

2022年抖音电商

十大潮流生活 趋势报告

服饰潮流种草记



Contents

章节一 SECTION 1

潮流生活有态度

04 潮流生活家的十大穿搭态度

章节二 SECTION 2

潮流生活新方式

08 潮流趋势一：高质量撒野

12 潮流趋势二：街拍天花板

16 潮流趋势三：沉浸式宅家

20 潮流趋势四：万物可循环

24 潮流趋势五：华流即顶流

28 潮流趋势六：办公室浅秀

32 潮流趋势七：几分像从前

36 潮流趋势八：技术流耍酷

40 潮流趋势九：暴汗仪式感

45 潮流趋势十：次元艺术家

章节三 SECTION 3

潮流营销新启示

50 供需发力促进潮流生活消费升级

52 多重玩法驱动行业增长

PREFACE | 序

过去的一年，社会各个方面发生很大变化，与此同时新的文化体系、审美风尚及生活标准被重新定义。这一系列变化也加速了我们在科技创新、环境保护、商业文化、工作模式、生活方式和社交方式上的变迁。

社会的变化让我们更加注重如何思考和勾画生活的模式与意义，如何在进取中实现自我满足和认同。我们乐于追随个性，彰显自己的与众不同。颇具设计感、炫酷张扬的机能风被我们穿到街头；曾被定义为小众文化代表的JK、Lolita、汉服，被“Z世代”穿出新潮流。我们渴望脱离工作和生活的快节奏禁锢，在周末出发露营踏青，去看山青水绿天蓝。在这个时代，我们看到了越来越多的生活，也创造了越来越多的潮流，户外山系美学、唯美国风、复古怀旧、潮酷街头、时尚健身，人们的兴趣爱好千变万化，同时着装凸显的个人风格也越来越丰富。

这些变化引发了我们的一系列思考。为回答这些问题，抖音电商联合算数电商研究院梳理出来十大与时尚、环保、健康、科技、文化有关的生活方式的变化趋势，来展示当代网民生活方式与态度的变化，它们是**高质量撒野、街拍天花板、沉浸式宅家、万物可循环、华流即顶流、办公室浅秀、几分像从前、技术流耍酷、暴汗仪式感和次元艺术家**。希望能帮助服饰商家精准把握2022年消费与内容趋势，关注生活每个细节，让设计更生活，让生活更美好。

潮流生活 有态度

SECTION

007

潮流生活家的十大穿搭态度

01. 露营文化，帐篷、油灯和星空，是对山野的向往和迷恋！

露营是一种文艺精致的生活方式，穿着日系、森系、工装风服装，在ins风帐篷内喝喝咖啡看看书，支起炉火一边烧烤一边煮茶，三五好友聊天闲玩。

02. 穿着讲究，挑剔的背后是对生活美的追求和态度表达！

#网红打卡 话题下，隐于市井里的宝藏小店、烟火气里的江湖馆子、绝美的小众景点，已成为都市丽人展示个人时尚属性和精致穿搭的街拍胜地。

03. 不费力美学，慵懒时髦又积极洋溢！

精致和懒宅生活往往要同时满足，有仪式感、氛围感的宅家生活成为了大多数青年的选择。1人两猫30平，一日三餐有温情，在沐浴着阳光的阳台，读书、品茶、听歌和看风景。

04. 勤“搭”简“配”不简单，每一笔，不买贵的，只买对的！

当环保成为新时尚，更多人愿意将环保理念融入时尚里，一件单品是否能够可持续搭配多次，面料是否天然可降解，这些都是环保青年更看重的潮流要素。

05. 华流才是顶流，国潮正当道！

越来越多的非物质文化遗产相关元素，融入到潮流服装的设计中，年轻人在通过穿搭展示个性的同时，也将服饰变成展示传统文化的舞台。

06. 悦己、品质与品味，这就是我们的理想职场生活！

最潮流的职场穿搭，同时适用于上班工作和下班约会两种场景。早高峰，也要成为地铁里的焦点；在会议室中，穿搭精致的职场丽人就是所有同事的瞩目焦点。

07. 潮流是个轮回，把“爷青回”打在公屏上！

复古港风是潮流圈永不过时的风格，童年时TVB里的都市丽人，已然成了一部分年轻人心中永恒时尚情怀。

08. 一整个时髦住，诠释新的潮流街头示范！

嘻哈和街头文化影响着年轻人的潮流审美，鲜艳的颜色，宽松夸张的版型，在人群中成为最酷炫的一员，是街头潮流人们体现自己个性的方式。

09. 健身是一场和自己的较量，自律是一种态度！

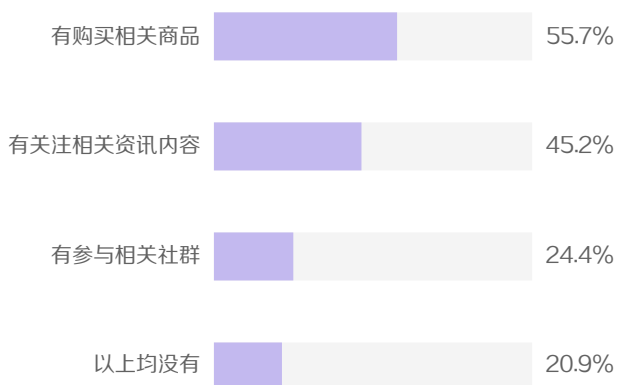
健身穿搭的终极奥义，在于健身房暴汗过后，通过高颜值穿搭，展现自己的完美线条。撸铁女孩的快乐当然是好看的衣服，争做健身房最靓的仔。

10. 动漫、二次元，小众的也可以是潮流的！

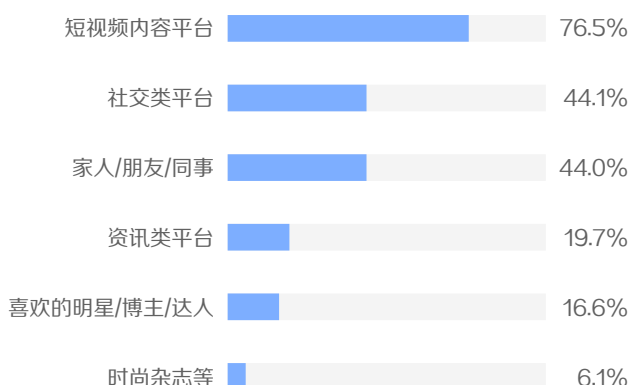
亚文化圈层的服饰，除了展示爱好，同时还具有更多的社交属性。在生活场景下探寻同类，是很多小众文化潮流爱好者的装扮诉求。

每个人都会有属于自己的生活方式和兴趣爱好，并且在力所能及的范围内为之付出时间、精力和金钱。调研数据显示，**55.7%**的用户会购买兴趣生活圈中的相关商品，**45.2%**的用户有关关注过相关资讯内容，同时，我们也发现越年轻、收入越高的人更加心甘情愿地为自己的兴趣生活付出时间和金钱。从种草渠道来看，**76.5%**的用户通过短视频内容平台种草生活方式和商品，在这里，内容分享的是热爱的态度和潮流的趋势。

抖音上用户对于感兴趣的生活方式付出金钱或时间的投入比例



抖音上用户种草潮流生活方式和推荐商品的主要渠道



数据来源：算数电商研究院用户调研，2022年2月，N=6741

85.0%的用户认为适合自己的就是最好的潮流生活，**36.1%**的用户则认为经典的才是永恒的。作为“时尚潮流发源地”，我们也在寻找潮流生活走红背后的文化原因。**45.6%**的用户追逐潮流生活的主要原因是增长了见识，打开了生活的视野。对于现代人来说，过上喜欢的、美好的生活是必须的事。

抖音上用户对潮流生活的看法



抖音上用户追求潮流生活的主要原因



数据来源：算数电商研究院用户调研，2022年2月，N=6741

潮流生活 新方式

SECTION

02

十大潮流生活方式社交网络讨论热度

年初，我们通过观察抖音平台上的内容互动数据和用户行为变化，发现了今年一年的十大潮流生活趋势，他们是**高质量撒野、街拍天花板、沉浸式宅家、万物可循环、华流即顶流、办公室浅秀、几分像从前、技术流耍酷、暴汗仪式感和次元艺术家**。值得注意，十大潮流生活方式覆盖户外、旅行、穿搭、运动、环保、二次元、生活等多个内容领域。基于对十大潮流生活方式在观看量、点赞量、评论量和转发量的互动数据分析，反映出由10个趋势场景下创作的短视频内容会是2022年在时尚领域可预见的热点方向。这类短视频内容可以打开用户新的生活场景与生活方式的想象空间，基于他们的生活方式、行为方式和价值观念，唤醒“潮流”基因，搭配出属于自己的时尚风格，你会发现“潮人竟是我自己”。

潮流生活方式内容表现与抖音大盘整体增速对比

接近整体 略高于整体 远高于整体



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，增速为2021年vs2020年

01 潮流趋势一

高质量撒野

1.1 高质量撒野的兴起：一秒逃离城市

趋势解读

在工作、生活的压抑冲击下，与户外自然要素结合的生活方式成为年轻人释放自我的新出口。精致露营、舒适户外、山野系服装是2022年春夏潮流服饰的热门风格。

1.1.1 高质量撒野的需求新出口：亲近自然 享受生活

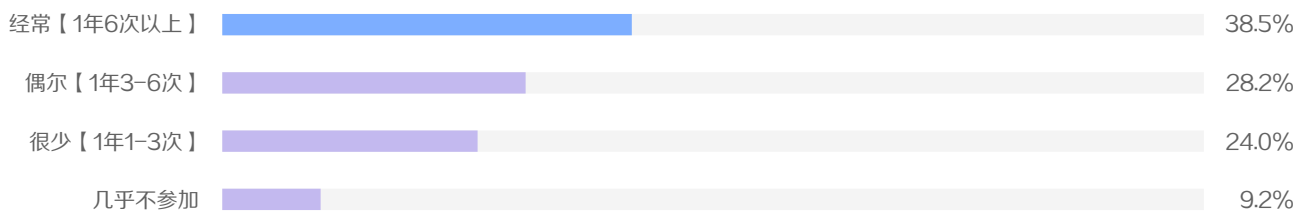
调研数据显示，**42.2%**的抖音上用户会将户外休闲活动作为重要的娱乐放松方式，“向往户外生活，周末会选择逛公园、垂钓、露营、徒步、爬山、冲浪等方式放松心情”是他们的心声。而向往户外生活中的人中，**38.5%**表示一年有6次以上会在周末或闲暇时安排徒步、爬山、露营等户外活动。

42.2%

抖音上用户向往户外生活，周末会选择逛公园、垂钓、露营、徒步、爬山、冲浪等方式放松心情。

数据来源：算数电商研究院用户调研，2022年2月，N=6741

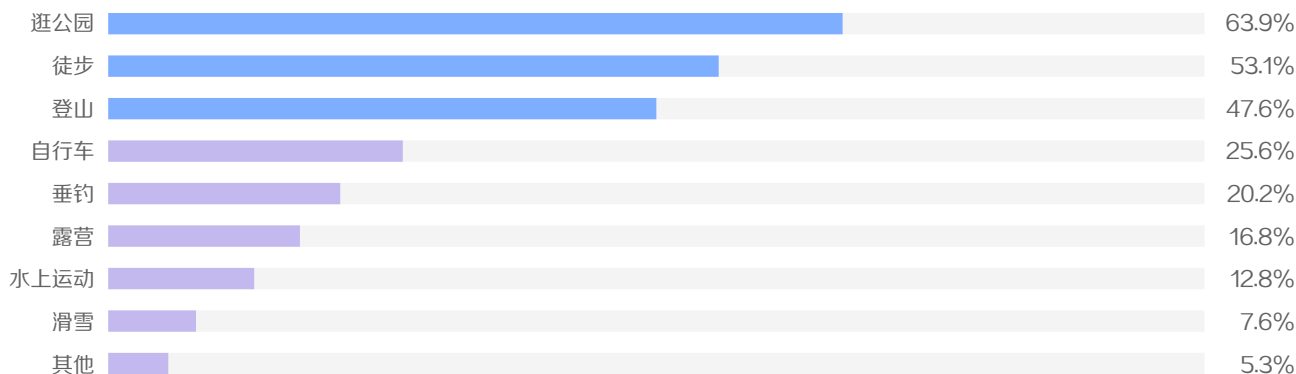
抖音上用户一年之中参加户外活动频次



数据来源：算数电商研究院用户调研，2022年2月，N=2843

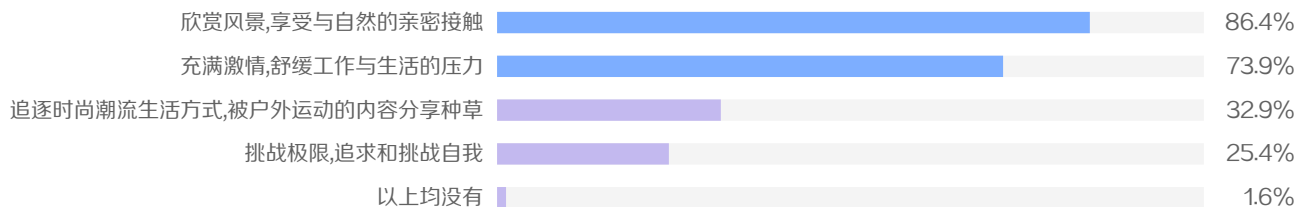
每年都会参加户外活动的人中，**63.9%**选择了逛公园，无疑逛公园是最亲民的户外休闲方式。此外，**53.1%**选择徒步去更好的亲近大自然，**47.6%**选择去周边爬山，看日出、看日落。随着露营设施和场地的不断升级完善，抖音平台上露营文化渐起，曾经的小众爱好逐渐走进大众日常，作为户外休闲活动的“新晋网红”，**16.8%**会选择搭帐篷露营。户外逐渐从探险、猎奇、挑战自我演变为时尚的生活方式，过半网友表示“欣赏风景，享受与自然的亲密接触”和“充满激情，舒缓工作与生活的压力”是其喜欢户外生活方式的主要原因。

抖音上用户选择户外活动的主要类型



数据来源：算数电商研究院用户调研，2022年2月，N=2581

抖音上用户喜欢户外运动的原因



数据来源：算数电商研究院用户调研，2022年2月，N=2581

1.1.2 高质量撒野短视频内容兴趣：拉满露营精致氛围感

抖音平台上以“户外”为主题的内容关注度大幅提升，成为全民热议话题，2021年带有“户外”相关关键词的短视频总播放量超过1亿6千万次，同比增长166.7%。

2021年抖音上高质量撒野十大内容热词

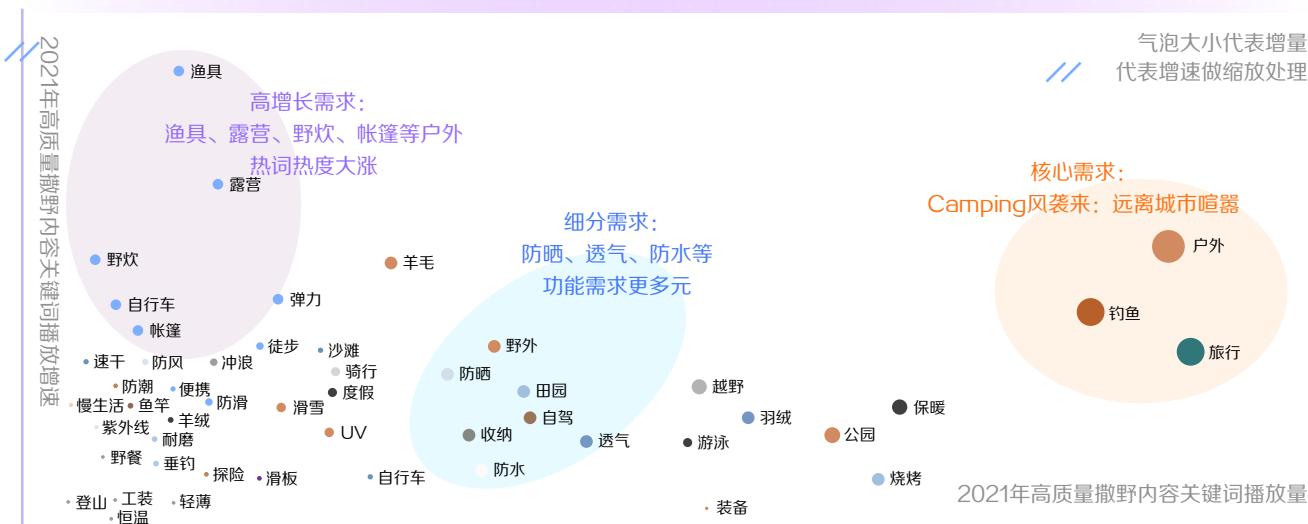


数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

1.1.3 高质量撒野潮流趋势方向：令人向往的生活

露营或将成为2022年高质量撒野生活方式下的热点。追求时尚的年轻人更是习惯在抖音上分享自己的户外穿搭、装备好物和露营心得。工装、山系、森系等服饰风格在内容声量上较之前均有较快的增长。户外系列从品类到细分功能上也有了新的突破，防水防晒、高弹透气让穿着更舒适，露营、骑行、徒步、冲浪、登山，更多场景穿搭有型，科技面料的运用和服饰功能性、时尚性不断提升，为高质量撒野生活方式下的市场扩张打下了良好基础。

