色系，将秋冬保暖刚需与情绪疗愈属性深度融合，完成美拉德穿搭从色彩搭配到质感体验的体系化升级。

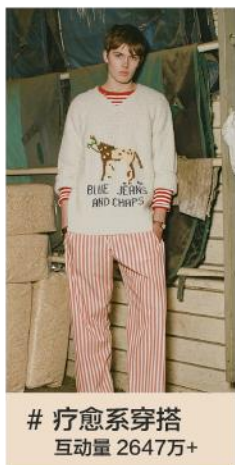


## 风格空间与热度

媒体互动趋势 7622万+ 高讨论话题



# 时髦毛绒系  
互动量 8266万+



# 疗愈系穿搭  
互动量 2647万+



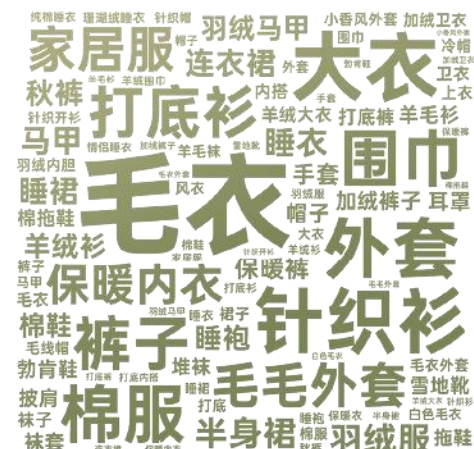
# 冬天就是要毛茸茸  
互动量 2512万+



# 精致绒感  
互动量 1027万+

淘内搜索趋势 590万+

高浏览搜索关键词





# 穿搭公式&趋势单品

以绒感肌理、大毛领与绞花针织为核心，融合羊绒羊毛与皮毛一体的材质碰撞，平衡慵懒廓形与利落线条，诠释温暖绒感的秋冬质感。



# Après Light Down 雪后轻羽

## 趋势解读

冬季保暖单品不再局限于基础款，经典廓形搭配多元面料拼接、细节设计，用不同材质的肌理碰撞赋予羽绒服全新的时装表达，让它从寒冬的御寒工具，蜕变为秋冬穿搭里的颜值主角。

颜值主义 | 蓬松保暖 | 复古色调 | 精致细节

# 26SS 秀场 趋势解析

## 形色质解读 ▽

### 关键款式

**上衣** 轻薄棉羽绒、轻薄翻领羽绒夹克、西装式羽绒服、宽肩量感羽绒马甲、直身中长款羽绒、长款大衣式羽绒服、户外风羽绒马甲、半拉链绒卫衣、羊绒半拉链针织卫衣、轻量感中长款风衣、绒里皮大衣

**下装** 收脚灯笼裤、羊毛糯米休闲裤、超轻尼龙加绒裤、多材质拼接工装裤、膝下半身裙

**鞋配** 厚底雪地高帮运动鞋、山系雪地靴、彩色雪地靴、麂皮商务皮鞋、宽筒做旧靴、帆布拼皮旅行袋、连帽羊绒围巾、尼龙工装双肩包、轻量滑雪镜

### 关键材质&元素

异材质拼接、皮革一体、轻盈尼龙、精梳毛呢、高密织化纤、绗缝工艺、功能性设计、毛领缀饰、暖仓领口、二合一层叠、无缝充绒、跨界廓形、解构拼接、轻量充绒、风阻帽檐



异材质拼接 | 毛领缀饰 | 功能性设计 | 二合一层叠

### 关键色彩

以大地暖棕、奶油柔白与经典黑调铺就雪后松弛底色，借高饱和沉稳的珠宝系质感色彩点睛，跳出传统户外荧光色框架，以情绪化色彩叙事，演绎温暖与体面兼具的秋冬时装内核。

雷雨	焦糖咖啡色	肾上腺素
雪白	沼泽地色	简单紫色
杏仁油色		春假





羽绒马甲  
#户外风



轻量滑雪镜



小格羽绒服



半拉链针织衫  
#解构



羊毛面料  
羽绒服



尼龙工装  
双肩包



厚底高帮  
雪地鞋



多材质拼接  
工装裤

## 穿搭公式&趋势单品

以轻量绗缝羽绒、皮革拼接与肌理粗花呢为核心，融合针织柔感与皮草点缀，平衡户外机能与都市利落，诠释雪后轻羽的冬日质感。



量感羽绒马甲  
#宽肩



连帽羊绒  
围巾



半拉链绒  
卫衣



直身中长款羽绒  
#利落垂坠



羊毛糯米  
休闲裤



轻薄翻领  
羽绒夹克



膝下  
半身裙



帆布拼皮  
旅行袋



户外风雪地靴



# Reshapingism

# 塑形主义

## 趋势解读

廓形美学迎来全新迭代，融合了精准的贴身剪裁、收放平衡的立体结构，以及兼具建筑感与实穿性的可控量感廓形，呈现出既能修饰身形又兼具时装张力的穿搭体验，正在塑造全新的身体轮廓美学。

雕塑体积 | 结构重塑 | 锐度边界 | 比例优化



# 26SS秀场 趋势解析

## 形色质解读 ▽

### 关键款式

**上衣** 连体塑身衣、复古胸衣、修身针织连衣裙、宽肩窄腰沙漏西装、修身皮裙、塑腰飞行皮夹克、bra-in可外穿打底衫、修身皮夹克、罗纹修身长袖、修身长款毛呢大衣、长下围鱼骨文胸

**下装** 修身细管皮裤、直筒拼接牛仔裤、弹力羊毛长裤、低腰微喇弹力西裤

**鞋配** 同色皮质德训鞋、宽筒坡跟靴、同色拼接德比鞋、尖头皮踝靴、鳄鱼压纹保龄球包、纤薄腋下链条包、尼龙拼皮保龄球包

### 关键材质&元素

鳄鱼纹皮革、暗黑蕾丝、雕塑光泽、软质皮料、力挺廓形、利落线条、挺阔肩部、圆润袖型、立体褶皱、层叠塑形、优化比例、骨感线条解构、碎裂效应、几何结构、喇叭腰身、不对称结构



鳄鱼纹皮革 | 暗黑蕾丝 | 挺阔肩部 | 骨感线条解构

### 关键色彩

由深稳中性与复古大地色撑起建筑感廓形的厚重基底，柔调米棕打造松弛过渡层次，更延伸至深邃宝石调的情绪表达，为雕塑廓形赋予兼具建筑理性与女性张力的秋冬底色。



# 风格解析

## 关键子风格拆解

### 轮廓哲学

# 01

本季廓形设计褪去夸张的戏剧张力，以简约的建筑感剪裁为基底，专注用廓形与结构低调重塑身体曲线。依托精准高收腰、利落立体分割线与克制的微廓形放大，在不露锋芒间勾勒自然流畅的身形线条，将塑型美学融入全场景日常，让优雅曲线成为不刻意的穿搭底色。

塑身衣从衣装之下的功能内层，逐渐走向可见、可被造型的时装结构，回归身体本身，以贴身剪裁、立体收束结构为基底，精准锚定腰腹、肩背与腰臀比例，由内而外勾勒流畅紧致的身體线条，展现对于身体秩序、控制感与力量线条的追求。

### 曲线重塑

## 风格空间与热度

媒体互动趋势 4755万+ 高讨论话题



# 职场包C的  
互动量 5889万+



# 秩序美学  
互动量 1310万+



# 建筑系穿搭  
互动量 1173万+



# 雕塑感设计  
互动量 1138万+

淘内搜索趋势 550万+

高浏览搜索关键词

墨镜 微喇牛仔裤 阔腿裤 内衣 鲨鱼裤  
眼镜 短袖 羽绒服  
鞋子 连衣裙 打底衫  
短裤 直筒裤 半身裙 鱼骨上衣  
靴子 半筒靴 鱼骨上衣  
袜子 裤管靴 睡衣 风衣 卫衣 小腿袜  
皮衣 塑身衣 衬衫  
腰带 工装裤 羽绒马甲 德训鞋 老爹鞋 堆堆袜 包包  
内搭 西装外套 马甲  
长靴 背心 打底裤 裙子 卫裤 聚拢内衣  
打底 打底 打底  
内搭上衣 裤子 外套 大衣  
马丁靴 女鞋 大衣  
光腿神器 围巾 毛衣 短靴 牛仔外套