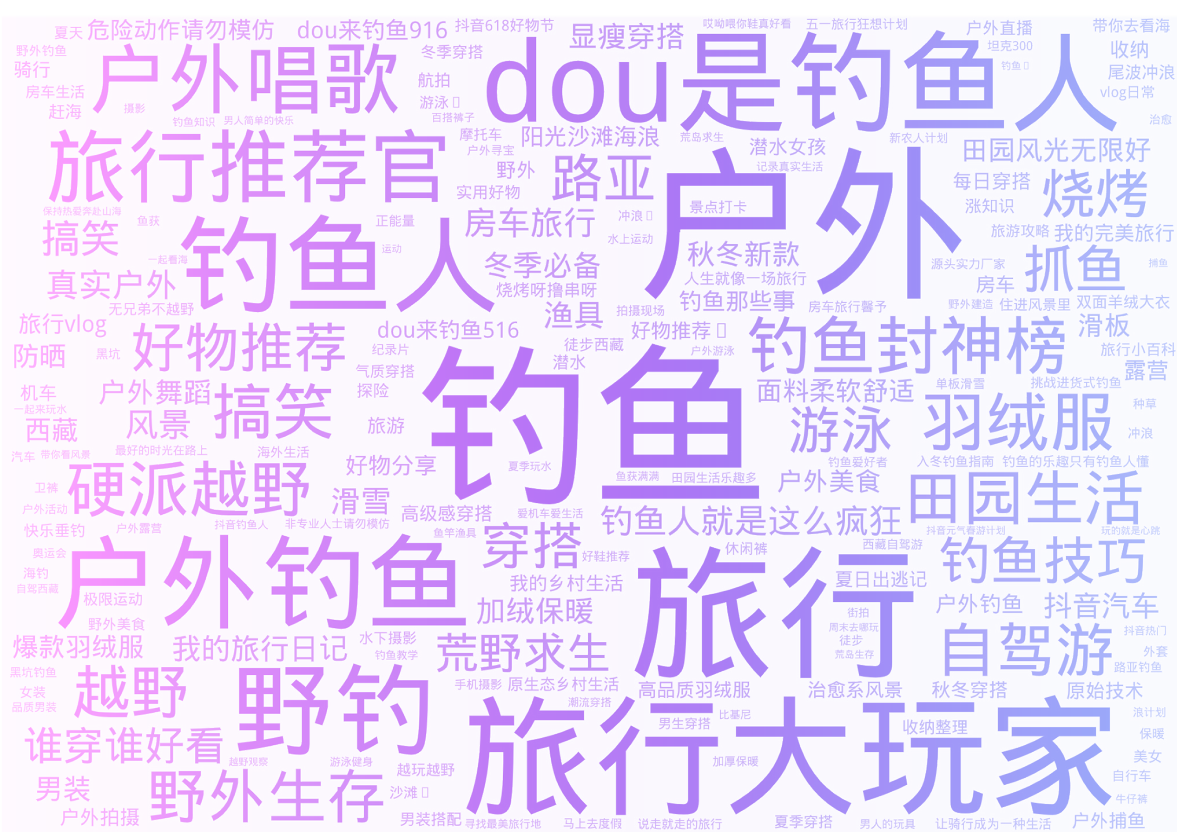
2021年抖音上高质量撒野内容关键词分布矩阵



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

从细分话题看，人们对于钓系、山系、田园系和岛系的话题参与度最高，体现出大家追求健康、自在生活方式的态度。

2021年抖音上高质量撒野Top话题



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

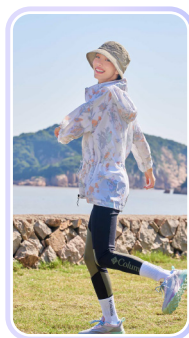
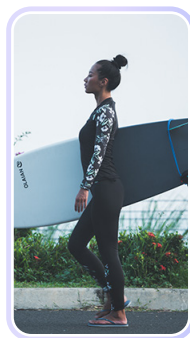
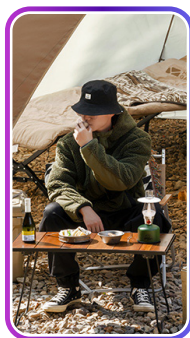
1.1.4 户外消费市场未来潜力：风格多样化，市场前景广阔

中国户外联盟（COA）统计，目前我国每年有1.3亿人参与徒步旅行、休闲户外等泛户外运动。公开数据显示，2020年，我国户外用品营收规模为1693.3亿元，较上年同比增长6.4%。预计2025年，我国户外用品营收规模将达到2409.6亿元。

1.2 捕捉户外潮流趋势，表达时尚态度

1.2.1 从高质量撒野看户外时尚穿搭

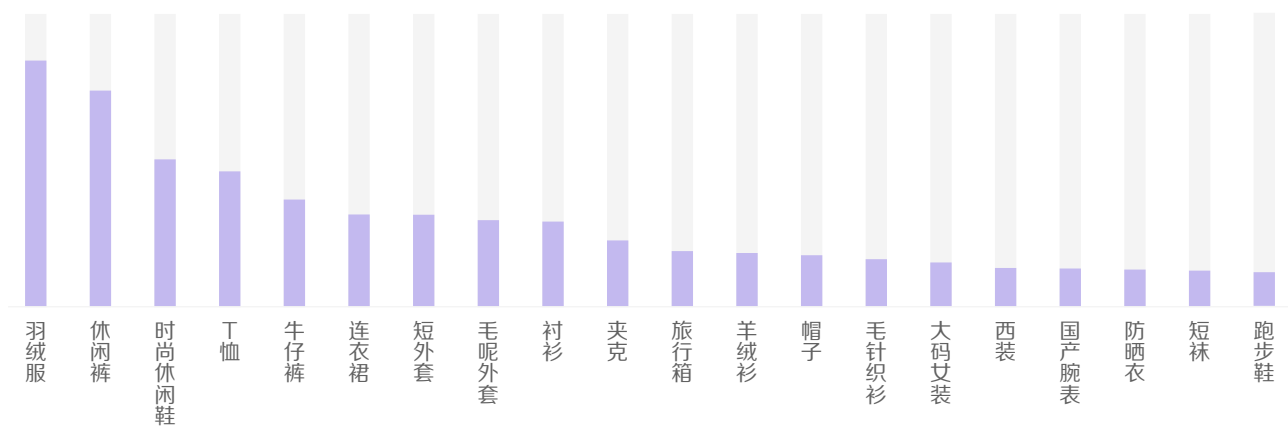
代表风格 山系、森系、Urban Outdoor、户外野营、工装、垂钓、冲浪、度假等



1.2.2 抖音电商上户外消费盘点

2021年抖音电商上户外相关消费规模快速增长，主要集中在户外场景穿着/使用的外套、裤装和装备上。未来重点可关注细分品类为羽绒服、休闲裤、时尚休闲鞋、T恤、牛仔裤、夹克和防晒衣等。

2021年2-5月抖音电商户外消费下TOP20细分品类



© 抖音电商&算数电商研究院，2021年2-5月

代表达人：

路亚李念恩、露营叔、户外老罗、户外平头哥、瑟瑟跑步等

代表品牌：

Columbia、迪卡侬、匡威、牧高笛、挪客、斯凯奇、The North Face、Vans等

备注：（排名不分先后，按首字母拼音排序）

潮流趋势二 街拍天花板

2.1 街拍天花板的兴起：随处闪现打卡

趋势解读

在寻常的尝试里探索不寻常，“附近”被重新发现，冷门小店变成热门打卡地，家门口的小旅行也可以很有趣。Z世代乐于支配时间和精力，更容易被游记等内容种草。漫游在城市之中，春熙路、三里屯等地成为了展示自我时尚属性的打卡圣地，街拍也成为Z世代对时尚的一种诠释。

2.1.1 街拍天花板的需求新出口：时尚都市 乐享日常

调研数据显示，**30.6%**的抖音上用户会选择打卡探店的方式来了解和发现生活的美。“对网红‘打卡’热衷，喜欢并关注热门景点、市井小吃，发现生活的美”是他们的心声。

30.6%

抖音上用户对网红“打卡”热衷，喜欢并关注热门景点、市井小吃，发现生活的美。

数据来源：算数电商研究院用户调研，2022年2月，N=6741

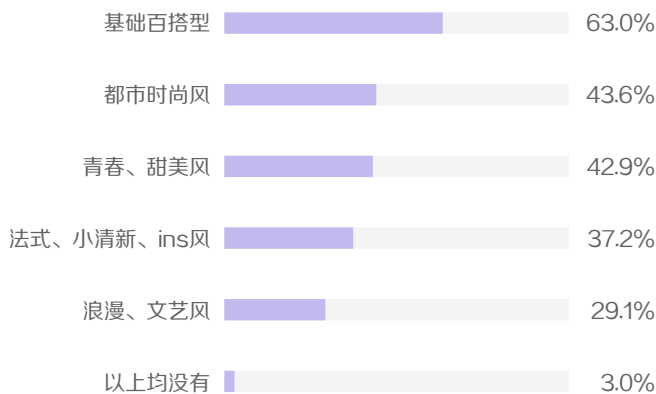
在热衷“打卡”的人中，**64.3%**表示会在出门游玩时选择最适合的穿搭造型。在出门游玩时会特意穿搭的人中，**63.0%**将基础百搭型作为外出游玩穿搭的首选。另有**43.6%**的用户会在外出游玩时选择都市时尚风的服装风格，此外，青春甜美风和法式小清新也是热门款式。

抖音上用户出门游玩时特意穿搭的态度比较



数据来源：算数电商研究院用户调研，2022年2月，N=2060

抖音上用户外出游玩时选择的服装风格



数据来源：算数电商研究院用户调研，2022年2月，N=1325

2.1.2 街拍天花板短视频内容兴趣：行走的潮流课堂

记录生活，发现美好。通过抖音平台，一些小众秘境、特色景观被更多人熟知，成为年轻人拍照打卡、凹造型的宝藏胜地。2021年带有“街拍”相关关键词的服饰短视频总播放量超过655亿次，同比增长55.5%。

2021年抖音上街拍天花板十大内容热词

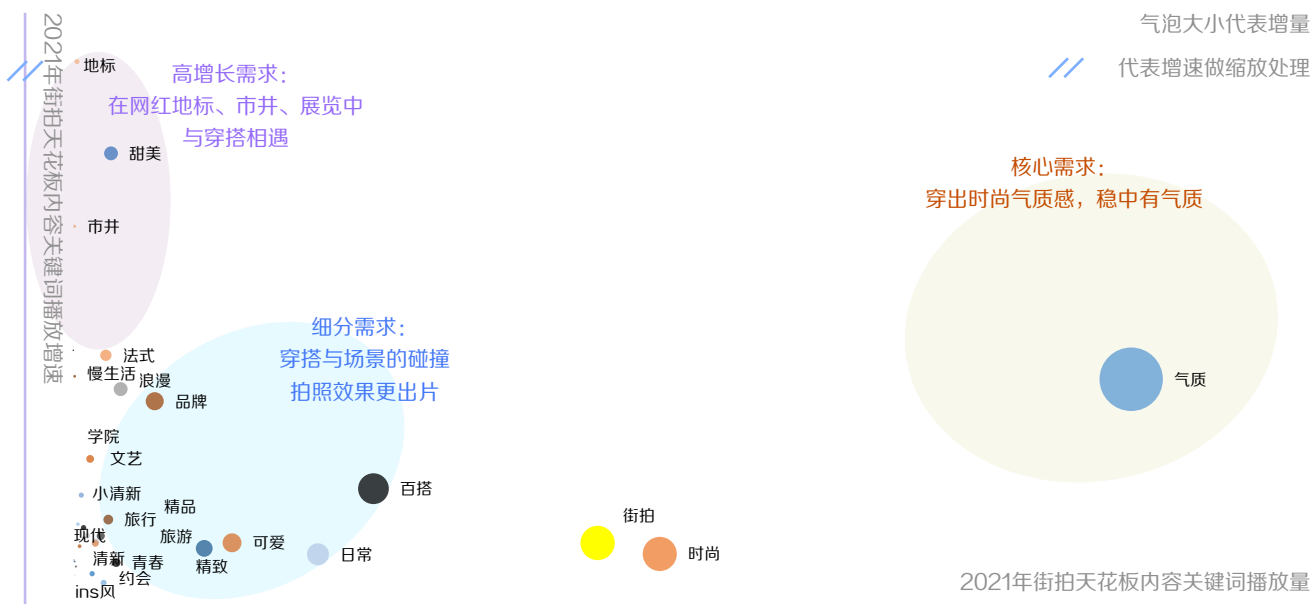


数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

2.1.3 街拍天花板潮流趋势方向：打卡气质时尚

气质时尚或将成为2022年街拍天花板生活方式下的热点。穿搭与场景的碰撞，催生了一些如百搭、可爱、文艺等细分穿搭风格的需求，同时，甜美系和网红地标打卡，市井街头等场景相耦合的造型需求增长快速。

2021年抖音上街拍天花板内容关键词分布矩阵



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

从细分话题看，人们对于街拍、时尚穿搭类话题参与度最高，体现出大家自信、爱美、穿着考究的生活态度，在这些话题下记录了成千上万素人的时尚生活和“野生”时装。在抖音，#街拍 的话题播放量高达1228.2亿次。

2021年抖音上街拍天花板Top话题



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

2.1.4 都市时尚消费市场未来潜力：短视频传递鲜活形象

在旅游内容持续被关注的同时，拥有视频记录及分享的抖音平台也逐渐成长为旅行记录平台。2021年，在抖音旅行兴趣人数超2.7亿人，同比增长14%。#打卡 话题播放次数高达78.0亿次，谁还不是个打卡小能手。2021年，抖音平台发布旅行相关打卡视频作者超过7900万人，旅行打卡视频数超3.9亿次。而有活力的新商业设施也为街拍的发展提供助力，一些网红咖啡馆、餐厅和文化创意园，成为重要的街拍地。在抖音#春日穿搭 话题播放量达22.3亿次，时尚品牌森马发布了多条以穿搭、街拍为主题的短视频内容，解锁穿搭指南。

超 **2.7** 亿人

2021年抖音旅行兴趣用户数

14%

增速（2021年vs2020年）

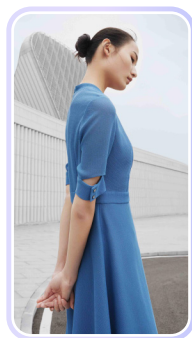
数据来源：巨量引擎城市研究院，2021年vs2020年

数据说明：旅行兴趣用户指在任意一个月点赞旅行内容5次及以上的用户数

2.2 捕捉街拍潮流趋势，表达分享态度

2.2.1 从街拍天花板看城市时尚穿搭

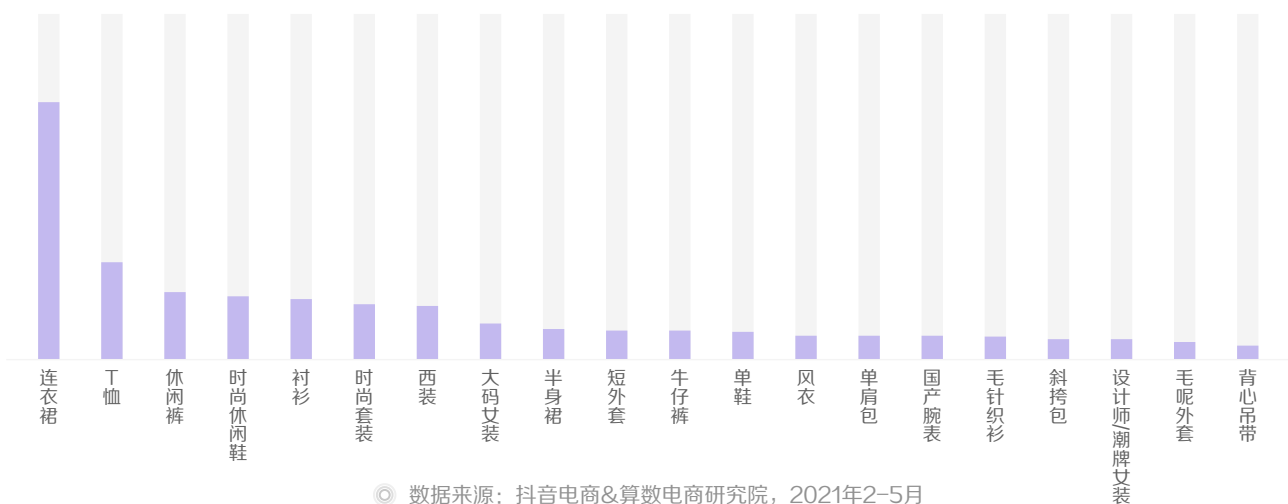
代表风格 时尚、精致、都市、ins风等



2.2.2 抖音电商都市时尚消费盘点

2021年抖音电商上都市时尚相关消费规模增长亮眼，其中叠穿、多层次穿搭渗透在都市机能风中。未来可能重点关注细分品类如连衣裙、T恤、休闲裤、休闲鞋、衬衫、西装、半身裙和短外套等。

2021年2-5月抖音电商都市时尚消费下TOP20细分类目



代表达人：

丝丝滴DIET GRRRL、Simon菠蘿等

代表品牌：

edition、乐町、森马、Teenie Weenie、赢家时尚等

备注：（排名不分先后，按首字母拼音排序）

潮流趋势三 沉浸式宅家

3.1 沉浸式宅家的兴起：宅家自娱自乐

趋势解读

中国有1/4的家庭户为1人户，2.4亿适婚年龄的单身人群，恋爱结婚不再是理所当然。在抖音，**#独居日记**话题相关视频的播放量高达**62.8亿次**，有仪式感、氛围感的宅家生活成为了多数青年的选择，在衣服的选择上，不仅要有宅家的舒适度，还要有出门即是秀场的即视感。

3.1.1 沉浸式宅家的需求新出口：精致享家 快乐翻倍

调研数据显示，舒适健康轻松的生活方式成为了大众的选择。**27.4%**的抖音上用户会选择周末宅在家中来打发闲暇时光。“周末就喜欢懒宅在家，能不出门就不出门”是他们的心声。

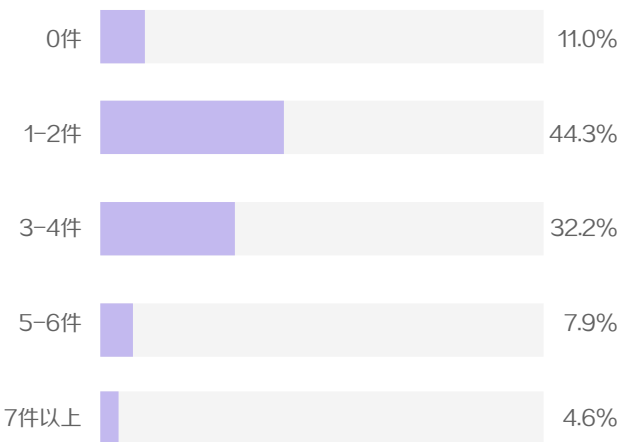
27.4%

抖音上用户周末就喜欢懒宅在家，能不出门就不出门。

数据来源：算数电商研究院用户调研，N=6741

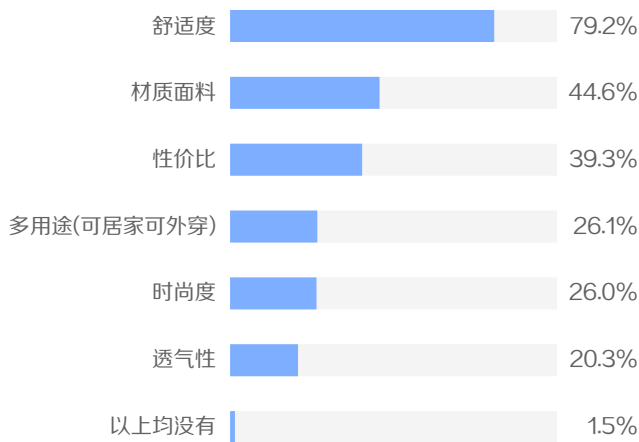
在周末宅家的用户中，**89.0%**会在日常居家场景中穿着家居服。超过**45.0%**的用户拥有3件及以上的家居服。而穿着家居服的人中，**79.2%**在选购睡衣或者家居服时更看重舒适度，**44.6%**则认为家居服的材质面料也很重要。

抖音上用户生活中拥有家居服或睡衣的件数



数据来源：算数电商研究院用户调研，N=1845

抖音上用户选购家居服或睡衣时主要看中的因素



数据来源：算数电商研究院用户调研，N=1642

3.1.2 沉浸式宅家短视频内容兴趣：宅家也能自在有型

在抖音上，以“沉浸式宅家”生活方式为主题的种草视频发布量增多，居家仪式感从亲肤、舒适、高颜值的家居服开始。2021年“家居服”相关关键词的服饰短视频总播放量超过66亿次，同比增长201.4%。

2021年抖音上沉浸式宅家十大内容热词

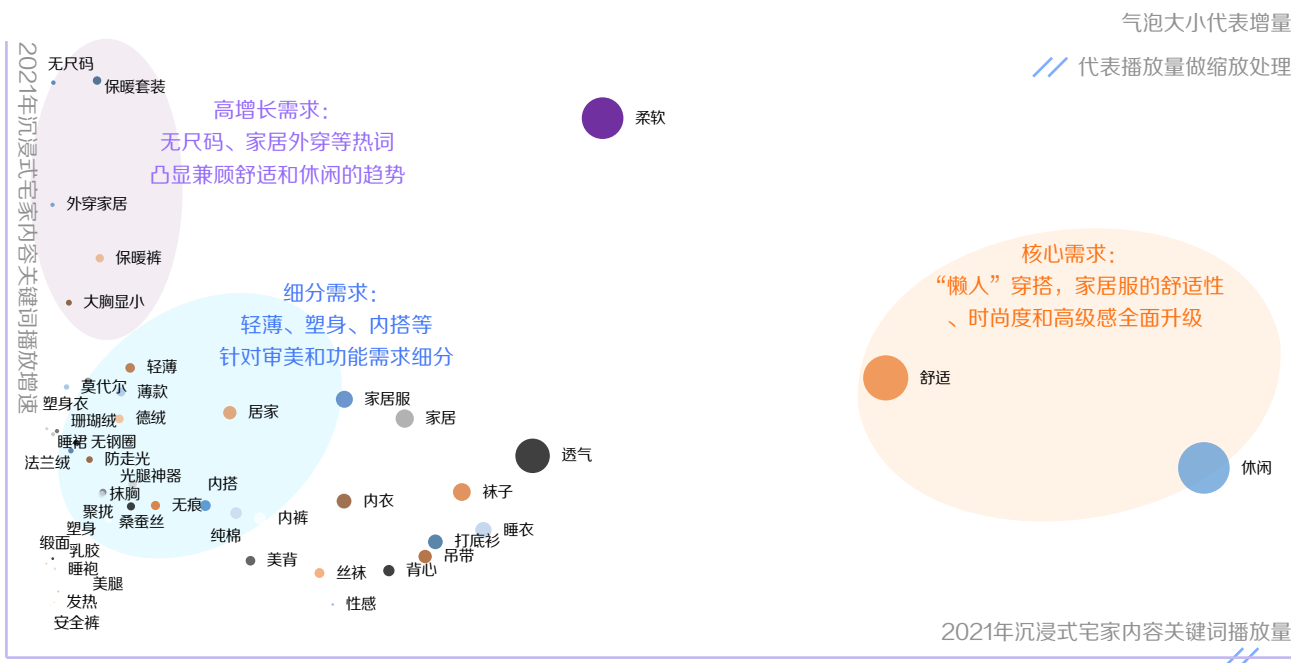


数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

3.1.3 沉浸式宅家潮流趋势方向：全天候舒适

休闲&舒适或将成为2022年沉浸式宅家生活方式下的热点。家居服的功能性不断创新，在面料上、场景上适应消费者的生活变化。在家庭形态上，独居逐渐成为新的趋势，宅女宅男增多，社会变化让宅家不出户和居家办公需求增长。为了在宅家的日子里通过穿搭提高幸福感，人们将舒适健康与多场景穿搭作为选购居家场景服饰的最重要因素。

2021年抖音上沉浸式宅家内容关键词分布矩阵



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

从细分话题看，人们对于居家面料品质、居家穿搭技巧和居家种草推荐等话题参与度最高，体现出大家追求放松、自然的情绪表达，创造舒适的“懒宅”环境。在抖音，#居家穿搭 的话题播放量达928.3万次，话题下视频热度在持续，在家怎么穿，休闲卫衣、舒适睡衣均能穿出慵懒的时髦风格，每一个在家的日常都过的不同寻常。

2021年抖音上沉浸式宅家Top话题



◎ 数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

3.1.4 居家消费市场未来潜力：需求潜力激发，催生品质居家

德勤《2021年无接触经济前景报告》预测，2025年，亚太地区的“宅家消费”市场规模将从2019年的1.2万亿美元增长至3万亿美元。“宅家消费”的6个类别将占亚太地区总消费支出的60%，其中，消费品、休闲娱乐和教育是市场规模最大的三个类别。弗若斯特沙利文的最新研究报告《中国家居服市场概览》发现，未来五到十年我国家家居服市场容量将逐渐扩大，市场竞争更加激烈。同时，随着人们时尚理念和工作模式的改变，家居服一改以往的隐私或睡衣的印象，出现在众多时尚KOL们街拍的搭配中，而居家办公场景的增加促使家居服的商务休闲性需求增加、居家外穿也成为一种新的时尚。

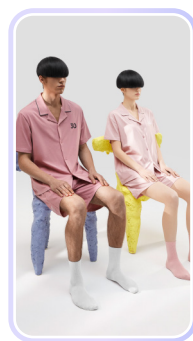
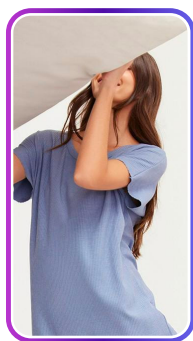
3.2 捕捉宅家潮流趋势，表达懒宅态度

3.2.1 从沉浸式宅家看居家懒宅穿搭



代表风格

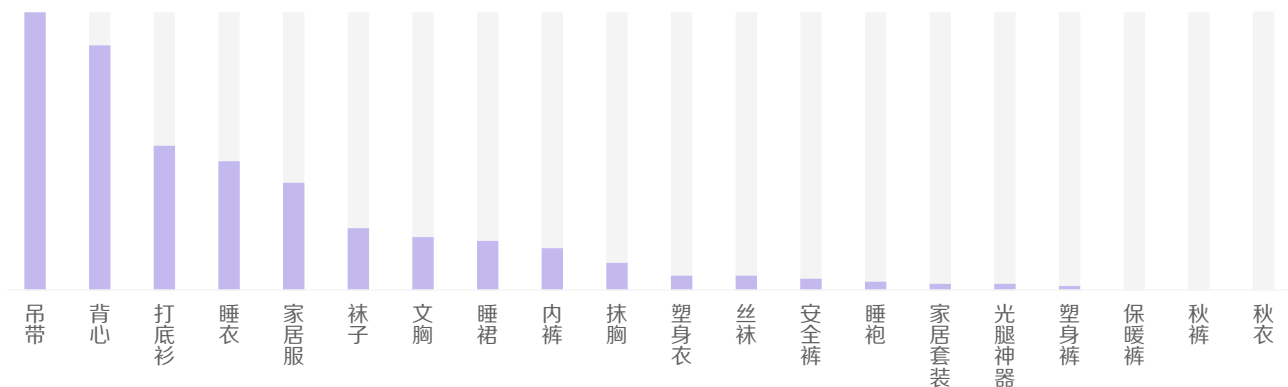
家居、内衣、休闲家居服、时尚家居服、高端定制等



3.2.2 抖音电商居家时尚消费盘点

2021年抖音电商上居家相关服饰消费规模快速增长，围绕泛居家场景，购买休闲装和家居服的占比最多，覆盖品类更加细化，既可居家亦可外出的款式需求增长。未来重点可关注细分品类为吊带、背心、打底衫、睡衣和家居服等。

2021年2-5月抖音电商居家时尚消费下TOP20细分类目



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年2-5月

代表达人：

彭裳裳裳裳等

代表品牌：

蕉内、KUOSE阔色、MsShe、Ubras等

备注：（排名不分先后，按首字母拼音排序）

潮流趋势四 万物可循环

4.1 万物可循环的兴起：万物循环利用

趋势解读

年轻人既关心世界也不想委屈自己，当可持续变成时尚时，环保就从口号变成了更多人的随手小事。在抖音，#环保话题相关视频的播放量高达60.3亿次，环保是一种贴近自然的选择，也是一门技术活，要对环保有足够的理解，在搭配中体现可持续、极简的穿搭风格和呈现别具一格的穿搭态度，是潮流对环保的解读。

4.1.1 万物可循环的需求新出口：绿色时尚 可持续大赏

调研数据显示，29.9%的抖音上用户对环境保护有持续性关注，“主动实践并支持绿色环保生活，环保是每个人的随手小事”是他们的心声。人们的环保意识觉醒，消费者对于可持续产品和无污染、无公害的绿色商品消费意愿提高。

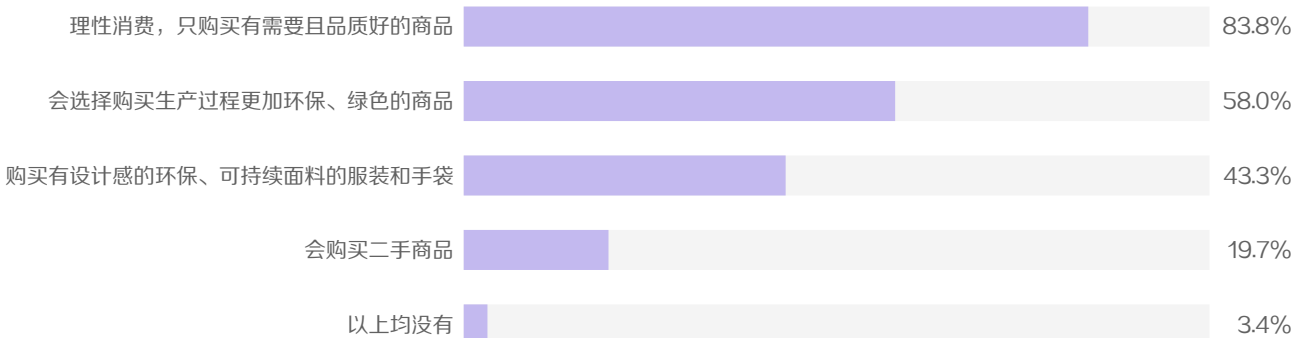
29.9%

抖音上用户主动实践并支持绿色环保生活，环保是每个人的随手小事。

数据来源：算数电商研究院用户调研，N=6741

在认同绿色环保生活中的人中，83.8%认同理性消费，只购买有需要且品质好的商品；58.0%会选择购买生产过程更加环保，更绿色的商品；43.3%会购买有设计感的环保、可持续面料的服装和手袋。公众环保意识提升，让衣着消费更绿色更环保，追求环保也成为服饰消费新趋势。

抖音上用户做过或支持以下哪些绿色生活提议



数据来源：算数电商研究院用户调研，N=2018

4.1.2 万物可循环短视频内容兴趣：低碳青年的环保衣帽间

在抖音上，以“绿色时尚”为主题的相关内容发布量增加，绿色时尚从天然有机、环境友好、再生与可持续等系列内容创作展开。2021年带有“天然”相关关键词的服饰短视频内容播放量超过10亿次，同比增长526.9%。

2021年抖音上万物可循环十大内容热词

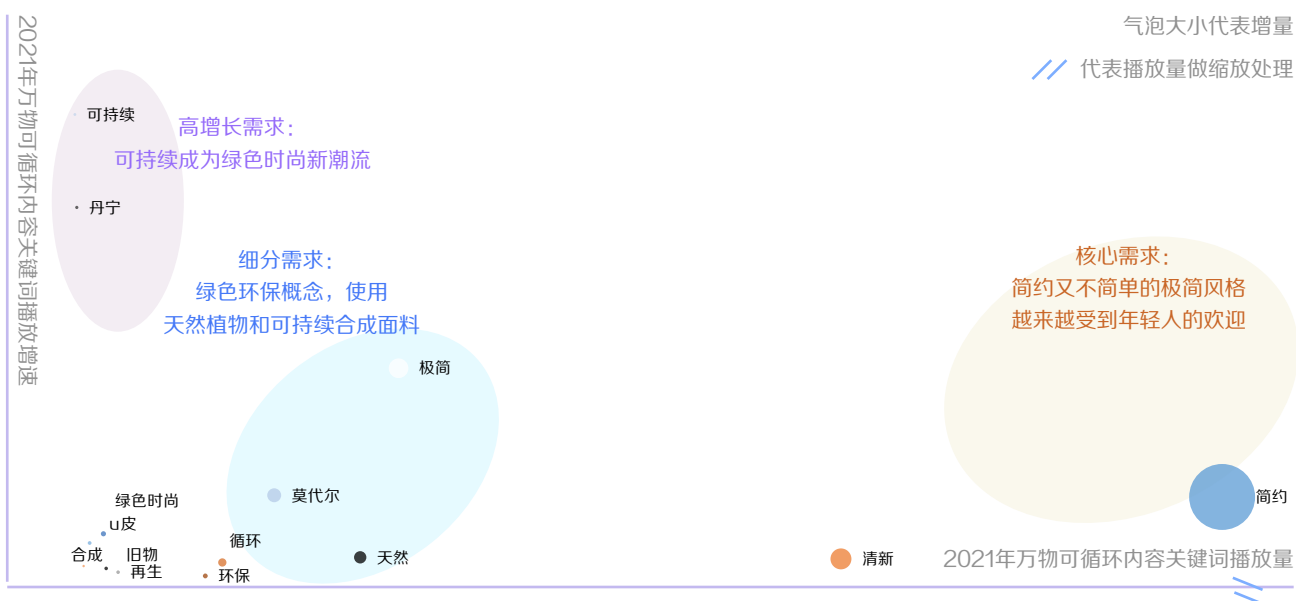


数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

4.1.3 万物可循环潮流趋势方向：回归基本风格

简约或将成为2022年万物可循环生活方式下的热点，简约又不简单的极简风格越来越受到年轻人的欢迎，绿色时尚的概念兴起，使用天然植物和可持续面料成为纺织科技创新应用的新趋势，而与绿色环保的IP联名系列和极简实用的款式也成为热点方向。

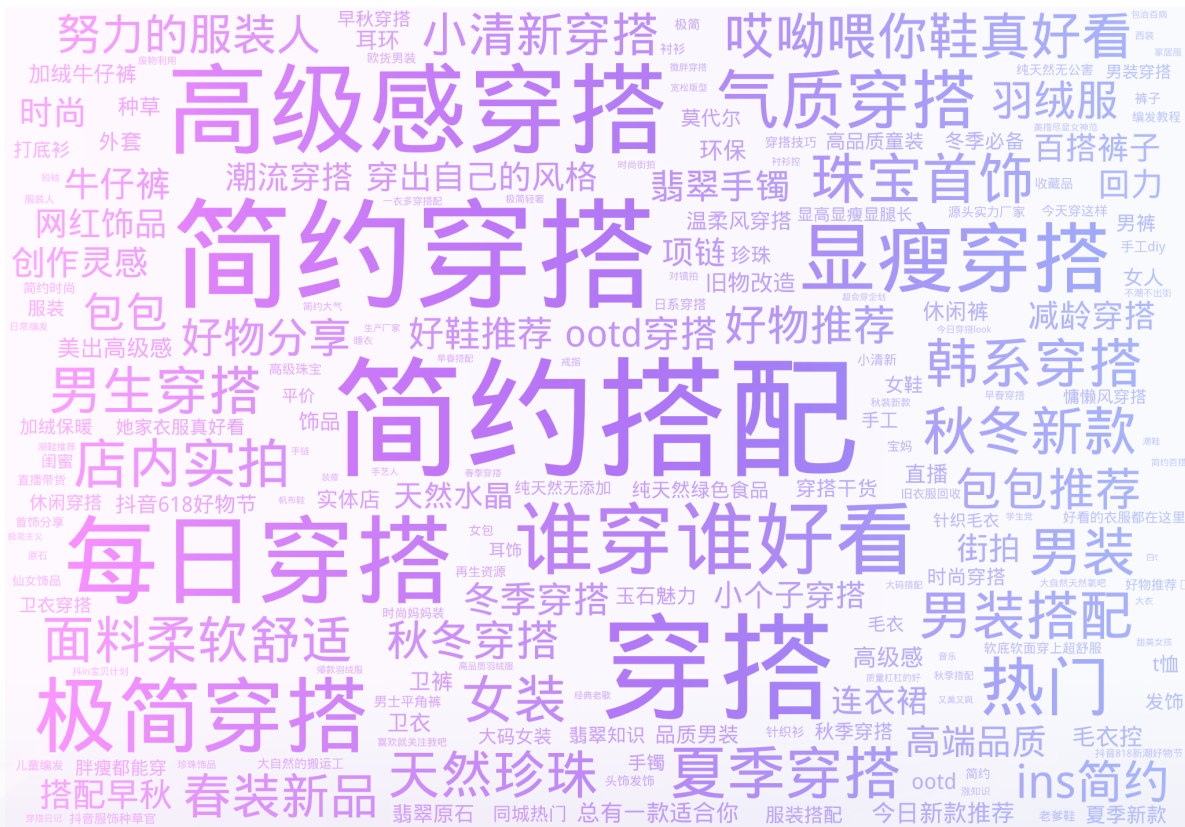
2021年抖音上万物可循环内容关键词分布矩阵



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

从细分话题看，人们对于简约、极简穿搭的话题参与度最高，体现出大家抛开冗余、节能低碳的绿色穿搭理念，极简主义既时尚又环保。

2021年抖音上万物可循环Top话题



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

4.1.4 绿色时尚消费市场未来潜力：环保理念入人心，赛道备受瞩目

2021年1月21日，国家发改委、工信部、商务部等七部门联合发布《促进绿色消费实施方案》，明确到2025年要实现绿色消费理念深入人心、奢侈浪费得到有效遏制、绿色消费方式得到普遍推行，其中重点提到要鼓励推行绿色衣着消费，提供更多符合绿色低碳要求的服装，倡导消费者理性消费，按照实际需要合理、适度购买衣物。业界专家鲁比多（Carolyn Rubido）预测认为，可持续环保时尚在未来50年将成为业内主流。麦肯锡咨询公司发布的全球首席采购官调研——《Fashion's new must-have: sustainable sourcing at scale》显示，随着消费者和政府部门对环境问题越发关注，社会责任和环保可持续举措已成为服装企业发展战略的重中之重。时尚企业将使用更多可持续材料、减少企业碳足迹、提高供应链透明度，整个产业将在2025年完成可持续改革。