修身皮夹克

长款毛呢大衣  
#围裹修身

垫肩衬衫  
#自然感

罗纹长袖  
#修身

直筒拼接  
牛仔裤

保龄球包  
#鳄鱼压纹

同色拼接德比鞋

细管皮裤

# 穿搭公式&趋势单品

以宽肩窄腰、立体收束与修身剪裁为核心，融合哑光皮革与弹力针织，隐形鱼骨支撑、围裹式剪裁与修身茧型廓形将功能性隐于时装语言，平衡功能塑形与时装表达

飞行皮夹克  
#修身



复古胸衣



沙漏西装  
#宽肩窄腰

连体塑身衣



修身针织  
连衣裙



铅笔半裙  
#皮质



弹力西裤  
#低腰微喇



腋下翻盖包



尖头皮踝靴





×



×



天猫新品创新中心

PART

04

# 26AW服饰 趋势赛道发布

2026 A/W  
INDUSTRY TREND  
WHITE PAPER



趋势  
赛道

# 女装

羽  
绒  
服



轻薄翻领羽绒夹克



宽肩量感羽绒马甲

A字羽绒大衣



西装式羽绒服

长款大衣式羽绒服

外  
套

花呢廓形夹克

阔版宽大西装

茧型大翻领毛呢大衣

大廓形皮草

撕拉毛边格纹外套

虎纹中长款外套

厚针织外套

精致双排扣毛呢大衣

烟囱领大衣

低腰松弛毛呢大衣

宽肩窄腰沙漏西装

风衣式冲锋外套

束腰中长款毛呢大衣

轻运动套装

塑腰飞行皮夹克



上  
衣



边缘流苏绒感毛衫

饱和色爆米花球复古毛衫

高饱和色彩格纹绞花毛衫

半拉链抓绒卫衣

粗绞花饱和色毛衫



裙  
装

修身针织连衣裙

低腰连衣裙

低腰褶皱裙

开叉拉链皮裙

修身皮裙



裤  
装



经典直筒牛仔裤

起球毛圈质感休闲裤

收脚灯笼裤

羊毛糯米休闲裤

弹力羊毛长裤

提花低腰西裤

精纺格纹休闲裤

低腰微喇弹力西裤

厚实羊毛七分裤

趋势  
赛道

# 男装

羽绒服

户外风羽绒马甲

轻薄棉羽绒

灯芯绒羽绒马甲



外套

光泽西装外套

撞色格纹大衣

中长款风衣皮夹克

格纹翻领外套

棕色麂皮西装

针织绒感西装

绒感工装夹克

绒感中长款毛呢大衣

修身皮夹克

修身长款毛呢大衣

轻量感中长款风衣

微充绒衬衫外套



上衣



羊绒半拉链针织卫衣

罗纹修身长袖

撞色口袋毛衫

织片拼接毛衫

裤装

阔腿西裤

精纺格纹休闲裤

起球毛圈质感休闲裤

弹力棉工装裤

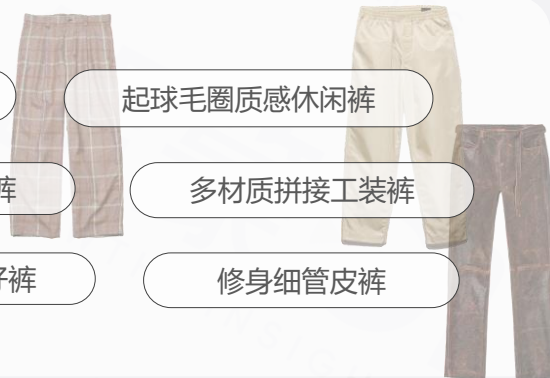
超轻尼龙加绒裤

多材质拼接工装裤

直筒拼接牛仔裤

经典微喇牛仔裤

修身细管皮裤



趋势  
赛道

## 内衣/家居服

光杯文胸

子弹文胸

复古格纹文胸

吸湿发热锁温背心

保暖塑身背心

羊毛羽绒肌底衣

美肤塑身衣

蕾丝拼接打底衫

bra-in可外穿打底衫

复古条纹家居服

波点家居服

撞色包边丝绒家居服

撞色珊瑚绒套头家居服

复古刺绣装饰袜子

连体塑身衣

力学修复美体衣

塑身腰封

复古胸衣

长下围鱼骨文胸



趋势  
赛道

## 男女鞋

时  
装  
鞋

鳄鱼压纹乐福鞋

编织结构乐福鞋

布洛克德比鞋

皮毛一体马丁靴

毛绒乐福鞋

反绒德比鞋

复古装饰猫跟鞋

宽筒做旧靴

尖头宽筒靴

毛绒芭蕾舞鞋

毛绒玛丽珍

流苏宽筒靴

彩色花呢高跟鞋

皮毛一体长筒靴

尖头装饰堆堆靴

麂皮女巫鞋

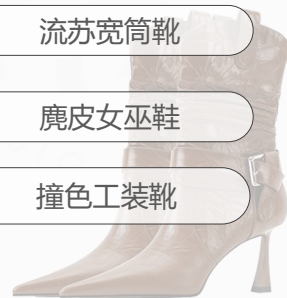
宽筒坡跟靴

尖头皮踝靴

可拆靴筒方头高筒靴

撞色工装靴

极简尖头高筒靴



休  
闲  
鞋

花呢薄底板鞋

珠片装饰运动鞋

厚底雪地高帮运动鞋

同色拼接德比鞋

免系带老爹鞋

同色皮质德训鞋

大头雪地靴

彩色雪地靴

复古坡跟运动靴

厚底帆布鞋

山系雪地靴