4.2 捕捉绿色潮流趋势，表达环保态度

4.2.1 从万物可循环看绿色环保穿搭

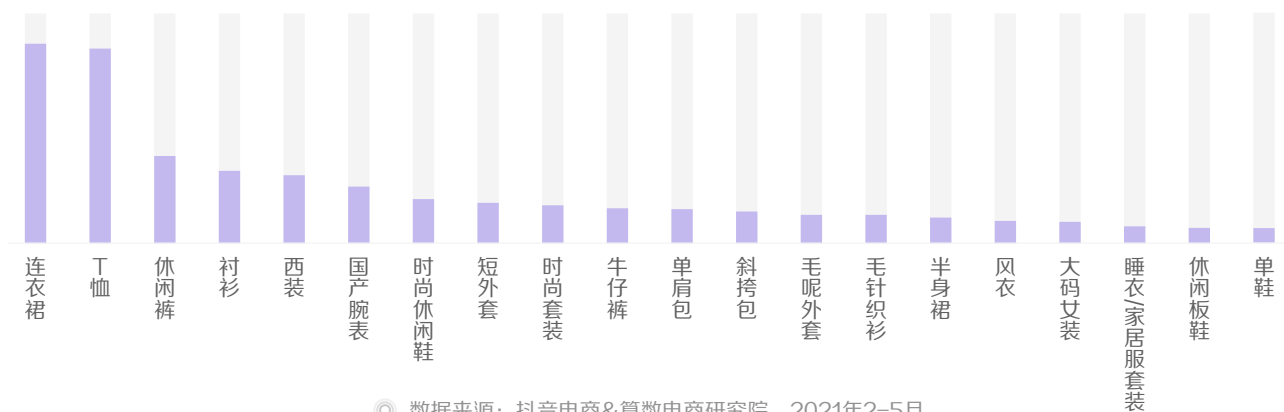
代表风格 极简、可持续、生物原材料、循环二手回收、图案刺绣等



4.2.2 抖音电商绿色时尚消费盘点

2021年抖音电商上绿色时尚相关消费规模增长亮眼，其中可持续时尚已经渗透进女装、男装的设计理念中，使用低碳节能、自然无害、可循环利用的面料，采用低碳环保的生产过程已然成为产业发展的重要内容。未来重点可关注细分领域为采用再生材料、可持续面料的连衣裙、T恤、休闲裤、牛仔、毛呢外套和针织衫等。

2021年2-5月抖音电商绿色时尚消费下TOP20细分类目



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年2-5月

代表达人：

金小金自制女装等

代表品牌：

朗姿、Levi's李维斯、URBAN REVIVO等

备注：（排名不分先后，按首字母拼音排序）

潮流趋势五 华流即顶流

5.1 华流即顶流的兴起：国风时光倒流

趋势解读

如今年轻人民族自信力增强，本土文化的影响力更加深刻。年轻消费者们不再盲目崇拜“国外的月亮”，在抖音，#华流才是顶流 话题相关视频的播放量高达24.7亿次，国风文化和国潮品牌被Z世代推崇，他们本着“民族才是世界”的态度，彰显自己的民族时尚感。

5.1.1 华流即顶流的需求新出口：国潮涌动 情感消费

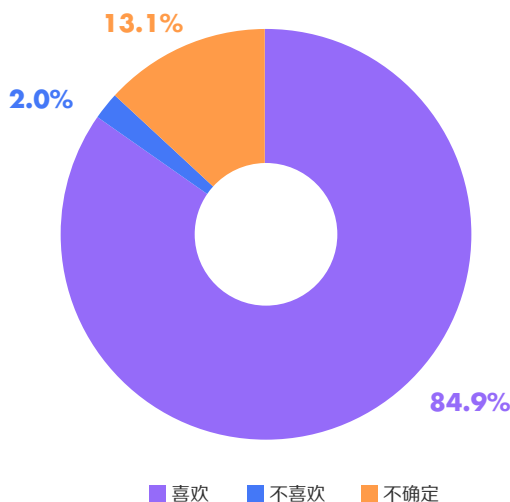
调研数据显示，30.8%的抖音上用户热爱国潮文化、支持国货，“喜欢国潮风格的设计元素，支持国货品牌”是他们的心声。在喜欢国潮文化的人中，84.9%喜欢中国风、国潮风格的服饰。而喜欢国潮风格服饰的人中，75.1%喜欢国风穿搭的原因来自于对传统文化的认同感和自豪感的提升。

30.8%

抖音上用户喜欢国潮风格的设计元素，支持国货品牌。

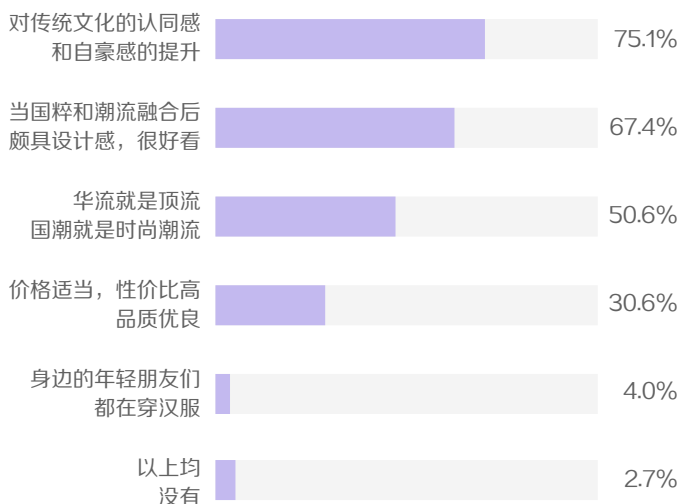
数据来源：算数电商研究院用户调研，N=6741

抖音上用户对于中国风、国潮风格服饰的态度



数据来源：算数电商研究院用户调研，N=2077

抖音上用户喜欢中国风、国潮风格穿搭的原因

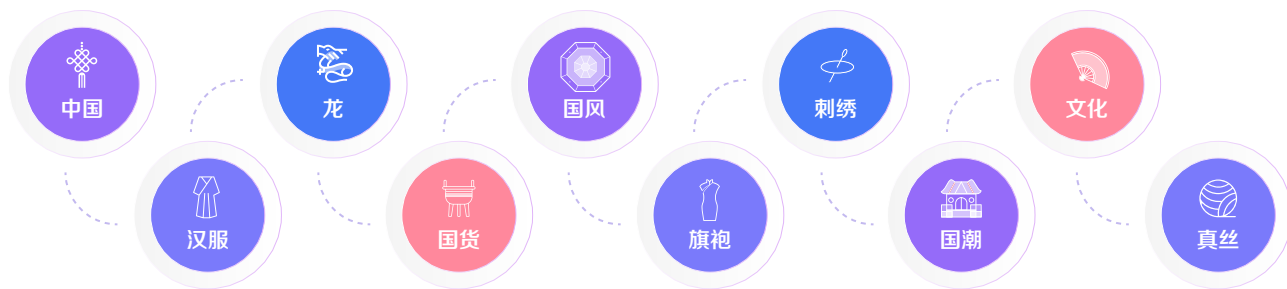


数据来源：算数电商研究院用户调研，N=1763

5.1.2 华流即顶流短视频内容兴趣：展华服蕴藏之美

在抖音上，关于“国潮”为主题的内容热度很高，国潮风席卷而来。很多的内容创作带有国风和传统文化元素，2021年带有“国潮”相关关键词的服饰短视频内容播放量超过40亿次，同比增长297.2%。

2021年抖音上华流即顶流十大内容热词

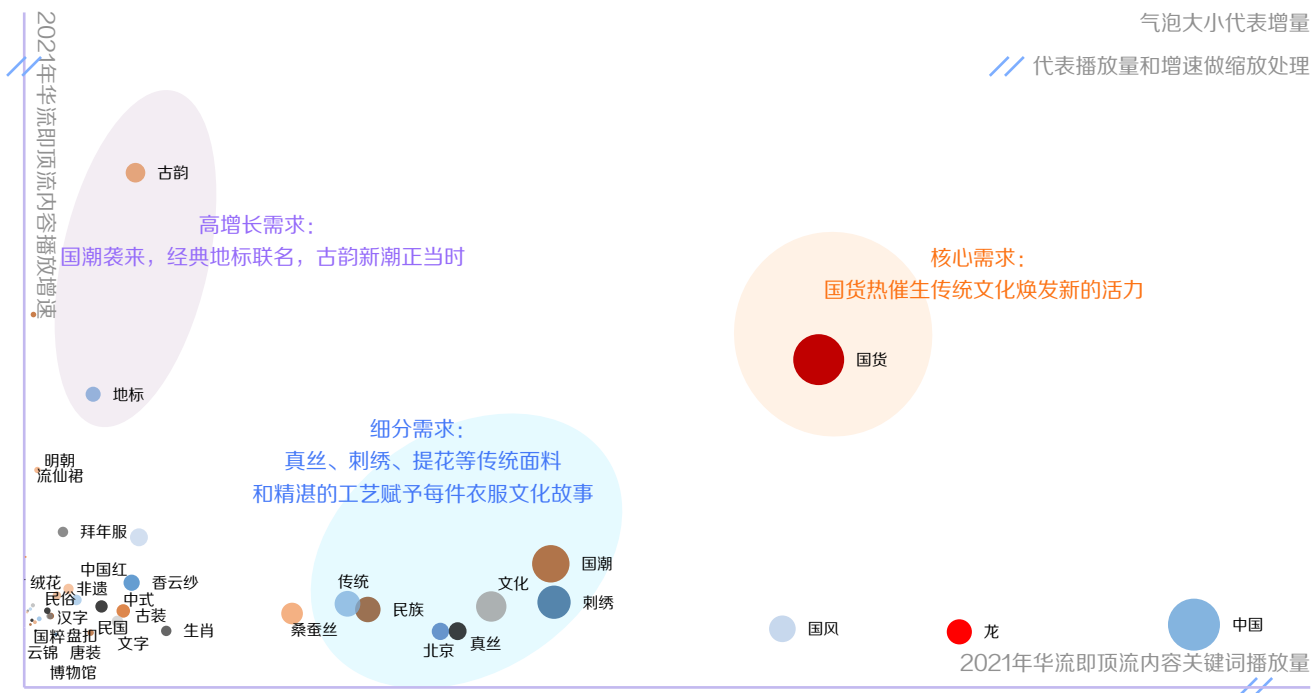


数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

5.1.3 华流即顶流潮流趋势方向：国潮含量100%

国潮&国货或将成为2022年华流即顶流生活方式下的热点，国潮风热度不断升级，时尚风格更加多样，细分需求增长，国货、新中式成为年轻人崇尚的新潮流。

2021年抖音上华流即顶流内容关键词分布矩阵



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

从细分话题看，人们对于国货、国风、国潮、旗袍穿搭的话题参与度最高，体现出大家对于国潮服饰、东方美学的兴趣和对传统文化的热爱。

2021年抖音上华流即顶流Top话题



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

5.1.4 国潮消费市场未来潜力：国潮风劲起，国货正当时

在消费需求回流、消费信心增强和双循环政策的推动下，国货品牌在市场规模、质量品质、个性化创新等方面迎来了蓬勃发展机会。抖音电商发布的《2021抖音电商国货发展年度报告》数据显示，2021年，抖音电商交易体量不断上升，国货品牌销量同比增长**667%**，平台上销售过亿的品牌中有**8成**是国产品牌，国货品牌占据爆款榜**9成**以上，其中服饰占国货品类销量排名第**3**，销量上涨**411%**。

5.2 捕捉国潮文化趋势，表达自信态度

5.2.1 从华流即顶流看国潮时尚穿搭

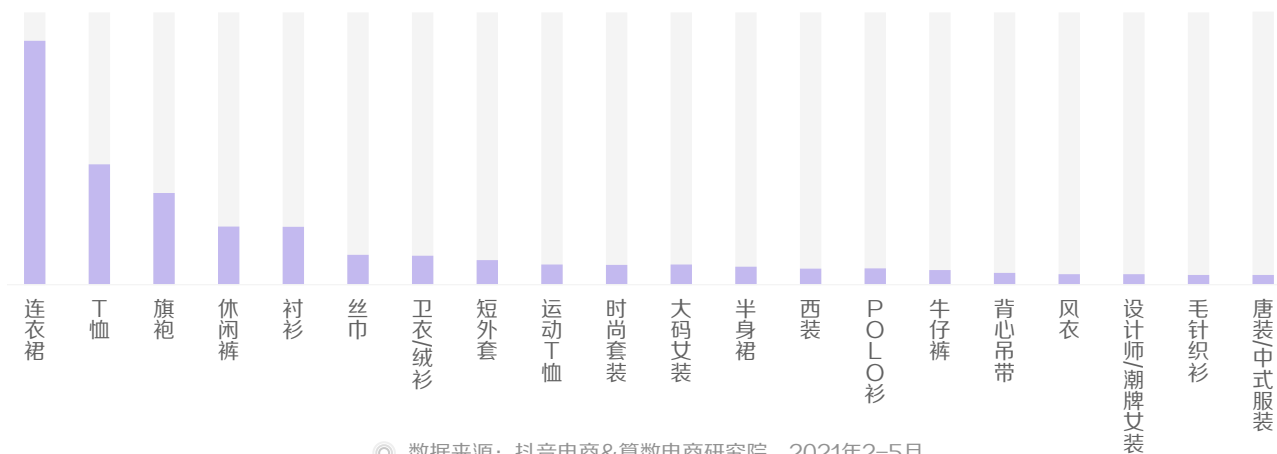
代表风格 国货、国潮、汉服、新中式、民俗花纹、旗袍等



5.2.2 抖音电商国潮时尚消费盘点

2021年抖音电商上国潮相关服饰消费主要体现在购买男女装上，抖音双11好物节期间，入选“抖in爆款榜”的国货占比超87%。未来重点可关注细分品类为连衣裙、T恤、旗袍、休闲裤、卫衣、设计师/潮牌和唐装/中式服装等。

2021年2-5月抖音电商国潮时尚消费下TOP20细分类目



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年2-5月

代表达人：

肉脸橙等

代表品牌：

回力、浒城姑娘、密扇、上海故事等

备注：（排名不分先后，按首字母拼音排序）

潮流趋势六 办公室浅秀

6.1 办公室浅秀的兴起：职场随心所欲

趋势解读

“成功不只是一种定义”是当代年轻人的态度，Z世代更愿意承认自己是个普通人。在抖音，#职场穿搭 话题的播放量达23.4亿次。在职场穿搭上，他们也更愿意体现自我个性和别出心裁的设计。

6.1.1 办公室浅秀的需求新出口：穿着精致 职场爱豆

调研数据显示，35.3%的抖音上用户认为“在职场中应该注意穿搭造型”。Z世代们在工作中穿着精致，且精致又不露痕迹，点到为止。

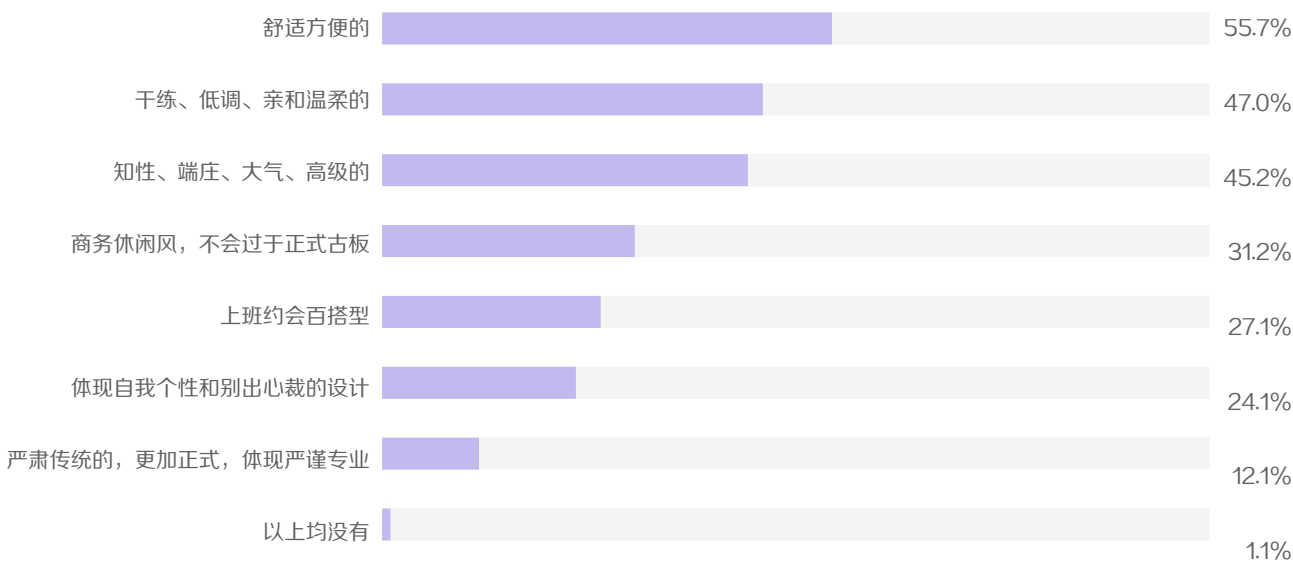
35.3%

抖音上用户认为在职场中应该注意穿搭造型。

数据来源：算数电商研究院用户调研，N=1408

在认同职场中应注意穿搭造型的人中，55.7%在工作场合中喜欢穿舒适方便的着装，47.0%则认为职场风格穿搭应该是干练、低调和亲和温柔的。

抖音上用户喜欢的职场穿搭风格



数据来源：算数电商研究院用户调研，N=497

6.1.2 办公室浅秀短视频内容兴趣：职场神仙穿搭私藏

在抖音上，从容职场生活方式下的相关穿搭分享内容很多。衣橱必备、职场穿搭、面试季、如何穿得时髦又舒适等短视频内容播放量增长，十足干货搞定职场穿搭公式。2021年带有“职场”相关关键词的服饰短视频播放量超过22亿次，同比增长57.5%。