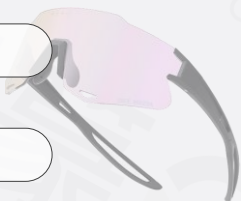
趋势  
赛道

## 手表/眼镜

双色拼接镜框

复古小圆形墨镜

滑雪镜式墨镜



趋势  
赛道

## 配饰

连帽围巾

皮草披肩

细条马海毛围巾

懒人蝴蝶结短围巾

连帽羊绒围巾



趋势  
赛道

## 包袋

单柄信封包

徽标贴布徽标双肩包/单肩包

花朵装饰包包

波点包包

针织Hobo包

软皮手拿包

皮带开口包

皮带扣帆布旅行袋

帆布拼皮旅行袋

尼龙工装双肩包

匠气翻盖包

鳄鱼压纹保龄球包

纤薄腋下链条包

尼龙拼皮保龄球包

East-West长柄包



# 商家行动指南 趋势前台资源联动

## 积极参与新趋联动

趋势商品通过平台视觉模型和趋势文案表达（如标题、详情页等）被圈选，日维度动态更新；如商家感知到店铺商品极具趋势性，但是未被定义为趋势品，也可通过下两种方式报名：

### 方式一：千牛 商机发现

**STEP 01** 报名趋势赛道成为趋势品



**STEP 02** 运营趋势商品获取更多权益



### 方式二：新品橱窗

新品橱窗，勾选趋势赛道，获得更多流量；报名新品橱窗，X万款/日配额绿通入池优先被审核



## 趋势前台资源表达

趋势驱动曝光，好店自然被看见；导购激活需求，好货高效被选择



兴趣激发



搜索探索



筛选决策

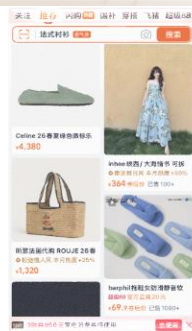


沉浸浏览

首猜趋势透标  
发现热点趋势



趋势底纹  
趋势商品直达



前置筛选  
趋势偏好自动过滤



“逛”tab  
趋势互动内容流



发现惊喜品牌  
神店榜



下拉魔盒  
智能趋势关键词推荐



沉浸流  
主题化趋势专区



商家行动：让你的商品匹配趋势关键词和属性，即可进入这些流量通道

# 商家趋势指南

## 上传优质素材获取流量扶持

**Q: 搜推多素材专项有哪些扶持?**  
**涵盖手淘两大公域: 搜索、推荐不玩虚的, 实打实的流量权益:**

单套优质素材最高  
 可获得**3000+**曝光  
 搜推免费流量

1套优质新素材  
 =  
 1个流量包  
 多发多享

无需多发商品链接, 通过优时质素材即可获取流量

如: A商家为同一商品上传6套优质搜推素材→直接获取近**2万**免费流量, 加速商品成交; B商家将普通素材升级为优质素材→流量从500跃升至**3000+**, 曝光量提升**5倍**多

## 核心运营的商品有哪些?

**商品查看&素材上传地址:**  
<https://gn.taobao.com/home.html/material-center/material-managementtab=recommend&subTab=SCU>



## 什么样的素材不要发

模糊 / 高糊 / 低画质 / 低清晰度素材

背景杂乱      白边/纯色边 / 蒙版边框

毫无美感的花字堆叠      AI一眼假

营销 / 价格信息贴图      压缩变形 / 过度P图

## 什么样的素材有机会拿到更多曝光?

	美观度	场景感	真实感	简洁高效
<b>视频标准</b>	整体美观度尚可	多场景切换或高质量运镜为佳 (可一镜到底) 简单场景亦可 (棚拍、单一场址)	真人上身&建议露脸 (不建议使用脸部特效, 特效配音, 使用真人声音为佳)	清晰核心决策点信息 (文字或贴图面积小于<30%, 可无决策信息多角度展示)
<b>图片标准</b>	整体美观度尚可	精心设计多场景切换为佳 简单场景亦可 (棚拍、单一场址)	多角度展示为佳 (可侧脸、侧身) 真人上身&建议露脸, 如不露脸/截头/特效挡脸亦可 (含手机挡脸、手部挡脸、头发挡脸)	表达核心决策点信息 (图文描述or口播) 无LOGO遮挡主体为佳, 可接受美感LOGO遮挡主体