2021年抖音上办公室浅秀十大内容热词

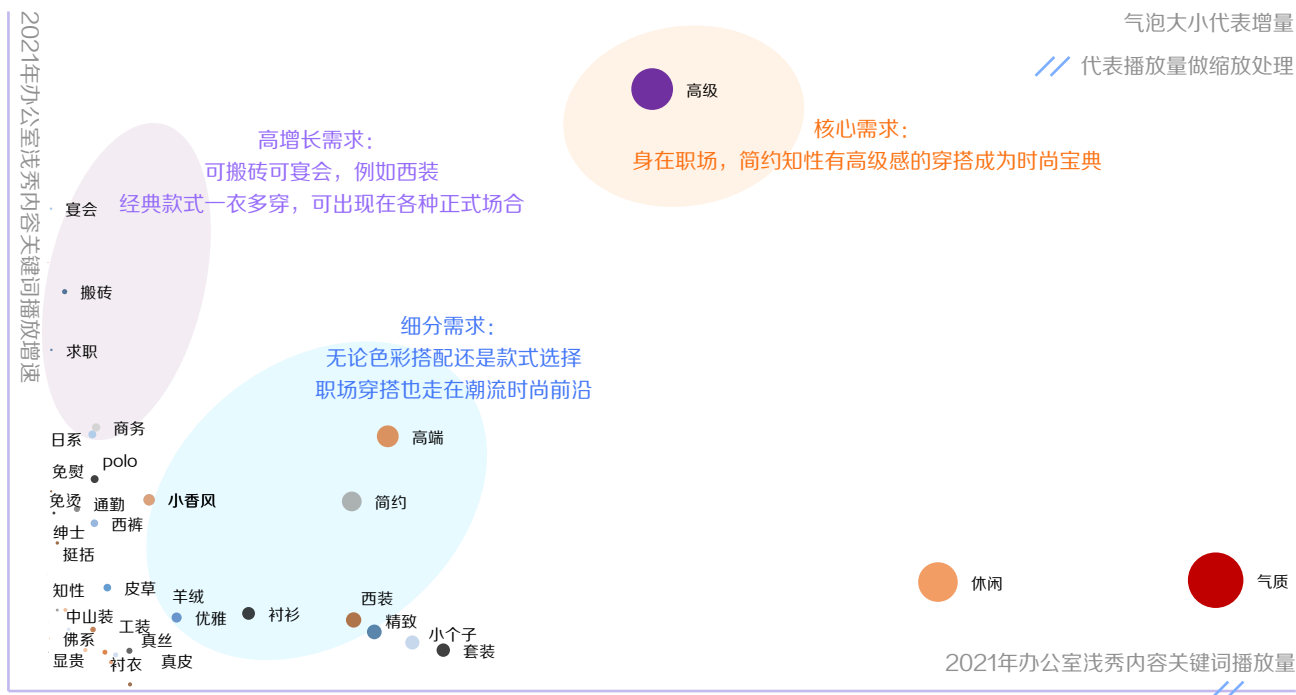


数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

6.1.3 办公室浅秀潮流趋势方向：高级感穿搭

高级或将成为2022年办公室浅秀生活方式下的热点，身在职场，简约造型有高级感的穿搭成为宝典。

2021年抖音上办公室浅秀内容关键词分布矩阵



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

从细分话题看，人们对于气质、高级感穿搭的话题参与度最高。简约知性有高级感，温婉气质又干练，符合我们心中对于完美职场形象的想象。

2021年抖音上办公室浅秀Top话题



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

6.1.4 职场消费市场未来潜力：品质为先，市场平稳增长

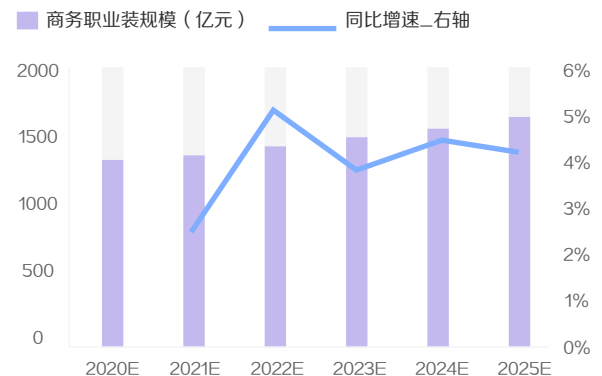
据公开数据整理，2020年国内商务职业装市场份额为**1371亿元**，预计2021年后职业装市场规模将保持**4%-5%**的增速平稳增长，到2025年，中国商务职业装预计将达到**1676亿元**。

2020年商务职业装规模（亿元）

	从业人数 (万人)	渗透率	人均年预算 (元)	商务职业装规模 (亿元)
金融	805	100%	2500	201
地产	498	80%	1500	60
法律	46	80%	2000	7
公务员	763	80%	1500	92
余下第三产业	33694	30%	1000	1011
合计				1371

数据来源：国家统计局、司法部、人社部、世界银行、万联证券研究所

2020-2025年商务职业装规模情况预测



数据来源：国家统计局、司法部、人社部、世界银行、万联证券研究所

6.2 捕捉职场穿搭趋势，表达专业态度

6.2.1 从办公室浅秀看职场时尚穿搭

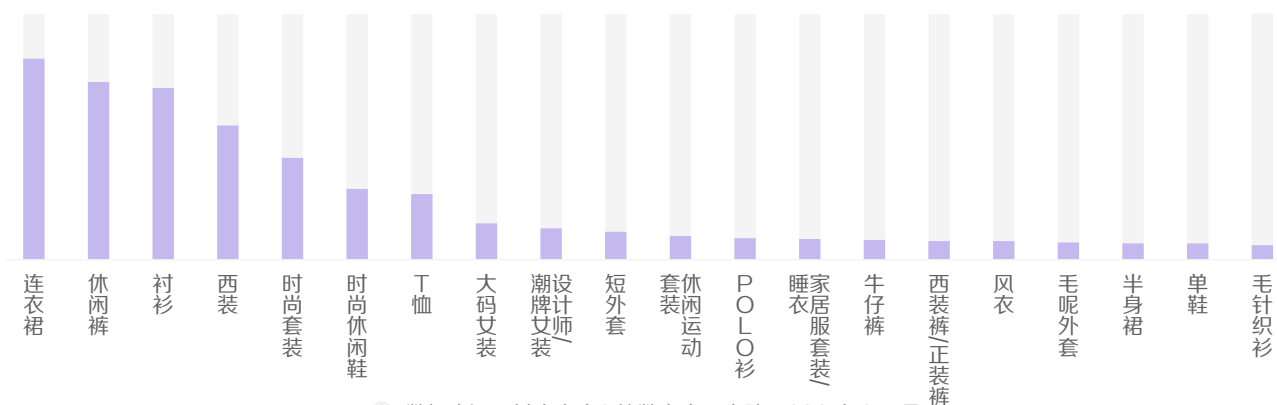
代表风格 职场、通勤、气质、高级等



6.2.2 抖音电商职场消费盘点

2021年抖音电商上职场相关消费仍有很大增长空间，人们对职场穿搭的款式、质量、面料材质有着越来越高的要求，推动职业装根据职业属性、工作场景、身材体型等向个性化和高端化定制发展。未来重点可关注细分品类为连衣裙、休闲裤、衬衫、西装、时尚套装和时尚休闲鞋等。

2021年2-5月抖音电商职场消费下TOP20细分品类



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年2-5月

代表达人：

美洋MEIYANG等

代表品牌：

G2000、LILY、Marisfrolg、奈蔻、Simple Pieces、伊芙丽等

备注：（排名不分先后，按首字母拼音排序）

07 潮流趋势七 几分像从前

7.1 几分像从前的兴起：梦回摩登时代

趋势解读

潮流是一个圈，复古港风、千禧辣妹风依然被人喜爱。设计师们没有停止过从千禧年汲取灵感，在抖音，#复古话题相关视频的播放量高达111.6亿。随着Z世代的怀旧风潮萌发，在港风的基础上，辣妹风将成为2022的新复古风潮。

7.1.1 几分像从前的需求新出口：千禧年代 复古回潮

调研数据显示，32.7%的抖音上用户认为“越来越喜欢怀旧，收藏老物件，也会尝试复古风穿搭与造型”。复古风潮崛起，许多80、90年代流行过的风格，在今年再火了一把。

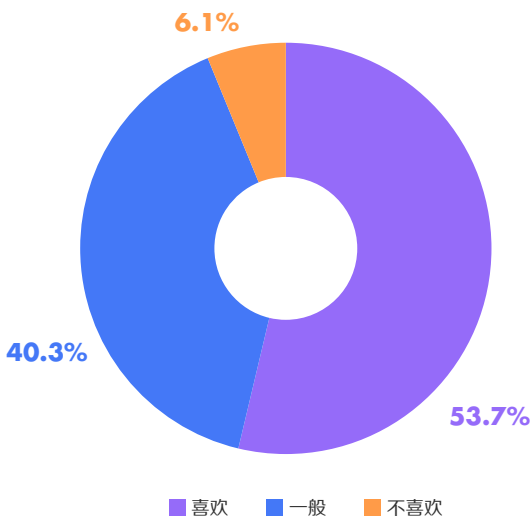
32.7%

抖音上用户越来越喜欢怀旧，收藏老物件，也会尝试复古风穿搭与造型。

数据来源：算数电商研究院用户调研，N=6741

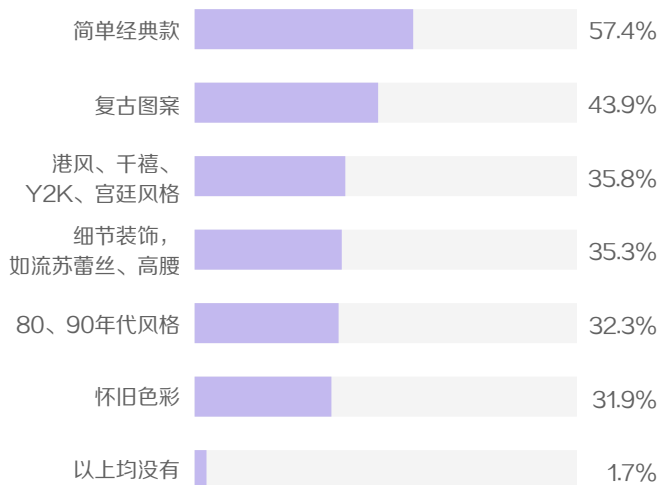
在喜欢复古风的人中，53.7%表示喜欢带有复古元素的服饰。在喜欢复古元素服饰的人中，57.4%喜欢简单经典款式，43.9%喜欢带有复古图案的装饰。

抖音上用户对于带有复古元素服饰的态度



数据来源：算数电商研究院用户调研，N=2205

抖音上用户喜欢下列哪些复古元素



数据来源：算数电商研究院用户调研，N=2071

7.1.2 几分像从前短视频内容兴趣：回忆杀背后的90美学

在抖音上，几分像从前生活方式下的相关穿搭内容频上热搜。欢迎回到90年代的短视频，一秒带你体会怀旧温情。2021年带有“复古”相关关键词的服饰短视频播放量超过69亿次，同比增长129.3%。

2021年抖音上几分像从前十大内容热词

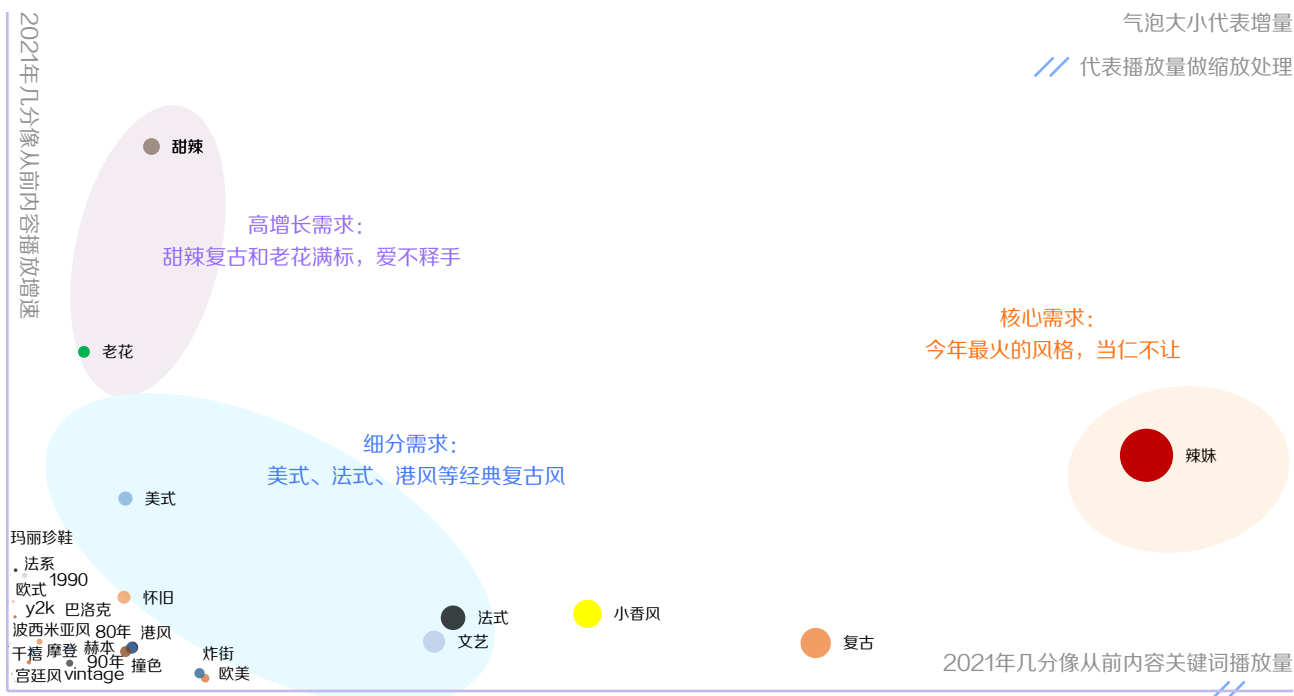


数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

7.1.3 几分像从前潮流趋势方向：甜酷辣妹风

甜辣或将成为2022年几分像从前生活方式下的热点，既甜又飒，近两年，甜辣风格被女团及达人博主带火。

2021年抖音上几分像从前内容关键词分布矩阵



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

从细分话题看，人们对于辣妹、复古穿搭的话题参与度最高。在复古话题下的街拍/变装、仿妆、怀旧生活、场景化穿搭类视频中，超百万点赞量的短视频作品众多。时尚就是一个圈，复古风一直是时尚圈经久不衰的话题。复古、港风、Y2K、学院风、Athflow风格再次流行。

2021年抖音上几分像从前Top话题



数据来源：算数电商研究院，2021年1-12月

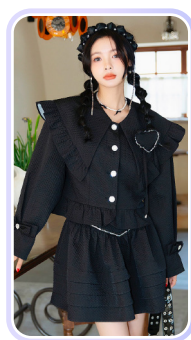
7.1.4 复古时尚消费市场未来潜力：复古单品出圈，Z世代需求增长

2021年“抖音双11好物节”期间，抖音电商打造了“港风复古场景直播”等互动体验直播。除了服饰外，复古配色、剪裁和流行元素也应用在鞋包和配饰中。#欢迎来到九零年代 话题播放量达到23.9亿次，这个梗也是来自于变装视频，“复古”是经久不衰的时尚元素和讨论话题。时尚鞋履品牌思加图在2022年春夏发布多款复古系列女鞋，经典再造复古回潮，受到潮流先锋们关注。

7.2 捕捉复古趋势，表达怀旧态度

7.2.1 从几分像从前看复古穿搭

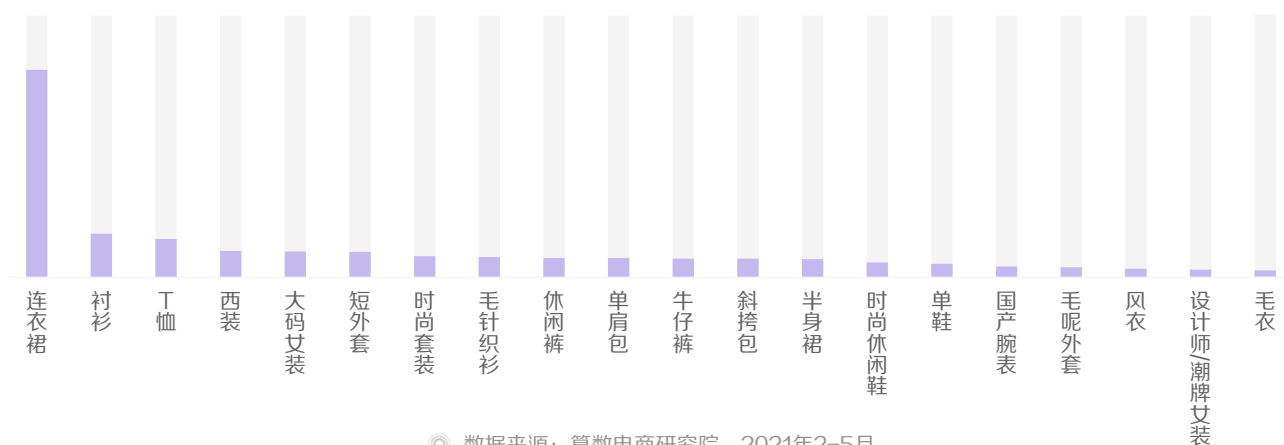
代表风格 复古、港风、法式、Y2K、辣妹、学院风等



7.2.2 抖音电商复古时尚消费盘点

2021年抖音电商上复古风服饰需求大增。未来可重点关注细分品类如连衣裙、衬衫、T恤、西装、短外套、单肩包、牛仔裤和时尚休闲鞋等。

2021年2-5月抖音电商复古时尚消费下TOP20细分类目



代表达人：

未那大叔等

代表品牌：

Calvin Klein、马克华菲、STACCATO思加图等

备注：（排名不分先后，按首字母拼音排序）

潮流趋势八 技术流耍酷

8.1 技术流耍酷的兴起：玩得酷，穿得更酷

趋势解读

结合了音乐、滑板等领域的亚文化成为年轻一代表达自我的突破口。热梗“玩的就是西海岸”的流行让不少hiphop青年燥热起来，拿出标准蹲姿，比出peace&love的手势，年轻人强烈希望通过街头风、IP联名款等风格服装寻求群体认同感。

8.1.1 技术流耍酷的需求新出口：潮流街头 痞帅炸街

调研数据显示，**30.4%**的抖音上用户认同“勇敢地表达自我，喜欢追求自我、彰显个性的街头文化”。从说唱、街舞街头文化的兴起，到潮牌服饰品牌在年轻人中的流行，街头时尚迎来了新的商业机会。

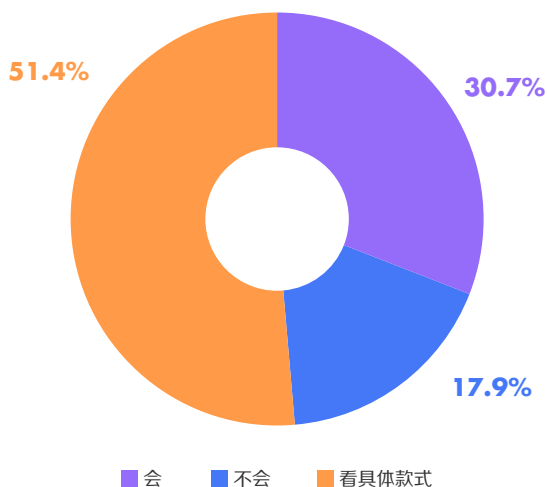
30.4%

抖音上用户勇敢地表达自我，喜欢追求自我、彰显个性的街头文化。

数据来源：算数电商研究院用户调研，N=6741

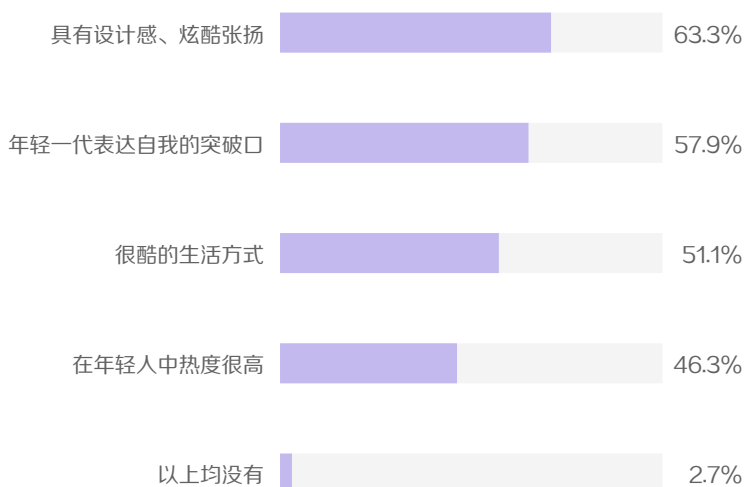
在认同街头文化的人中，**30.7%**会购买潮牌商品。在会购买潮牌商品的人中，**63.3%**认为街头时尚具有设计感、炫酷张扬，**57.9%**则认为街头时尚是年轻一代表达自我的突破口，**51.1%**则认为街头时尚是年轻一代表达自我的突破口。

抖音上用户对于购买潮牌商品的态度



数据来源：算数电商研究院用户调研，N=2051

抖音上用户喜欢街头时尚的原因



数据来源：算数电商研究院用户调研，N=630

8.1.2 技术流耍酷短视频内容兴趣：街头最酷的打开方式

在抖音上，技术流耍酷生活方式下的相关穿搭内容彰显型酷时尚。2021年带有“街头”相关关键词的服饰短视频内容播放量超过53亿次，同比增长85.4%。

2021年抖音上技术流耍酷十大内容热词

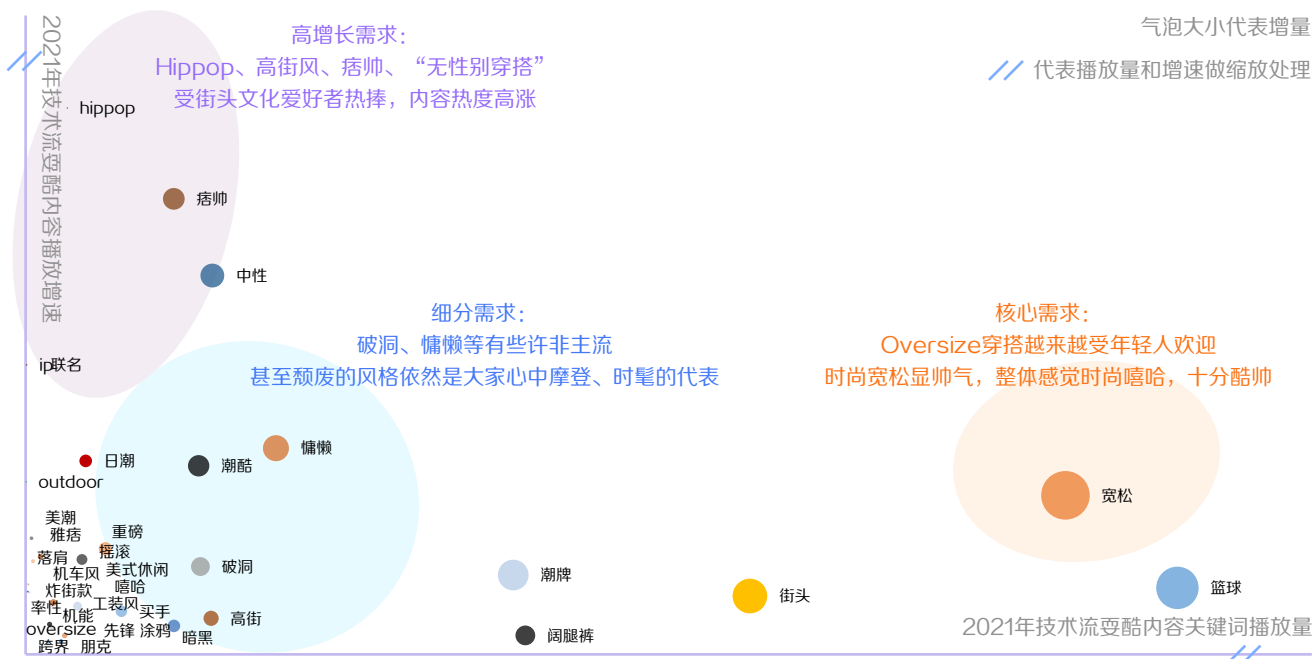


数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

8.1.3 技术流耍酷潮流趋势方向：释放青春活力

宽松&Oversize或将成为2022年技术流耍酷生活方式下的热点，Oversize穿搭越来越受年轻人欢迎，Hippop、高街风、痞帅、无性别穿搭受街头文化爱好者热捧，内容热度激增。

2021年抖音上技术流耍酷内容关键词分布矩阵



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

从细分话题看，人们对于街头、潮酷穿搭和潮牌的话题参与度最高。街头风穿搭彰显了年轻人的酷帅、个性的态度。

2021年抖音上技术流耍酷Top话题

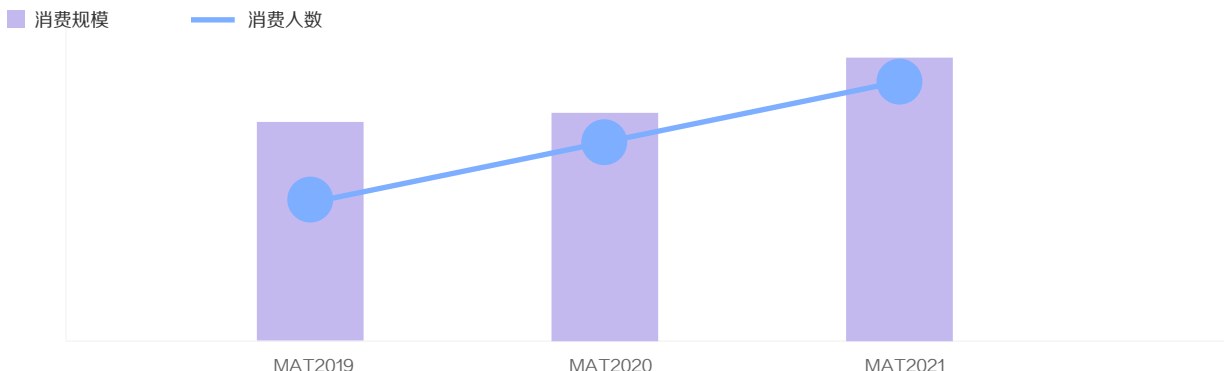


数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

8.1.4 街头时尚消费市场未来潜力：年轻人的时尚消费新宠

潮流消费既包括以嘻哈、街头文化等为代表的服饰、鞋包消费，也包括时下流行的跨界IP联名。尚交所数据显示，2021年中国线上时尚IP相关消费保持上升趋势，品牌与时尚IP联名发布商品，已成为获取流量的密码。为了迎合新世代消费群体的消费需求，男装品牌海澜之家与多个经典IP合作，打造爆款产品，加速年轻化步伐。

MAT2019-2021中国线上时尚IP相关消费趋势



数据来源：尚交所，2019-2021年

8.2 捕捉街头时尚趋势，表达个性态度

8.2.1 从技术流耍酷看潮酷穿搭

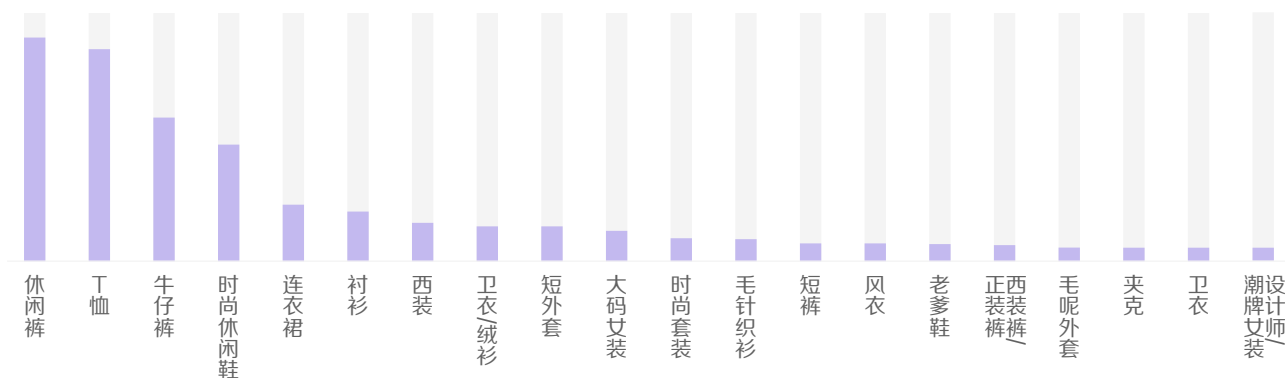
代表风格 宽松、Oversize、街头、破洞、工装风、嘻哈、高街、IP联名等



8.2.2 抖音电商街头时尚消费盘点

2021年抖音电商上的潮流品牌深受Z世代青睐，短视频增加了年轻人与街头时尚的接触机会，服装作为潮流文化的重要载体，占整个街头服饰消费的比重最高，未来重点可关注细分品类为休闲裤、T恤、牛仔裤、休闲鞋、连衣裙、衬衣、老爹鞋、卫衣和设计师/潮牌等。

2021年2-5月抖音电商街头时尚消费下TOP20细分类目



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年2-5月

代表达人：

小滴drama、康康和爷爷等

代表品牌：

BEASTER、海澜之家、物空等

备注：（排名不分先后，按首字母拼音排序）

潮流趋势九 暴汗仪式感

9.1 暴汗仪式感的兴起：活力电量满格

趋势解读

疫情让大家认识到了健康的重要性，健身内容热度攀升，运动健身线上化趋势不可阻挡。在抖音，#健身话题的播放量达到158亿。对年轻人而言，健身也要有仪式感，运动服也要时刻精致高颜值，仙子的汗都是blingbling的。

9.1.1 暴汗仪式感的需求新出口：舒适健身 享受运动

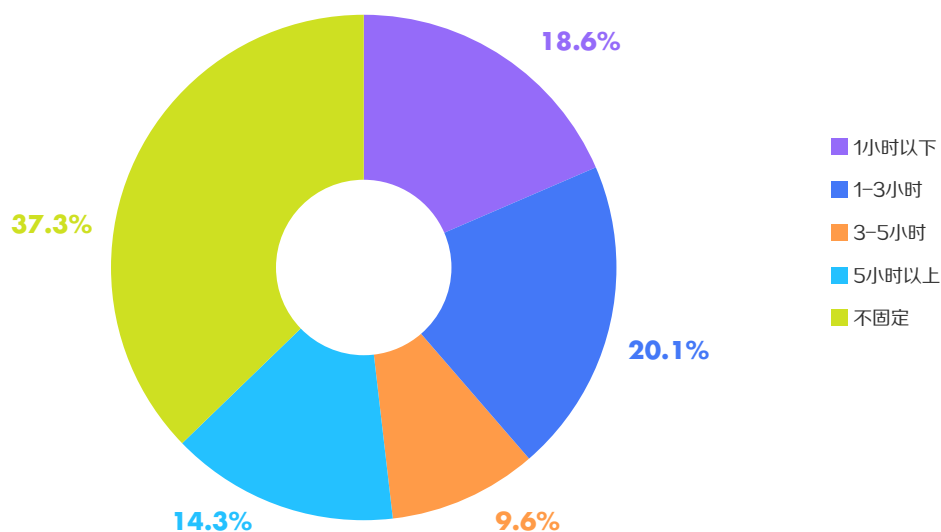
调研数据显示，45.2%的抖音上用户选择“认识到健康的重要性，平时会坚持锻炼身体”。在认同健身重要性的人中，37.3%每周花费在运动健身上的时间不固定，20.1%每周会抽出1-3个小时进行健身。体育健身和运动休闲已成为普遍的生活方式。

45.2%

抖音上用户认识到健康的重要性，平时会坚持锻炼身体。

数据来源：算数电商研究院用户调研，N=6741

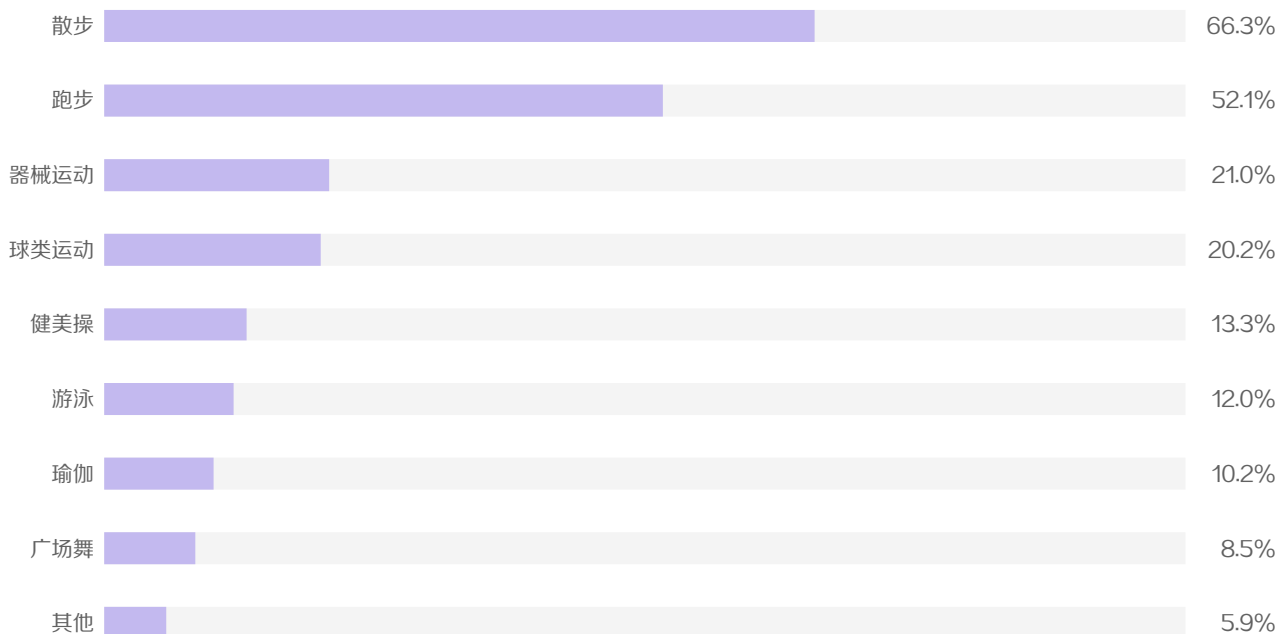
抖音上用户每周花费的健身时间



数据来源：算数电商研究院用户调研，N=3048

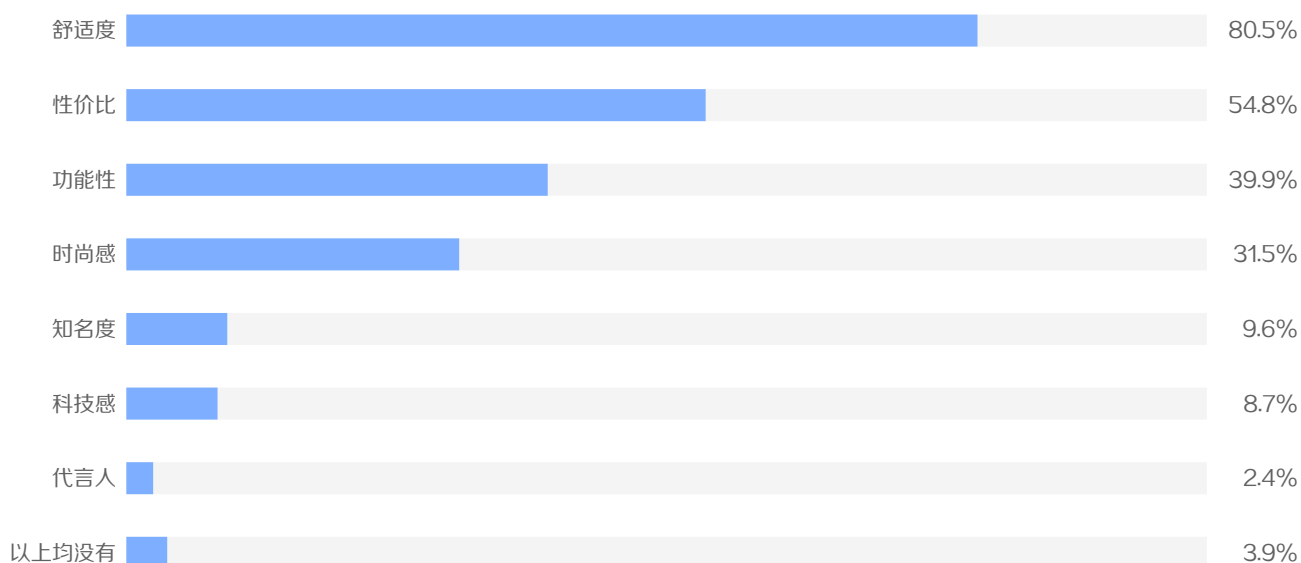
在认同健身重要性的人中，**66.3%**将散步作为平时最主要的运动健身方式，作为时下最热门的打卡运动，**52.1%**选择了跑步；运动服装的选择也十分重要，**80.5%**认为运动服饰最重要的是舒适，其次是性价比和功能性。

◎ 抖音上用户平时运动健身的主要方式



◎ 数据来源：算数电商研究院用户调研，N=3048

◎ 抖音上用户购买运动健身服饰/装备时的关注因素



◎ 数据来源：算数电商研究院用户调研，N=3048

9.1.2 暴汗仪式感短视频内容兴趣：暴汗玩家的日常

在抖音上，暴汗仪式感生活方式下内容覆盖低脂饮食、运动课程、打卡记录、健康知识分享、运动服种草等，满足产后瘦身、减肥塑身、强身健体等不同身体诉求。2021年与“运动”相关的内容播放量超过211亿次，同比增长84.0%。