## 上传导购素材增强前台转化

名称	材质卖点图	销售属性图 (SKU图)
<b>功能</b>	材质/功能展示素材, 用户进入详情后可以直观看到商品的材质功能, 甚至可以动态展示哦 (如抚摸展示面料柔软)	色款展示素材, 用户点击后可以展开查看不同色款的上身图, 无需下滑至详情页, 提升首屏转化;
<b>前台效果示意</b>		



素材白皮书



搜推多素材扶持

# 行业全资种草—报入趋势商品拿免费种草资源

平台种草最高50%比例反哺激励，共振红猫计划/直播营销IP，多重扶持护航品牌增长

## 种草自选（原星任务）- 爆文加速活动

### 品牌投资

小红书发布内容  
挂话题引导

#超级时装周发布  
#升级我的ootd

阿里妈妈广告投种草人群



### 反哺机制

种草投入	投种草人群	反哺比例	封顶金额
20万元+	3万元+	50%	30万
10万元+	1万元+	20%	4万
5万元+	5千元+	10%	1万

## 超级时装周发布&超级时刻 品牌可享多重扶持政策

爆文种草  
预热店播

加投红猫  
导流店播



## 红猫计划加码政策

### 品牌投资

红猫计划投放内容  
挂官方话题

#超级时装周发布  
#升级我的ootd

### 反哺机制

红猫新客加码1万元起投  
额外反哺1%~2.5%

红猫老客加码3万元起投  
额外反哺1%~3%

\*注：反哺激励非固定权益，具体激励规则以官方公示为准

# 全域种草：站外引流沉淀种草人群，站内多触点承接+定向追投

## 淘宝种草享额外反哺



### 最高反哺

50%  
星任务爆文加速

### 单商家拿

20万  
25年优秀爆文商家

## UD效果红猫挂链，直达商详



### 全店ROI

15+  
服饰时尚行业平均

### 商品ROI

6+  
服饰时尚优秀商家

## 站内多触点高效承接种草引流用户



种草内容引导用户复制红书分享链接  
打开淘宝直达商详



## 回流种草人群资产 定向追投 有效提升转化效率

淘宝种草回流人群

类目种草高营销价值人群

店铺种草转化助推人群

种草商品高购买意向人群

拍立淘行为人群

进店率 +7倍

收加率 +1倍

购买率 +1倍

\*注：2025.10.15-11.14，分析商业化广告投放的种草人群，对比未投放的转化效率。

\*注：呈现数据为案例商家效果数据

反哺激励非固定权益，具体激励规则以官方公示为准

## 报告作者&致谢

### 报告指导委员会

米澜	阿里巴巴天猫服饰事业部 总经理
叶挺	杭州智篆文化传播有限公司 总经理
栢问	阿里巴巴天猫服饰 商品及搜索运营&趋势中心 负责人
沐兴	天猫数智策略及新品创新中心 总监
郑礼顺	智篆GI 副总经理

### 报告作者

蒋帅帅	智篆GI	数据咨询专家
鲍雨	智篆GI	数据分析师

### 视觉设计

莫柳毅	智篆GI	资深创意设计
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、TMIC天猫新品创新中心共同完成

天猫服饰：桉立、浣泉、冷萃

天猫新品创新中心：晓镭

### 特别鸣谢

特别感谢太平鸟、TOUTOU、爱慕、鄂尔多斯、拍立淘团队的大力支持。（排名不分先后）

### 联系我们

微信公众号



联系邮箱

zzgi@zhizhuan100.com

## 关于我们&免责声明

### 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

《2026天猫服饰秋冬趋势白皮书》产出报告数据基于阿里消费数据、TMIC、外部资料等数据来源。

### 数据周期及指标说明

本报告整体研究时段为2023年3月-2026年2月；其中AW 秋冬周期定义为：上一年9月至当年2月；MAT为滚动12个月口径，各项细分数据口径及时间范围以对应页面标注为准。

### 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。