2021年暴汗仪式感十大内容热词

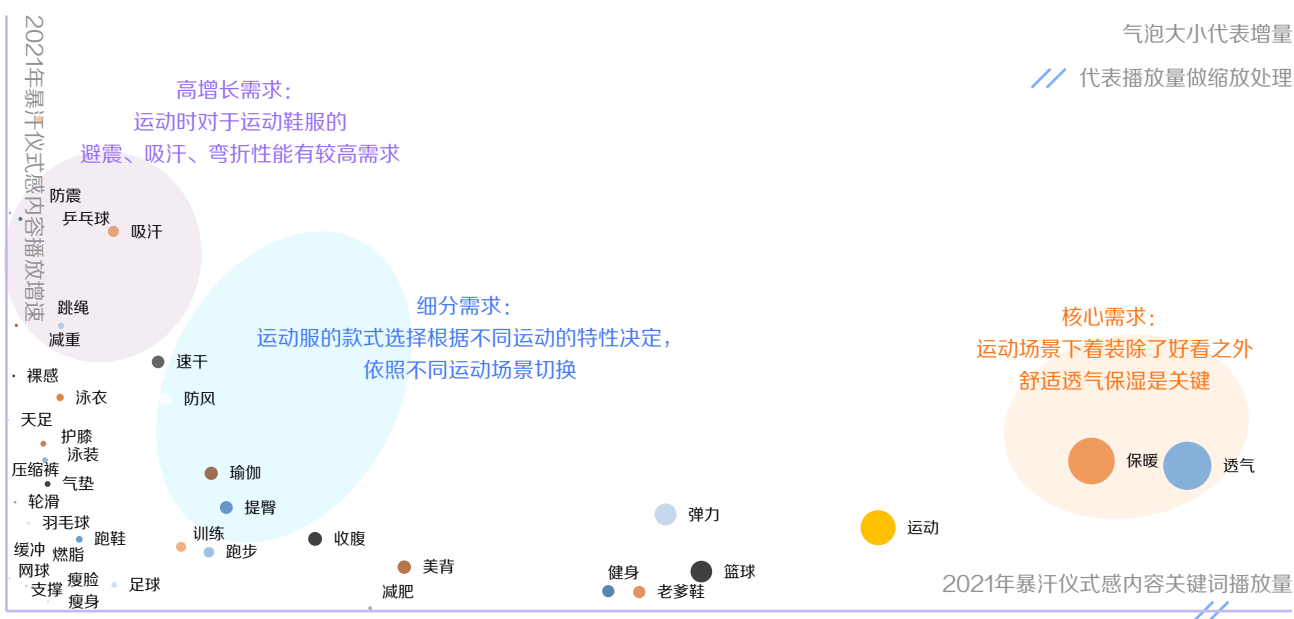


数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

9.1.3 暴汗仪式感潮流趋势方向：最好穿运动服

透气等功能性需求或将成为2022年暴汗仪式感生活方式下的热点，运动服饰的材料技术突飞猛进，透气、保暖、防风、速干、塑形等功能纤维在新型科技面料中应用，在运动服饰原有基础功能之上增加了更时尚、更实用、更舒适的附加功能。此外，运动款型、颜色、剪裁、面料材质也依照运动项目的特性而设计生产。

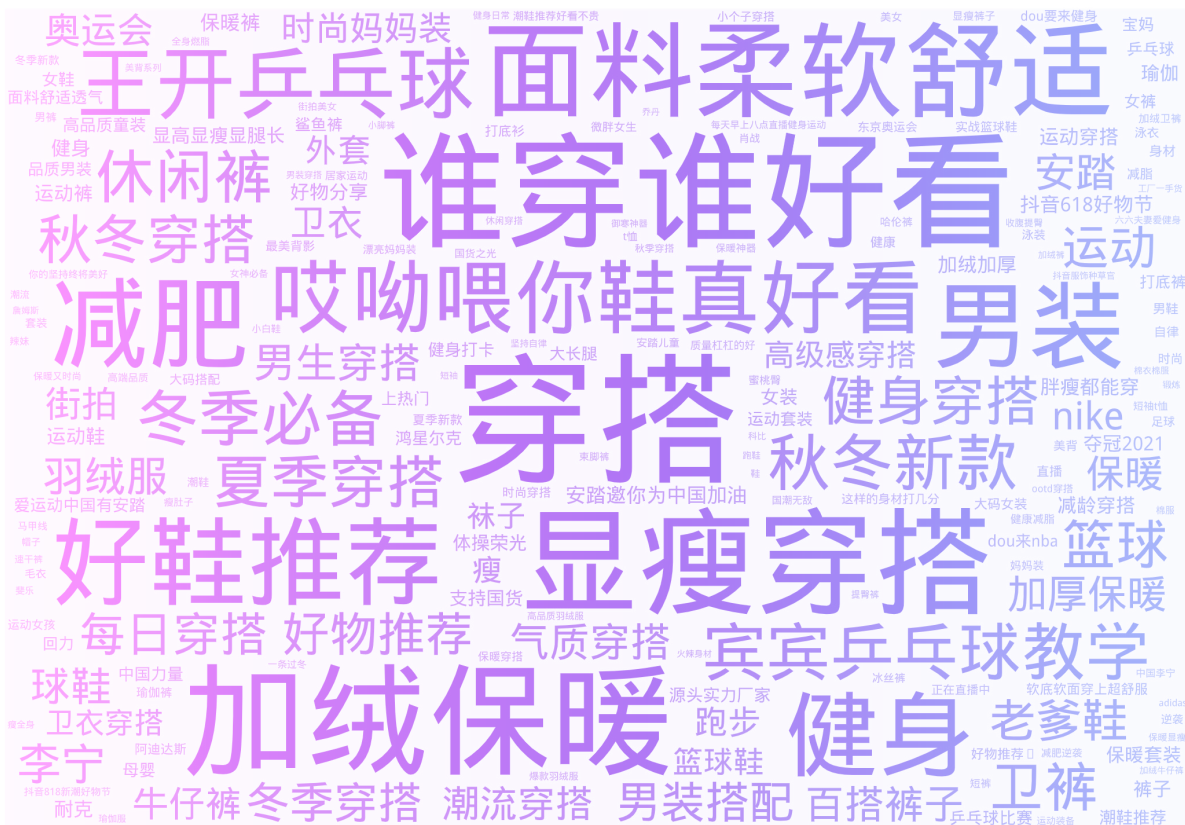
2021年抖音上暴汗仪式感内容关键词分布矩阵



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

从细分话题看，与健身、显瘦、运动项目、运动鞋服相关的造型和穿搭类话题引起广泛关注。告别枯燥，运动休闲风的混搭真的是应了热度话题 #谁穿谁好看。

2021年抖音上暴汗仪式感Top话题

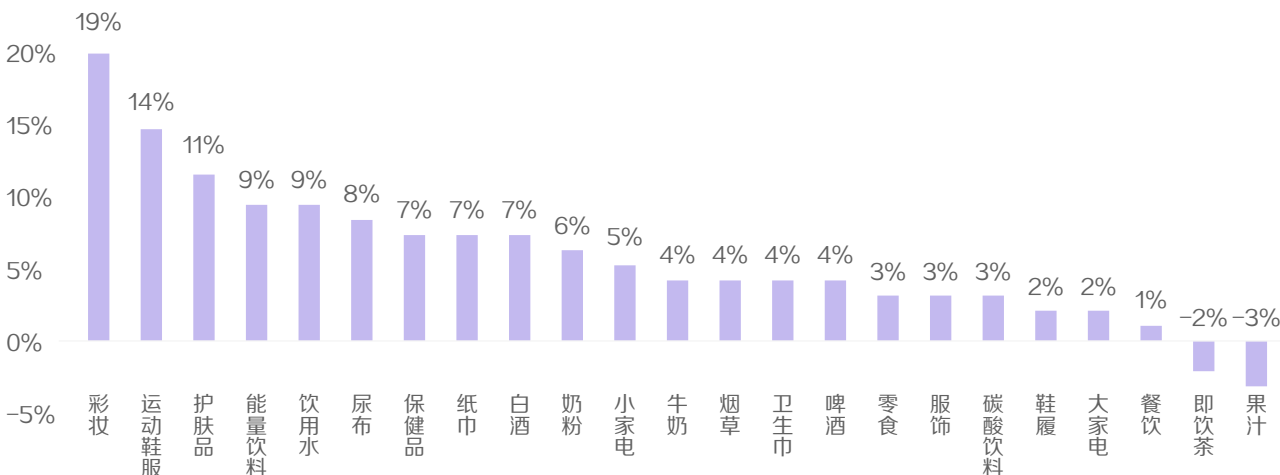


数据来源：算数电商研究院，2021年1-12月

9.1.4 运动消费市场未来潜力：健康意识激发运动健身热情

Euromonitor数据显示，中国运动服饰行业2015-2020年零售额复合增长率达到14%，高于大部分其他消费品子行业。中国运动服饰市场的整体零售额截至2020年已达到3150亿人民币。

各消费子行业2015-2020年零售额复合增长率比较



资料来源：Euromonitor，浦银国际

9.2 捕捉运动消费趋势，表达健康态度

9.2.1 从暴汗仪式感看运动穿搭



代表风格

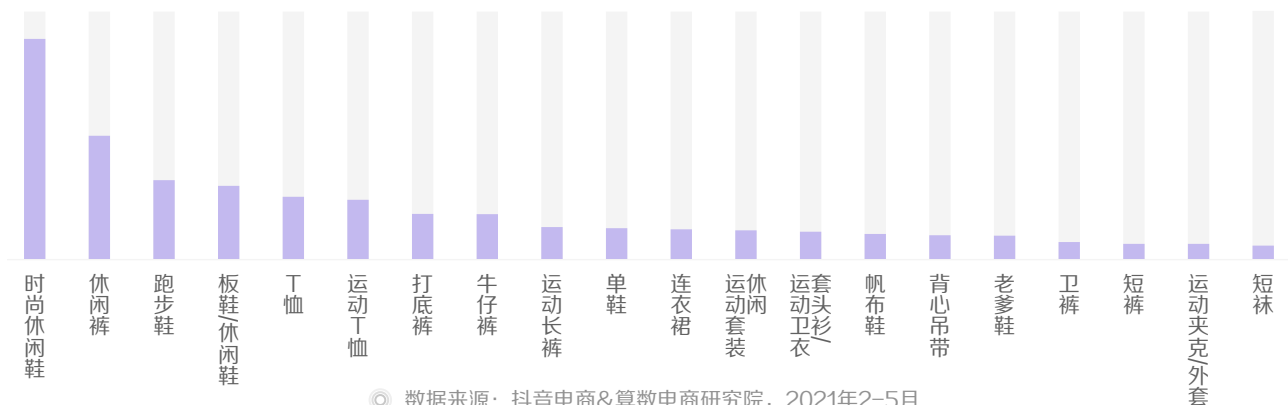
运动、健身、塑形等



9.2.2 抖音电商运动时尚消费盘点

2021年抖音电商上运动相关服饰消费以男女鞋服、运动鞋、运动服和运动器械为主，未来重点可关注细分品类为时尚休闲鞋、休闲裤、跑步鞋、板鞋、运动T恤、运动裤、运动套装和运动卫衣等。

2021年2-5月抖音电商运动时尚消费下TOP20细分类目



代表达人：

耿浩伦、岑哥奥呐呐等

代表品牌：

安踏、Adidas、斐乐、Keep等

备注：（排名不分先后，按首字母拼音排序）

潮流趋势十 10 次元艺术家

10.1 次元艺术家的需求新出口：打破次元结界

趋势解读

在抖音，#二次元 话题播放量高达860.2亿次，二次元、洛丽塔、JK人群不断增加，他们敢于展现自己的喜好，打破次元壁，不惧他人的眼光，走向大众视野，成为街边靓丽的风景线。

10.1.1 次元艺术家的需求新出口：彰显自我 个性时代

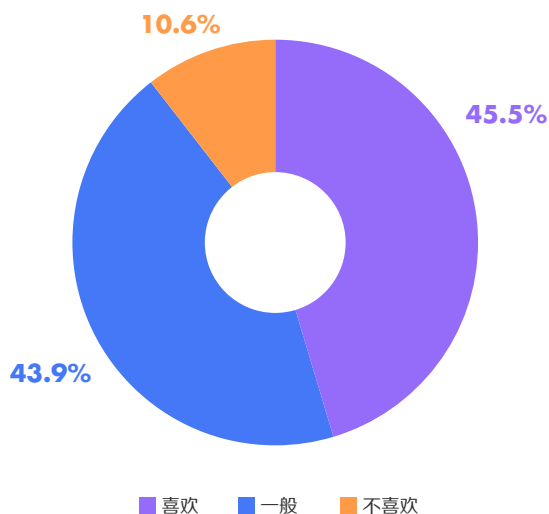
调研数据显示，10.8%的抖音上用户认同“对二次元文化很感兴趣，可以接受JK、Lolita、Cosplay等新文化”。在对二次元文化感兴趣的人中，45.5%喜欢JK、Lolita等小众穿搭。在小众穿搭的用户中，69.7%喜欢小众服饰的原因为时尚、活泼和好看，小众穿搭可以更突出年轻人的个性张扬和自我表现。

10.8%

抖音上用户对二次元文化很感兴趣，可接受JK、Lolita、Cosplay等新文化。

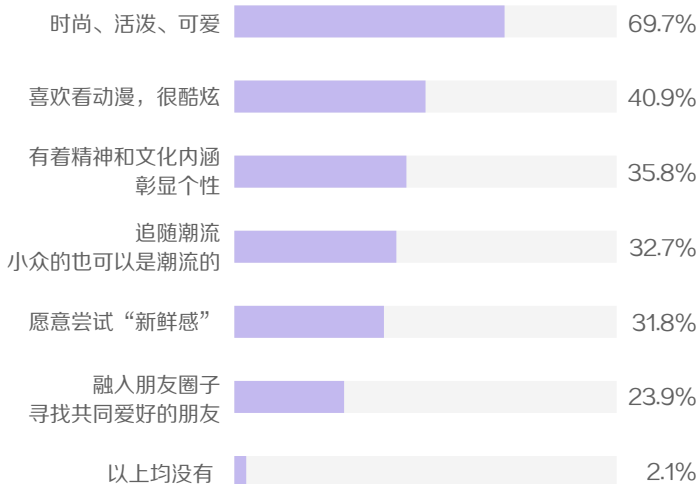
数据来源：算数电商研究院用户调研，N=6741

抖音上用户对JK、Lolita、Cosplay个性穿搭的态度



数据来源：算数电商研究院用户调研，N=725

抖音上用户喜欢JK、Lolita、Cosplay个性穿搭的原因



数据来源：算数电商研究院用户调研，N=330

10.1.2 次元艺术家短视频内容兴趣：小众文化破圈

在抖音上，次元艺术家生活方式下小众文化短视频奋力出圈。2021年带有“无性别”相关关键词的短视频内容播放量超过27亿次，同比增长211.8%。

2021年抖音上次元艺术家十大内容热词



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

10.1.3 次元艺术家潮流趋势方向：打破性别偏见

无性别或将成为2022年次元艺术家生活方式下的热点，结合女性的甜美和男性的帅气，可盐可甜的无性别风从2021年刮到了2022年，越来越多人希望通过服饰来表现自己个性，无性别风很好的诠释了这一点。

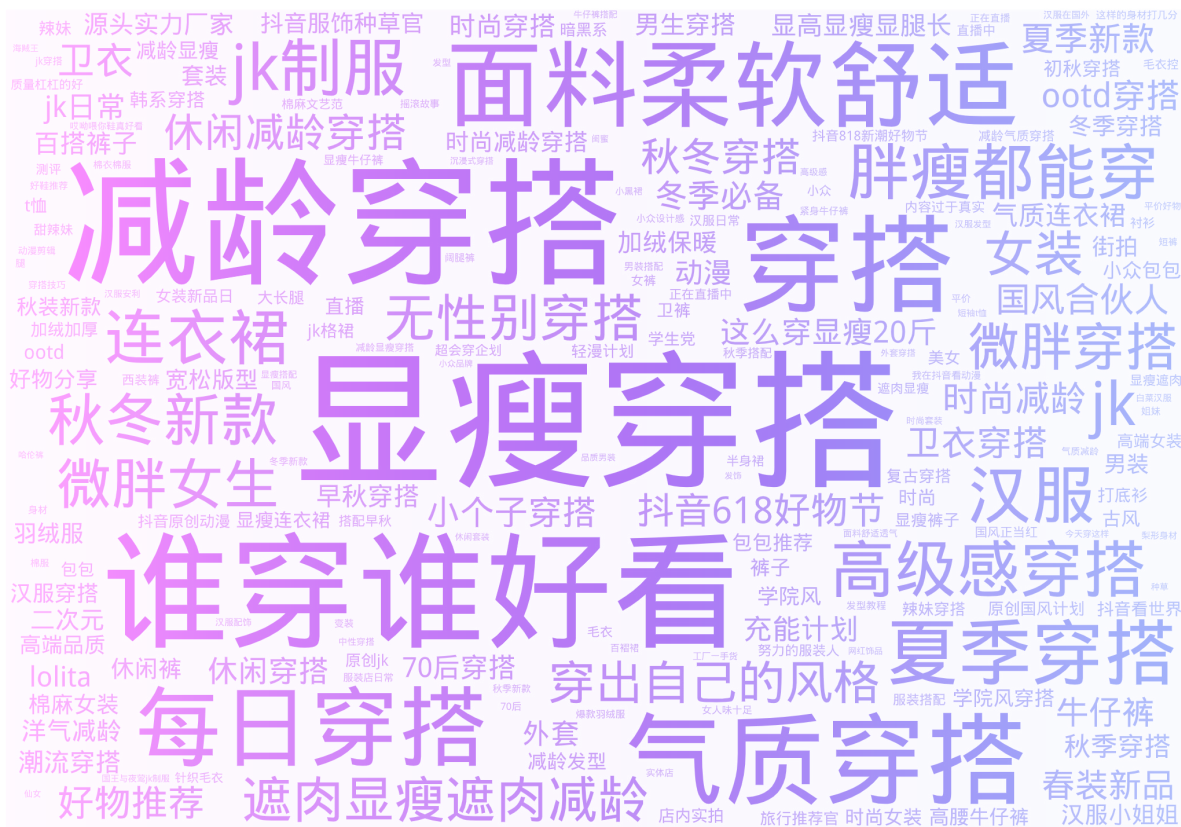
2021年抖音上次元艺术家内容关键词分布矩阵



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

从细分话题看，包括JK服饰、Lolita服饰在内的小众服饰话题内容多集中在穿搭上，也说明这一内容和消费群体更加年轻化，从二次元到国风服饰，小众频破圈。

2021年抖音电商小众时尚生活方式Top话题

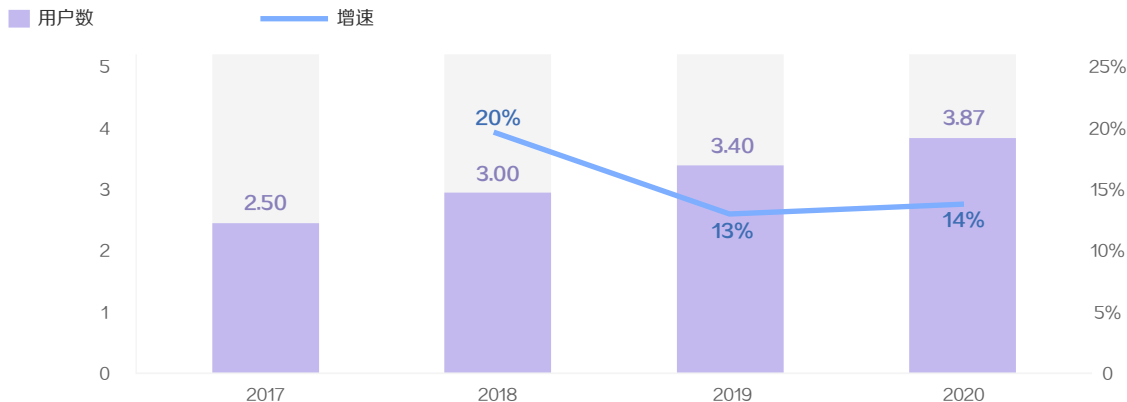


数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年1-12月

10.1.4 二次元市场未来潜力：二次元文化发展迅速

随着二次元文化的发展，其用户规模持续增长。公开数据显示，2020年二次元服饰消费人数在3.87亿，年增速达到14%。

2017-2020年中国二次元服装消费人数（亿人）

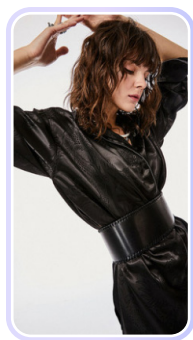


资料来源：IT桔子，华西证券研究所

10.2 捕捉小众时尚趋势，表达个性态度

10.2.1 从次元艺术家看个性穿搭

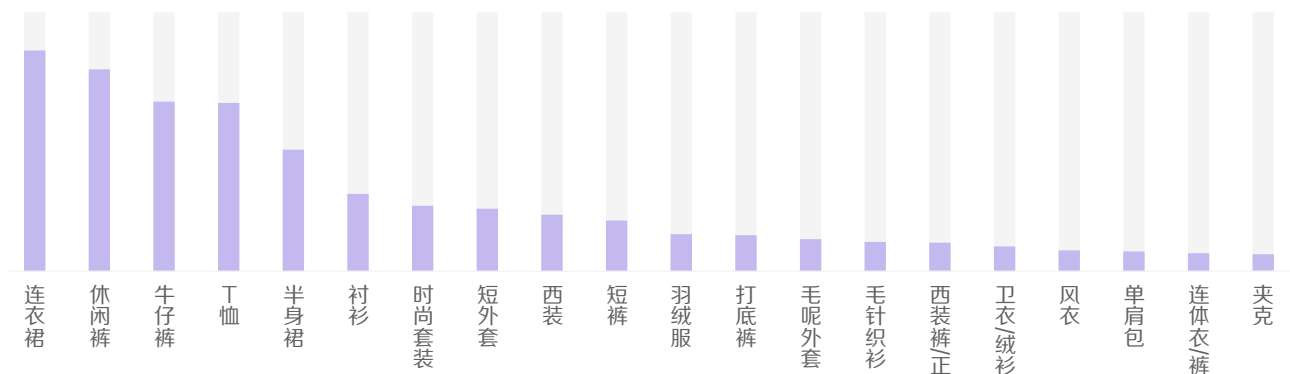
代表风格 JK服饰、Lolita风格、无性别穿搭、汉服、二次元等



10.2.2 抖音电商小众时尚消费盘点

2021年抖音电商上小众时尚相关消费规模爆发增长，各类目分布较平均，在实体消费上以各种二次元、国风、无性别穿搭为核心的男女装为主。未来重点可关注细分品类为连衣裙、休闲裤、牛仔裤、T恤、半身裙和衬衫等。

2021年2-5月抖音电商小众时尚下TOP20细分类目



数据来源：抖音电商&算数电商研究院，2021年2-5月

代表达人：

蕾蕾公主脸皮是真的厚等

代表品牌：

池夏、裂帛、七月夕、十三余、妖精的口袋、织造司等

备注：（排名不分先后，按首字母拼音排序）

潮流营销 新启示

SECTION

03

供需发力满足潮流生活消费升级

高质量撒野是高供需体量&快供需增速的赛道，其次是暴汗仪式感，需要商家重点关注。街拍天花板、办公室浅秀和沉浸式宅家属于高供需体量，增速趋势相对平稳。万物可循环、技术流耍酷、几分像从前虽然整体体量不大，但是在内容需求侧体现的增速相对更明显，应就内容侧分析出更多消费者细分需求类型融合进生意经营。万物可循环、华流即顶流和次元艺术家从电商商品数增速来看都相对较低，新品的人局迫在眉睫。

3.1 承载巨量“买”“看”规模，站稳潮流趋势阵地

电商商品数=供给，内容看播人数=需求。

【活跃市场-高竞争】（高需求高供给）：街拍天花板、办公室浅秀、沉浸式宅家、高质量撒野

【供不应求-多铺货】（需求大于供给）：暴汗仪式感、华流即顶流

【潜力蓝海-待开发】（低需求低供给）：次元艺术家、几分像从前、技术流耍酷、万物可循环

【内容转化力】（短视频看播转化率指数）Top 3：万物可循环、技术流耍酷、几分像从前

1.【活跃市场】高内容体量&高商品供给：街拍天花板、办公室浅秀、沉浸式宅家、高质量撒野；这些场景无论是在服饰相关内容短视频的观看人数体量还是在服饰电商商品供给数量体量上都是最大的，属于高活跃市场业态，意味着这个市场的消费者产生了明显的需求基数，且相关的商家已经入局，对应的商品已经开始售卖。想入局的商家需要更深入的研究活跃市场中标杆品牌内容案例和商品特性。

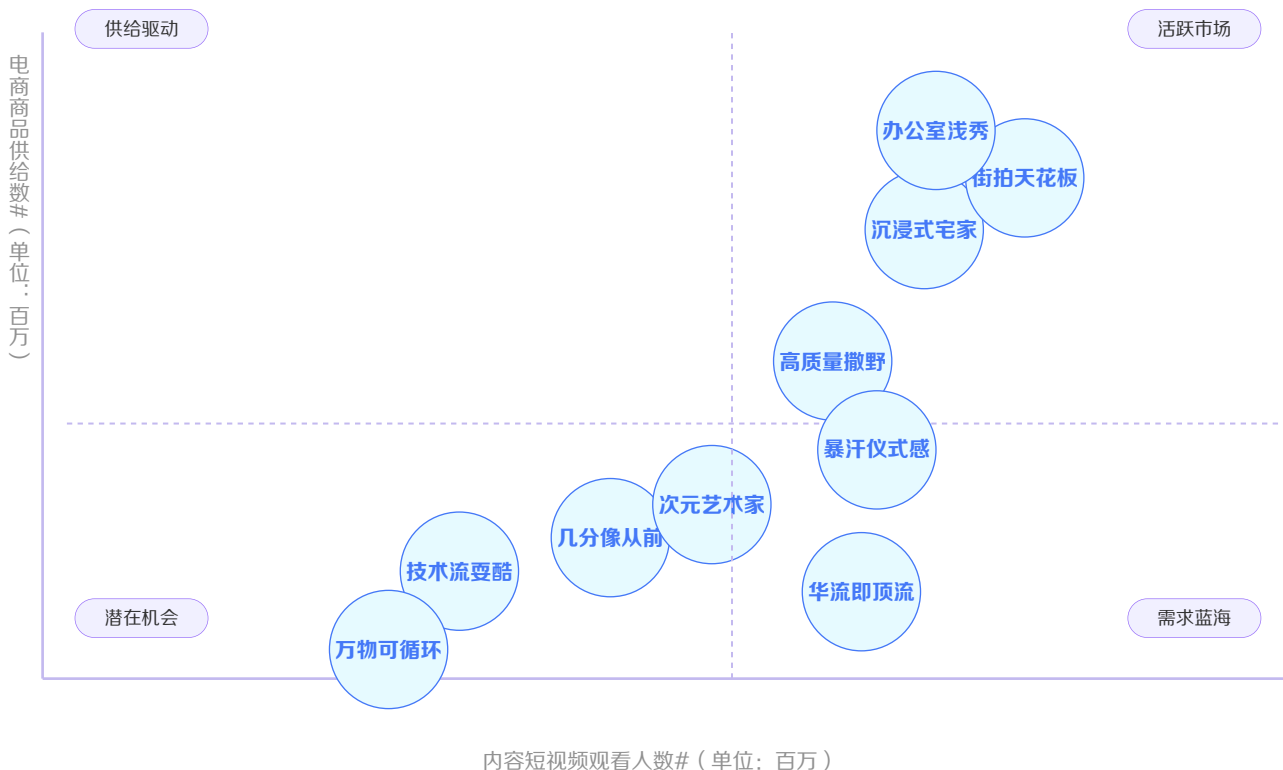
2.【需求蓝海】高内容体量&较低商品供给：暴汗仪式感、华流即顶流；这些场景的消费者在内容短视频上已经表现出很明显的需求性体量基数，但是明显在电商的供给上稍有不足，没能完全满足消费者的需求；对于想入局这个市场的商家则是明显的蓝海机会点，应该深挖不同场景下消费者的偏好和反馈，小步快跑加速新品的布局。

3.【供给驱动】高商品供给&较低内容体量：目前十大潮流生活方式在抖音平台没有落在这个象限，意味着十大生活方式是更加前瞻性的市场趋势总结。传统供给驱动的市场，则意味着消费者没有在平台表现出明显的需求，市场更多由商家的供给来决定需求购买，存在一定的价格战可能。

4.【潜在机会】较低的内容体量&商品供给：次元艺术家、几分像从前、技术流耍酷、万物可循环；这些场景的消费者在平台短视频上的需求体量较少，同时商品供给也不大。对于商家来说是潜在的机会市场，市场竞争不激烈，但需要重点通过爆款短视频内容&意见领袖达人的方式先给消费者种草产生兴趣，继而匹配相应的新品布局。

内容x电商-体量供需关系演绎

(X=内容短视频观看人数, Y=电商商品供给数, 气泡大小=内容转化指数)



数据来源：营销科学-云图 & 算数电商研究院，2021年7月-2022年1月

3.2 洞察潜在“买”“看”增长，指明时尚热点方向

电商商品数月复合增长率=供给增速，内容看播人数CAGR=需求增速。

【趋势活跃】（涨需求涨供给）：高质量撒野、暴汗仪式感

【供缓于需】（涨需求缓供给）：万物可循环、技术流耍酷、几分像从前

【稳健供需】（供需皆低于平均）：沉浸式宅家、次元艺术家、办公室浅秀、华流即顶流、街拍天花板

【看播人数】Top 3：街拍天花板、办公室浅秀、沉浸式宅家

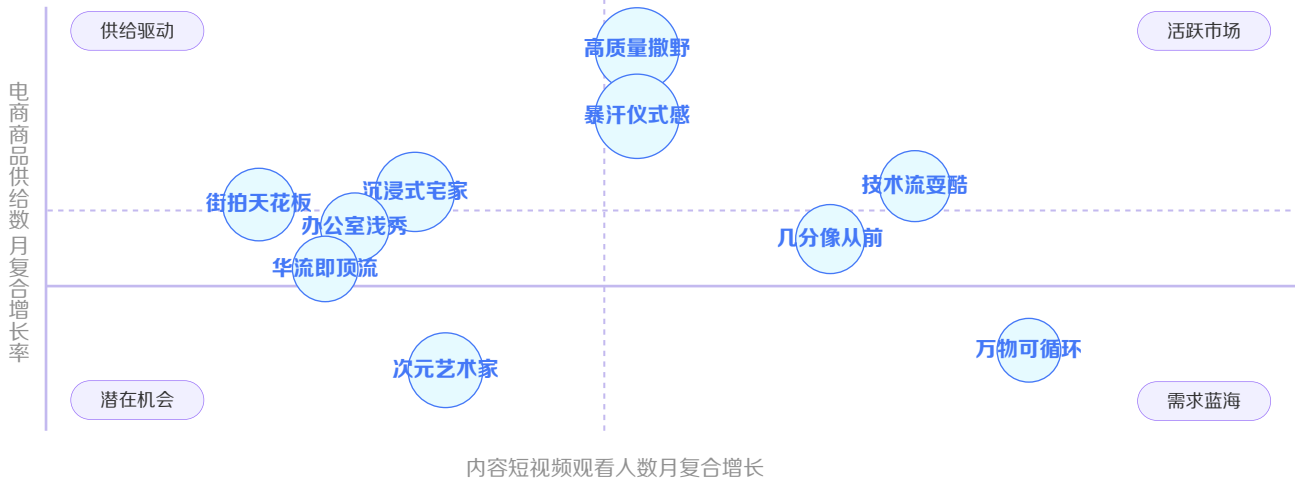
1. 【活跃市场】快内容需求增速&快商品供给增速：高质量撒野、暴汗仪式感；这些场景的需求增速和电商商品供给增速都是最快的，是明显的活跃机会点。

2. 【需求蓝海】快内容需求增速&较低商品供给增速：万物可循环、技术流耍酷、几分像从前；这些场景的消费者需求增速很大，已经有明显的消费者关注的趋势，但是在电商商品供给的增速不足，说明意识到消费者需求且迅速完成新品布局的商家还不多。

3. 【潜在机会】较低的内容需求&商品供给增速：沉浸式宅家、次元艺术家、办公室浅秀、华流即顶流、街拍天花板；这些场景的供需增速目前来看都不算很大，对于商家而言则可重点关注内容需求体量大的场景切入。

内容x电商-月复合增长率供需关系演绎

(X=内容短视频观看人数月复合增长率, Y=电商商品供给数增长率, 气泡大小=短视频看播数)



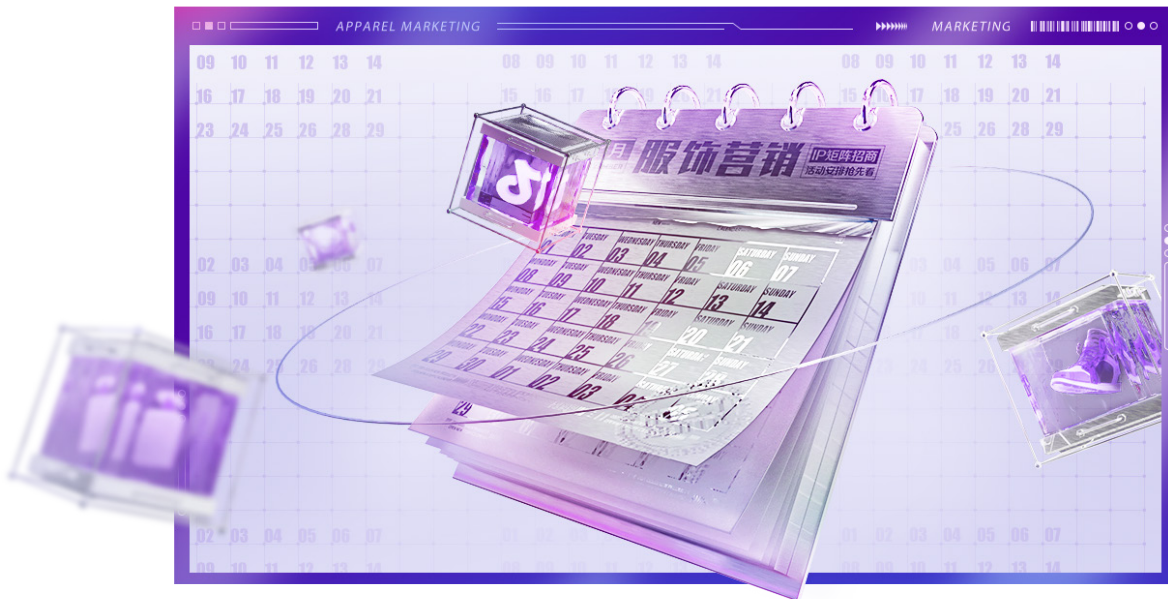
数据来源：营销科学-云图&算数电商研究院，2021年7月-2022年1月

多重玩法驱动行业增长

「抖in新风潮」是抖音电商-服饰行业的长线IP，旨在打造“时尚潮流发源地”的用户心智——引领服饰的穿搭趋势。行业活动精彩纷呈，多重创新玩法带来服饰行业新契机。

服饰营销日历

IP矩阵招商
活动安排抢先看



*营销日历仅供参考，以活动实际落地情况为准

1月	2月	3月	4月
<p>抖音 年货节大促 平台</p>	<p>抖音 春节大促 平台</p>	<p>抖音 38大促 平台</p>	<p>抖in新风潮- 华流国风大赏 平台</p>
		<p>抖in新风潮- 春夏上新 行业</p>	<p>抖in新风潮- 宅家时尚周 行业</p>
5月	6月	7月	8月
<p>抖音 520大促 平台</p>	<p>抖音 618大促 平台</p>	<p>抖in新风潮- 夏日出逃 行业</p>	<p>抖音 818大促 平台</p>
<p>每周尚新日 行业</p>	<p>每周尚新日 行业</p>	<p>抖in新风潮- 高颜值健身 行业</p>	<p>每周尚新日 行业</p>
		<p>每周尚新日 行业</p>	
9月	10月	11月	12月
<p>抖音 中秋大促 平台</p>	<p>抖音 国庆大促 平台</p>	<p>抖音 双11大促 平台</p>	<p>抖音 双12大促 平台</p>
<p>抖in新风潮- 秋冬上新 行业</p>	<p>抖in新风潮- 户外露营 行业</p>	<p>抖in新风潮- 城市漫游 行业</p>	<p>抖in新风潮- 圣诞冰雪 行业</p>
<p>每周尚新日 行业</p>	<p>每周尚新日 行业</p>	<p>中国好皮草 行业</p>	<p>每周尚新日 行业</p>
		<p>每周尚新日 行业</p>	